



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA DEL PROYECTO:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE
GUAYABA EN EL SECTOR GUALLUPE, PARROQUIA LA CAROLINA,
CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**TRABAJO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO
COMERCIAL**

AUTOR:

Merlo Durán Gustavo Ignacio

DIRECTOR:

MSC. Lenin Ubidia

Ibarra, enero de 2017

RESUMEN EJECUTIVO

La investigación se realiza en el sector de Guallupe perteneciente a la parroquia La Carolina, la misma que pertenece al cantón Ibarra, provincia Imbabura; el proyecto consiste en implementar la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de mermelada de guayaba en dicho sector, ya que existe en abundancia dicha fruta, la misma que suele desperdiciarse en gran cantidad debido a que llega al estado de putrefacción rápidamente. La ventaja que tiene el proyecto es cercanía de la materia prima principal (guayaba) con el lugar de procesamiento es decir la pequeña empresa. La pequeña empresa tiene la finalidad de comercializar la mermelada de guayaba en la ciudad de Ibarra como mercado meta, la demanda insatisfecha de la ciudad va ser satisfecha en un 38 % por parte de la micro empresa debido a la capacidad de producción de mermelada de guayaba y al tamaño de la empresa y la cantidad de trabajadores, ya que al momento de iniciar debe ser un tamaño pequeño y pocos trabajadores debido al monto presupuestado en la inversión del proyecto. La ejecución del proyecto va contribuir al desarrollo económico y social del sector de Guallupe, porque genera fuentes de empleo dentro de la pequeña empresa así como en su entorno. La inversión se recupera en el período de tres años los dos años siguientes se reflejarán las utilidades. El nombre de la pequeña empresa será “GUAYABA JAM, CÍA LTDA”. La compañía estará constituida por cinco socios los cuales aportarán un capital social.

EXECUTIVE SUMMARY

The research is carried out in the sector of Guallupe belonging to the parish of La Carolina, the same that belongs to the canton Ibarra, Imbabura province; The project consists of implementing the creation of a small company producing and marketing guava jam in this sector, since there is an abundance of this fruit, which is often wasted in large quantities because it quickly becomes rotten. The advantage of the project is the closeness of the main raw material (guava) to the processing place ie small business. The small company aims to market the guava jam in the city of Ibarra as a target market, the unsatisfied demand of the city will be satisfied by a 38% by the micro enterprise due to the production capacity of guava jam And the size of the company and the number of workers, since at the time of starting it should be a small size and few workers due to the amount budgeted in the investment of the project. The execution of the project will contribute to the economic and social development of the sector of Guallupe, because it generates sources of employment within the small business as well as in its surroundings. The investment is recovered in the three year period the following two years will reflect the profits. The name of the small company will be "GUAYABA JAM, CÍA LTDA". The company will be constituted by five partners who will contribute a share capital.

AUTORÍA

Yo, **GUSTAVO IGNACIO MERLO DURÁN**, portador de la cédula de identidad N 100449749-9, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría:” **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE GUAYABA EN EL SECTOR GUALLUPE, PARROQUIA LA CAROLINA , CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA**”, que no ha sido presentado previamente para ningún grado de calificación profesional, y que se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en éste documento.



GUSTAVO IGNACIO MERLO DURÁN

C.C. 100449749-9

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director de Trabajo del Grado presentado por la egresado Gustavo Ignacio Merlo Durán Puma, para optar por el título de Ingeniera Comercial, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE GUAYABA EN EL SECTOR GUALLUPE, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA", considero que el presente reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, 22 de julio del 2016

Firma

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Lenin F. Ubidia G.", is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

Ing. Lenin F. Ubidia G.

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

Yo, Gustavo Ignacio Merlo Durán, con cédula de ciudadanía N^o 100449749-9 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 autor del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE GUAYABA EN EL SECTOR GUALLUPE, PARROQUIA LA CAROLINA , CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA." Que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero Comercial en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente lo derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.



Gustavo Ignacio Merlo Durán

100449749-9

**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 Técnica del Norte. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente Información:

DATOS DEL CONTACTO	
Cédula de Identidad:	100449749-9
Apellidos y Nombres:	Merlo Durán Gustavo Ignacio
Dirección:	Manuel España 2-59.
E-mail:	gmerlo0292@gmail.com
Teléfono móvil:	0969802432
DATOS DE LA OBRA	
Título:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE GUAYABA EN EL SECTOR GUALLUPE, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”,
Autor:	Merlo Durán Gustavo Ignacio
Fecha:	2017-01-26
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO	
Programa:	(X) Pregrado () Posgrado
Título por el que opta:	Ingeniero Comercial
Asesor/Director:	Ing. Lenin Ubidia

2. Autorización de uso a favor de la Universidad

Yo, Gustavo Ignacio Merlo Durán con cédula de identidad N^{ro} 100449749-9, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descritos 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

El Autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que 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, 26 de Enero del 2017

EL AUTOR:



Gustavo Ignacio Merlo Durán

CI: 100449749-9

DEDICATORIA

Este Trabajo de Grado va dedicado a Dios ya que gracias a ÉL nos da esa fuerza interna para lograr vencer las adversidades..

A mis padres quienes con su amor y ejemplo me inculcaron los valores como la responsabilidad, puntualidad, solidaridad, disciplina, respeto los cuales son muy necesarios para realizar las actividades inmersas en un proyecto de investigación tan grande como es la tesis.

A mis hermanas, por haberme animado a continuar en la carrera a pesar de los obstáculos presentados en el camino.

A mi Director, por la ayuda brindada y el desinteresado esfuerzo extra brindado en la asesoría de la tesis.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo es el resultado de mucho esfuerzo y dedicación, el cual se ve reflejado, así mismo dicho resultado no se hubiera logrado sin el apoyo recibido y el aliento para seguir desarrollándome personal y profesionalmente.

Por lo escrito anteriormente debo expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a aquellas personas que ayudaron a que no renuncie ni me rinda en los cinco años que dura la carrera.

A Dios por brindarme la protección divina, guiarme en el largo camino que he elegido y colmándome de bendiciones.

A mis padres, por darme la vida y ayudarme en superar los obstáculos que se presentaron en el camino. Además por transmitirme su conocimiento y su experiencia.

A mis hermanas por darme su apoyo cuando más lo necesitaba, siendo un sustento en los malos momentos.

A mis profesores y Director Magister Lenin Ubidia por la enseñanza impartida y los conocimientos, así como el asesoramiento y paciencia.

PRESENTACIÓN

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE GUAYABA EN EL SECTOR GUALLUPE, PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

Para un fácil entendimiento de la investigación realizada, se ha manejado un lenguaje claro y sencillo, el mismo que está estructurado en siete capítulos, los mismos que contienen el material recogido, detallado y elaborado; siguiendo una secuencia lógica y ordenada.

Capítulo I Diagnóstico Situacional.- Inicia con investigación de campo para desarrollar el diagnóstico del ambiente externo con el fin de analizar la situación actual del mercado productor y comercializador de mermelada de guayaba así, así determinando la factibilidad del proyecto; la investigación se realizará en el sector de Guallupe para la implementación de una pequeña empresa. Al igual utilizaremos los instrumentos de recolección de información como encuestas, observación directa, entrevista, lo cual logrará credibilidad en los resultados obtenidos.

Capítulo II Marco Teórico.- Se desarrollará con una minuciosa investigación teórica, científica que situé la investigación del proyecto dentro de un conjunto de conceptos que permitan entender la temática a seguir de forma más fácil. La información se recolecta se diversas fuentes como revistas, libros, dicha información servirá como referencia para desarrollar este estudio utilizando términos técnicos.

Capítulo III Estudio de Mercado.- Determinar y cuantificar la demanda, oferta potencial satisfecha, insatisfecha; estableciendo precios que los posibles clientes podrían pagar; esto servirá para conocer el tamaño del mercado y si el producto se adapta a las reales necesidades del cliente; de esta manera se ayuda a reducir significativamente los riesgos que se presenten.

Capítulo IV Estudio Técnico.- Contemplar aspectos técnicos operativos necesarios para el uso eficiente de los recursos disponibles, donde se analiza la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción o comercialización como en este caso, instalaciones y otros requerimientos.

Capítulo V Estudio Económico Financiero.- Se realizará una evaluación económica y financiera del proyecto realizado, a través de los indicadores financieros como el VAN, TIR, punto de equilibrio, el costo beneficio, los cuales son indispensables para determinar el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto.

Capítulo VI Propuesta.- Establecer las funciones y responsabilidades de cada uno de los miembros de la entidad, el organigrama de la empresa realizado tiene que incluir una descripción de los puestos de manera coherente y relacionada con la realidad económica de la entidad con la finalidad de cumplir a cabalidad los objetivos de la organización.

Capítulo VII Impactos.- En el proyecto la magnitud del impacto es cuantitativa al momento de estudiar la producción y comercialización del producto a la población objetivo. Los resultados son exitosos de un proyecto en la medida de su impacto en relación con los objetivos

perseguidos. El impacto se asocia directamente al problema social que se origina a la idea de negocio y a la vez suscitando como impacto el beneficio económico.

Finalmente se redacta las respectivas conclusiones y recomendaciones después de haber culminado todo el proceso de investigación del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto fue realizado con las debidas investigaciones, a través de múltiples herramientas como la encuesta, la entrevista, y la observación directa. Se analizó la producción de guayaba en el sector de Guallupe, la cual es muy alta y se ha descubierto que no se le da una utilización adecuada de dicha fruta, ya que en su mayoría se desperdicia.

Después de varios estudios se observó que la mejor forma de aprovechar la producción del sector de Guallupe es producir mermelada, ya que ayuda a conservar la fruta por medio del proceso de mermelada.

Además se observó que la creación de una pequeña empresa ayudará a impulsar la economía del sector, ya que generará empleo dentro de la entidad así como alrededor de la misma ya que los empleados tienen necesidades como alimentarse, vestirse, lo cual significa que existirán otras fuentes de empleo como restaurantes, tiendas, las mismas que lograrán satisfacer las necesidades de los miembros de la organización y las personas de otras entidades con quien se realicen negocios o convenios de forma que se impulsa la economía de dicho sector.

Para finalizar una pequeña empresa ayuda a mejorar el comercio del cantón Ibarra ya que su mercado meta es el cantón., si bien existe competencia en la comercialización de mermelada de guayaba, los clientes suelen adquirir los productos por la calidad, sabor e imagen características que si tiene dicha mermelada, además que el mercado es muy amplio ya que existe una gran cantidad de demanda insatisfecha en el cantón.

INTRODUCCIÓN

Guallupe es un sector perteneciente a la parroquia La Carolina la cual es una parroquia rural del cantón Ibarra donde en dicha parroquia habitan 2.739 personas. En dicho sector existe gran cantidad de cultivos de guayaba, la misma que no ha sido aprovechada por la comunidad debido a que la fruta llega al estado de putrefacción rápidamente pero se ha descubierto muchas propiedades que benefician a la salud de los seres humanos como son antidiarreicos, desinflamante, expectorante, sedante, sudorífica, y además las guayabas poseen alto contenido de vitamina C. También se debe señalar que la guayaba se adapta fácilmente al ambiente por lo cual se utiliza para recuperar potreros degradados.

Las microempresas han existido desde el inicio del comercio desde el momento de que los seres humanos se vieron obligados a crear una manera de subsistir en el mundo lo que significa que han existido microempresas desde el inicio de los tiempos prácticamente.

La revolución industrial en el siglo XVIII fue la época donde las formas de comercio cambiaron radicalmente lo cual significó un proceso de transformación tecnológica y social lo que propició la riqueza de los dueños de las empresas grandes que tomaron ventaja de las otras pero la realidad fue que en sus inicios las empresas grandes también fueron pequeñas sino que a base de investigación y creatividad lograron posesionarse en el mercado, es decir existen empresas grandes, medianas y pequeñas pero todas en el comienzo de sus actividades económicas fueron microempresas.

En la actualidad se está viviendo una ventajosa realidad ya que toda la población sin límite de edad se observa que realiza actividades que fortalecen su salud como son una buena alimentación variada y equilibrada, ejercicios regulares, momentos de recreación y descanso, para así alcanzar un estado de óptimo bienestar. Por esta razón los consumidores están optando en la actualidad

por alimentos sanos y nutritivos entre estos tenemos la mermelada que es un producto que ha mostrado un crecimiento en el mercado durante años en donde existen algunas marcas y existen otras nuevas en el mercado. La mermelada es un producto nutritivo que brinda muchas calorías en el organismo, ya que es un producto elaborado de materia prima natural, libre de residuos de pesticidas y otras sustancias que son nocivas para la salud.

La mermelada tiene gran aceptación en el público de todas las edades y sectores, por su sabor agradable, que deleita a todos los segmentos de la población, siendo consumida especialmente en el desayuno diario, y como complemento de postres y helados. En la actualidad nos podemos dar cuenta del gran surtido de las mermeladas que se preparan en la mayoría de los casos a base de las frutas donde se puede utilizar la guayaba aumentando su valor nutricional.

La guayaba es una fruta originaria de los trópicos americanos donde es muy común en estado silvestre como el caso del sector de Guallupe. La guayaba es una fruta que se puede usar en diversos tipos de comidas como jaleas, mermeladas, dulces y demás conservas. La pulpa adquiere un color rojo al cocinarse. También se prepara en ensaladas, helados, tortas, etc.

La guayaba es una fruta importante ya que contiene vitamina c donde las variedades de guayaba contienen entre 2 a 5 veces en promedio más vitamina C que la naranja. Además es rica en calcio, fósforo, hierro, vitamina A y niacina; contiene entre 9 y 29 por ciento de carbohidratos según la variedad.

Además la guayaba sirve como medicina natural contra la hipertensión desde hace algún tiempo que fue encontrada con ciertas propiedades donde es muy baja en sodio y contiene abundante potasio y fibra vegetal los cuales son muy buenos para combatir la hipertensión.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de mermelada de guayaba en el sector Guallupe, parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

Objetivos Específicos:

- Realizar un diagnóstico situacional estableciendo variables diagnósticas que permitan obtener información cuantitativa y cualitativa relevante para la realización del proyecto de investigación.
- Definir adecuadamente las bases teóricas y científicas utilizando la investigación bibliográfica de libros, revistas, periódicos y otros medios que permitan sustentar el presente proyecto de investigación.
- Realizar un estudio de mercado que permita analizar la oferta demanda de la mermelada de guayaba con el fin de determinar la demanda insatisfecha y la demanda potencial del negocio.
- Desarrollar un estudio técnico que consiste en realizar el cálculo financiero y la evaluación económica para determinar el lugar adecuado en donde deberá estar localizado la empresa y establecer el tamaño de la misma.

- Determinar una organización óptima con la creación de una estructura orgánica que responda a las necesidades de la pequeña empresa comercializadora y productora de mermelada de guayaba.
- Elaborar la proyección la viabilidad financiera del estudio de factibilidad que deba contener el TIR, VAN, la relación costo beneficio, el período de recuperación de la inversión, el punto de equilibrio de una empresa productora y comercializadora de mermelada de guayaba.
- Identificar los principales impactos como son impacto ambiental, impacto económico, impacto cultural e impacto social que se pueden generar con la ejecución del proyecto

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Los métodos que se necesitarán estudiar para el desarrollo adecuado del proyecto son inductivo, deductivo, analítico, sintético.

Método Inductivo

Este método será utilizado para la realización del planteamiento del problema de investigación, nombre del proyecto y el objetivo general del proyecto siempre relacionándolo con el tema.

Método Deductivo

El método deductivo será utilizado en la descripción, estructura, y antecedentes del presente proyecto de investigación donde en cada parte mencionada se tiene que realizar detalladamente las hipótesis y deducciones y siempre que se encuentren relacionadas con el problema planteado.

Método Analítico

El método analítico será utilizado con la finalidad de desarrollar el marco teórico, antecedentes, objetivos específicos del proyecto donde se analizará con fundamentos cada artículo o concepto que ayude al desarrollo del mismo.

Método Sintético

El método sintético servirá para poder exponer los resultados lo más claro posible los cuales se encuentran en los impactos, conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
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
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN.....	xi
JUSTIFICACIÓN	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
OBJETIVOS	xvii
Objetivo General:	xvii
Objetivos Específicos:.....	xvii
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	xix
CAPÍTULO I	35
Diagnóstico situacional.....	35
Antecedentes diagnósticos	35

CAPÍTULO II.....	60
Marco Teórico.....	60
Estudio de factibilidad	60
Componentes del estudio de factibilidad	60
Estudio de mercado.....	60
Estudio técnico.....	61
Conceptos básicos.....	61
Microempresa	63
Modalidades de la Constitución Empresarial:	64
Mermelada:	66
Origen	66
Características de una buena mermelada:	67
Fruta	67
Guayaba	68
Composición nutricional.....	68
Procesamiento de la mermelada.....	69
Calidad de la mermelada.....	71
Marketing.....	73
Segmentación de mercado	73
Oferta.....	73
Demanda.....	74
Producto.....	74
Plaza.....	74

Precio.....	75
Promoción.....	75
Distribución del producto	75
Competencia	76
Etiqueta.....	76
Empaque	76
Envase	77
Comercialización	77
Ciclo de vida de un producto	77
Macro-localización	79
Micro-localización	79
Ingeniería del proyecto	80
Tecnología.....	80
Planta y equipo.....	80
Presupuesto	81
Inversión	81
Costos Operacionales.....	81
Depreciaciones.....	83
Estado de situación financiera	83
Estado de resultados.....	84
Flujo de caja.....	84
Evalúadores financieros.....	84
Período de recuperación de la inversión	85

Punto de equilibrio.....	86
Misión.....	86
Visión.....	87
Principios y valores.....	87
Políticas.....	88
Organigrama estructural.....	88
Sector Guallupe.....	89
Ubicación Geográfica	89
Historia.....	89
CAPÍTULO III.....	90
Estudio de mercado.....	90
Introducción al estudio de mercado	90
Objetivos.....	91
Objetivo general.....	91
Objetivos específicos	91
Identificación del producto	91
Determinación de la población de la demanda	92
Determinación de la muestra	92
Cálculo de la muestra.....	92
Tabulación y análisis de datos	93
Resultados de encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Ibarra para determinar la oferta	93
Mercado meta.....	102

Tipo de segmentación	102
Análisis de la demanda	103
Demanda actual.....	103
Proyección de la demanda	104
Análisis de la oferta	104
Proyección de la oferta.....	105
Demanda insatisfecha	106
Demanda a captar.....	106
Análisis y determinación de precios	107
Estrategias de mercado	108
Producto	108
Plaza.....	109
Promoción	109
Publicidad	109
Conclusiones.....	110
CAPÍTULO IV.....	111
Estudio técnico.....	111
Tamaño del proyecto.....	111
Mercado	111
Disponibilidad de recursos financieros.....	111
Disponibilidad de mano de obra	111
Disponibilidad de materia prima.....	111
Capacidad de producción.....	112

Macro localización del proyecto	113
Micro localización del proyecto.....	115
Ingeniería del proyecto	120
Procesos	120
Tecnología.....	124
Obras civiles.....	129
Presupuesto técnico.....	130
Inversiones fijas	130
Inversión fija	133
Inversión diferida.....	133
Capital de trabajo	134
Inversión total del proyecto	135
Financiamiento.....	135
Talento humano	136
CAPÍTULO V	137
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	137
Determinación de ingresos.....	137
Determinación de egresos	137
Costos de Producción.....	137
Gastos administrativos	145
Gastos de ventas.....	147
Estado de situación inicial	151
Estado de resultados.....	152

Flujo de efectivo financiero	153
Evaluación financiera.....	154
Costo de oportunidad	154
Cálculo del VAN.....	155
Cálculo de la TIR.....	156
Período de recuperación de la inversión	157
Punto de equilibrio.....	157
CAPÍTULO VI.....	159
Propuesta.....	159
Aspecto legal de la pequeña empresa	159
Nombre	159
Socios y capital social.....	159
Marca y eslogan de la pequeña empresa.....	160
MARCA.....	160
Aspectos fundamentales para su funcionamiento	160
Requisitos para obtener el ruc:.....	161
Requisitos para la obtención de la patente municipal por primera vez.....	161
Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento y registro sanitario	161
a. Permiso de Funcionamiento:	161
b. Registro Sanitario:	162
Elementos estratégicos.....	162
Misión	162
Visión.....	163

Valores corporativos	163
Responsabilidad.....	163
Liderazgo	163
Trabajo en equipo	163
Respeto con el Ambiente.....	163
Honestidad.....	164
Objetivos Organizacionales	164
Políticas Organizacionales.....	164
Estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa	165
Estructura funcional.....	167
CAPÍTULO VII	174
Impactos.....	174
Impacto social.....	175
Impacto económico.....	176
Análisis	176
Impacto empresarial.....	177
Análisis	177
Impacto educativo.....	178
Análisis:	178
Impacto ambiental.....	179
Análisis:	179
Impacto general.....	180
Análisis	180

CONCLUSIONES.....	181
RECOMENDACIONES.....	183
ANEXOS	187

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sectores del Cantón Ibarra.....	44
Tabla 2 Edades Promedio de inicio laboral	46
Tabla 3 Tipos de Cultivo.....	47
Tabla 4 Aprovechamiento de Materia Prima	48
Tabla 5 Pregunta 4 de la Encuesta	49
Tabla 6 Pregunta 5 de la encuesta.....	50
Tabla 7 Pregunta 6 de la encuesta.....	51
Tabla 8 Pregunta 7 de la encuesta.....	52
Tabla 9 Pregunta 8 de la encuesta.....	53
Tabla 10 Pregunta 9 de la encuesta.....	54
Tabla 11 Pregunta 10 de la encuesta.....	55
Tabla 12 Pregunta 1 de la encuesta de demanda.....	93
Tabla 13 Pregunta 2 de la encuesta de demanda.....	94
Tabla 14 Pregunta 3 de la encuesta de demanda.....	95
Tabla 15 Pregunta 4 de la encuesta de demanda.....	96
Tabla 16 Pregunta 5 de la encuesta de demanda.....	97
Tabla 17 Pregunta 6 de la encuesta de demanda.....	98
Tabla 18 Pregunta 7 de la encuesta de demanda.....	99
Tabla 19 Pregunta 8 de la Encuesta de demanda.....	100
Tabla 20 Pregunta 9 de la encuesta de demanda.....	101
Tabla 21 Cálculo de la demanda actual	103
Tabla 22 Proyección de la demanda	104

Tabla 23 Oferta	105
Tabla 24 Proyección de la Oferta.....	105
Tabla 25 Cálculo de la demanda insatisfecha	106
Tabla 26 Demanda a captar.....	106
Tabla 27 Precios de las otras marcas	107
Tabla 28 Determinación del precio de la mermelada de guayaba	108
Tabla 29 Capacidad de Producción de guayaba	112
Tabla 30 Cantidad de árboles por hectárea	112
Tabla 31 Total de frutos por año por cada árbol.....	112
Tabla 32 Total de envases de 300 gr por año.....	112
Tabla 33 Macrolocalización del proyecto.....	113
Tabla 34 Calificación de la microlocalización.....	115
Tabla 35 Factores y lugares para la Microlocalización del proyecto.....	116
Tabla 36 Infraestructura de la micro empresa.....	130
Tabla 37 Costo del terreno.....	131
Tabla 38 Maquinaria y equipo de producción	132
Tabla 39 Muebles y equipos de oficina	132
Tabla 40 Vehículo.....	133
Tabla 41 Resumen activos	133
Tabla 42 Activos diferidos.....	134
Tabla 43 Capital de trabajo.....	134
Tabla 44 Inversión total del proyecto	135
Tabla 45 Financiamiento.....	135

Tabla 46 Sueldos y salarios.....	136
Tabla 47 Determinación de ingresos.....	137
Tabla 48 Producción anual estimada	138
Tabla 49 Cantidad de frutos a utilizar por árbol	138
Tabla 50 Capacidad de producción de guayaba.....	138
Tabla 51 Cantidad de árboles por hectárea	138
Tabla 52 Cantidad de guayabas al año.....	139
Tabla 53 Cantidad de gavetas	139
Tabla 54 Materia Prima Directa.....	139
Tabla 55 Salario de la mano de obra.....	140
Tabla 56 Proyección de salario mínimo.....	140
Tabla 57 Salario mano de obra y su proyección.....	140
Tabla 58 Proyección de derechos en la remuneración.....	141
Tabla 59 Etiquetas y frascos mensuales.....	141
Tabla 60 Servicios básicos.....	142
Tabla 61 Proyección CIF de Producción	142
Tabla 62 CIF ADMINISTRATIVOS	142
Tabla 63 TOTAL PROYECCIÓN MENSUAL promedio de cada año (cantidad x precio)	143
Tabla 64 Mantenimiento Maquinaria.....	143
Tabla 65 Proyección Mantenimiento de Maquinaria.....	144
Tabla 66 Vehículo Valor mensual del mantenimiento	144
Tabla 67 Proyección Mantenimiento del vehículo	144
Tabla 68 Seguros.....	145

Tabla 69 Depreciación	145
Tabla 70 Salario del personal administrativo.....	146
Tabla 71 Derechos de la remuneración del personal administrativo	146
Tabla 72 Suministros de oficina	146
Tabla 73 Proyección suministros de oficina	147
Tabla 74 Proyección del salario del chofer/repartidor	147
Tabla 75 Derecho de la remuneración del chofer/repartidor	148
Tabla 76 Publicidad	148
Tabla 77 Proyección de la publicidad mensual.....	148
Tabla 78 Proyección anual de la publicidad	148
Tabla 79 Amortización	149
Tabla 80 Amortización del crédito a 10 años	150
Tabla 81 Resumen de egresos proyectados	151
Tabla 82 Estado de situación inicial	152
Tabla 83 Estado de resultados.....	153
Tabla 84 Flujo de efectivo financiero	154
Tabla 85 Costo de oportunidad.....	155
Tabla 87 Van.....	156
Tabla 88 TIR.....	156
Tabla 89 Período de recuperación de la inversión	157
Tabla 90 Punto de Equilibrio	157
Tabla 91 Proyección para el punto de equilibrio	158
Tabla 91 Socios y capital social	159

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Pregunta 1	46
Gráfico 2 Pregunta 2 de la encuesta.....	47
Gráfico 3 Pregunta 3 de la encuesta.....	48
Gráfico 4 Pregunta 4 de la encuesta.....	49
Gráfico 5 Pregunta 5 de la encuesta.....	50
Gráfico 6 Pregunta 6 de la encuesta.....	51
Gráfico 7 Pregunta 7 de la encuesta.....	52
Gráfico 8 Pregunta 8 de la encuesta.....	53
Gráfico 9 Pregunta 9 de la encuesta.....	54
Gráfico 10 Pregunta 10 de la encuesta.....	55
Gráfico 11 Pregunta 1 de la encuesta para la demanda	93
Gráfico 12 Pregunta 2 de la encuesta para la demanda	94
Gráfico 13 Pregunta 3 para la encuesta de la demanda	95
Gráfico 14 Pregunta 4 para la encuesta de la demanda	96
Gráfico 15 Pregunta 5 para la encuesta de la demanda	97
Gráfico 16 Pregunta 6 para la encuesta de la demanda	98
Gráfico 17 Pregunta 7 encuesta de la demanda (consumo de mermelada de guayaba)	99
Gráfico 18 Pregunta 8 de la encuesta de demanda (razones de consumo de guayaba)	100
Gráfico 19 Pregunta 9 encuesta de la demanda	101

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Parroquia La Carolina	41
Ilustración 2 Mapa del Ecuador	113
Ilustración 3 Mapa de Imbabura	114
Ilustración 4 Mapa de la parroquia La Carolina donde pertenece Guallupe.....	114
Ilustración 5 Mapa de la micro localización del proyecto en el sector de Guallupe	118
Ilustración 6 Localización de Guallupe	119
Ilustración 7 Despulpadora de guayaba	125
Ilustración 8 Máquina desespinaadora.....	125
Ilustración 9 Licuadora industrial	125
Ilustración 10 Termómetro	126
Ilustración 11 Paletas batidoras	126
Ilustración 12 Tanque de recepción y lavado	127
Ilustración 13 Balanza digital 500 hg	127
Ilustración 14 Esterilizador	127
Ilustración 15 envasadora y etiquetadora.....	128
Ilustración 16 Filtro.....	128
Ilustración 17 caldero industrial.....	128
Ilustración 18 gas industrial	129
Ilustración 19 masas de trabajo.....	129
Ilustración 20 Etiqueta de mermelada de guayaba (Guayaba Jam)	160
Ilustración 21 Árbol de guayaba	194
Ilustración 22 Árbol de guayaba	194
Ilustración 23 Fruta de guayaba	195
Ilustración 24 Fruta de guayaba	195
Ilustración 25 Mermelada de guayaba	196

CAPÍTULO I

1. Diagnóstico situacional

1.1. Antecedentes diagnósticos

Guallupe es sector perteneciente a la parroquia “La Carolina” con una población de 2.875 habitantes. El clima del sector es muy apto para actividades como la agricultura por lo que en dicha parroquia sus habitantes se dedican a la agricultura y ganadería. En dicho sector existe gran cantidad de cultivos de diversidad de frutas entre los que destacan la guayaba, la misma que no ha sido aprovechada por la comunidad debido a que la fruta llega al estado de putrefacción rápidamente pero se ha descubierto muchas propiedades que benefician a la salud de los seres humanos como son antidiarreicos, desinflamante, expectorante, sedante, sudorífica, y además las guayabas poseen alto contenido de vitamina C. También se debe señalar que la guayaba se adapta fácilmente al ambiente por lo cual se utiliza para recuperar potreros degradados.

La guayaba es una fruta originaria de los trópicos americanos donde es muy común en estado silvestre como el caso del sector de Guallupe. La guayaba es una fruta que se puede usar en diversos tipos de comidas como jaleas, mermeladas, dulces y demás conservas. La pulpa adquiere un color rojo al cocinarse. También se prepara en ensaladas, helados, tortas, etc.

La guayaba es una fruta importante ya que contiene vitamina c donde las variedades de guayaba contienen entre 2 a 5 veces en promedio más vitamina C que la naranja. Además es rica en calcio, fósforo, hierro, vitamina A y niacina; contiene entre 9 y 29 por ciento de carbohidratos según la variedad.

Además la guayaba sirve como medicina natural contra la hipertensión desde algún tiempo que fue encontrada con ciertas propiedades donde es muy baja en sodio y contiene abundante potasio y fibra vegetal los cuales son muy buenos para combatir la hipertensión.

En la actualidad se está viviendo una ventajosa realidad ya que toda la población sin límite de edad se observa que realiza actividades que fortalecen su salud como son una buena alimentación variada y equilibrada, ejercicios regulares, momentos de recreación y descanso, para así alcanzar un estado de óptimo bienestar. Por esta razón los consumidores están optando en la actualidad por alimentos sanos y nutritivos entre estos tenemos la mermelada que es un producto que ha mostrado un crecimiento en el mercado durante años en donde existen algunas marcas y existen otras nuevas en el mercado. La mermelada es un producto nutritivo que brinda muchas calorías en el organismo, ya que es un producto elaborado de materia prima natural, libre de residuos de pesticidas y otras sustancias que son nocivas para la salud.

La mermelada tiene gran aceptación en el público de todas las edades y sectores, por su sabor agradable, que deleita a todos los segmentos de la población, siendo consumida especialmente en el desayuno diario, y como complemento de postres y helados. En la actualidad nos podemos dar cuenta del gran surtido de las mermeladas que se preparan en la mayoría de los casos a base de las frutas donde se puede utilizar la guayaba aumentando su valor nutricional

La comercialización de mermelada ha existido desde hace mucho tiempo atrás pero en lugares como Guallupe donde no ha existido el aprovechamiento de ciertas frutas de rápida putrefacción como en esta caso la guayaba debido a la falta de visión y recursos para impulsar un negocio de este tipo donde las personas en su mayoría se dedican a la agricultura pero debido a la falta de preparación se han conformado con su forma de vida campesina que en la mayoría de los casos les ayuda a sobrevivir abasteciéndose solamente de lo necesariamente básico satisfaciendo sus necesidades primarias como son la vestimenta, alimentación y viviendas que apenas se sostienen económicamente.

1.2. Objetivo General:

Realizar un diagnóstico situacional estableciendo variables diagnósticas que permitan obtener información cuantitativa y cualitativa relevante para la realización del proyecto de investigación.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Describir detalladamente la ubicación geográfica del sector de Guallupe.
- Detallar los datos socio demográficos del sector de Guallupe.
- Describir los datos socio económicos de Guallupe.
- Resaltar la importancia de los servicios básicos.
- Detallar los aspectos socio culturales.

1.3. Variables diagnósticas:

- Ubicación geográfica
- Datos socio demográficos
- Datos socio económicos
- Servicios básicos
- Aspectos socio culturales

1.4. Indicadores de variables diagnósticas

- **Servicios básicos**
 - Agua potable

- Luz eléctrica
- Teléfono
- **Ubicación geográfica de Guallupe**
 - Ubicación
 - Superficie
 - Clima
 - Vías de acceso
- **Datos socio económicos de Guallupe**
 - Actividad económica
 - Cargas familiares
 - Nivel de ingresos
- **Datos socio demográficos del sector de Guallupe**
 - Población
 - Población económicamente activa
 - Ocupación
- **Aspectos socio culturales**
 - Nivel de estudios
 - Costumbres
 - Cultura

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Matriz de relación diagnóstica					
Objetivos	Variables	Indicadores	Fuentes de información	Técnicas de información	Sujetos o fuentes a consultarse
Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de mermelada de guayaba en el sector Gualupe, parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura ⁷⁷	Servicios básicos	Agua potable	Primario	Análisis	EMAPA-I
		Luz eléctrica	Primario	Observación directa	EMELNORTE
		Teléfono	Primario	Análisis	CNT
	Ubicación geográfica de Gualupe	Ubicación	Secundaria	Observación directa	INEC
		Superficie	Secundaria	Encuesta	INEC
		Clima	Secundaria	Observación directa	INEC
		Vías de acceso	Secundaria	Observación directa	Tenencia Política
	Datos socio económicos de Gualupe	Actividad económica	Secundaria	Encuesta	Moradores
		Cargas familiares	Secundaria	Encuesta	Moradores
		Nivel de ingresos	Secundaria	Encuesta	Moradores
	Datos socio demográficos del sector de Gualupe	Población	Primario	Análisis	Tenencia Política
		Población económicamente activa	Primario	Análisis	Tenencia Política
		Ocupación	Primario	Encuesta	Moradores
	Aspectos culturales socio	Nivel de estudios	Secundaria	Encuesta	Moradores
		Costumbres	Secundaria	Encuesta	Moradores
Cultura		Secundaria	Encuesta	Moradores	

Fuente: Diagnóstico situacional

Elaboración: El autor

Año: 2016

1.6. Análisis de variables diagnósticas

1.6.1. Servicios básicos:

1.6.1.1. Agua potable: El agua potable es un servicio muy elemental que tienen los seres humanos ya que una persona tiene que beber 2 litros de agua para subsistir y además el agua está inmersa en muchas de las actividades cotidianas que realizan los seres humanos.

El servicio de agua potable es un servicio reciente en el sector de Guallupe el cual ha mejorado las condiciones de vida de los habitantes del sector antes mencionado.

1.6.1.2. Luz eléctrica: El servicio de luz eléctrica es necesario en la forma de vivir para las personas desde el momento de la creación de la bombilla de luz por Thomas Edison.

En el sector de Guallupe el servicio de luz eléctrica es muy reciente debido a la lejanía de la parte urbana de la ciudad y a su vez la localización en el sector rural del cantón.

1.6.1.3. Teléfono: La comunicación es una necesidad básica que tienen los seres humanos para cualquier eventualidad posible o actividad que realicemos siempre tenemos que hablar con alguien.

El servicio telefónico abastece a la mitad de la población del sector.

1.6.2. Ubicación geográfica de Guallupe

1.6.2.1. Ubicación: Guallupe es un sector que pertenece a la parroquia La Carolina la misma que pertenece al cantón Ibarra. Guallupe se ubica al Noroccidente del cantón Ibarra.

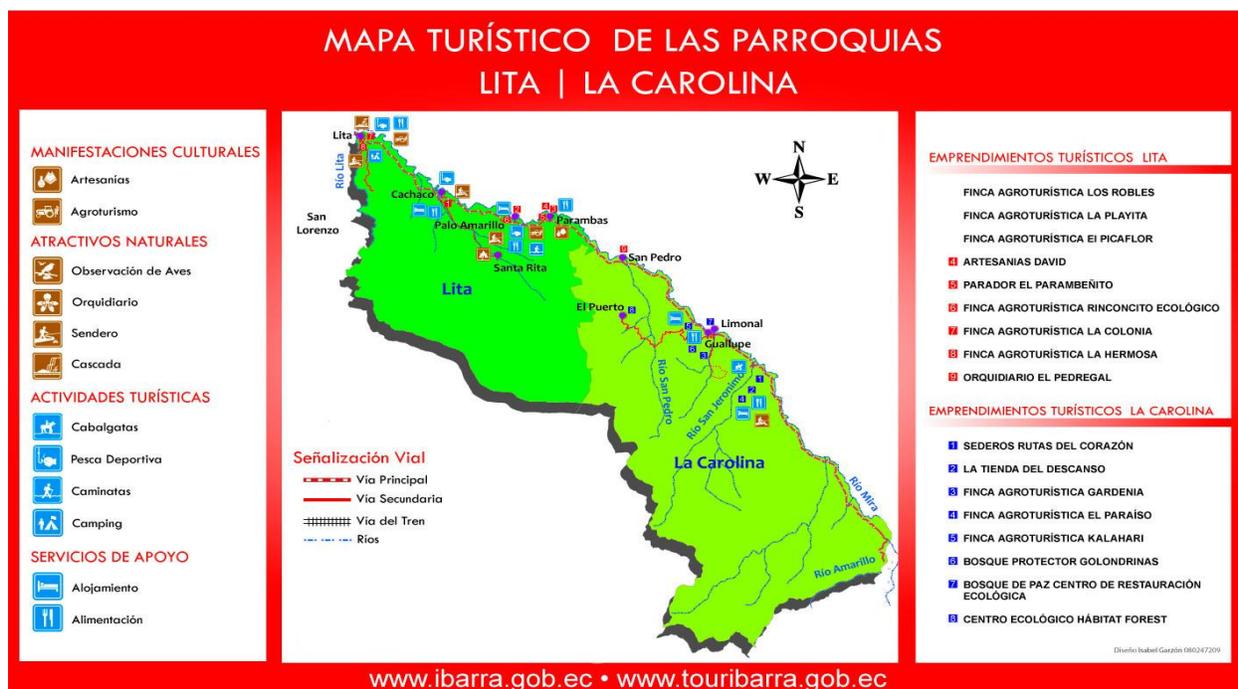


Ilustración 1 Parroquia La Carolina

Fuente: GAD del cantón Ibarra www.ibarra.gob.ec www.touribarra.gob.ec

Elaborado por: El autor

Año: 2016

1.6.2.2. Superficie: Es la parte externa de un territorio que lo limita o separa de lo que le rodea.

La superficie de Gualupe se encuentra a 1.800 metros sobre el nivel del mar.

1.6.2.3. Clima: Es el conjunto de condiciones atmosféricas propias del lugar constituido por la cantidad y frecuencia de lluvias, la humedad, la temperatura, los vientos, etc y cuya compleja acción influye en los seres sometidos a ella.

El clima es templado seco con una temperatura que varía entre los 18 a 25 grados.

1.6.3. Datos socio económicos de Gualupe

1.6.3.1. Actividad económica: Es el proceso mediante el cual se genera o se intercambia productos, bienes o servicios para cubrir las necesidades de las personas.

La gran mayoría de los habitantes se dedican a la agricultura y la ganadería.

1.6.3.2. Cargas familiares: Las cargas familiares son personas que dependen económicamente de otras, estas no necesariamente deben ser niños o adultos mayores o discapacitados, pueden ser personas con condiciones normales para trabajar no han conseguido empleo.

La mayoría de las familias llegan a tener 3 hijos pero de los cuales trabajan desde muy temprana edad con un promedio de 12 años lo cual implica que existan pocas cargas familiares.

1.6.3.3. Nivel de ingreso. El promedio de ingreso en la familia es de 732 dólares por familia con ingreso de 366 dólares en los dos miembros económicamente activos de la familia.

1.6.4. Datos socio demográficos del sector de Guallupe

1.6.4.1. Población: La parroquia La Carolina tiene 2.875 habitantes pero no existe un dato exacto del sector de Guallupe pero está alrededor de 470 personas que habitan en el sector antes mencionado.

1.6.4.2. Población económicamente activa: La población económicamente activa es aquel conjunto de personas que se encuentran en edad y en condiciones físicas y mentales óptimas para laborar perfectamente, en nuestro país el PEA está comprendido entre las edades de 18 a 65 años.

La población económicamente activa se encuentra en el 81 %

1.6.4.3. Ocupación: Es la manera como obtienen dinero las personas para vivir diariamente El 90% de la población económicamente activa se dedican a la agricultura y ganadería.

1.6.5. Aspectos socio culturales:

1.6.5.1. Nivel de estudio: Es el aspecto por el cual indica el nivel de conocimientos que han obtenido las personas a lo largo de su vida.

En el sector de Guallupe el nivel de estudio en las personas según datos de la Tenencia Política de dicho sector se destacó que el 78 % personas reciben instrucción primaria hasta los 12 años y el 22 % restante logra la consecución del título de bachiller a la edad de 19 años en la modalidad

sociales, agropecuaria y forestal en la Unidad Educativa a distancia Monseñor Leónidas Proaño, Centro de Educación virtual semipresencial Corporación Cuenca del Río Mira.

1.6.5.2. Costumbres: Son las prácticas habituales de una persona, animal o colectividad establecidos por las repeticiones de actos de la misma especie.

Las personas de la localidad suelen celebrar el carnaval con desfile, así mismo con otras fiestas tradicionales.

1.6.5.3. Cultura: Es el conjunto de conocimientos e ideas no especializados sino adquiridos en el desarrollo de las facultades intelectuales, mediante la lectura, el estudio y el trabajo.

Los habitantes de la localidad suelen acostumbrar festejar las fechas especiales, son personas muy sencillas y trabajadoras.

1.7. Población:

1.7.1. Población del sector de Guallupe:

La población involucrada en este trabajo de investigación son los agricultores de guayaba del sector de Guallupe quienes son los abastecedores del ingrediente principal de la mermelada, el cual es la pulpa de la guayaba. Además los moradores pueden ser los trabajadores de la microempresa.

Guallupe es un sector que cuenta con 470 personas según datos de la Tenencia Política de la parroquia La Carolina.

1.7.2. Población del cantón Ibarra:

La población del cantón Ibarra se encuentra inmersa en el estudio porque son los posibles compradores es decir la demanda del producto ofertado por la microempresa ubicada en Guallupe. Ibarra cuenta con 181.175 personas según datos del INEC.

Tabla 1 Sectores del Cantón Ibarra

SECTORES DEL CANTÓN IBARRA	URBANO	RURAL	TOTAL
AMBUQUÍ	-	5.477	5.477
ANGOCHAGUA	-	3.263	3.263
LA CAROLINA	-	2.739	2.739
IBARRA	131.856	7.865	139.721
LA ESPERANZA	-	7.363	7.363
LITA	-	3.349	3.349
SALINAS	-	1.741	1.741
SAN ANTONIO	-	17.522	17.522
TOTAL	131.856	49.319	181.175

Fuente : INEC 2010

Elaboración: El autor

Año: 2016

1.8. Muestra

Fórmula

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N = Universo o Población a estudiarse.

d² = Varianza de la Población respecto a las principales características que se van a representar.

Es un valor constante que equivale a 0.25, ya que la desviación típica tomada como referencia es

0 = 0.5.

Z² = Valor obtenido mediante Niveles de Confianza o Nivel de Significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

E = Límite aceptable de Error de muestra que varía entre 0.01 y -0.09 (1% y 9%), valor que queda a criterio del encuestador. (5%=0.05)

Calculo

$$n = \frac{470 * (0,25)^2 * 1,96^2}{(0,05)^2 * (470 - 1) + 0,25^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{470 * 0,0625 * 3,8416}{(0,0025)(469) + 0,0625 * 3,8416}$$

$$n = \frac{112,847}{1,4126}$$

$$n = 79,88 \approx 80$$

1.9. Encuesta

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de los moradores del sector de Guallupe sobre la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba.

Instrucciones: En cada pregunta debe contestar con una “X” la opción que usted considere correcta. Le agradeceremos su respuesta sincera a las preguntas que a continuación se le hará. La información obtenida será confidencial.

Datos informativos:

Edad:

Profesión:

Estado Civil:

Número de hijos:

Fecha de Aplicación:

Género:

PREGUNTAS:

1.- Según su criterio de las siguientes opciones. ¿A qué edad los habitantes del sector empiezan a trabajar?

Tabla 2 Edades Promedio de inicio laboral

EDAD	Número de personas	Porcentaje
12 años	57	71%
15 años	13	16%
18 años	10	13%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

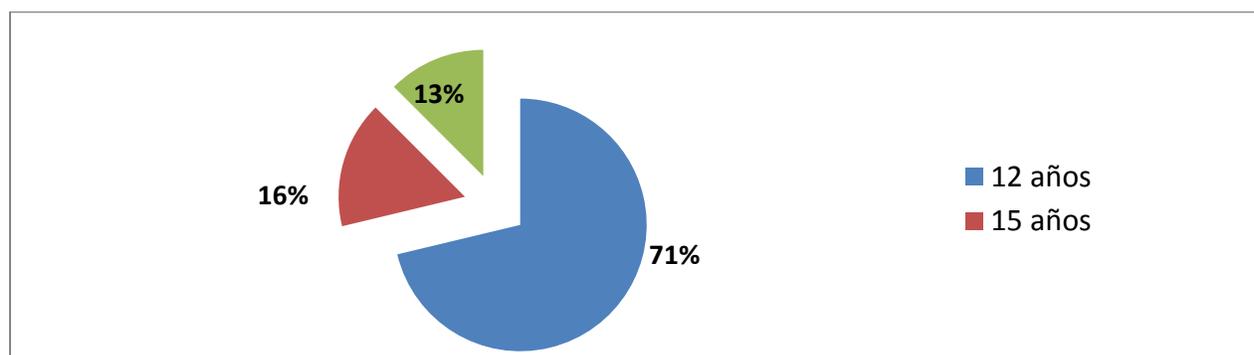


Gráfico 1 Preguntta 1

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

La gran mayoría de los pobladores manifiestan que los habitantes inician a laborar a la temprana edad de 12 años generalmente en actividades como agricultura y ganadería. Es decir que este dato es muy importante ya que muestra directamente la edad que empiezan a trabajar e indirectamente muestra el nivel de educación ya que en su mayoría no pueden estudiar y trabajar al mismo tiempo. El trabajo infantil en las personas campesinas es muy común debido a las necesidades de las familias, ya que no tienen las suficientes ganancias como para pagar salarios a trabajadores por lo que optan por hacer trabajar a los hijos.

2.- ¿Cuál de las siguientes opciones piensa usted que son los cultivos frutales que existen en mayor cantidad en el sector de Guallupe?

Tabla 3 Tipos de Cultivo

Cultivos frutales	Respuestas de los moradores	Porcentaje
Mandarina	10	13%
Guayaba	45	56%
Naranja	11	14%
Limón	8	10%
Mora	4	5%
Fresa	2	3%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

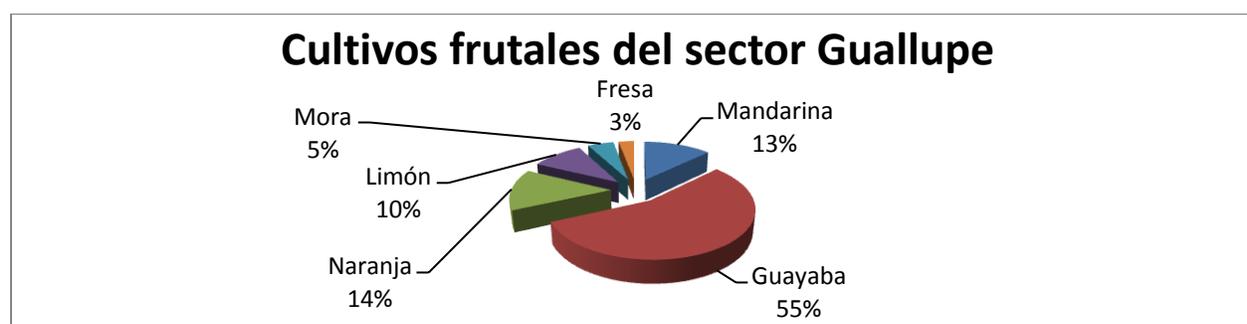


Gráfico 2 Pregunta 2 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

Partiendo de la opinión de las personas, quienes en su mayoría supieron manifestar que la fruta que crece en mayor cantidad en el sector de Guallupe es la guayaba, lo cual significa un dato muy positivo para el establecimiento de una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba, situación que permite que mi proyecto se logró a llevar a cabo en el sector antes mencionado.

3.- ¿Piensa usted que una microempresa aprovecharía mejor la gran cantidad de árboles de guayaba existente en el sector?

Tabla 4 Aprovechamiento de Materia Prima

ALTERNATIVAS	Respuestas de las personas	Porcentaje de respuestas
Sí	80	100%
No	0	0%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016



Gráfico 3 Pregunta 3 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

Observando el resultado de la pregunta donde los moradores del sector en su totalidad han afirmado que una microempresa aprovecharía de mejor manera la gran cantidad de guayaba existente, pero no se ha puesto en marcha debido a la falta de conocimientos técnicos que requiere para ejecutar un proyecto de esta magnitud.

4.- ¿Piensa usted que la creación de una microempresa beneficia a la economía del sector?

Tabla 5 Pregunta 4 de la Encuesta

Alternativas	Número de Respuestas	Porcentaje
Sí	80	100%
No	0	0%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

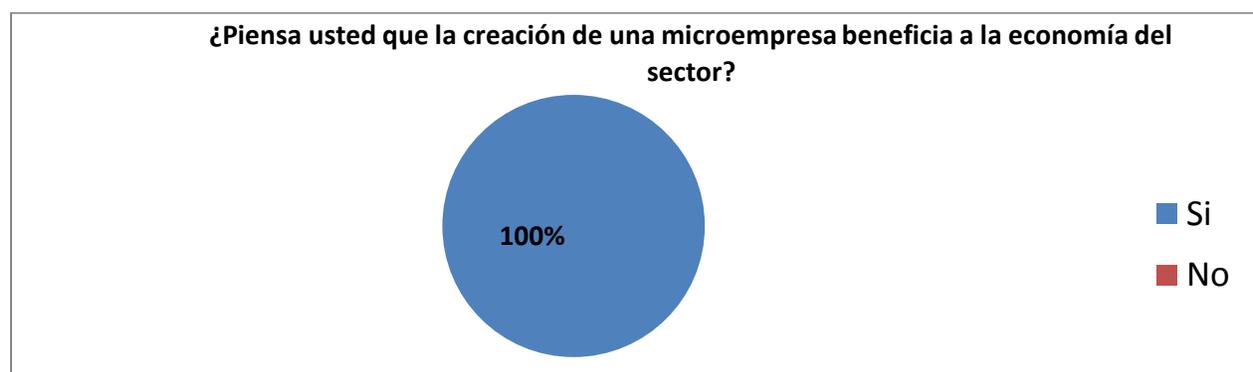


Gráfico 4 Pregunta 4 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

Al resultado mostrado en el gráfico se puede resaltar que todos los habitantes están de acuerdo en que una microempresa ayudaría de forma positiva a la economía del sector, ya que vendrían personas de otros lugares para hacer negocios debido a que las personas que trabajen en la pequeña empresa así como sus proveedores y otros empresarios que quieran hacer acuerdos de negocios tienen necesidades primarias como comer, vestirse, etc, lo cual significaría un aumento económico considerable para los negocios como restaurantes, bares, tiendas, etc.

5.- De las siguientes alternativas ¿dónde piensa que debe estar situada la microempresa?

Tabla 6 Pregunta 5 de la encuesta

Sectores	Respuestas	Porcentaje
Guallupe	59	74%
Buenos Aires	5	6%
San Juan de Lachas	6	8%
San Jerónimo	10	12%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

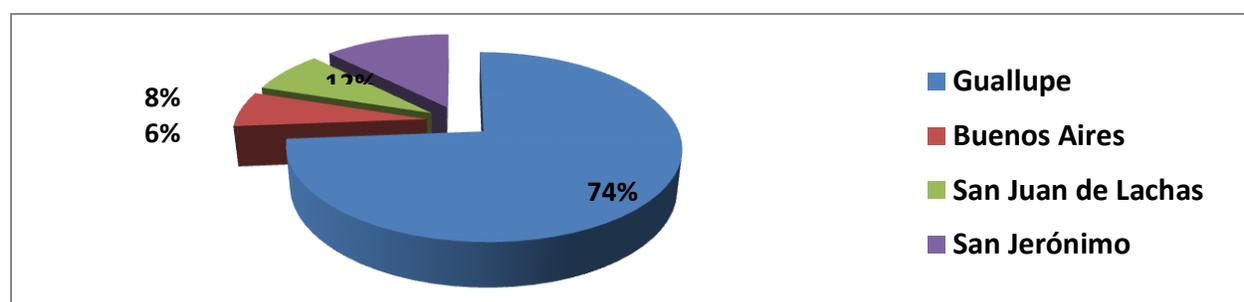


Gráfico 5 Pregunta 5 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

Partiendo del resultado reflejado en el gráfico la gran mayoría de los moradores del sector han sabido manifestar con que la microempresa debe establecerse en el sector de Guallupe ya que el producto que le da vida a dicha micro empresa se encuentra a una distancia mucho más cercana, lo cual significa ahorro en gasto de transporte en el traslado de la fruta a la empresa, pero también una pequeña cantidad de personas que no están de acuerdo en que la pequeña empresa se encuentre en Guallupe porque creen que otros sectores aledaños como San Jerónimo, Buenos Aires y San Juan de Lachas cuentan con espacios mejores que Guallupe, a esto puedo manifestar según lo observado que estos sectores cuentan con espacios similares a Guallupe por lo que es preferible que la empresa se establezca en dicho sector para ahorro de gastos como transporte.

6.-En su opinión de las siguientes alternativas, ¿cuál cree usted que es el ingreso mensual de una persona que trabaja en las labores agrícolas o ganaderas que se realiza en el sector?

Tabla 7 Pregunta 6 de la encuesta

Ingreso por persona	Número de respuestas	Porcentaje
200 a 300	46	58%
300 a 400	21	26%
400 a 500	12	15%
500 en adelante	1	1%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

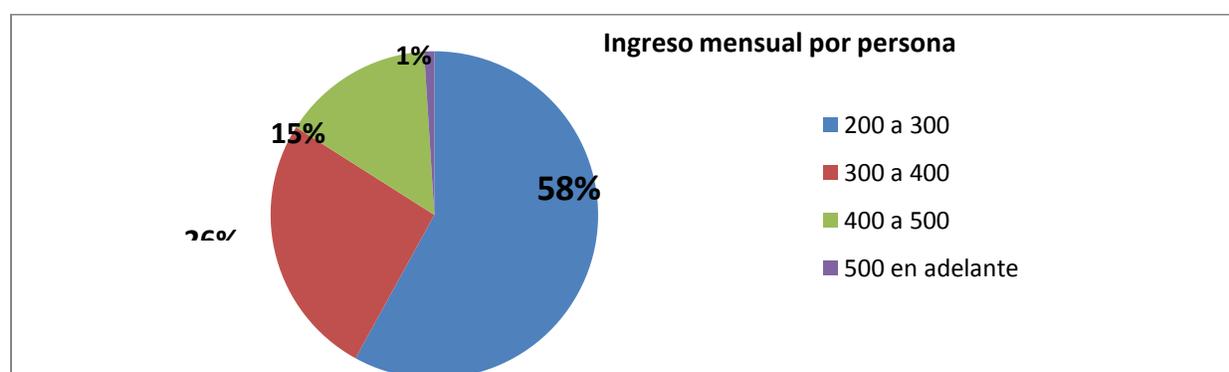


Gráfico 6 Pregunta 6 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

Según el resultado del gráfico se manifiesta que la gran mayoría de los moradores sector tiene ingreso de entre 200 a 300 dólares mensuales lo cual significa que no llegan ni siquiera a ganar el salario básico el cual es de 366 dólares. A dicho resultado puedo comentar que una empresa obligatoriamente tiene que pagar el salario básico lo cual significaría un aumento en el ingreso mensual de éstas personas ayudándoles de manera significativa en la manera de vivir.

7.- ¿Piensa que la creación de una microempresa ayuda a disminuir la cantidad de desempleados del sector?

Tabla 8 Pregunta 7 de la encuesta

Alternativa	Respuesta	Porcentaje
Sí	63	79%
No	17	21%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016



Gráfico 7 Pregunta 7 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

Observando el gráfico se puede resaltar la gran mayoría de los habitantes han afirmado que la micro empresa ayudaría directamente a tener una fuente de ingreso a las personas que están desempleadas así como también existiría la creación de otros negocios en vista de que las personas inmersas en dicha empresa como son proveedores, empleados, personas de otras empresas, buscarán satisfacer sus necesidades.

8.- ¿Estaría dispuesto a entregar su producción de guayaba en este proyecto de desarrollo?

Tabla 9 Pregunta 8 de la encuesta

Respuesta	Cantidad de habitantes	Porcentaje
Sí	70	88%
No	10	12%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

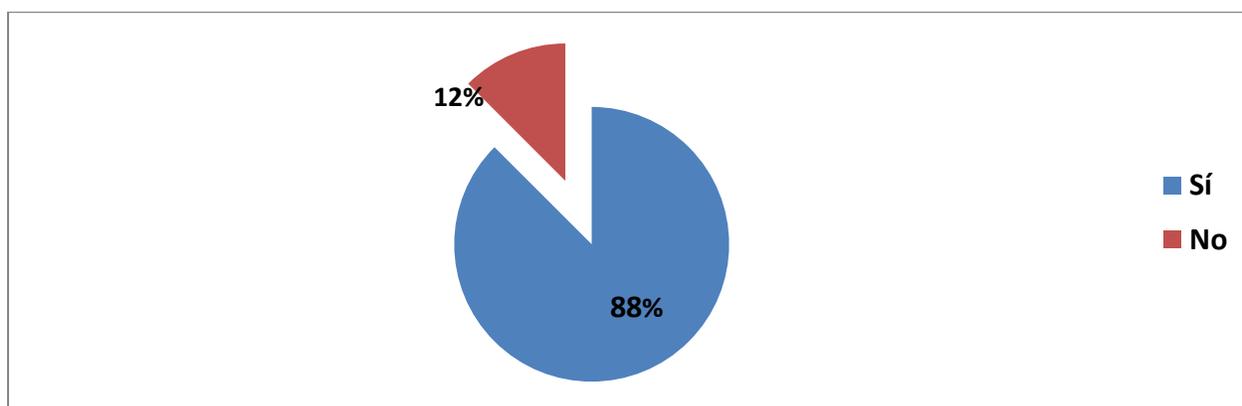


Gráfico 8 Pregunta 8 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

La mayoría de los pobladores han dicho que si estarían dispuestos a entregar su producción para el desarrollo del proyecto ya que les ocasionaría muchos beneficios económicos, debido a que su producto aumentaría considerablemente su comercialización.

9.- ¿Estaría dispuesto a dar facilidades de pago en la entrega de la guayaba?

Tabla 10 Pregunta 9 de la encuesta

Alternativa	Número de personas	Porcentaje de respuesta
Sí	70	87%
No	10	13%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016



Gráfico 9 Pregunta 9 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

La gran mayoría de los agricultores de guayaba estarían dispuestos a entregar su producto con facilidades de pago debido a que generalmente las empresas son muy buenos clientes de los proveedores que en este caso serían los agricultores, pero existe una pequeña cantidad de agricultores que no estarían dispuestos a dar facilidades de pago debido a la crisis económica que están atravesando donde no se pueden dar el lujo de permitir descuentos o pagos a largo plazo.

10.- ¿Estaría dispuesto a entregar directamente su producción donde se encuentra ubicada la planta?

Tabla 11 Pregunta 10 de la encuesta

Respuesta	Número de habitantes	Porcentaje de respuesta
Sí	70	88%
No	10	12%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

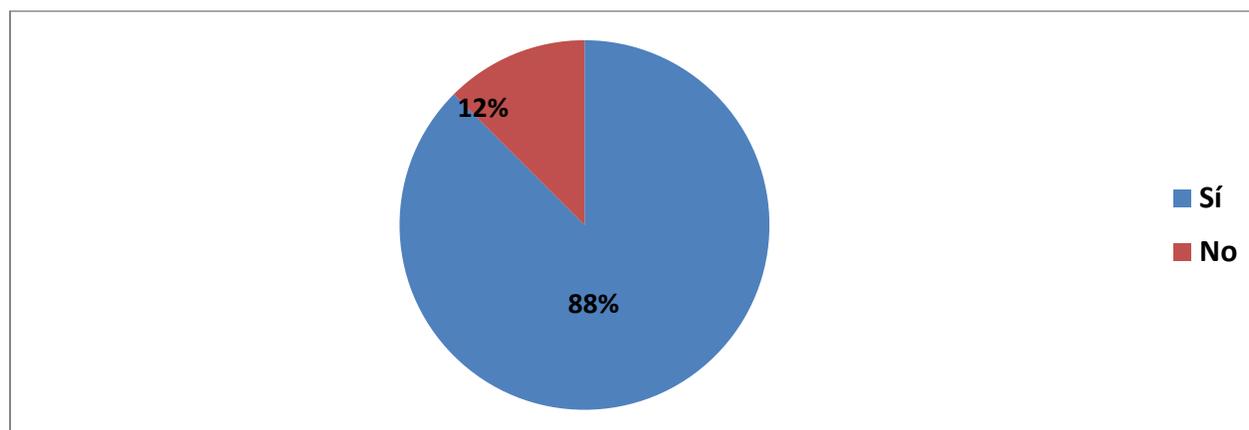


Gráfico 10 Pregunta 10 de la encuesta

Fuente: Encuesta dirigida a los habitantes del sector de Guallupe

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis:

Los pobladores en su mayoría han respondido afirmativamente en que estarían dispuestos a entregar su producto de manera directa donde se encuentra la planta porque la micro empresa beneficia directamente a los agricultores de guayaba en cuanto se refiere a mayores niveles de venta, lo cual significa que ellos pueden permitirse gastar en transporte debido a que las distancias son muy cortas, y por ende no ven que un gasto en el transporte les afecte en sus ganancias.

1.10. Entrevista

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad conocer sobre la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba.

Presidenta de la Tenencia Política de la parroquia La Carolina: Ing. María Elisa Manteca

¿Cree Ud. que el sector de Guallupe cuenta con los suficientes árboles de guayaba como para implementar un micro empresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba?

Yo pienso que Guallupe es un sector que cuenta con alrededor de 2 hectáreas de guayaba las mismas que pienso que son suficientes para utilizarse de mejor manera en una micro empresa.

¿Considera usted que los moradores del sector de Guallupe podrían trabajar en la microempresa?

Sí porque existe personas que no tienen empleo o sus ingresos son muy bajos en las labores agrícolas que realizan.

¿Cómo aprovecharía de mejor manera la gran cantidad de guayaba desperdiciada?

Los árboles de guayabas son aprovechados en forma muy reducida para el consumo personal de los habitantes del sector ya que las personas no han visto dicha fruta muchos beneficios económicos pero al ser una fruta silvestre que crece de manera natural en el sector existe en gran cantidad por lo cual se puede aprovechar en la elaboración de mermelada como es su caso, además de elaboración de jalea para que llegue al punto de la putrefacción frutas existentes.

¿Cuál sería su opinión acerca de la creación de una microempresa en el sector?

Una microempresa es una muy buena manera de aprovechar la gran cantidad de guayaba para que a su vez dicha fruta no se pudra debido a que se desperdicia en gran cantidad por los moradores por lo que a través de procesos de transformación se logra convertir dicha fruta en

mermelada la cual a su vez es envasada y por lo tanto tendrá mayor duración antes de llegar caducarse.

¿Cómo cree usted que los moradores acojan la creación de una microempresas?

Yo creo que dando a conocer de forma adecuada y simple los beneficios que lleva establecer una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba para la economía del sector.

¿Piensa que necesitaría capacitar a los moradores sobre las actividades que realiza la microempresa? . ¿Por qué?

Sí porque la gran mayoría de los habitantes del sector se dedican a la agricultura desde los 12 años por lo que no tienen conocimientos sobre los procesos que implican la producción de mermelada de guayaba, pero a su vez los moradores tienen la predisposición de aprendizaje.

¿Piensa usted que existe el espacio suficiente para implementar una microempresa en Guallupe?

Por supuesto que existe un gran espacio de terreno para establecer una micro empresa debido a que el sector es rural por lo que existe muchos espacios sin ocupar por parte de los moradores.

1.10.1. Análisis

Según la entrevista realizada a la Ing. María Elisa Manteca se ha analizado cada respuesta donde se ha comprobado que si es factible crear una microempresa en el sector de Guallupe por lo que beneficia a la economía del sector por lo que sus moradores si estarían dispuestos a colaborar en cada proceso que realice la microempresa. Además se detalla que el clima y el tipo de suelo es apto para que crezca los árboles de guayaba en condiciones muy buenas.

1.11. Matriz AOOR

Aliados	Oponentes
Agricultores del sector de Guallupe sembradores de guayaba.	Empresas competidoras posesionadas en el mercado dedicadas a la venta de mermelada.
Cooperativas	Empresas dedicadas a la venta de productos similares como el dulce de guayaba o a su vez mermeladas de otras frutas.
Transportistas	
Microcréditos que brinda el Gobierno para emprendimientos.	
Ministerio de Agricultura	
Oportunidades	Riesgos.
Condiciones agronómicas favorables para el cultivo	Catástrofes naturales que ocasionen pérdidas parciales o totales de los cultivos de guayaba.
Los servicios de infraestructura son aceptables para el desarrollo del proyecto.	Agricultores que se han aferrado a su forma de vida y no se arriesgarían a dar facilidades de pago.
Generación de nuevas fuentes de empleo para los habitantes del sector.	La situación financiera que atraviesa el país la cual es muy adversa hace que disminuya el poder adquisitivo de la demanda.
Facilidades de pago que estarían dispuestos a conceder los agricultores para el desarrollo del proyecto.	Cambios repentinos en el clima los cuales afectan al adecuado desarrollo del cultivo.
Los transportistas estarían dispuestos a entregar el producto directamente a la planta, lo que genera un gran ahorro en el costo del flete	

1.12. Determinación del Problema diagnóstico

Se logró verificar que existe una producción que no es totalmente aprovechada debido a la falta de conocimientos en cuanto se refiere a la preparación académica especializada en administración o carreras similares que ayuden a la formación de negocios en el sector, así mismo la falta de recursos por parte de los agricultores para invertir en un proyecto como una microempresa productora y comercializadora de mermelada de guayaba. Otra razón importante son las costumbres arraigadas de un pequeño grupo de los agricultores que se aferran a su manera de vivir y no sienten que quieren cambiar.

Los productores tienen la convicción de ayudar en los emprendimientos a través de créditos, entrega de mercadería en la planta, etc., las condiciones del sitio son adecuadas ya que tienen un clima apto para el crecimiento por lo que se observa que la guayaba crece de manera silvestre sin la necesidad de gastar mucho dinero en productos como fertilizantes, fungicidas, o productos de esa clase.

La falta de aprovechamiento de la producción de la guayaba causa desperdicio del producto ya que se vende en pequeñas proporciones lo que causa pérdida de dinero, malas condiciones de vida, baja autoestima en las personas, mal ambiente familiar.

Con estos antecedentes se verifica que se puede iniciar con el desarrollo del proyecto de estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba en el sector de Guallupe debido a que los procesos de la mermelada logran preservar por un buen tiempo los valores nutritivos de la fruta. Además los envases logran conservar dicho producto sin que se caduque.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1. Estudio de factibilidad

Según (Santos, 2008) El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran”.

Partiendo de este concepto puedo definir que un estudio de factibilidad es un proceso de estimaciones basadas en información previamente investigada a profundidad, la misma que sirve para realizar estudios técnicos como pueden ser financieros, económicos y de mercado según el tema lo requiera para finalmente llegar a la consecución del estudio debidamente realizado.

2.1. Componentes del estudio de factibilidad

2.1.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados, busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final. En los proyectos públicos, los esfuerzos se orientan hacia el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de la comunidad que se beneficia con el proyecto. (Flórez Uribe, 2010)

El estudio de mercado en lo que se refiere a proyectos privados tiene la función de ponderar los bienes y servicios de la entidad que obligatoriamente tiene que producir y vender para conseguir la satisfacción del cliente final. Además se debe señalar que en los proyectos públicos el estudio

de mercado sirve para encaminar los esfuerzos hacia el progreso de las condiciones económicas y sociales de la comunidad la cual es beneficiaria directa del proyecto.

2.1.2 Estudio técnico

En el estudio de mercado se obtiene la información que sirve de base para definir el tamaño del plan de negocio y su localización. La selección de la dimensión real óptima es fundamental en la cuantificación de las inversiones en el proyecto y en la proyección de sus costos operativos. (Flórez Uribe, 2010, pág. 49)

El estudio técnico es una investigación realizada a profundidad de cada uno de los factores que se encuentran inmersos en un proyecto por lo que ayuda a proyectar de manera más real y exacta los costos operativos como también la cantidad que se debe invertir para la ejecución del proyecto.

2.1.3. Conceptos básicos

2.1.3.1. Empresa

Su principal objetivo es determinar en base en los Estudios de Mercado (...), la viabilidad y /o éxito financiero del proyecto, es decir la posibilidad cierta de que se generen los beneficios económicos futuros de acuerdo con el comportamiento de los mercados y a las inversiones realizables para hacer del proyecto un negocio en marcha. (Reyes, 2014, pág. 83)

Luego de haber analizado el concepto anterior se puede decir que empresa es una organización que se encuentra conformada por talento humano y recursos materiales los cuales actúan conjuntamente dependiendo entre sí, donde existe diferencias entre los mismos, por lo que se toma decisiones de forma conjunta y democrática al momento de responder a una situación.

2.1.3.2. Importancia

(Münch, 2010, pág. 188) Múltiples ventajas demuestran la trascendencia de las empresas, entre las más importantes, es posible destacar:

- Crear fuentes de trabajo
- Satisfacen las necesidades de la comunidad al producir bienes y servicios socialmente necesarios.
- Promueven el desarrollo económico y social al fomentar la inversión.
- Son una fuente de ingresos para el sector público mediante la recaudación de impuestos.
- Propician la investigación y el desarrollo tecnológico.
- Propician rendimientos a los inversionistas

Las empresas son muy importantes ya que logran crear nuevas fuentes de empleo lo cual ayuda a la sociedad ya que ayudan en su economía mejorando su forma de vivir. También podemos reflejar que las personas inmersas en la entidad se encuentran motivadas ya que sienten que colaboran con la colectividad ya sea ayudando en el proceso de producción o brindando un servicio.

Además las empresas son necesarias porque sirven para el progreso de la economía y mejora las condiciones de la sociedad, así mismo otros inversionistas se encuentran motivados a poner su dinero lo que genera crecimiento en la entidad.

Se debe manifestar que antes de la creación e inversión de un negocio se tiene realizar un estudio previo para obtener una idea de cómo se va desarrollar dicho negocio, es decir reflejar la mejor manera de obtener utilidades.

2.1.4. Microempresa

Una pequeña empresa no necesariamente debe ser propiedad de una sola persona, ya que la condición de propiedad puede ser interpretada de muchas maneras donde se incluyen los accionistas mayoritarios. (Anzola Rojas, 2010)

La microempresa es considerada como propiedad de una persona o a su vez pueden existir varios accionistas tal como cualquier otra organización, sino que se le llama microempresa por su tamaño, capital con el que cuenta y número de empleados.

2.1.4.1. Concepto Jurídico

(Barrera, 2001) La Cámara Nacional de Microempresa define como "unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho; formales o informales, que tienen las siguientes características:

- Que se dedica a la producción, servicios, y/o comercio;
- Que va desde el autoempleo o que tiene hasta diez trabajadores.
- Que su capital de operación va desde 1 hasta 20 mil dólares, libre de inmuebles y /o vehículos.
- Que se encuentra registrada en la cámara de Microempresas de su jurisdicción"

Se observa que el capital deber de 1 hasta 20.000 dólares libres de inmuebles donde también no se incluyen a los vehículos.

Analizando el concepto jurídico para establecer una microempresa se detecta que el sector de Guallupe reúne las características específicas necesarias requeridas para establecer la pequeña empresa.

La microempresa debe estar registrada por la cámara de microempresas según sea su procedencia.

2.1.5. Modalidades de la Constitución Empresarial

Según la Ley de Compañías, en su codificación establece las siguientes modalidades de constitución empresarial:

- Compañía en nombre colectivo.
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- Compañía en Responsabilidad Limitada.
- Compañía Anónima.
- Compañía de Economía Mixta
- Compañía Accidental o Cuentas en Participación.

La ley de compañías las empresas se clasifican en compañías en nombre colectivo, compañía en comandita simple y dividida por acciones, compañía en responsabilidad limitada, compañía anónima, compañía de economía mixta y compañía accidental o cuentas en participación.

Además las organizaciones siempre tienen que respetar las leyes impuestas por la ley de compañías ya que dicha ley es la que rige todo aspecto que estén involucradas las actividades que realicen las empresas.

2.1.6. Legislación de la Empresa

(Raquel Campo Arranz, 2014, pág. 20) La relación laboral que se establece entre una empresa y los trabajadores vinculados a ella queda referenciada en un contrato laboral. De dicha relación surge una serie de compromisos mínimos que la empresa tiene con sus trabajadores y viceversa.

La relación laboral es el vínculo que existe entre los empresarios y los trabajadores donde ambas partes están relacionadas directamente y están obligadas a cumplir ciertos parámetros para lograr el objetivo común que tiene la organización.

2.1.7. Contrato de Trabajo

(Raquel Campo Arranz, 2014, pág. 25) Un contrato es un documento donde se especifica el acuerdo entre empresario y trabajador y en el que fijan una serie de determinados servicios prestados por el empleado que corren por cuenta del empresario y bajo su dirección a cambio de retribución.

Un contrato de trabajo es el documento donde se especifica un convenio entre empresario y trabajador quien debe cumplir ciertas obligaciones y responsabilidades asignadas a cambio de retribuciones otorgadas por el empresario según lo establece la ley.

Proceso Administrativo

Según los autores (Robbins & Coulter, 2010, pág. 8) el proceso administrativo es el siguiente:

- **Planeación.-** Función administrativa que involucra definir objetivos, establecer estrategias, para lograr dichos objetivos, y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades.
- **Organización.-** Involucra acordar y estructurar el trabajo para cumplir los objetivos de la organización.
- **Dirección.-** Involucra trabajar con personas y a través de ellas cumplir los objetivos organizacionales.
- **Control.-** Implica dar seguimiento, comparar y corregir el rendimiento laboral

El proceso administrativo se refiere a las etapas que están inmersas para liderar una entidad en el camino ideal.

La planeación se refiere a las funciones que se deben implementar tales como establecer objetivos, estrategias, para conseguir dichos objetivos, y desarrollar planes para integrar y coordinar actividades.

La organización comprende la realización de estructuras estableciendo jerarquías con las respectivas funciones con la finalidad de cumplir con los objetivos.

La dirección incluye el trabajo con personas donde por medio de las mismas se logra la consecución de los objetivos comunes de la organización.

El control se refiere a monitorear todas las actividades inmersas en los procesos de la organización mediante un seguimiento, comparación y corregir las falencias en el rendimiento de los trabajadores.

2.2. Mermelada

(Espasa-Grand, 2016)f. Conserva de fruta cocida con azúcar o miel:

La mermelada de frutas es un producto de consistencia pastosa o gelatinosa que se ha producido por la cocción y concentración de frutas sanas cambiándolas con agua y azúcar. La elaboración de mermeladas es hasta ahora uno de los métodos más comunes para conservar las frutas y su producción casera es superior a la producción hecha masivamente.

2.2.1. Origen

(Alvarez Icaza, 2011)Nicolás Appert (* Châlons-en-Champagne 17 de noviembre de 1749 – Massy 1 de junio de 1841) fue un maestro confitero y cocinero francés inventor del método de preservación hermética de los alimentos. Fundó la primera fábrica comercial de conservas en el mundo. ...)

En aquella época, Francia desarrollaba su política de llevar los derechos de la República a toda Europa. Sus ejércitos requerían disponer de alimentos que no se alteraran durante el tiempo que duraban las largas campañas bélicas. Para ello se estableció un premio en metálico (12.000 francos) al que encontrara un procedimiento de conservación de alimentos. El maestro confitero Nicolás Appert consiguió este premio en 1810 después de 14 años de experimentación

El origen de la mermelada se remonta al siglo XVIII en el año de 1810 después de Cristo en Francia, país el cual estaba atravesando una guerra donde sus ejércitos requerían de alimentos que no se descompongan rápidamente por lo que un inventor llamado Nicolás Appert creó el método de conservación hermética de alimentos y así mismo fundó la primera fábrica de conservas en el mundo.

2.2.2. Características de una buena mermelada:

(Bernácer, 2016) Las principales características son su bajo contenido en grasas y proteínas, y su alto porcentaje de azúcares sencillos. No olvidemos que una vez cocinadas, unas 2/3 partes de la mezcla final que la componen es azúcar. Sin embargo no se trata de productos excesivamente calóricos.

Resaltando el concepto anterior se menciona que las mermeladas están compuestas gran cantidad de azúcares, bajo nivel de grasas y proteínas pero se ha comprobado que no son producto que contengan demasiada cantidad de calorías siempre y cuando se las prepare de la manera adecuada para el consumo de la sociedad, eso sí se debe mencionar que es mejor que las personas que sufren de diabetes no la consuman o la consuman con las debidas precauciones.

2.2.3. Fruta

(Definición ABC, 2016)Entendemos por fruta a todos aquellos productos comestibles que se obtienen de plantas cultivadas o de árboles silvestres, que se caracterizan por ser extremadamente dulces y por contar con una variedad importante de colores, sabores, tamaños y texturas de un caso a otro. Normalmente se la ingiere como postre por el dulzor que mencionamos ostentan y dependiendo de las preferencias del consumidor puede cocinarse o consumirse fresca.

Una fruta se comprende como todos los productos que se pueden consumir y son obtenidos de una planta que puede ser cultivada por el hombre o un árbol que puede crecer de manera silvestre, dichos productos contienen un sabor muy dulce, pueden variar en tamaño, color y sabor. Generalmente se las consume como postre por lo dulce de su sabor. Además dependiendo de los gustos del consumidor se pueden cocinar o comer en su estado natural.

2.2.4. Guayaba:

(Margarita Perea Dallos L. P., 2010, pág. 306) La guayaba es un árbol de porte mediano; sin embargo, puede alcanzar hasta 12 m de altura; el promedio es de 3 a 5 m. Para lograr el cambio del porte y el desarrollo general de la planta se practican las podas periódicas y la fertilización, lo cual permite una producción constante durante el año.

La guayaba es un árbol de mediano tamaño que oscila entre los tres hasta cinco metros en promedio. Además se debe podar frecuentemente, así como fertilizar lo que logra una producción permanente durante todo el año.

2.2.5. Composición nutricional

(Margarita Perea Dallos L. P., 2010, pág. 309)(...) La guayaba puede tener hasta 1.160 mg por 100 g de fruta fresca. Cada 100 gramos contienen, entre otros compuestos, 0,9g de proteína, 0,1 g de grasa, 15 mg de calcio, 22 mg de fósforo, vitamina A, riboflavina, niacina, y hierro, así como ácido láctico, málico, galacturónico, glicólico y fumárico. Las guayabas contienen dos a cinco veces más vitamina C que el jugo de naranja...

La guayaba es la reina de las frutas porque es la que cuenta con mayor cantidad de vitaminas que las demás, así mismo contiene otros elementos como la riboflavina, niacina, hierro, ácido láctico, málico. Galacturónico, glicólico y fumárico.

Además se puede decir que todas estas propiedades han reflejado que la guayaba con tiene muchos beneficios para la salud humana así como contrarresta muchas enfermedades.

2.2.6. Procesamiento de la mermelada

2.2.6.1 Etapas del procesamiento de la mermelada en general

- **Recepción:** consiste en cuantificar la fruta que entrará a proceso. Esta operación debe hacerse utilizando recipientes adecuados y balanzas calibradas y limpias.

En la etapa de la recepción se realiza el conteo de la cantidad de frutas que ingresan al proceso. Este acto debe realizarse utilizando recipientes idóneos para el almacenamiento así como también balanzas calibradas y limpias.

- **Selección:** se elimina la fruta que no tenga el grado de madurez adecuado o presente pudrición o magulladuras.

La etapa de selección se escoge la fruta que se encuentre lo suficientemente madura y a su vez no tenga ningún grado de putrefacción ni presente rasguños, raspones o cosas que impidan su utilización en el proceso de la mermelada.

- **Lavado:** se hace para eliminar bacterias superficiales, residuos de insecticidas y suciedad adherida a la fruta. Se debe utilizar agua clorada.
- **Escaldado:** se pone la fruta en agua a 95 centígrados durante 8 minutos, para eliminar microorganismos, fijar el color y ablandar los tejidos de la fruta, optimizando la extracción de la pulpa.

En la etapa de escaldado se pone el agua a 95 centígrados en tiempo de 8 minutos con la finalidad de eliminar los microorganismos, establecer el color y ablandar los tejidos de la fruta y a su vez optimizar la extracción de la pulpa.

- **Extracción de la pulpa:** Se hace con la ayuda de un despulpador de malla fina para evitar el paso de las semillas. Si no se dispone de este aparato se puede emplear una licuadora, en este caso debe utilizarse un colador para separar la fibra y las semillas.

La etapa de extracción de la pulpa se refiere a que con un despulpador de malla fina se impida el paso de las semillas pero si no se tiene este aparato se debe emplear una licuadora, en dicho caso debe usarse un colador para apartar la fibra y las semillas.

- **Formulación:** Se pesa la cantidad de pulpa obtenida para determinar el rendimiento de extracción y para calcular la cantidad de azúcar y ácido necesarias. La guayaba contiene suficiente cantidad de pectina por cuanto no hace falta usar pectina cítrica.

La formulación es una etapa en la cual se pesa el número de pulpa obtenida para determinar el rendimiento de extracción y para calcular la cantidad de azúcar y ácido necesario.

- **Cocción:** Se pone en la marmita la pulpa y una tercera parte del azúcar y se inicia la cocción a fuego moderado y agitando con regularidad para que la mezcla no se quemee. Una vez que se alcanza el punto de ebullición se agrega el resto de azúcar y se continúa la cocción hasta que se alcancen 65 centígrados Brix. En este punto se quita el calor y se agrega el ácido cítrico, el cual se disuelve previamente con poco agua. Se toma una muestra de la mermelada, se enfría hasta 25 grados centígrados y se mide el ph, el cual debe encontrarse entre 3.0 y 3.5. De ser mayor a 3.5 se debe agregar una cantidad extra de ácido hasta alcanzar el valor óptimo.

- **Envasado:** El envasado puede hacerse en frascos de vidrio, en envases plásticos o en bolsas. En el caso de usar frascos, éstos deben ser previamente esterilizados con agua hirviendo por 10 minutos y los envases de plástico se deben clorar. La temperatura de llenado no debe bajar de 75 centígrados. Si el llenado se hace en envases plásticos, éstos

se tapan y se colocan en un lugar fresco y seco para su enfriamiento, el cual tardará al menos 12 horas; para asegurarse que todo el lote está frío y haya gelificado se debe dejar en reposo por 24 horas.

- **Pasteurizado:** Cuando el llenado se realiza en frascos, la mermelada se debe pasteurizar para garantizar que el producto tenga vida útil larga. Para ello se colocan los frascos con las tapas cerradas en un baño maría y se calientan a 95 centígrados durante 10 minutos. Al finalizar este proceso se sacan del baño maría y se enfrían gradualmente, primero en agua tibia y luego en agua fría para evitar un choque térmico que puede quebrar los frascos.

El pasteurizado es una etapa en la cual consiste cuando el llenado se hace en frascos, la mermelada se tiene que pasteurizar para garantizar que el producto logre alcanzar una larga vida útil.

- **Etiquetado:** La etiqueta se pega cuando los envases estén fríos y se haya verificado la gelificación de la mermelada.
- **Embalaje y Almacenamiento:** El embalaje se hace en cajas de cartón y se almacenan en lugares secos, ventilados y limpios.

Extraído de: (Alcivar Santana Leticia Monserrate, 2011).

2.2.7. Calidad de la mermelada

- **Control de Calidad**

En la materia prima la fruta que entra a proceso debe estar libre de golpes, o partes podridas y que el grado de madurez debe ser el adecuado.

- **En el proceso**

Controlar el punto final de la mermelada (Brix), así como el ph. Se debe evitar que el producto hierva en exceso porque se forma espuma que le da mala apariencia a la mermelada y también disminuye el rendimiento.

- **En el producto final**

La mermelada debe cumplir con las siguientes especificaciones:

Brix 65- 66

pH 3.0- 3.5

Consistencia: gel firme al volcar el envase, pero suave al untar.

Color: café rojizo. No se debe usar color artificial.

Para un mejor control del producto deje muestras almacenadas por varios para evaluar la vida útil. La presencia de abombamiento en las tapaderas de los frascos, indica que el producto se ha descompuesto, y que no debe consumirse.

- **Reglas Sanitarias**

- El producto debe cumplir con todas las normas previstas y publicadas por el Food and Drug Administration FDA , en especial las correspondiente a las reglas generales de:
- Nutrition Labeling and Education Act (NL and E Act)
- Fair Packaging and Labeling Act (FPL and Act)
- Reglas Básicas de Producción (GMP)
- Estándares regulados
- Líquido utilizado claro
- Ausencia de olores o sabores extraños.

- Buena consistencia y textura del producto.
- Ausencia de pulpa con manchas.
- Cumplimiento de normas sobre las etiquetas utilizadas

Extraído de: (Alcivar Santana Leticia Monserrate, 2011)

2.3. Marketing

(McDaniel, 2011, pág. 3)El marketing es la actividad, el conjunto de instituciones y los procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los clientes, los socios, y la sociedad.

El marketing es la ejecución de actividades que reúne procesos los cuales sirven para generar un valor agregado en la forma dar a conocer los productos o servicios a los clientes o consumidores, dicha forma de entregar la oferta es de vital importancia para captar la atención de los clientes, lo cual permite obtener mayores ventas y a su vez ganancias.

2.3.1. Segmentación de mercado

Se define como el proceso de dividir el mercado total para un producto en particular o una categoría de productos en segmentos o grupos relativamente homogéneos. (O.C. Ferrell, 2012, pág. 167)

La segmentación de mercado ayuda a clasificar los productos con otros similares así mismo con la demanda donde se ubica por rangos a los habitantes.

2.3.2. Oferta

No es fácil estimar la oferta en un plan de negocio determinado, por cuanto la información generalmente se encuentra en poder de las empresas competidoras. Una forma de tener rápido conocimiento de la oferta de los productos, es la observación del número de empresas que compiten en el mercado, identificando si son empresas monopolísticas, oligopolísticas o si existen muchos competidores.(Flórez Uribe, 2010, pág. 43)

La oferta solo es posible identificar a partir de la observación directa de la cantidad de empresas involucradas en el mismo tipo de negocio con la comercialización de productos similares características. Se puede estimar la oferta por medio de investigaciones en el mercado.

2.3.3. Demanda

La demanda de productos de consumo es muy diferente a la de mercado de negocios. A diferencia de la primera, la demanda de negocios es derivada, inelástica, conjunta y fluctuante. (McDaniel, 2011, pág. 243)

La demanda se divide en demanda de mercado y demanda de mercado, la demanda de mercado estudia a profundidad las personas mientras que la demanda de negocios se refiere a las organizaciones.

2.3.4. Producto

(McDaniel, 2011, pág. 337) Se puede definir como todo aquello propicio o adverso, que una persona recibe en un intercambio puede ser un bien o un servicio.

Se puede añadir que el producto es el bien o servicio ofertado por el vendedor y adquirido por el comprador al momento de realizar un intercambio a términos monetarios.

2.3.5. Plaza

(McDaniel, 2011, pág. 48) Se ocupan de colocar los productos a la disposición del cliente en el momento y el lugar donde lo quiere. La meta es asegurarse de que los productos lleguen en condiciones de uso a los lugares asignados siempre que se necesiten.

Plaza es el sitio donde se ubican los productos estratégicamente analizados previamente con la finalidad que cliente disponga de los mismos.

2.3.6. Precio

(McDaniel, 2011, pág. 629) Es lo que se da en un intercambio para adquirir un producto o servicio. El precio desempeña dos roles en la evaluación de las alternativas del producto; tanto una medida del sacrificio como una indicación de la información.

Al concepto anterior se agrega que precio es un indicador de información sobre el producto donde se estudió dos aspectos antes de poner dicha información, el sacrificio que se necesitó para realizar el producto como también el costo de la materia prima.

2.3.7. Promoción

(McDaniel, 2011, pág. 48) Incluye publicidad, relaciones públicas, promoción de ventas y venta personal. La promoción es lograr intercambios mutuamente satisfactorios con los mercados meta, informando, educando, convenciendo, y recordándoles los beneficios de una organización o producto.

Se debe añadir que la promoción es una estrategia que tiene como fin captar la atención de los mercados meta a través de la información, educación y sobre todo el poder de convencimiento donde se les recuerda de manera creativa y dinámica los beneficios de una entidad o producto.

2.3.8. Distribución del producto

Luego de identificar las necesidades del cliente o consumidor y desarrollar un producto que las satisfaga, es indispensable determinar cómo hacer llegar los productos al mercado. (Anzola Rojas, 2010, pág. 160)

Partiendo del concepto se resalta que la distribución del producto es muy importante ya que determina las necesidades del cliente o consumidor y logra satisfacerlas en el desarrollo del producto el cual tiene las características similares al gusto de los clientes previamente estudiadas.

2.3.9. Competencia

(McDaniel, 2011, pág. 647) Por supuesto, la competencia varía durante el ciclo de vida del producto, de manera que en ocasiones puede afectar en gran medida las decisiones de fijación de precios. Aunque una empresa puede no tener ninguna competencia en un principio, los precios altos que establece a la larga pueden introducir a otra empresa al mercado.

La competencia ayuda a describir las fases desde el inicio hasta el momento de la comercialización del producto donde se observa las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas que tiene la empresa y por ende su producto.

También se señala que una organización no puede contar con ninguna habilidad o destreza en que se destaque es decir competencia en el inicio de sus vida empresarial pero en el transcurso del tiempo puede ser competitiva así mismo llegando a tener precios altos en su producto puede introducir a otras entidades en el mercado.

2.3.11. Etiqueta

(Ruiz, 2011, pág. 70) Lleva impreso el nombre del producto, en ella se expresa la cantidad y tipo de producto, sus características específicas, fecha de vencimiento, nombre del fabricante, datos de contacto, entre otros.

La etiqueta se refiere a las especificaciones escritas requeridas para la comercialización de un producto como son la fecha de vencimiento, nombre del fabricante, número telefónico, cantidad de gramos o litros según lo que contenga el producto y otros datos que se considere necesarios.

2.3.12. Empaque

(Ruiz, 2011, pág. 70) Se definen las mismas características de la etiqueta y otras adicionales como cuidados y prevenciones, tipo de almacenamiento, exportadores e importadores.

El empaque se trata de la acción de almacenar un producto, el cual antes debe estar etiquetado adecuadamente según las especificaciones requeridas para su venta al público. En el empaque se debe precautelar el estado del producto para distribuirlo posteriormente.

2.3.13. Envase

(Galindo Ruiz, 2011, pág. 71) En él se almacena el producto, su fin es el de preservarlo, mantenerlo, almacenarlo hasta su consumo final.

La etapa de envasado es cuando el producto debe ser almacenado en un lugar acorde a las características del mismo para poder conservarlo de mejor manera hasta el momento de su distribución para llegar al consumidor final.

2.3.12. Comercialización:

(Amstrong, Kotler, Jesús, & Pintado, 2011, pág. 207) La prueba de mercado da a los directivos la información necesaria para decidir si lanzar definitivamente un producto nuevo al mercado.

La comercialización es el paso final tras el proceso de transformación del producto donde se observa en dicho paso si dio buenos resultados el producto o a su vez existió pérdidas.

2.3.12. Ciclo de vida de un producto:

(Griffin, 2011, pág. 246) El ciclo de vida del producto es un modelo que muestra cómo cambia el volumen de las ventas durante la vida de los productos.

Es una guía donde se da a conocer cómo varía la cantidad de ventas durante el ciclo de vida en la comercialización de los productos pertenecientes a cualquier tipo de empresa sin importar su tamaño.

2.3.12.1. Introducción

(Griffin, 2011, pág. 246)(...) La demanda puede ser muy alta y en ocasiones excede la capacidad de la empresa de suministrar el producto. En esta etapa los gerentes deben enfocar sus esfuerzos en “llevar el producto fuera de sus puertas”.

La etapa de introducción del producto consiste en concentrar los esfuerzos con la finalidad de cubrir las necesidades de la demanda brindando un producto de calidad que logre cumplir con las expectativas del cliente.

2.3.12.2. Crecimiento

(Griffin, 2011, pág. 246) Durante la etapa de crecimiento, más empresas comienzan a fabricar el producto y las ventas continúan su crecimiento.

La etapa de crecimiento del producto se refiere al aumento de ventas donde se encuentra un trabajo más laborioso por parte del área de distribución de la organización.

2.3.12.3. Madurez

(Griffin, 2011, pág. 247) Durante esta etapa de madurez, el crecimiento general de la demanda de un producto empieza a desacelerarse y el número de nuevas empresas que fabrican el producto empieza también a disminuir, al igual que el número de empresas establecidas que fabrica el producto.

La madurez es la fase en la cual el crecimiento de la demanda de un producto cualquiera que este sea empieza a llegar al tope, lo que significa que no crece más por lo que el número de nuevas entidades que fabrican dicho producto se reducen así como la cantidad de entidades ya constituidas que elaboraban el producto antes mencionado.

2.3.12.4. Declinación

(Griffin, 2011, pág. 247) En la etapa de declinación, la demanda del producto o tecnología disminuye, al igual que el número de organizaciones que fabrica el producto. La demanda disminuye porque todos los que estaban interesados en comprar un producto en particular ya lo han hecho.

La declinación es una etapa en la cual consiste que la demanda de un producto o tecnología se ve reduce así como también la cantidad de empresas que fabrican dicho producto. La demanda empieza a reducir debido a que todos los clientes que estaban interesado en la adquisición del producto antes mencionado ya lo han adquirido por lo que no tienen la necesidad de comprar el mismo producto de nuevo.

2.3.13. Macro-localización

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto (Meza, 2013, pág. 63)

Se refiere a aspectos nacionales y sociales, donde se observa en las condiciones regionales de la oferta y la demanda así como la infraestructura ya existente, por lo que se tiene que mostrar con un mapa del país, región, según sea el área en la cual se encuentra inmersa y a su vez influye el proyecto.

2.3.14. Micro-localización

La micro localización abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.).

Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización. (Meza, 2013, pág. 63)

Se refiere a la investigación y comparación de los elementos del costo así como también el estudio de los costos por cada variable. Además se tiene que mostrar el lugar exacto donde se encuentra el proyecto a través de un plano de la ciudad, reflexionando sobre las variables antes escritas describiendo detalladamente los costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales y otras más. También se elabora un estudio a nivel de perfil donde se debe identificar la zona donde pertenece el proyecto.

2.4. Ingeniería del proyecto

2.4.1. Tecnología

(Münch, 2010, pág. 288)La evolución tecnológica e industrial se caracteriza por los avances en el conocimiento científico y su aplicación a las actividades productivas. La matemática y las experiencias de laboratorio se convierten, progresiva pero inexorablemente, en el fundamento de la técnica, y, en consecuencia el avance empresarial.

La tecnología ha ido creciendo refiriéndose a su evolución en cuanto se considera los adelantos especificándose el intelecto científico y a su vez la ejecución en actividades productivas. Las ciencias como la matemática así como las experiencias de laboratorio han logrado convertirse en la base de la técnica por lo que han ocasionado un gran adelanto en las empresas.

2.4.2. Planta y equipo

(Münch, 2010, pág. 289)La última década se ha caracterizado por mejoras notables de la productividad y de los procesos de fabricación, lo que ha originado la disminución de los costos y aumentos en la calidad de producción.

Los avances considerables en la productividad y en los procesos inmersos en la fabricación han sido hechos que se han destacado en la última década y han llegado a causar un efecto positivo para los procesos de las organizaciones específicamente la reducción de los costos y acrecentando la calidad de la producción.

2.5. Presupuesto

(Münch, 2010, pág. 47) Los presupuestos implican una estimación del capital, de los costos, de los ingresos y de las unidades o productos requeridos para lograr objetivos.

Los presupuestos se calculan de acuerdo con los pronósticos y datos numéricos de los resultados obtenidos con anterioridad en la empresa.

2.5. Inversión:

(...) Es la base de progreso y de los logros de esta y, por lo tanto, es necesario desarrollar conceptos, métodos y herramientas específicas y decidir sobre la mejor forma de ejecutarla. (Varela, 2010, pág. 4)

La inversión se la fundamenta en los logros alcanzados así como los conceptos, métodos e instrumento detallados donde se toma las decisiones la manera más idónea de ejecutarla.

2.5.1. Costos Operacionales

Los gastos de operaciones están conformados por los gastos administrativos y gastos de venta, la proyección de estos gastos son muy subjetivos y dependerá de las estrategias y políticas de la gerencia de la compañía o propietario del proyecto. (Sequeda Reyes, Finanzas corporativas y valoración de las empresas, 2011, pág. 92)

Gastos operacionales son los que se encuentran formados por los gastos administrativos, gastos de venta, la proyección de dichos gastos son muy relativos y viven en cuenta de las estrategias y las políticas de los miembros de la gerencia de la organización o a su vez del dueño del proyecto.

2.5.1.1. Costo de producción

(Flórez Uribe, 2010, pág. 83) En la estructura de los costos de producción se debe tener en cuenta los costos de fabricación que son asociados en forma directa a la producción del bien o servicio, los gastos operativos, tanto de administración como los de ventas y los gastos financieros ocasionados por los créditos recibidos.

Los costos de producción deben considerar obligadamente los costos de fabricación los cuales son relacionados directamente al proceso de producción de un bien o servicio, además los gastos operativos como los de administración y los de venta así como también los gastos financieros que son ocasionados por los créditos recibidos.

2.5.1.2. Gastos administrativos

(Ramírez Padilla, 2013, pág. 31) Son los que se originan en el área administrativa. Por ejemplo, los sueldos del personal administrativo, los gastos de las oficinas generales como teléfono y energía, etcétera.

Los gastos administrativos son aquellos que son parte de las áreas vinculadas a la administración como son los sueldos del personal administrativo, los gastos de las oficinas generales como teléfono, impresiones, luz eléctrica, servicio de internet, etcétera.

2.5.1.3. Gastos de ventas

(Ramírez Padilla, 2013, pág. 31) Son los que se incurren en el área de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final; por ejemplo, publicidad, comisiones, sueldos de personal del departamento de venta, estudios de mercadotecnia, etcétera.

Los gastos de ventas consisten en trasladar el producto desde la organización hasta llegar a su destino como es el cliente final o a su vez otros puntos de venta que se encargan de comercializar el producto como es el caso de mini mercados, supermercados en el caso de elaborar productos

como son los víveres, ejemplos de gastos de venta son la publicidad, comisiones, sueldos del personal encargado del departamento de venta, estudio de marketing, etcétera.

2.5.1.4. Gastos financieros

(Ramírez Padilla, 2013, pág. 31) Son los que se originan por el uso de recursos ajenos, que permiten financiar el crecimiento y desarrollo de las empresas. El mejor ejemplo de este tipo de costos es el gasto por interés que tiene una compañía por los créditos que se le han otorgado.

Los gastos financieros son los que son ocasionados del uso de recursos ajenos los cuales permiten financiar el crecimiento y progreso de las organizaciones. Para aclarar dicho concepto un ejemplo claro es el gasto de interés que tiene la entidad por créditos que le han otorgado otras organizaciones generalmente financieras como son bancos, cooperativas las cuales se sostienen de esta manera, pero también pueden ser créditos de otro tipo de instituciones que han hecho un contrato con la entidad necesitada del crédito.

2.5.2. Depreciaciones

(Ramírez Padilla, 2013, pág. 344) La depreciación no es un flujo negativo, es un costo no desembolsable.

La depreciación significa que los costos son no desembolsables a medida que el tiempo pase en activos fijos de la empresa como son computadora, vehículos, bienes inmuebles, los cuales van reduciendo su valor a conforme pasa el tiempo.

2.5.3. Estado de situación financiera

El estado de situación financiera, es un balance contable que se lo realiza para la situación económica actual de la entidad, empresa o institución, en una fecha determinada. Esto nos permite determinar cómo se manejan las actividades económicas de la empresa a una fecha determinada. (Galindo Ruiz, 2011, pág. 141)

El estado de situación financiera es un balance contable el cual se elabora para determinar la situación económica actual de la organización, entidad o institución en una fecha específica; lo cual permite conocer cómo se realizan las actividades económicas de la entidad estableciendo fechas.

2.5.4. Estado de resultados

Refleja el movimiento operacional de la empresa en un período determinado, involucra los ingresos operacionales (ventas) y los ingresos no operacionales (intereses recibidos, deudas de terceros, ventas de activos, etc.) (Galindo Ruiz, 2011, pág. 145)

El estado de resultados muestra las maneras de cómo han sido realizadas las operaciones en la organización en un período de tiempo establecido, donde se ven inmersos los ingresos operacionales como son las ventas y los ingresos no operacionales como son los intereses recibidos, deudas de terceros, ventas de activos, etcétera.

2.5.5. Flujo de caja

(Galindo Ruiz, 2011, págs. 146-147) Este estado financiero se conoce también como flujos de fondos, en él se reflejan los movimientos de efectivo realizados en un período determinado.

El flujo de caja es un estado financiero donde se muestran como han sido realizados los movimientos de dinero en períodos de tiempo determinados.

2.5.6. Evaluadores financieros

2.5.6.1. VAN

El Valor Actual Neto (VAN) no es más que el neto de una inversión propuesta, por lo que se resta de los flujos de caja libre descontados, la inversión que se realizará en el presente. Esos flujos de caja libre no son más que el valor actual (VA)

$$VA = FCL1 + FCL2 + FCLn$$

$$(1+i)^1 \quad (1+i)^2 \quad (1+i)^n$$

(Reyes, 2014, pág. 96)

El Valor Actual Neto (VAN) es el acto de restar los flujos de caja descontados de la inversión actual, lo cual genera una diferencia denominada inversión neta.

2.5.6.2. TIR

La TIR en el caso de los proyectos de inversión es aquella tasa de descuento que hace al VAN= 0. Es otro de los factores de análisis del proyecto que nos indica principalmente cuan rentable es un proyecto. Cuando se iguala el VAN a cero (0), la tasa que resulta nos dará un indicador de qué pronto será el tiempo de recuperación. (Reyes, 2014, pág. 99)

Partiendo del concepto anterior se manifiesta que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es una tasa de descuento que iguala a cero el valor actual neto (VAN), lo que significa el tiempo que se necesitará para recuperar la inversión y que tan beneficioso es en términos monetarios el proyecto.

2.5.6.3. Costo beneficio

Los ingresos y ahorros que se derivan del desarrollo de un proyecto en cuestión también se calculan en un período de tiempo de manera que el cálculo coste beneficio normalmente siempre se calcula con una dimensión temporal. (Raquel Campo Arranz, 2014)

Los ingresos y los ahorros son el resultado de un proyecto donde se resuelve en un período de tiempo de forma que se refleje el costo beneficio con una dimensión temporal.

2.5.7. Período de recuperación de la inversión

El período de recuperación consiste en determinar los flujos netos del proyecto anualmente (ingresos generados en efectivo menos todos los gastos relativos, también en efectivo) y traerlos a valor presente a una tasa de descuento igual al costo ponderado del capital de la empresa

(WACC). De ahí se obtiene el plazo en que los flujos del proyecto cubrirán las inversiones del mismo, también a valor presente (Sequeda Reyes, 2014, pág. 100)

El período de recuperación de la inversión radica en hallar los flujos netos del proyecto de forma anual lo que consiste en que los ingresos generados en efectivo menos los gastos relativos además de los gastos en efectivo, también se a valor actual a una tasa de descuento igualando al costo ponderado del capital de la empresa, de donde se saca el plazo en que los flujos cubrirán las inversiones de dicho capital, también a valor actual.

2.5.8. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un indicador de suma importancia en el análisis de viabilidad de un proyecto industrial, ya que permite identificar cuál es el nivel en que deberá operar el proyecto sin incurrir en pérdidas ni lograr utilidades. (Araujo Arévalo, 2012, pág. 198)

El punto de equilibrio ayuda a comprobar si un proyecto es viable o no donde se permite determinar el nivel donde se deberá operar el proyecto sin incidir en pérdidas o ganancias logrando el equilibrio en el nivel de ingresos y gastos.

2.5.9. Misión

La misión debe estar definida en términos del sentido de existencia organizacional para servir a los usuarios o clientes, quienes, al estar satisfechos, adquirirán sus productos y recomendarán a la empresa. (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012, pág. 185)

La misión se encuentra relacionada con los orígenes de la entidad donde se refleja los servicios que se brinda a los clientes, quienes al momento de sentirse satisfechos, comprarán sus productos así como aconsejarán a sus amigos, conocidos, familiares sobre los beneficios de la empresa.

2.5.10. Visión

Conjunto de ideas rectoras y mapa de rutas del futuro de la organización, de la dirección que lleva, de la posición que pretende ocupar y de las capacidades que planea desarrollar. (Hernández y Rodríguez & Palafox de Anda, 2012, pág. 185)

Visión es la unión de doctrinas que reflejan el futuro de la entidad, el camino que se ha trazado, el lugar que desea alcanzar así como las capacidades que se tiene planificado desarrollar.

2.5.11. Principios y valores

2.5.11.1. Principios

(Münch, 2010, pág. 28) De la misma manera que en otras ciencias y disciplinas existen principios y leyes que se observan durante su aplicación en el proceso administrativo, existen ciertos principios que han sido debidamente comprobados y que promueven la competitividad y el éxito empresarial.

Los principios son los siguientes: División del trabajo, autoridad, disciplina, unidad de comando, unidad de dirección, subordinación de los intereses individuales al interés general, remuneración, centralización, la cadena escala, orden, equidad, estabilidad en la tenencia personal, iniciativa, y finalmente el espíritu de equipo.

2.5.11.2. Valores

(Münch, 2010, pág. 43) Pautas de conducta o principios que orientan la conducta de los individuos de la empresa. Los valores deben compartirse y practicarse por todos los miembros de la entidad

Los valores son modelos que guían la conducta o principios en encaminados hacia la conducta de los individuos involucrados en la organización; dichos valores tienen que ser compartidos y aplicados por todos los miembros de la empresa.

2.5.12. Políticas

(Münch, 2010, pág. 45) Las políticas son lineamientos que auxilian el logro de objetivos y facilitan la toma de decisiones. La diferencia que existe entre una política y una regla es que las reglas son mandatos precisos que deben acatarse; mientras las políticas son flexibles.

Las políticas ayudan a la consecución de los objetivos y promueven de manera más fácil la toma de decisiones. Se debe resaltar que una política no es lo mismo que una regla ya que las normas son órdenes especificadas que tienen que acatarse mientras que a su vez las políticas son reglas mucho más flexibles que no tienen que estar escritas necesariamente.

2.5.13. Organigrama estructural

El organigrama es una representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización, configura esquemáticamente la posición de las unidades organizacionales, áreas y los cargos que la integran, los niveles jerárquicos y líneas de autoridad. (Stoner, 2011, pág. 32)

Un organigrama estructural es el gráfico el cual muestra la estructura de una entidad donde yace a través de esquemas las posiciones de las unidades organizacionales, áreas y los cargos que se encuentran inmersos, así como también los niveles jerárquicos y líneas de autoridad.

2.6. Sector Guallupe

2.6.1 Ubicación Geográfica

El sector de Guallupe se encuentra ubicado en la parroquia La Carolina la cual está ubicada al noroccidente del cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

2.6.2. Historia

(Historia de La Carolina, s.f.) Los primeros pobladores colonos de la zona de Guallupe eran negros ex esclavos de las haciendas de la cuenca baja del Mira, que cansados de la esclavitud y acogidos al Decreto Ejecutivo del Presidente de la República, General José María Urbina, del 21 de julio de 1851, que abolió la esclavitud como institución legal, hizo posible que muchos hombres y mujeres dejaran su condición de esclavos.

La historia de Guallupe data de hace 165 años atrás donde sus primeros habitantes fueron afro ecuatorianos quienes eran esclavos de las haciendas cercanas al Río Mira , los mismos que se encontraban hartos de la explotación que sentían por parte de los capataces así como los dueños de las haciendas, y gracias a un Decreto Ejecutivo por parte del Presidente de la República de aquella época el General José María Urbina , un 21 de julio de 1851, la esclavitud dejó de ser algo legal lo cual ocasionó que muchos hombres y mujeres sean libres.

CAPÍTULO III

3. Estudio de mercado

3.1. Introducción al estudio de mercado

Considerando que el sector de Guallupe cuenta con gran cantidad de árboles de guayaba se puede considerar que es positivo la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba ya que dicho sector cuenta con un clima tropical seco, el cual es ideal para que crezca dicha fruta, así mismo cuenta con el espacio suficiente para implementar una empresa de estas características.

El presente estudio de mercado se realiza en el sector de Guallupe perteneciente a la parroquia La Carolina la misma que pertenece al cantón Ibarra El principal problema del proyecto es la competencia que existe por parte de las empresas que se encuentran posesionadas en el mercado gracias a que han llegado a tener estrategias eficaces en cuanto al proceso de producción de su producto llegando a ser de calidad y así mismo han logrado conseguir una imagen corporativa, lo cual es muy importante al momento de la adquisición del producto por parte del cliente.

En el desarrollo del proyecto se resalta que existe una gran cantidad de árboles de guayaba en el sector de Guallupe lo cual es muy beneficioso porque el establecimiento de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de guayaba aprovecharía de una mejor manera dicha producción con lo que no se desperdiciaría dicha fruta a través de envases de conservas las cuales ayudan a preservar por largo tiempo la fruta sin que llegue a podrirse. Además la realización de la mermelada sirve para que las personas consuman en mayor cantidad la guayaba debido a los aditivos que se le agrega como el azúcar que hacen que mejore su sabor y por ende exista mayor aceptación en su consumo por parte del cliente. También se debe resaltar que

mediante este proceso no se perjudica en la enorme cantidad de propiedades nutricionales que contiene la guayaba las cuales ayudan contrarrestar muchas enfermedades.

Se debe manifestar la colaboración por parte de los agricultores de guayaba en cuanto se refiere a la entrega de su producción ya que una microempresa mejoraría considerablemente los ingresos de dichos agricultores y una reducción en gastos como transporte de carga para la entidad debido a las distancias recorridas desde el lugar donde se encuentra localizado los árboles hasta la ubicación de la pequeña empresa en consecuencia se debe afirmar que una microempresa beneficia ostensiblemente la economía de los negocios del sector así como generaría nuevas fuentes de empleo.

3.2. Objetivos

3.2.1. Objetivo general

Analizar la factibilidad de mercado para la implementación de una microempresa en el sector de Guallupe, parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

3.2.2. Objetivos específicos

- Analizar la demanda existente de la población económicamente activa.
- Establecer la oferta del producto comercializado, en el sector de Guallupe.
- Hacer un análisis del precio de mercado para establecer la mejor opción competitiva, esta manera se podrá satisfacer las necesidades del consumidor.
- Establecer estrategias de marketing para promocionar el producto elaborado por la microempresa.

3.3. Identificación del producto

Las frutas son consideradas como un alimento básico en la nutrición de la familia, debido a la gran cantidad de vitaminas descubiertas en la actualidad, cualquiera de los factores mencionados

han hecho de las frutas, los alimentos más consumidos en el Ecuador, y sobre todo en las tendencias de los consumidores en productos beneficiosos para la salud.

El producto principal que ésta microempresa particularmente desea producir y comercializar dentro del mercado es la mermelada de guayaba.

3.4. Determinación de la población de la demanda

Para lograr determinar el número de personas quienes serán aplicadas las encuestas se tomó en cuenta el número de familias existentes en la ciudad de Ibarra, el cual es de 47.271 familias según datos del INEC 2010 a un promedio de 4 miembros. La cantidad total en la ciudad de Ibarra es de 181.175 personas según datos del INEC 2010. En cada familia existe un jefe de hogar el mismo que mantiene dicha familia.

3.4.1. Determinación de la muestra

Para efectuar la búsqueda de la base de la cantidad de familias localizadas en la ciudad de Ibarra la cual llega al número de 47.271 con datos del INEC 2010 los mismos que se proyectan hacia el año 2016 tomando en consideración la tasa de crecimiento poblacional establecido por el INEC que es 1,83% anual. El cálculo se lo realiza multiplicando la cantidad de familias del año 2010 por la tasa de crecimiento y elevado a la sexta potencia para tener la cantidad exacta del año actual el año 2016 quedando así: $47.271(1 + 0,0183)$

3.5. Cálculo de la muestra

$$n = \frac{52.705 * (0,25)^2 * 1,96^2}{(0,05)^2 * (52.705 - 1) + 0,25^2 * 1,96^2}$$

$$n = \frac{52.705 * 0,0625 * 3,8416}{(0.0025)(52.704) + 0,0625 * 3,8416}$$

$$n = 381,87 \approx 382$$

3.6. Tabulación y análisis de datos

3.6.1 Resultados de encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Ibarra para determinar la oferta

Objetivo: Determinar el porcentaje de consumidores de mermelada de guayaba, de la población del cantón Ibarra, provincia de Imbabura

1.-¿Usted consume mermeladas?

Tabla 12 Pregunta 1 de la encuesta de demanda

Alternativas	Porcentaje	Número de familias de la ciudad de Ibarra
sí	94%	360
No	6%	22
TOTAL	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

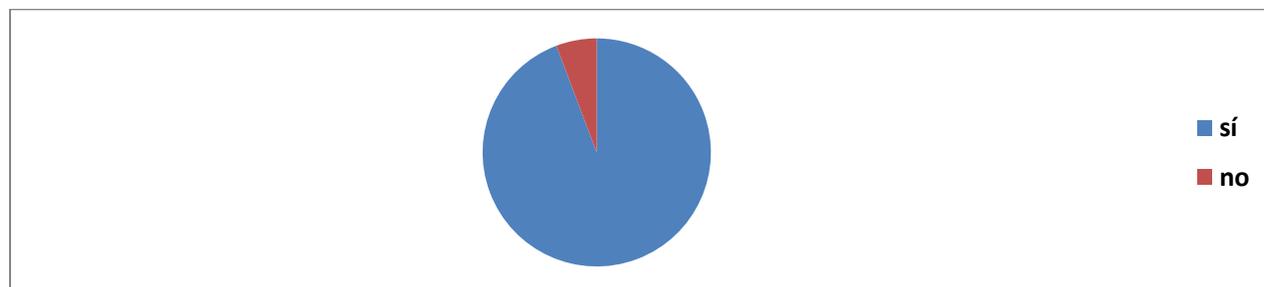


Gráfico 11 Pregunta 1 de la encuesta para la demanda

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

Gran parte de la población encuestada manifestó que consume mermeladas, lo cual demuestra que si existe mercado de consumo de dicho producto y las personas lo incluyen en su alimentación cotidiana.

2.-De las siguientes opciones .¿Qué sabor de mermelada adquiere?(Escoja una opción)

Tabla 13 Pregunta 2 de la encuesta de demanda

Sabores de mermelada	Porcentaje	Gustos de habitantes
Piña	18%	70
Frutilla	18%	70
Mora	14%	52
Guayaba	24%	90
Durazno	7%	25
Otros	20%	75
Total	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

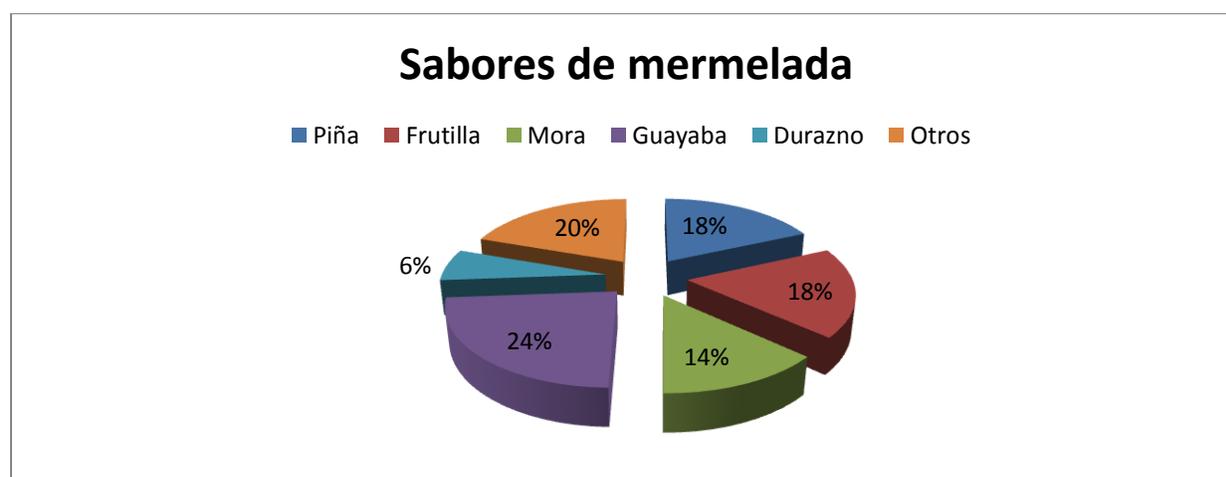


Gráfico 12 Pregunta 2 de la encuesta para la demanda

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

La mayor parte de la población manifestó que consume sabores comunes como la mora, frutilla, piña, y principalmente la guayaba, lo que indica que la mermelada de dicha fruta tiene aceptación con una demanda que llega a ser alrededor del veinticuatro por ciento, lo cual significa un cuarto de la población en general.

3.- De las siguientes opciones según su criterio ¿cuál considera un sitio idóneo para comprar la mermelada?

Tabla 14 Pregunta 3 de la encuesta de demanda

Lugares de compra de mermelada	Porcentaje de respuestas	Número de clientes
Supermercado	37%	140
Tiendas	31%	118
Minimercado	32%	124
Comerciantes informales	0%	0
Otros	0%	0
Total	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

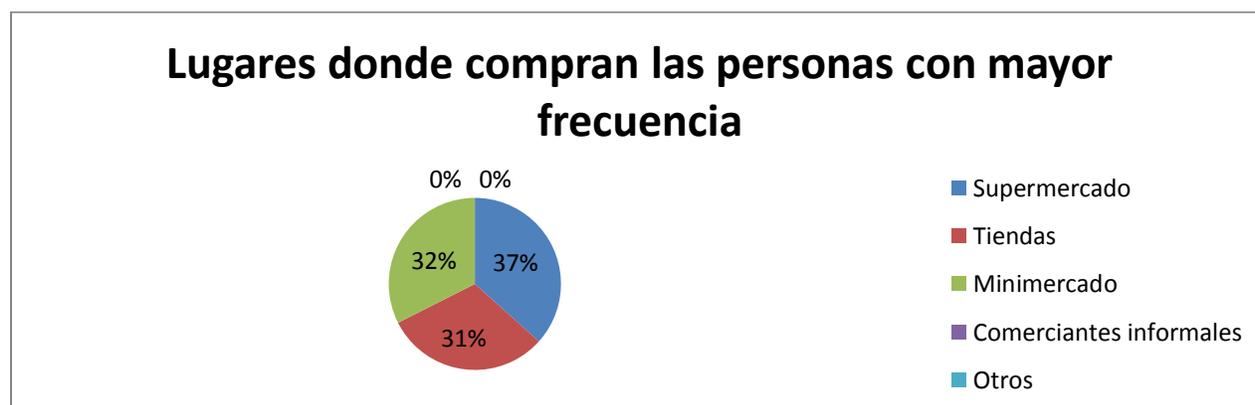


Gráfico 13 Pregunta 3 para la encuesta de la demanda

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

Se observa en cuadro de datos que la mayoría de personas adquieren sus productos en los supermercados y otras grandes partes en tiendas y en micro mercados pero la prioridad suelen ser los supermercados debido a que existe mayor variedad en los productos que las tiendas y son más cercanos que los supermercados.

4.-¿ Dónde realiza sus compras con mayor frecuencia?

Tabla 15 Pregunta 4 de la encuesta de demanda

Sitios de compra	Porcentaje	Número de respuestas
Supermaxi	27%	105
AKÍ	26%	98
Gran AKÍ	25%	96
Supermercado Santa María	13%	50
El Ofertón	3%	13
Tiendas	5%	20
Otros	0%	0
TOTAL	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

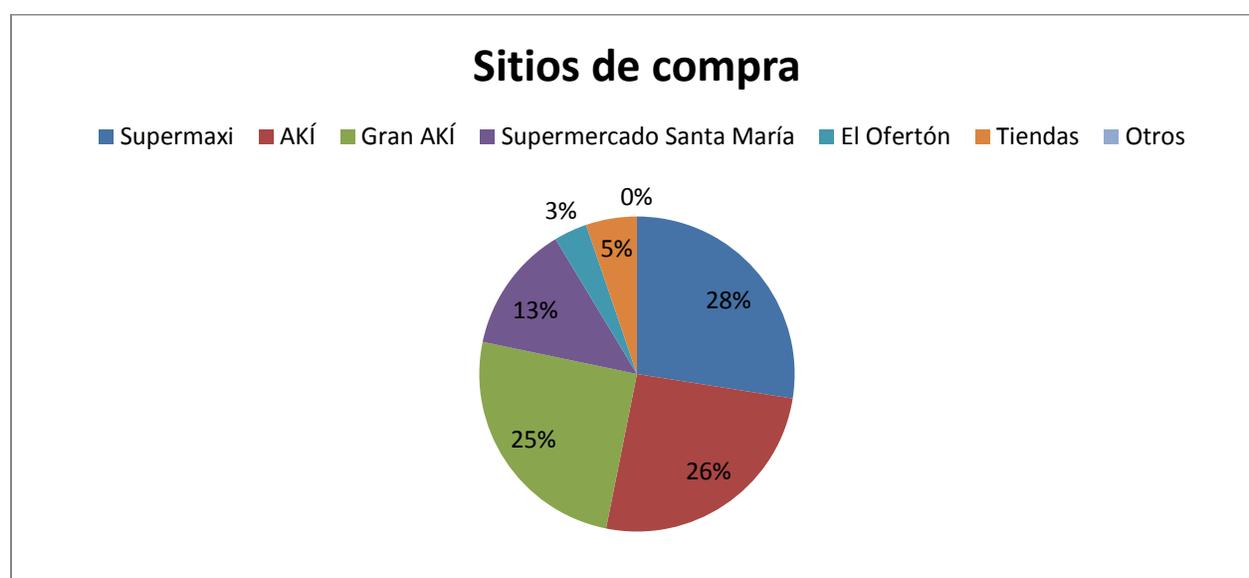


Gráfico 14 Pregunta 4 para la encuesta de la demanda

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

Se puede apreciar que la mayoría de la población prefiere adquirir mermeladas en los principales supermercados como Supermaxi, Gran Akí, supermercado Santa María y una minoría compra la mermelada en tiendas.

5.-¿ Según su opinión, ¿cuál es la presentación que tiene más acogida entre los consumidores para una mermelada?

Tabla 16 Pregunta 5 de la encuesta de demanda

Envases para mermeladas	Porcentaje	Gustos de los habitantes
Envases de vidrio	63%	242
Sachet	37%	140
Tarrinas	0%	0
Todos los anteriores	0%	0
Otros	0%	0
TOTAL	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

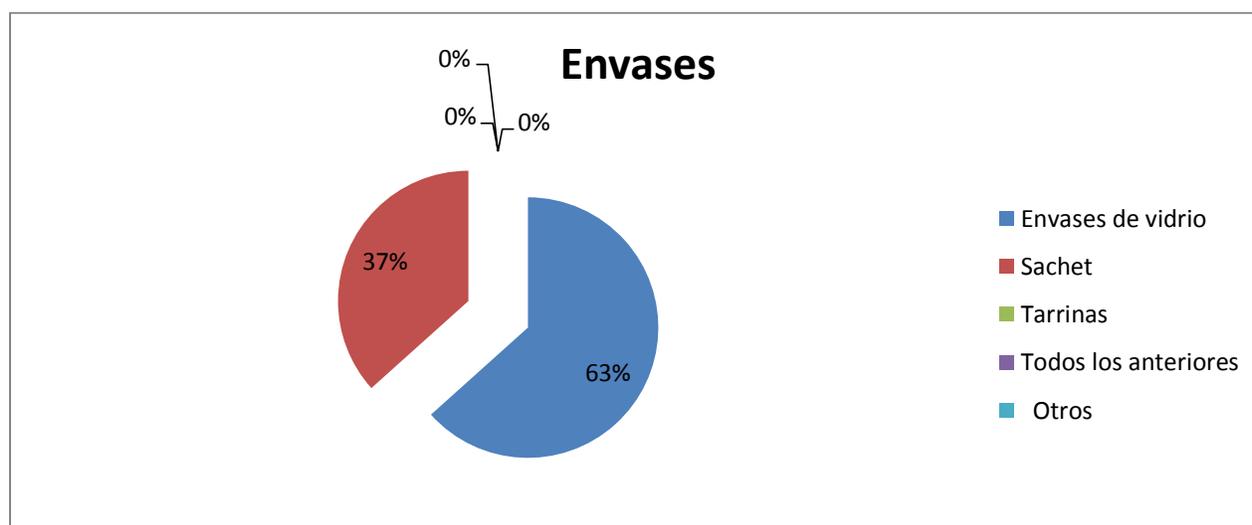


Gráfico 15 Pregunta 5 para la encuesta de la demanda

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

Se puede observar que gran parte de las personas encuestadas prefieren adquirir productos como la mermelada en envases de vidrio mientras que una segunda parte prefiere comprar en sachet debido a la comodidad.

6.-¿Cuáles son las características que deben reunir un producto para que usted lo adquiera?

Tabla 17 Pregunta 6 de la encuesta de demanda

Características de un producto	Porcentaje	Preferencias de las personas
Nutrientes	19%	72
Precio y marca	15%	58
Envase y marca	9%	34
Calidad y precio	35%	132
Sabor	0%	0
Sabor y precio	23%	86
TOTAL	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

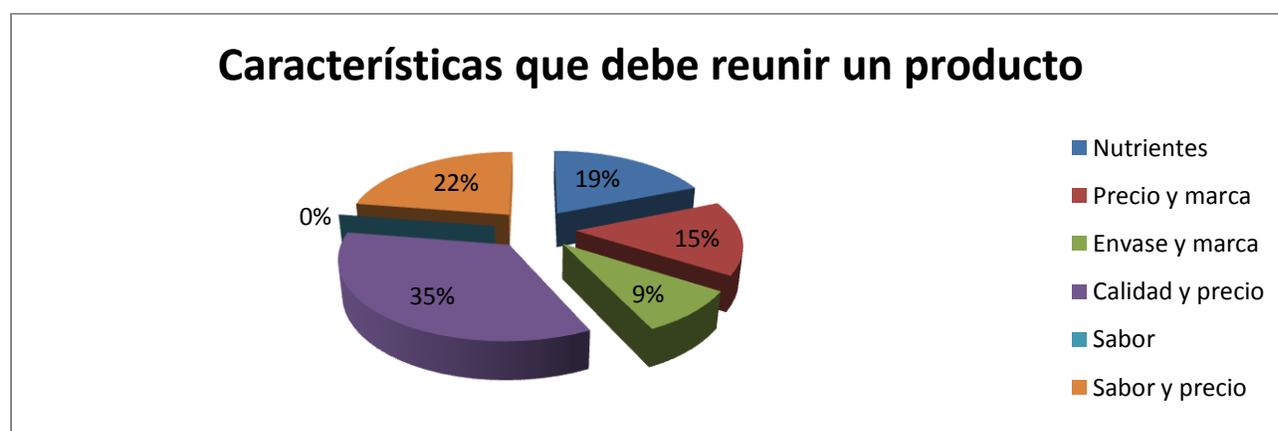


Gráfico 16 Pregunta 6 para la encuesta de la demanda

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

De acuerdo al cuadro observado existe una gran variedad de opiniones pero un buen número de personas encuestadas han manifestado que la calidad y el precio de un producto es lo que más observan como características que debe reunir un producto antes de comprarlo, así mismo tres buenas partes han mencionado que el sabor y el precio, así como los nutrientes, envase, marca y tamaño son cualidades que les interesan previamente antes de adquirir el producto.

7.-¿Usted consume mermelada de guayaba ?

Tabla 18 Pregunta 7 de la encuesta de demanda

Respuesta	Porcentaje	Cantidad personas de la ciudad de Ibarra
SÍ	84%	344
NO	10%	38
TOTAL	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Gráfico 17 Pregunta 7 encuesta de la demanda (consumo de mermelada de guayaba)

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

De acuerdo al cuadro observado la gran mayoría de la población encuestada ha señalado que si consumen mermelada de guayaba en varios tipos de frascos en cuanto a cantidad; lo cual es un aspecto positivo para la realización del proyecto.

8.-¿Si la respuesta anterior fue afirmativa, cuál de las razones considera correcta?

Tabla 19 Pregunta 8 de la Encuesta de demanda

Razones de consumo de mermelada de guayaba	Porcentaje de respuesta	Número de habitantes
Por gusto	20%	75
Porque es nutritivo	59%	227
Precio cómodo	21%	80
Otros	0%	0
Total	100%	382

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Gráfico 18 Pregunta 8 de la encuesta de demanda (razones de consumo de guayaba)

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

Una gran parte de las personas han mencionado que consumen guayaba porque es nutritivo lo cual beneficia a la salud de las personas debido a la gran cantidad de los nutrientes que tiene, mientras que otra parte manifestó que es por algunas razones y otras dos partes por gusto y por el precio cómodo.

9.-¿ Cuántos frascos de mermelada de guayaba consume anualmente?

Tabla 20 Pregunta 9 de la encuesta de demanda

Frascos al año	Número de personas	Porcentaje
10 frascos	20	5%
12 frascos	338	88%
15 frascos	24	6%
20 frascos	0	0%
TOTAL	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Gráfico 19 Pregunta 9 encuesta de la demanda

Fuente: Encuesta realizada a las familias de la ciudad de Ibarra

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Análisis

Según los datos recogidos la frecuencia de consumo de mermelada de personas tiene un promedio de 12 frascos al año por familia lo cual es muy positivo para el proyecto debido a que está de acuerdo con las expectativas generadas dicha frecuencia. Se debe resaltar que la gran mayoría de los encuestados han manifestado que adquieren la mermelada cuando realizan sus compras mensuales en los supermercados debido a que cobran los bonos de sus empresas donde ellos laboran.

3.8. Mercado meta

El mercado objetivo al cual se va dirigir el producto elaborado por la agroindustria, es a las familias de la ciudad de Ibarra, proyectado al futuro a la provincia y según el crecimiento, al país, la investigación fue basada en las proyecciones de crecimiento poblacional y demanda constante del producto, a su vez, se considera que para conseguir abastecer los mercados previstos, se requieren en inicio un sistema de promoción y ventas, que logren posicionar el producto con alto valor nutricional con la finalidad de motivar a la cadena de comercialización y obtener demandas en el mercado meta.

3.9. Tipo de segmentación

Dentro del estudio, al segmentar el mercado, está de acuerdo a las características como un grupo de clientes que gustan de un producto en formas generales de compra. El presente caso de investigación el segmento de mercado es el número de familias del cantón Ibarra a las cuales se les considerará como un núcleo con un representante unitario por cada familia.

Existen aspectos que inciden en la decisión de compra de los productores que desean satisfacer sus necesidades, tales como:

- Nutrientes
- Marca
- Calidad
- Precio cómodo
- Etiqueta y empaque
- Distancia

3.10. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda comprende uno de los aspectos fundamentales del estudio de factibilidad de un proyecto, porque se determinan las cantidades de mermelada de guayaba que los clientes están dispuestos a adquirir, lo cual justifica la realización de los programas de producción, se debe cuantificar la necesidad real de una población de consumidores, disposición del poder adquisitivo suficiente y con gustos definidos para comprar el producto que satisfaga sus necesidades.

3.10.1. Demanda actual

La propuesta para la implementación de esta planta procesadora se da inicialmente en función de presentar un producto como la mermelada de guayaba. De las investigaciones realizadas, se verificó la producción de mermelada y dulce de guayaba en forma artesanal, teniendo como puestos representativos de venta en los sitios ubicados en el parque La Merced de la ciudad de Ibarra y las mermeladas ubicadas en los supermercados y mini mercados de la ciudad antes mencionada.

Cálculo de la demanda actual: El n^* la respuesta afirmativa del 84% de la tabla #17

Tabla 21 Cálculo de la demanda actual

Año	Cantidad de familias en Ibarra	Tasa de crecimiento poblacional	Número de familias por el 84% que consumen mermelada de guayaba
2010	47271	1,83%	39708
2011	48136	1,83%	40434
2012	49017	1,83%	41174
2013	49914	1,83%	41928
2014	50827	1,83%	42695
2015	51758	1,83%	43476
2016	52705	1,83%	44272
2017	53669	1,83%	45082
2018	54651	1,83%	45907
2019	55651	1,83%	46747
2020	56670	1,83%	47603

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Año: 2016

3.10.2. Proyección de la demanda

Se tomó en cuenta las respuestas afirmativas de los habitantes sobre el consumo de mermelada de guayaba y se le proyectó junto con las familias que consume mermelada que en el año 2010 es de 39.708 personas la cual proyectando al 2016 es de 44.272 personas, así mismo se incluyó la tasa de crecimiento anual del 1,83%

Tabla 22 Proyección de la demanda

AÑO	Familias que consume mermelada	Promedio de frascos de 300 gr por familia al año	Tasa de crecimiento poblacional anual	Proyección de la demanda
2016	44272	12	1,83%	531264
2017	45082	12	1,83%	540986
2018	45907	12	1,83%	550886
2019	46747	12	1,83%	560967
2020	47603	12	1,83%	571233
2021	48474	12	1,83%	581687

Fuente: INEC 2010

Elaborado por: El autor

Año: 2016

3.11. Análisis de la oferta

La oferta actual está dada por los microempresarios y productores de mermelada de guayaba que, en su mayoría son empresas posicionadas en el mercado y que tienen su sede en Quito, las cuales son las siguientes:

- Gustadina
- SNOB
- Facundo
- San Jorge
- Exquisito
- Arcor
- Akí

3.11.1. Proyección de la oferta

En el cuadro siguiente se evidencia la oferta de mermeladas actual existente en frascos de 300 gramos, en los principales puntos de venta de la ciudad de Ibarra para lo cual también se tomó como referencia el promedio de todas las marcas y sabores que llegan constantemente a dichos puntos de venta.

Tabla 23 Oferta

ESTABLECIMIENTOS	OFERTA SEMANAL	OFERTA QUINCENAL	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
SUPERMAXI	210	420	840	10080
GRAN AKÍ	160	320	640	7680
AKÍ	160	320	640	7680
TÍA	130	260	520	6240
SANTA MARÍA	60	120	240	2880
TIENDAS 29% * 720 (Tabla 14)	209	418	836	10032
MINIMERCADOS 32% * 720 (Tabla 14)	230	460	920	11040
TOTAL	1159	2318	4636	55632

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Para la proyección de la oferta nos basamos en la oferta actual de la ciudad de Ibarra la cual es de 55.632 frascos de mermelada de guayaba anual que es ofertada a la población de la ciudad de Ibarra, así mismo se tomó en cuenta la tasa crecimiento de la poblacional la cual es de 1,83%.

Tabla 24 Proyección de la Oferta

AÑO	OFERTA ANUAL
2016	55632
2017	56650
2018	57687
2019	58742
2020	59817
2021	60912

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Año: 2016

3.12. Demanda insatisfecha

Se consideró la demanda actual donde se tomó en cuenta la población afirmó consumir guayaba así como la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra donde se multiplicó por el porcentaje de respuestas afirmativas lo cual dio la demanda actual. Además es fundamental tomar en cuenta la oferta actual para poder obtener la demanda insatisfecha.

Tabla 25 Cálculo de la demanda insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha	Tasa de crecimiento
2016	531264	55632	475632	1,83%
2017	540986	56650	484336	1,83%
2018	550886	57687	493199	1,83%
2019	560967	58742	502225	1,83%
2020	571233	59817	511416	1,83%
2021	581687	60912	520775	1,83%

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Año: 2016

3.13. Demanda a captar

Para la realización de un frasco de mermelada de 300gr se necesita de 500gr de fruta para su extracción donde en 2 hectáreas las cuales producen 720000 guayabas para la realización de 180000 frascos de mermelada de 300gr.anual, lo que significa que se va a captar el 38 % de la demanda insatisfecha actual.

Tabla 26 Demanda a captar

AÑO	Demanda insatisfecha actual	Demanda a captar (38%)	Tasa de crecimiento	PRECIO	INGRESOS
2016	475632	180.000	1,83%	\$ 1,53	\$ 275.400,00
2017	484336	183.294	1,83%	\$ 1,58	\$ 289.918,69
2018	493199	186.648	1,83%	\$ 1,64	\$ 305.202,78
2019	502225	190.064	1,83%	\$ 1,69	\$ 321.292,62
2020	511416	193.542	1,83%	\$ 1,75	\$ 338.230,70
2021	520775	197.084	1,83%	\$ 1,81	\$ 356.061,73

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Año: 2016

3.13.1. Análisis y determinación de precios

De acuerdo a los precios obtenidos en la investigación de campo en los diferentes puntos de investigación de los precios de las mermeladas de mora, frutilla, guayaba, durazno, ciruela entre otros sabores de envases de vidrio de 300 gr se obtuvo los siguientes datos

Tabla 27 Precios de las otras marcas

MARCAS	PRECIOS
GUSTADINA	1,61
MERMELADAS FACUNDO	1,55
MERMELADAS SAN JORGE	1,67
SNOB	1,55
MERMELADA EXQUISITO	1,40
MERMELADA MARÍA MORENA	1,35
ARCOR	1,80
MERMELADA AKÍ	1,33
PROMEDIO	1,53

Fuente: Observación

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Se observa el promedio de las diversas marcas de mermelada se evidencia que existen precios bajos y precios altos, por lo tanto, se tomará un promedio de todas las marcas.

El precio de introducción al mercado para la mermelada de guayaba sería de 1,53 tomando en cuenta que el producto se pretende ingresar es necesario que alcance los demandantes y pueda ser competitivo.

Se realizó el cálculo con una utilidad del 20%. Se tomó en cuenta la producción de 720000 guayabas anuales las cuales generan 180.000 frascos de mermelada de guayaba de 300 gramos cada uno porque se necesita extraer la pulpa de 4 frutas en cada frasco.

Tabla 28 Determinación del precio de la mermelada de guayaba

DETALLE	C.UNITARIO
MP	0,80
MP + MOD	0,15
CIF	0,02
MANTENIMIENTO	0,01
C ADMINISTRATIVO	0,20
C VENTA	0,05
SUBTOTAL	1,27
UTILIDAD 20%	1,53
TOTAL	1,53

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: El autor

Año: 2016

3.13.1. 1. Precio para la mermelada de guayaba

El precio determinado para la mermelada de guayaba es de 1,53 basándose en la observación realizada, basándose en los costos de producción requeridos.

Los precios son fijados principalmente por el mercado, y la determinación del precio es una labor extremadamente difícil considerando los costos de producción, administración y ventas, más rentabilidad esperada, demanda potencial del producto, consideraciones económicas y sociales del país, comportamiento, estrategias de marketing.

3.14. Estrategias de mercado

Las estrategias de mercado serán utilizadas para alcanzar los objetivos de la empresa para lo cual se tomará en cuenta los hábitos y costumbres de clientes para de esta forma satisfacer sus necesidades y deseos

3.14.1. Producto

La importancia nutritiva así como económica debido a la gran cantidad existente de guayaba donde se puede utilizar de mejor manera mediante la industrialización como la mermelada el cual es un producto de consistencia pastosa que se obtiene por la cocción u concentración de la

pulpa, este producto se caracteriza por la buena consistencia, es decir se refiere a que muestra un cuerpo pastoso pero no duro, además la preservación de sus nutrientes. Las expectativas son buenas, puesto que los consumidores tienden a buscar nuevas opciones, nuevas presentaciones y sabores, también de la continua búsqueda por productos más sanos y nutritivos.

Generalmente las mermeladas que se ofertan en el mercado, contienen como ingrediente principal el azúcar.

3.14.2. Plaza

La plaza es el lugar geográfico y estratégico donde se producirá el producto es decir la microempresa estará ubicada en el sector de Guallupe, parroquia La Carolina, se escogió dicho lugar porque existe gran cantidad árboles de guayaba los cuales sirven como el ingrediente principal de la mermelada la cual aprovechará de mejor manera sus beneficios por medio de sus procesos para conservar los nutrientes de la fruta así como la comercialización.

3.14.3. Promoción

Se ofrecerán descuentos según la proporción de la compra.

Se determinará temporadas en las que se crearán promociones como el 2 por 1.

3.14.4. Publicidad

Se empleará una imagen publicitaria como herramienta para causar impacto visual a los consumidores, donde se demostrará que el producto es de calidad y que conseguirá la completa satisfacción del cliente, con la cual motiva a adquirir el producto.

Se necesitarán 500 hojas volantes las cuales serán distribuidas por los miembros de la entidad en horas de trabajo, tratando de mejorar la publicidad para que los potenciales clientes conozcan de los valores nutritivos de la mermelada así como los beneficios que tiene la implementación de una microempresa para la economía del sector.

3.15. Conclusiones

Se determinó mediante las encuestas que la gran mayoría de la población de la ciudad de Ibarra consume mermelada de guayaba debido a su sabor y a la gran cantidad de valores nutricionales que contiene la fruta, lo que significa que mi producto tiene gran demanda.

Se logró determinar que si existe una demanda insatisfecha en la ciudad de Ibarra, la cual va ser captada en un treinta y ocho por ciento, debido a la producción de mermelada de la pequeña empresa.

Se pudo determinar un precio accesible del producto para los posibles clientes ya que se estableció un análisis de los costos para la posible comercialización

Se determinó en base a la investigación planteada que la mayoría de personas no tendrían inconvenientes en pagar 1,53 el frasco de 300 gramos de mermelada de guayaba siempre y cuando la calidad sea excelente. Además según la proporción de la compra se ofrecerá descuentos con la finalidad atraer grandes clientes.

Además se pudo determinar que las familias en su mayoría prefieren los envases de vidrio para consumo de mermeladas. También existe un número significativo que prefieren los sachets pero mucho mayor es el número de personas que prefieren los envases de vidrio.

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico

4.1. Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño de la planta se tiene que considerar los siguientes aspectos tales como:

4.1.1. Mercado

La demanda del producto de la mermelada de guayaba, muestra un camino viable para la creación de una nueva unidad productiva. El mercado es altamente positivo de acuerdo a la información recolectada en la investigación de campo donde se determinó que una gran parte de la población consume guayaba debido a la gran cantidad de beneficios para la salud humana.

4.1.2. Disponibilidad de recursos financieros

Para la implementación del proyecto se requiere de fondos propios y créditos que serán financiados por entidades financieras en este caso la CFN. Se analiza una alternativa idónea para la implementación de una unidad productiva, el análisis de las tasas de interés, plazos, garantías y oportunidad de entrega.

4.1.3. Disponibilidad de mano de obra

En lo que se refiere a la mano de obra, se requiere de personal especializado, que tenga conocimientos sobre: producción de mermeladas, sistemas de administración, financiera y mercadotecnia.

4.1.4. Disponibilidad de materia prima

El abastecimiento de materia prima e insumos, que se necesita para la producción de mermelada de guayaba, será suficiente y de buena calidad. Los principales proveedores de la microempresa se encuentran ubicados en el sector de Guallupe, es decir en la misma zona con 18 agricultores

de los cuales 10 estarían a entregar su producción con facilidades de pago de acuerdo a la encuesta realizada siendo una gran ventaja para la pequeña empresa.

4.1.5. Capacidad de producción

La capacidad de producción para el proyecto es bastante amplia, así se lo comprueba en el cuadro siguiente, obteniendo de la pregunta

Cálculo de la capacidad de producción

$$c. \text{ Utilizada} = \frac{720000 \text{ guayabas}}{4 \text{ guayabas en cada frasco}} \quad c. \text{ Utilizada} = 180.000 \text{ frascos al año}$$

Tabla 29 Capacidad de Producción de guayaba

Árboles por hectárea	Capacidad de producción de guayaba		
	Hectáreas	Cantidad de frutas por árbol anualmente	Total de producción anual
625	2	700	875000

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Tabla 30 Cantidad de árboles por hectárea

Metros cuadrados por Hectárea	Cantidad de árboles por hectárea	
	Metros cuadrados por árbol (4 x 4)	Cantidad de árboles por hectárea
10.000	16	625

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Tabla 31 Total de frutos por año por cada árbol

Árboles de guayaba	Temporadas que carga frutos	Número de frutos por temporada	Total de frutos por árbol anualmente
1	2	400	800

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Tabla 32 Total de envases de 300 gr por año

Envases de 300 gr	Gramos de fruta	Cantidad de frutas	Frutas por envase	Total
1	100	720000	4	180000

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.2. Localización

4.2.1. Macro localización del proyecto

Para la elaboración de la mermelada de guayaba se debe considerar el lugar donde se va desarrollar este proyecto; tomando en cuenta diferentes aspectos que permitan el funcionamiento de la planta.

Tabla 33 Macrolocalización del proyecto

UBICACIÓN	LUGAR
País	Ecuador
Provincia	Imbabura
Cantón	Ibarra
Parroquia	La Carolina
Sector	Guallupe

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 2 Mapa del Ecuador

Fuente: www.gob.ec

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 3 Mapa de Imbabura

Fuente: www.gob.ec

Elaborado por: El autor

Año: 2016

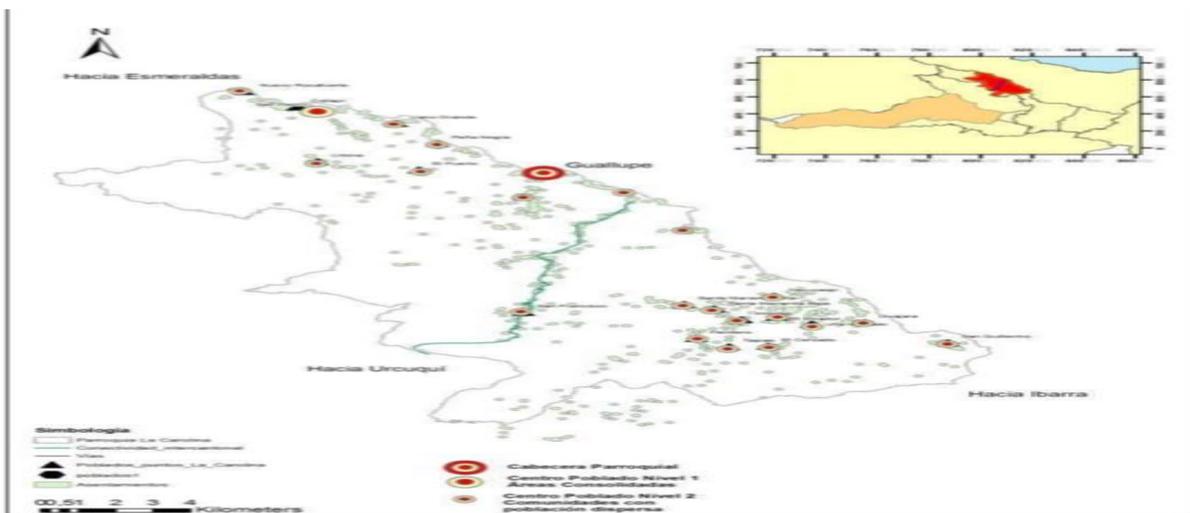


Ilustración 4 Mapa de la parroquia La Carolina donde pertenece Guallupe

Fuente: PDOT LA CAROLINA

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.2.2. Micro localización del proyecto

4.2.2.1. Matriz de Micro localización del proyecto

Para la realización correcta de investigación sobre el sitio idóneo para establecer la pequeña empresa se elaboró una tabla de cualidades con sus respectivos valores, las cuales califican a los sitios investigados y a diversos factores fundamentales que deben tener dichos sitios. Los sitios tomados en consideración son Guallupe, Pimampiro y Salinas.

Tabla 34 Calificación de la microlocalización

Calificación	Valor
Óptimo	5
Muy bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Tabla 35 Factores y lugares para la Microlocalización del proyecto

Factores	Pimampiro	Gualupe	Salinas
Geográficos			
Costo del lugar (barato)	2	5	5
Tipo de suelo en relación a la materia prima principal	3	5	3
Espacio físico			
Energía eléctrica	5	4	4
Agua potable	5	5	4
Alcantarillado	5	5	4
Teléfono	5	4	4
Internet	5	4	4
Medios de transporte			
Vías de acceso	5	5	5
Acceso de transporte urbano	5	5	5
Talento humano			
Personal especializado	5	5	5
Personal calificado y eficiente	5	5	5
Centros de apoyo			
Centro de salud	5	5	5
Ambientales			
Contaminación ambiental	5	5	5
Manejo de utilización de residuos	3	3	3
Materia prima			
Cercanía con la materia prima principal (guayaba)	1	5	1
TOTAL	64	70	62

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.2.3.1. Factor Geográfico

En el factor geográfico interviene el costo del terreno donde se debe implementar la pequeña empresa, así como el tipo de suelo donde está la producción de guayaba, la cual es indispensable para el desarrollo del proyecto.

4.2.3.2. Espacio Físico

La infraestructura tiene que ser nueva por lo que cuenta con los servicios básicos, necesarios para empezar el proceso de elaboración de la mermelada de guayaba.

4.2.3.3. Talento Humano

La mano de obra con la que se cuenta va ser directa e indirecta, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país.

4.2.3.3. Transporte

En lo que se refiere a la movilización al sector de Guallupe, dicho sector cuenta con ciertas facilidades de transporte público donde existes algunas líneas de buses en distintos horarios. En cuanto se refiere a las vías de acceso al sector de Guallupe, existe una carretera asfaltada y totalmente accesible.

4.2.3.5. Centros de apoyo

El sector de Guallupe cuenta con un centro de salud muy cercano, el cual se ubica en el pueblo de San Gerónimo, un lugar muy cercano al sector antes mencionado.

En lo que se refiere a la seguridad, los niveles de delincuencia son relativamente mínimos, ya que existe un control integrado de la policía en el sector de Guallupe. Además la planta contará con alarmas de seguridad y sistemas de monitoreo diario para precautelar la seguridad de los empleados así como todos los recursos inmersos en el proceso productivo y en general en todas las actividades de la micro empresa.

4.2.3.6. Factor Ambiental

En lo que se refiere al factor ambiental se debe resaltar que en el sector la contaminación es mínima en emisiones de gases tóxicos como el CO₂, el cual es común en las ciudades ya que dicho gas lo propaga los medios de transporte, pero en el sector de Guallupe esto no existe al ser

una comunidad campesina donde poco se utiliza los vehículos, pero también en cuanto se refiere a manejo de residuos no lo hacen de la manera correcta ya que no utilizan la técnica del reciclaje al momento de botar la basura y a su vez desperdician mucho las frutas silvestres que crecen en el sector.

4.2.3.7. Materia Prima

La materia prima principal del proyecto es la fruta de la guayaba, la cual crece en gran cantidad o de forma silvestre en el sector de Guallupe, lo cual es la razón fundamental de realizar dicho proyecto porque al momento esta fruta que posee gran cantidad de nutrientes no es bien aprovechada y se observa que se desperdicia en gran cantidad ya que su período de duración sin llegar al estado de putrefacción es muy corto, por lo que la mejor manera es transformarla en el proceso de mermelada y guardarla en envases de vidrio, lo cual conserva dicha fruta por seis meses y así no se desperdiciaría la gran cantidad de la fruta antes mencionada.

4.2.3.6. Mapa de la micro localización

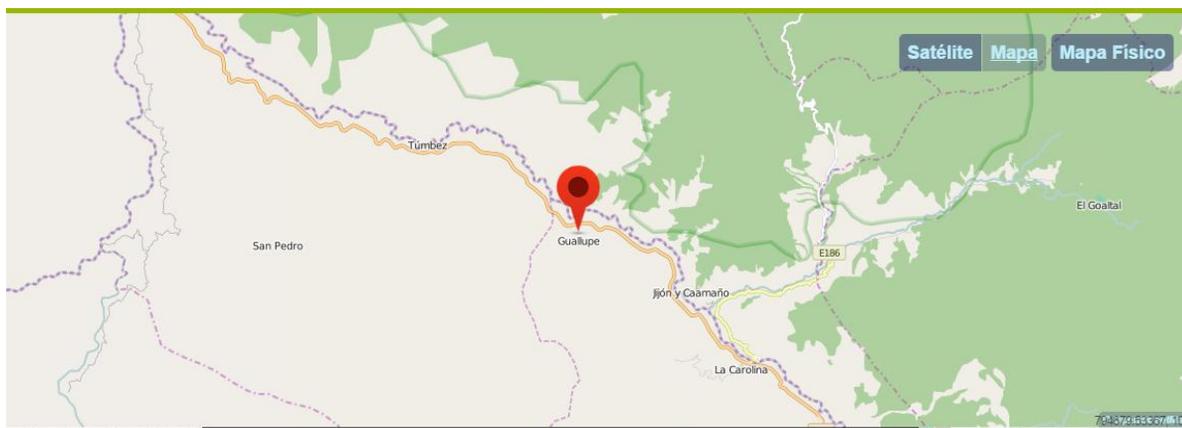


Ilustración 5 Mapa de la micro localización del proyecto en el sector de Guallupe

Fuente: PDOT LA CAROLINA

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 6 Localización de Gualupe

Fuente: PDOT LA CAROLINA

Elaborado por: El autor

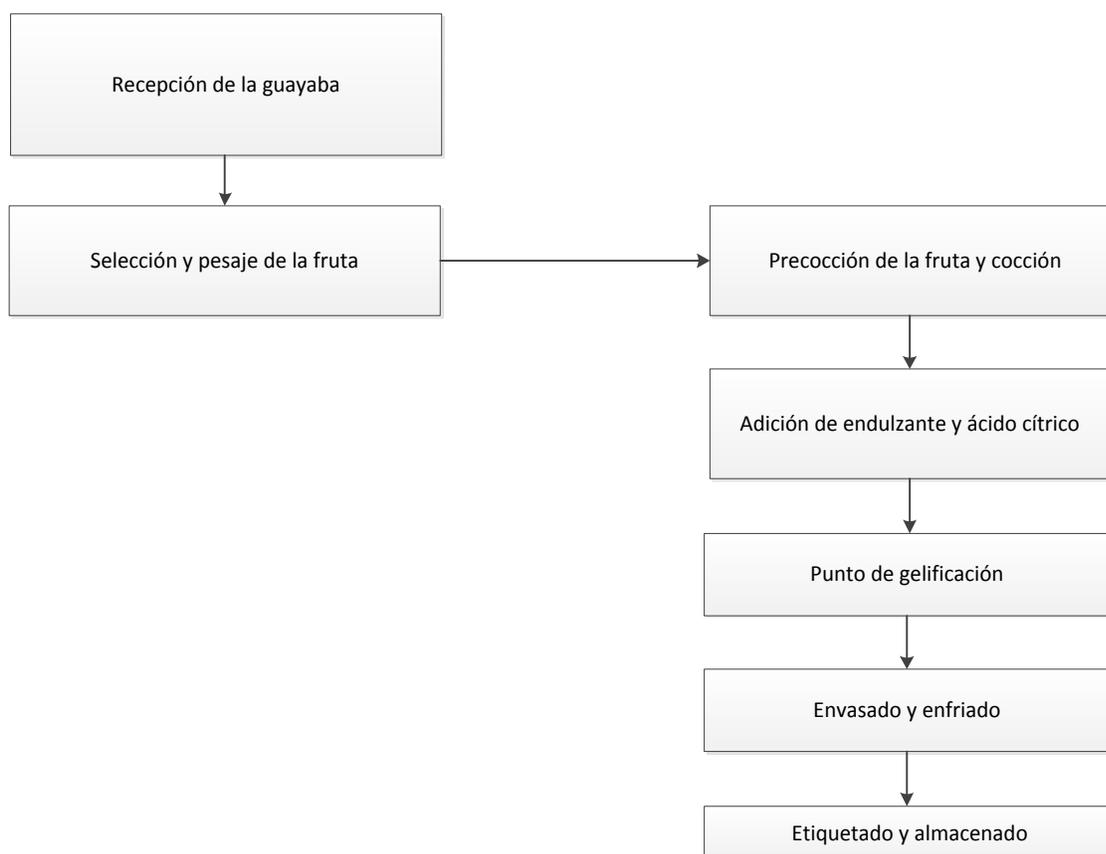
Año: 2016

4.3. Ingeniería del proyecto

4.3.1. Procesos

4.3.1.1. Flujograma de procesos de la producción de mermelada de guayaba

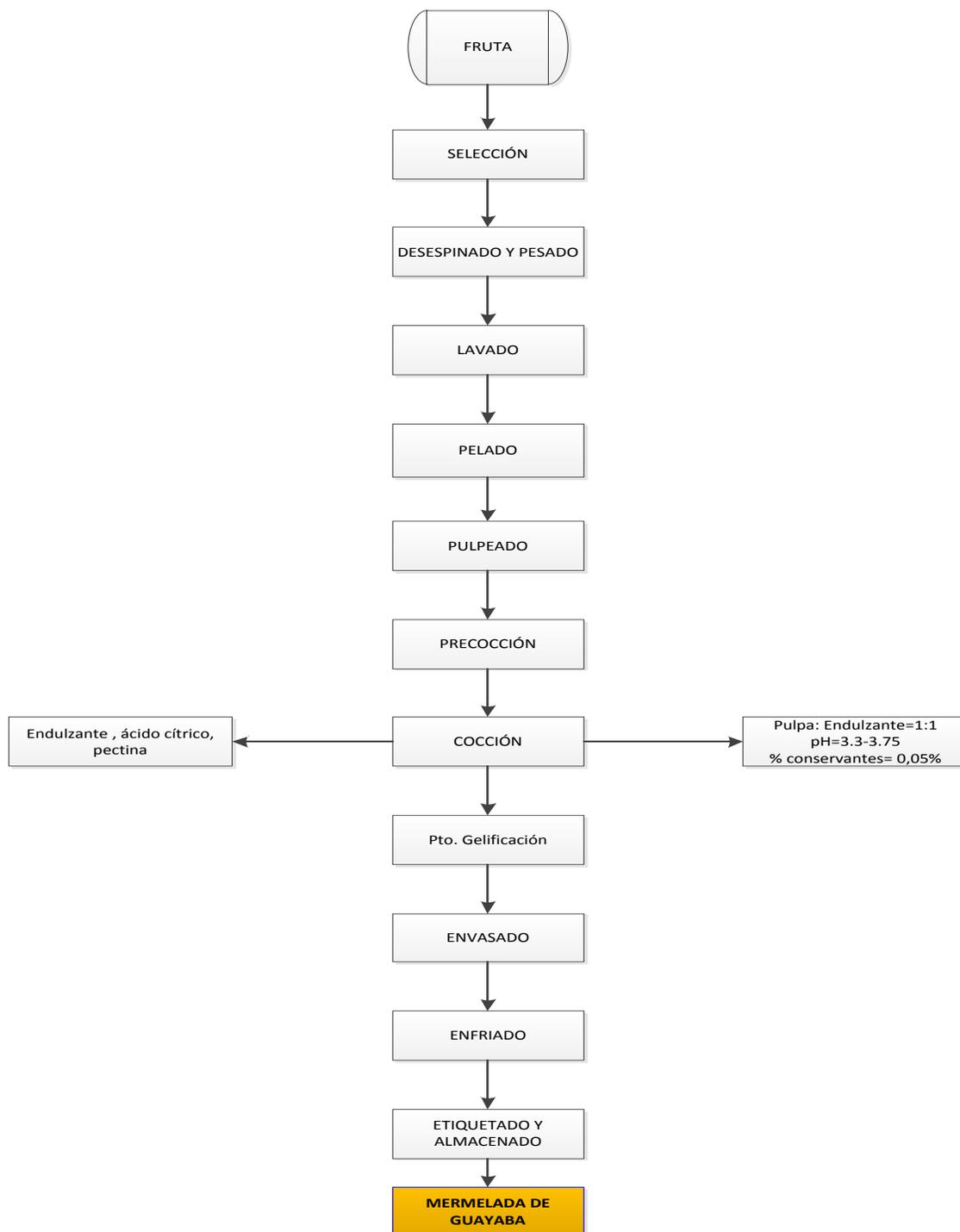
Esquema 1. Diagrama de procesos



Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Esquema 2. Flujograma de Proceso de Productivo de Mermelada de Guayaba

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: el autor

Año: 2016

4.3.1.2. Proceso de elaboración de mermelada de guayaba

a. Recepción de la guayaba

En la primera fase, aquí es necesario colocar la fruta en una máquina de limpieza denominada

b. Selección de la fruta

En esta operación se eliminan aquellas frutas en estado de podredumbre.

El fruto recolectado debe ser sometido a un proceso de selección, ya que la calidad de la mermelada dependerá de la fruta.

c. Pesado

Es importante el pesado de las frutas para determinar rendimientos y calcular la cantidad de los otros ingredientes que se añadirán posteriormente.

d. Lavado

Se realiza con la finalidad de eliminar cualquier tipo de partículas extrañas, suciedad y restos de tierras que puedan estar adheridos a la fruta.

e. Pelado

El pelado se puede hacer en forma manual, empleando cuchillos, o en forma mecánica usando máquinas. En el proceso del pelado mecánico se elimina la cáscara, el corazón de la fruta y si se desea se corta en tajadas, siempre dependiendo del tipo de fruta.

f. Pulpeado

Consiste en obtener la pulpa o jugo, libres de cáscaras y pepas. Esta operación se realiza a nivel industrial en pulpeadoras. A nivel semi-industrial o artesanal se puede hacer usando una licuadora. Dependiendo de los gustos y preferencias de los consumidores se puede licuar o no al fruto. Es importante que en esta parte se pase la pulpa ya que de ello va a depender el cálculo del resto de insumos.

g. Precocción de la fruta

La fruta se cuece suavemente hasta antes de añadir el endulzante. Este proceso la cocción es importante para romper las membranas celulares de la fruta y extraer toda la pectina. Si es necesario se añade agua para evitar que se quemé el producto.

h. Cocción

Es la operación que tiene mayor importancia sobre la calidad de la mermelada, por lo tanto requiere de mucha destreza y práctica de parte del operador. El tiempo de cocción depende de la variedad y textura de la materia prima. Al respecto un tiempo de cocción corto es de gran importancia para conservar el color y sabor natural de la fruta y una excesiva cocción produce un oscurecimiento de la mermelada debido a la caramelización del endulzante.

i. Adición de Endulzante Stevia y ácido cítrico.

Una vez que el producto está en proceso de cocción y el volumen se haya reducido en un tercio, se produce a añadir el ácido cítrico y la mitad del endulzante stevia en forma directa.

La cantidad total de stevia a añadir en la formulación se calcula tomando en cuenta la cantidad de pulpa obtenida. La mermelada debe removerse. Una vez disuelta, la mezcla será removida lo menos posible y luego será llevada hasta el punto de ebullición muy rápidamente.

j. Trasvase

Una vez llegando al punto final de cocción se retira la mermelada de la fuente de calor, y se introduce una espumadera para eliminar la espuma formada en la superficie de la mermelada. Inmediatamente después, la mermelada debe ser transvasada a otro recipiente con la finalidad de evitar la sobre cocción, que se puede originar oscurecimiento y cristalización de la mermelada.

k. Envasado

Se realiza caliente a una temperatura no menor a los 85 grados centígrados. Dicha temperatura mejora la fluidez del producto durante el llenado y a la vez permite la formación de un vacío adecuado dentro del envase por efecto de la contracción de la mermelada una vez que ha enfriado.

l. Enfriado

El producto envasado debe ser enfriado rápidamente para conservar su calidad y asegurar la formación del vacío dentro del envase. El enfriado se realiza con chorros de agua fría, que a la vez nos va a permitir hacer la limpieza exterior de los envases de algunos residuos de la mermelada que se hubieran impregnado.

m. Etiquetado y almacenamiento

El etiquetado se refiere a la etapa final del proceso de elaboración de las mermeladas. En la etiqueta se tiene que obligatoriamente incluir toda la información sobre el producto almacenado.

El producto debe ser almacenado en un lugar fresco, limpio y seco; con suficiente ventilación a fin de garantizar la conservación del producto hasta el momento de su comercialización.

4.3.2. Tecnología

La microempresa desea ofrecer a sus clientes un producto único y de calidad, por lo tanto se empleará maquinaria y equipos de tecnología de punta que ofrecen los diversos tipos de proveedores. A continuación se detallara algunas gráficas, que serán de principal importancia en el proceso de elaboración de la mermelada de guayaba.

Maquinaria y Equipo



Ilustración 7 Despulpadora de guayaba

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: el autor

Año: 2016



Ilustración 8 Máquina desespadora

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: el autor



Ilustración 9 Licuadora industrial

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

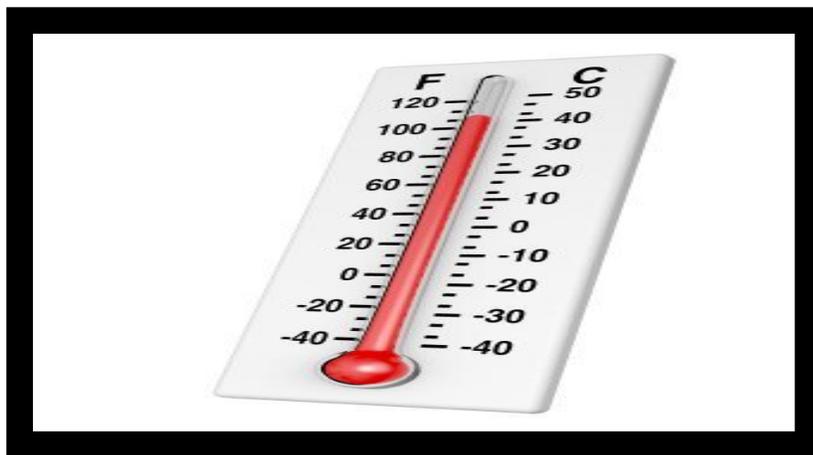


Ilustración 10 Termómetro

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 11 Paletas batidoras

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 12 Tanque de recepción y lavado

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 13 Balanza digital 500 hg

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 14 Esterilizador

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor



Ilustración 15 envasadora y etiquetadora

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 16 Filtro

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 17 caldero industrial

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



*Tanque industrial 15
kilogramos*

Ilustración 18 gas industrial

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016



Ilustración 19 masas de trabajo

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.3.3. Obras civiles

4.3.3.1. Diseño de instalación de la planta

La micro empresa se instalará en relación a los procesos necesarios para la elaboración de la mermelada de guayaba, construcción es de concreto, determinando un espacio para el área administrativa, área de producción, almacenaje de materia prima y bodega para el producto terminado, con una superficie de 200 metros cuadrados.

En la localización de la planta y departamentos se debe tomar en cuenta aspectos como:

El área de producción debe ser muy amplia y bien iluminada para lograr realizar a plenitud la producción sin problemas, en ella estará ubicado: área de cocina, el cuarto de caldero, cuarto frío, bodega de materia prima, y bodega de productos terminados.

La ventilación y temperatura de la bodega debe ser adecuada para evitar que se encierre olores, y deterioro del producto terminado.

Las oficinas de los directivos (administración, gerencia) se ubicarán donde puedan obtener amplio control y supervisión de los departamentos.

Las oficinas de representación para los clientes y empleados (área de recepción y ventas) debe mantenerse ordenada para el bienestar de visitantes y el desempeño eficaz de nuestros empleados.

4.4. Presupuesto técnico

4.4.1. Inversiones fijas

4.4.1.1. Terreno

Para el proyecto se cuenta con un área de terreno propio que son de aproximadamente 200 metros cuadrados, mismo que está avaluado en 620,00 dólares. La obra de construcción se realizará en un espacio de 190 metros cuadrados, esta construcción constará con lo siguiente:

Tabla 36 Infraestructura de la micro empresa

Detalle	Cantidad	Extensión m2	Costo m2	Costo total
Área administrativa y servicios	1,00	65	129,22 \$	8.398,98
Área recepción MP	1,00	20	129,22 \$	2.584,30
Área de Procesamiento	1,00	85	129,22 \$	10.983,28
Área de Bodega	1,00	20	129,22 \$	2.584,30
Parqueadero	1,00	10	129,22 \$	1.292,15
Total		200	646,075 \$	25.843,00

Fuente: Ingeniero Civil Diego Vaca

Elaborado por: El autor Año: 2016

4.4.1.2. Infraestructura física

Los costos se determinaron de acuerdo a la información entregada por empresas proveedoras y constructoras de los equipos requeridos para la producción de mermelada garantizando la calidad y buen sabor del producto proporcionado por nuestra microempresa para lo cual se necesita obtener todos artículos requeridos por medio de los mejores proveedores.

Construcción de las instalaciones y de la Planta

La infraestructura donde se desarrollarán las actividades de la pequeña empresa cuenta con un área de 200 metros cuadrados, en el terreno mencionado, la construcción va hacer de 190 metros cuadrados, compuesta de estructura metálica y bloque, según el avalúo por el asesor técnico, el precio de construcción en el sector de Guallupe que está valorado por 150 dólares el metro cuadrado.

Tabla 37 Costo del terreno

Detalle	Metro cuadrado	Costo (\$) de construcción por metro cuadrado	Total de Construcción
Construcción	200	3,1	620

Fuente: Ing. Civil Diego Vaca

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.4.1.3. Maquinaria y equipo de producción

La maquinaria y equipo que se requiere necesariamente para el proceso de elaboración de la mermelada de guayaba se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 38 Maquinaria y equipo de producción

AREA	DETALLE	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
P r o A c r e s a a m d i e e n t o	Baldes de acero inoxidable	10	\$ 93,04	\$ 930,42
	Juego de cuchillos	3	\$ 33,08	\$ 99,24
	Ollas de 50lt	5	\$ 90,00	\$ 450,00
	Termómetro	2	\$ 60,00	\$ 120,00
	Paletas batidoras	3	\$ 80,00	\$ 240,00
	Tanque de recepción y lavado	1	\$ 280,00	\$ 280,00
	Licuadaora industrial	1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Despulpadora	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
	Embazadora	1	\$ 5.800,00	\$ 5.800,00
	Balanza digital 500kg	1	\$ 320,00	\$ 320,00
	Esterilizador	1	\$ 420,00	\$ 420,00
	Filtro	1	\$ 671,97	\$ 671,97
	Cocina industrial 3 quemadores	2	\$ 230,00	\$ 460,00
	Gas industrial	4	\$ 180,00	\$ 720,00
	Masas de acero inoxidable	3	\$ 210,00	\$ 630,00
	Caldero	1	\$ 5.272,38	\$ 5.272,38
	Gavetas	50	\$ 14,00	\$ 700,00
	Cuarto frío	1	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00
TOTAL				\$ 22.414,01

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.4.1.4. Muebles y equipos de oficina

Para la implementación de las actividades de la pequeña empresa y su correcto funcionamiento y presencia ante los clientes es indispensable la adquisición de los siguientes muebles y equipos de oficina.

Tabla 39 Muebles y equipos de oficina

Área	Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Área Administrativa	Taburetes	5	\$ 40,00	\$ 200,00
	Escritorio de Oficina	6	\$ 120,00	\$ 720,00
	Sillas de Oficina	10	\$ 39,00	\$ 390,00
	Archivadores	2	\$ 120,00	\$ 240,00
	Mesa de reunión	1	\$ 130,00	\$ 130,00
	Sala de espera	1	\$ 210,00	\$ 210,00
	Sillones ejecutivos	4	\$ 130,00	\$ 520,00
	Estantería	2	\$ 70,00	\$ 140,00
	Papeleras	3	\$ 15,00	\$ 45,00
	Total			

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.4.1.5. Vehículo

Para la distribución del producto es necesario un vehículo que será de uso exclusivo del área de producción cuya marca será Mazda 2600 año 2006 a un costo de \$14.000,00.

Tabla 40 Vehículo

DETALLE	Cantidad	Costo total
Camioneta	1	14000

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.4.2. Inversión fija

A continuación se presenta en el siguiente cuadro el resumen de la inversión fija necesaria para el proyecto:

Tabla 41 Resumen activos

Resumen de activos	
Terreno	777,50
Infraestructura civil	25.843,00
Camioneta	14.000,00
Maquinaria y equipo	22.414,01
Muebles y enseres	2.595,00
Equipos de cómputo	2.070,00
TOTAL	67.699,51

Fuente: Tablas 31, 32, 33, 34, 35.

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.4.3. Inversión diferida

La pequeña empresa debe realizar los siguientes trámites de constitución requeridos para conformar la pequeña empresa, estudios de diseño y los gastos de instalación para el funcionamiento de la nueva unidad productiva donde se resaltan los valores siguientes reflejados a continuación en el siguiente cuadro:

Tabla 42 Activos diferidos

ACTIVO DIFERIDO	
DETALLE	VALOR
RUC	-
Patente	200,00
Permiso de Bomberos	150,00
Permiso de Ministerio de Salud Pública	150,00
Nombramiento representante legal	400,00
Constitución	1.000,00
Permiso Ambiental	150,00
TOTAL	2.050,00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.4.4. Capital de trabajo

El valor obtenido para el capital de trabajo fue tomado dos meses del total anual de la inversión. Donde se muestra un resumen de todos los rubros imprescindibles para la implementación de la nueva micro empresa dedicada al proceso de elaboración y comercialización de mermelada de guayaba.

Tabla 43 Capital de trabajo

DETALLE	VALOR MENSUAL
GASTOS PRODUCCIÓN	
MATERIA PRIMA	12003,17
MANO OBRA DIRECTA	2115,70
CIF	255,06
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	43,56
MANTENIMIENTO VEHÍCULO	100,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	2830,97
CIF ADMINISTRATIVOS	46,26
SUMINISTRO Y MATERIALES DE OFICINA	216,25
GASTOS DE VENTAS	
PUBLICIDAD	262,28
SUELDO CHOFER/ VENDEDOR	684,97
TOTAL	18558,22408

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

4.4.7. Talento humano

La pequeña empresa para la elaboración de sus actividades y entregar al mercado un producto de calidad necesitará el siguiente cuadro sobre el talento humano.

Tabla 46 Sueldos y salarios

Detalle	Cantidad	Salario Mínimo Unificado	SALARIO ANUAL	Aporte Patronal 12,15%	Aporte personal 9,35%	Vacaciones	13er Sueldo	14to sueldo	FONDOS DE RESERVA	TOTAL ANUAL
Personal Administrativo										
Gerente General	1	800,00	9.600,00	1.166,40	897,60	4.800,00	800,00	366,00	-	17.532,40
Contadora	1	366,00	4.392,00	533,63	410,65	2.196,00	366,00	366,00	-	8.219,63
Bodeguero/Limpieza	1	366,00	4.392,00	533,63	410,65	2.196,00	366,00	366,00	-	8.219,63
Mano de Obra Directa										
Preparador de Producción	1	400,00	4.800,00	583,20	448,80	2.400,00	400,00	366,00	-	8.949,20
Operador de Máquina	1	366,00	4.392,00	533,63	410,65	2.196,00	366,00	366,00	-	8.219,63
Trabajador de producción	1	366,00	4.392,00	533,63	410,65	2.196,00	366,00	366,00	-	8.219,63
Personal de Ventas										
Chofer/Vendedor	1	366,00	4.392,00	533,63	410,65	2.196,00	366,00	366,00	-	8.219,63
TOTAL		3.030,00	36.360,00	4.417,74	3.399,66	18.180,00	3.030,00	2.562,00	-	67.579,74

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: El autor

Año: 2016

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. Determinación de ingresos

Los ingresos se obtuvieron multiplicando la cantidad de frascos de mermelada por el precio de venta proyectado.

Tabla 47

AÑO	Demanda insatisfecha actual	Demanda a captar	Tasa de crecimiento	PRECIO	INGRESOS
2016	475632	180.000	1,83%	\$ 1,53	\$ 275.400,00
2017	484336	183.294	1,83%	\$ 1,58	\$ 289.918,69
2018	493199	186.648	1,83%	\$ 1,64	\$ 305.202,78
2019	502225	190.064	1,83%	\$ 1,69	\$ 321.292,62
2020	511416	193.542	1,83%	\$ 1,75	\$ 338.230,70
2021	520775	197.084	1,83%	\$ 1,81	\$ 356.061,73

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: el autor

Año: 2016

Nota: Para la proyección de precio de tomo en cuenta la tasa de inflación de junio 2016 del 3,38%

5.2. Determinación de egresos

5.2.1. Costos de Producción

5.2.1.1 Materia Prima Directa

Para la producción de un frasco de 300 gramos de mermelada de guayaba se necesita 400 gramos de dicha fruta.

a.- Guayaba:

Para la elaboración de un frasco de 300 gramos de mermelada de guayaba se necesitan 400 gramos de fruta, la cual se puede realizar con 4 frutas, en el siguiente cuadro se refleja el valor de las materias primas requeridas para la producción en cada año, cabe resaltar que para la

producción en los próximos años la materia prima estará en relación con la cantidad de producción proyectada.

Tabla 48 Producción anual estimada

Producción anual estimada				
Envases de 300 gr	Gramos de fruta	Cantidad de frutas	Frutas por envase	Total
1	100	875000	4	218750

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: El autor

Año: 2016

Tabla 49 Cantidad de frutos a utilizar por árbol

Cantidad de frutos por árbol			
Árboles de guayaba	Temporadas que carga frutos	Número de frutos por temporada (Promedio)	Total de frutos por árbol anualmente
1	2	350	700

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado por: el autor

Año: 2016

Tabla 50 Capacidad de producción de guayaba

Capacidad de producción de guayaba			
Árboles por hectárea	Hectáreas	Cantidad de frutas por árbol anualmente	Total de producción anual
625	2	700	875000

FUENTE: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

ELABORADO POR: EL AUTOR

Año: 2016

Tabla 51 Cantidad de árboles por hectárea

Metros cuadrados por Hectárea	Metros cuadrados por árbol (4 x 4)	Cantidad de árboles por hectárea
10.000	16	625

FUENTE: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

ELABORADO POR: EL AUTOR

Año: 2016

Guayaba (gaveta de guayaba de 25 kg)= \$14,00

Para el frasco de 300 gramos de mermelada necesito = 400 gramos de guayaba

1 frasco 300gr de mermelada

180.000 frascos x

Tabla 52 Cantidad de guayabas al año

Frascos anualmente	Gramos por frasco	Gramos por Gaveta	Cantidad de guayabas al año	Gavetas al año
180.000	300	50000	720000	1440

FUENTE: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

ELABORADO POR: EL AUTOR

Año: 2016

Tabla 53 Cantidad de gavetas

Gavetas al año	Gavetas al mes	Gavetas a la semana
1440	120	30

FUENTE: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

ELABORADO POR: EL AUTOR

Año: 2016

Se concluye que para la producción de 720.000 guayabas anualmente para elaborar 180.000 frascos. Para almacenar las 720.000 guayabas que pesan 100 gramos cada una se necesitan 1440 gavetas de 25 kg cada uno. Para almacenar 60.000 guayabas se necesitan 120 gavetas al mes. Finalmente para almacenar 15.000 guayabas semanalmente se necesitan 30 gavetas de 25 kilogramos cada una.

A continuación se detalla los ingredientes fundamentales para la producción de 15.000 frascos mensuales donde se necesita 60.000 guayabas, 5250 kilogramos de azúcar, 5 metros cúbicos de agua, 150 gramos de benzoato de sodio para la preservación del producto.

Tabla 54 Materia Prima Directa

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
GUAYABA	Fruta	60000	\$ 0,025	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
AZÚCAR	Kilogramo	5250	\$ 0,800	\$ 4.200,00	\$ 50.400,00
AGUA	m3	5	\$ 0,430	\$ 2,15	\$ 25,80
Benzoato de sodio	gramos %	150	\$ 0,007	\$ 1,02	\$ 12,27
TOTAL				\$ 5.703,17	\$ 68.438,07

FUENTE: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

ELABORADO POR: EL AUTOR

Año: 2016

5.2.1.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa es aquella que realiza las funciones de la producción y el cuidado del producto. Se requieren de tres trabajadores en la planta que recibirán un salario mensual unificado básico que se proyectará con la tasa de inflación del 3,38% del último año.

Tabla 55 Salario de la mano de obra

DETALLE	Cantidad	Salario Mínimo Unificado	TOTAL
Preparador de Producción	1	400,00	400,00
Operador de Máquina	1	366,00	366,00
Trabajador de producción	1	366,00	366,00
TOTAL			1132,00

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Para la proyección de los sueldos se tomó en consideración la inflación 3,38% anual lo que obtuvo la tabla siguiente:

Tabla 56 Proyección de salario mínimo

AÑO	Salario Mínimo Unificado
2017	378,37
2018	391,16
2019	404,38
2020	418,05
2021	432,18

FUENTE: Estudio Técnico

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 57 Salario mano de obra y su proyección

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Preparador de Producción	400,00	413,52	427,50	441,95	456,88
Operador de Máquina	366,00	378,37	391,16	404,38	418,05
Trabajador de producción	366,00	378,37	391,16	404,38	418,05
TOTAL MENSUAL	1132,00	1170,26	1209,82	1250,71	1292,98
TOTAL ANUAL	13584,00	14043,14	14517,80	15008,50	15515,79

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 58 Proyección de derechos en la remuneración

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Salario Básico Unificado	1132,00	1170,26	1209,82	1250,71	1292,98
Aporte Patronal 12,15%	137,538	142,19	146,99	151,96	157,10
Fondos de Reserva 9,35 %		109,419	113,118	116,941	120,894
Décimo Tercer Sueldo	1132,00	1170,26	1209,82	1250,71	1292,98
Décimo Cuarto Sueldo	1132,00	1170,26	1209,82	1250,71	1292,98
Vacaciones	47,17	48,76	50,41	52,11	53,87
TOTAL ANUAL	3580,70	3811,15	3939,97	4073,14	4210,81

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.3. Costos indirectos de fabricación

a.- Materia Prima Indirecta

Frascos de Vidrio: Para el proyecto se requieren de 15.000 frascos de vidrio a un costo de 0,40 centavos cada uno dando un total de 6.000 dólares mensuales.

Etiquetas adhesivas: La impresión de una etiqueta tiene un costo de 0,02 centavos, para el proyecto se necesitan de 15.000 mensuales, dando un total de 300 dólares de costo mensual.

Tabla 59 Etiquetas y frascos mensuales

DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
etiquetas adhesivas personalizadas	etiquetas	15000	\$ 0,02	\$ 300,00	\$ 3.600,00
Frascos de vidrio	frascos	15000	\$ 0,40	\$ 6.000,00	\$ 72.000,00
TOTAL				\$ 6.300,00	\$ 75.600,00

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

b) Costos Indirectos de Fabricación

En el siguiente cuadro se muestra los servicios básicos que están en la planta se tomó en cuenta el gas y la gasolina ya que van a ser usados necesariamente.

Tabla 60 Servicios básicos

Servicio Básico	Unidad	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
LUZ	kw/h	300,00	\$ 0,09	27,00	\$ 324,00
GASOLINA	gl	30,00	\$ 1,06	\$ 31,80	\$ 381,60
GAS	glp	10,00	\$ 15,00	\$ 150,00	\$ 1.800,00
TOTAL		340,00	\$ 16,15	\$ 208,80	\$ 2.505,60

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 61 Proyección CIF de Producción

PROYECCIÓN CANTIDAD CIF PRODUCCIÓN					
DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
LUZ kw/h	300,00	305,49	311,08	316,77	322,57
gas	10,00	10,18	10,37	10,56	10,75
GASOLINA	30,00	30,55	31,11	31,68	32,26

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 62 CIF Administrativos

Servicio Básico	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
LUZ	kw/h	120,00	\$ 0,09	\$ 10,80	\$ 129,60
AGUA	m3	2,00	\$ 0,43	\$ 0,86	\$ 10,32
TELÉFONO	min	100,00	\$ 0,06	\$ 6,00	\$ 72,00
INTERNET	megas	1.000,00	\$ 0,02	\$ 18,00	\$ 216,00
GASOLINA	gl	10,00	\$ 1,06	\$ 10,60	\$ 127,20
TOTAL		1.232,00	1,66	46,26	\$ 555,12

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.4. Costos Indirectos de Fabricación

Los componentes salariales están conformados por los servicios básicos requeridos para la producción de la mermelada de guayaba

Tabla 63 TOTAL PROYECCIÓN MENSUAL promedio de cada año (cantidad x precio)

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
LUZ kw/h	37,80	39,59	41,46	43,43	45,50
AGUA m3	0,86	6,67	6,89	7,13	7,37
TELÉFONO	6,60	6,83	7,08	7,33	7,59
INTERNET	18,00	18,61	19,24	19,89	20,56
GASOLINA	60,00	62,88	65,90	69,07	72,40

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.5. Mantenimiento Maquinaria

Se estima que el mantenimiento de la maquinaria del área de producción se realizará de forma mensual y se refleja en el siguiente cuadro:

Tabla 64 Mantenimiento Maquinaria

DETALLE	Valor total	valor mensual	valor anual
Paletas batidoras	\$ 80,00	\$ 0,20	2,40
Licuadora industrial	\$ 300,00	\$ 0,75	9,00
Despulpadora	\$ 2.500,00	\$ 6,25	75,00
Embazadora	\$ 5.800,00	\$ 14,50	174,00
Balanza digital 500kg	\$ 320,00	\$ 0,80	9,60
Esterilizador	\$ 420,00	\$ 1,05	12,60
Cocina industrial 3 quemadores	\$ 230,00	\$ 0,58	6,90
caldero	\$ 5.272,38	\$ 13,18	158,17
cuarto frío	\$ 2.500,00	\$ 6,25	75,00
Total		\$ 43,56	522,67

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.6. Proyección del Mantenimiento de Maquinaria

Para la proyección del mantenimiento de la maquinaria se tomó en consideración la tasa de inflación del último año la cual es de 3,38%.

Tabla 65 Proyección Mantenimiento de Maquinaria

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Paletas batidoras	2,40	2,48	2,56	2,65	2,74
Licuadora industrial	9,00	9,30	9,62	9,94	10,28
Despulpadora	75,00	77,54	80,16	82,86	85,67
Embazadora	174,00	179,88	185,96	192,25	198,74
Balanza digital 500kg	9,60	9,92	10,26	10,61	10,97
Esterilizador	12,60	13,03	13,47	13,92	14,39
Cocina industrial 3 quemadores	6,90	7,13	7,37	7,62	7,88
caldero	158,17	163,52	169,04	174,76	180,67
cuarto frío	75,00	77,54	80,16	82,86	85,67
TOTAL	522,67	540,34	558,60	577,48	597,00

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.7. Mantenimiento Vehículo

Para el mantenimiento del vehículo se lo realizará de manera mensual con un promedio de 100 dólares, dando un total anual de 1200 dólares.

Tabla 66 Vehículo Valor mensual del mantenimiento

DETALLE	Valor vehículo	valor mensual	valor anual
CAMIONETA	14000	100	1200

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.8. Proyección del Mantenimiento de Vehículo

En la proyección del mantenimiento del vehículo se tomó en cuenta la tasa de inflación del 3,38% en el último año

Tabla 67 Proyección Mantenimiento del vehículo

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
CAMIONETA	1200	1240,56	1282,49	1325,84	1370,65

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.9. Seguros

La infraestructura civil así como la maquinaria y equipo, la camioneta y el equipo de cómputo deben ser asegurados por cualquier eventualidad que suceda.

Tabla 68 Seguros

SEGUROS								
DETALLE	Valor total	Porcentaje de Seguro	Seguro Mensual	1	2	3	4	5
infraestructura civil	\$ 25.843,00	0%	\$ 5,38	\$ 64,61	\$ 64,61	\$ 64,61	\$ 64,61	\$ 64,61
maquinaria y equipo	\$ 22.414,01	0%	\$ 7,47	\$ 89,66	\$ 89,66	\$ 89,66	\$ 89,66	\$ 89,66
camioneta	\$ 14.000,00	4%	\$ 40,83	\$ 490,00	\$ 490,00	\$ 490,00	\$ 490,00	\$ 490,00
equipos de cómputo	\$ 2.070,00	1%	\$ 1,29	\$ 15,53	\$ 15,53	\$ 15,53	\$ 15,53	\$ 15,53
TOTAL	\$ 64.327,01			\$ 659,79				

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.1.10. Depreciación

Los objetos que se pueden depreciar son la infraestructura civil, maquinaria y equipo, muebles y enseres, la camioneta y el equipo de cómputo mostrados en la tabla siguiente:

Tabla 69 Depreciación

DETALLE	Valor total	Vida útil	Depreciación anual	1	2	3	4	5	Depreciación acumulada	Valor en libros
infraestructura civil	\$ 25.843,00	20	\$ 1.292,15	\$ 1.292,15	\$ 1.292,15	\$ 1.292,15	\$ 1.292,15	\$ 1.292,15	\$ 6.460,75	\$ 19.382,25
maquinaria y equipo	\$ 22.414,01	10	\$ 2.241,40	\$ 2.241,40	\$ 2.241,40	\$ 2.241,40	\$ 2.241,40	\$ 2.241,40	\$ 11.207,01	\$ 11.207,01
camioneta	\$ 14.000,00	5	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 2.800,00	\$ 14.000,00	\$ -
muebles y enseres	\$ 2.595,00	10	\$ 259,50	\$ 259,50	\$ 259,50	\$ 259,50	\$ 259,50	\$ 259,50	\$ 1.297,50	\$ 1.297,50
equipos de cómputo	\$ 2.070,00	3	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ 690,00	\$ -	\$ -	\$ 2.070,00	\$ -
TOTAL	\$ 66.922,01			\$ 7.283,05	\$ 7.283,05	\$ 7.283,05	\$ 6.593,05	\$ 6.593,05	\$ 35.035,26	\$ 31.886,76

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.2. Gastos administrativos

5.2.2.1. Salario del personal administrativo

Para la proyección de los salarios del área administrativa de la empresa se tomó en consideración la tasa de inflación del 3,38% correspondiente al último año.

Tabla 70 Salario del personal administrativo

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Gerente General	516,90	534,37	552,43	571,11	590,41
Contadora	378,37	391,16	404,38	418,05	432,18
Bodeguero/Limpieza	378,37	391,16	404,38	418,05	432,18
TOTAL MENSUAL	1.273,64	1.316,69	1.361,19	1.407,20	1.454,77
TOTAL ANUAL	15.283,70	15.800,29	16.334,34	16.886,44	17.457,20

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 71 Derechos de la remuneración del personal administrativo

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Salario Básico Unificado	1273,64	1316,69	1361,19	1407,20	1454,77
Aporte Patronal 12,15%	418,05	432,18	446,79	461,89	477,50
Fondos de Reserva 9,35 %	432,18	446,79	461,89	477,50	493,64
Décimo Tercer Sueldo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Décimo Cuarto Sueldo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vacaciones	2547,28	2633,38	2722,39	2814,41	2909,53
TOTAL ANUAL	4671,15	4829,04	4992,26	5161,00	5335,44

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.2.2. Suministros y materiales

A continuación se detallan los suministros y materiales necesarios en las oficinas de la pequeña empresa.

Tabla 72 Suministros de oficina

SUMINISTROS OFICINA			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papel resma	36	1,00	36,00
Carpetas de cartón	12	0,40	4,80
Esfero	10	0,30	3,00
Tinta impresora	2	39,00	78,00
Cuaderno	12	1,50	18,00
Lápiz	12	0,30	3,60
Borrador	12	0,25	3,00
TOTAL	96		146,40

Fuente: estudio económico financiero

Elaborado: el autor

Año: 2016

Para la proyección de suministros y materiales se tomó en cuenta la tasa de inflación del último año 3,38%

Tabla 73 Proyección suministros de oficina

DETALLE	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Papel resma	36,00	37,22	38,47	39,78	41,12
carpetas de cartón	4,80	4,96	5,13	5,30	5,48
esfero	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
tinta impresora	78,00	80,64	83,36	86,18	89,09
cuaderno	18,00	18,61	19,24	19,89	20,56
lápiz	3,60	3,72	3,85	3,98	4,11
borrador	3,00	3,10	3,21	3,31	3,43
TOTAL	146,40	151,35	156,46	161,75	167,22

Fuente: Estudio económico financiero

Elaborado: el autor

Año: 2016

5.2.3. Gastos de ventas

5.2.3.1 Salario personal de ventas

Para la proyección de la remuneración del personal de ventas se proyectó el salario básico actual, el cual es de 366 dólares en el año 2016 multiplicando por la tasa de inflación la misma que es 3,38% dando como resultado un salario de 378,37 dólares para el año 2017.

Tabla 74 Proyección del salario del chofer/repartidor

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Chofer/Repartidor	378,37	391,16	404,38	418,05	432,18
TOTAL MENSUAL	378,37	391,16	404,38	418,05	432,18
TOTAL ANUAL	4.540,45	4.693,92	4.852,57	5.016,59	5.186,15

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 75 Derecho de la remuneración del chofer/repartidor

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Salario Básico Unificado	378,37	391,16	404,38	418,05	432,18
Aporte Patronal 12,15%	45,97	47,53	49,13	50,79	52,51
Fondos de Reserva 9,35 %	35,38	36,57	37,81	39,09	40,41
Décimo Tercer Sueldo	378,37	391,16	404,38	418,05	432,18
Décimo Cuarto Sueldo	378,37	391,16	404,38	418,05	432,18
Vacaciones	756,74	782,32	808,76	836,10	864,36
TOTAL ANUAL	1973,20	2039,90	2108,85	2180,13	2253,81

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año : 2016

5.2.3.2. Publicidad

La publicidad usada en las ventas del producto será la radio y la prensa; la misma que será proyectada por la tasa de inflación del último año

Tabla 76 Publicidad

DETALLE	Cantidad Mensual	Precio	Total al mes	Total al año
Radio	15	\$ 15,51	\$ 232,61	\$ 2.791,26
Prensa	4	\$ 4,14	\$ 16,54	\$ 198,49
TOTAL			\$ 249,15	\$ 2.989,75

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 77 Proyección de la publicidad mensual

DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Radio	\$ 244,87	\$ 257,78	\$ 271,37	\$ 285,67	\$ 300,73
Prensa	\$ 17,41	\$ 18,33	\$ 19,30	\$ 20,31	\$ 21,39

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 78 Proyección anual de la publicidad

PROYECCIÓN ANUAL (proyección mensual x 12)					
DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Radio	\$ 2.938,41	\$ 3.093,32	\$ 3.256,40	\$ 3.428,07	\$ 3.608,79
Prensa	\$ 208,95	\$ 219,97	\$ 231,57	\$ 243,77	\$ 256,63
TOTAL PUBLICIDAD	\$ 3.147,36	\$ 3.313,29	\$ 3.487,96	\$ 3.671,84	\$ 3.865,42

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.3.3. Amortización

Los documentos inmersos para el funcionamiento de la empresa son aquellos que se pueden amortizar como activos diferidos.

Tabla 79 Amortización

AMORTIZACIÓN										
DETALLE	Valor total	Vida útil	Amortización anual	1	2	3	4	5	Amortización acumulada	Valor en libros
RUC	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-
Patente	200,00	5	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00	-
Permiso de Bomberos	150,00	5	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00	-
Permiso de Ministerio	150,00	5	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00	-
Nombramiento representante legal	600,00	5	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00	600,00	-
Constitución	800,00	5	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00	800,00	-
Permiso Ambiental	150,00	5	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	150,00	-
TOTAL	2.050,00			410,00	410,00	410,00	410,00	410,00	2.050,00	-

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.2.4. Gasto financiero

La inversión total del proyecto es de 106.865,96 dólares de los cuales 32059,79 serán con capital propio repartido entre 5 socios lo que corresponde a un 30% y un 70% será por medio de un préstamo que se realizará en la CFN con una cantidad de 74.806,17 dólares.

Requisitos:

Para planes de inversión los requisitos son los siguientes:

Copias de cédula de ciudadanía

Copias del RUC

Llenar el formulario de inversiones

Copia del último pago de un servicio básico.

Condiciones:

Préstamo 74.806,17

Plazo: 10 años

Pago: mensual mediante la tabla de amortización al siguiente mes de concedido el préstamo.

Estar en el buró de crédito en la categoría “A” o “B”

Financiación: el 70% de la inversión total.

Tabla de amortización

$$V_C = \frac{(M_p)(i)(1+i)^n}{[(1+i)^n - 1]}$$

Simbología y datos:

Valor cuota: $V_C = ?$

Monto del préstamo: $M_p = 74.806,17$

Tasa interés mensual: $i = 0,1102$

Períodos: $n = 120$ meses (10 años)

$$V_C = \frac{(74.806,17)(0,1102)(1 + 0,1102)^n}{[(1 + 0,1102)^{120} - 1]}$$

$V_C = \$998,10$

Tabla 80 Amortización del crédito a 10 años

Crédito a 10 Años		
PERIODOS	INTERESES	VALOR CUOTA
1	\$ 7.643,40	\$6.056,30
2	\$ 7.150,89	\$12.112,61
3	\$ 6.604,11	\$12.112,61
4	\$ 5.997,07	\$12.112,61
5	\$ 5.323,14	\$12.112,61
6	\$ 4.574,94	\$12.112,61
7	\$ 3.744,29	\$12.112,61
8	\$ 2.822,10	\$12.112,61
9	\$ 1.798,29	\$12.112,61
10	\$ 661,65	\$18.168,91

FUENTE: CFN

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.5. Resumen de egresos proyectados

Tabla 81 Resumen de egresos proyectados

COSTO DE PRODUCCION	<u>182.152,76</u>	<u>189.196,51</u>	<u>195.345,18</u>	<u>201.011,68</u>	<u>207.583,03</u>
MP DIRECTA	\$68.438,07	\$70.751,28	\$73.142,67	\$75.614,90	\$78.170,68
MP INDIRECTA	75.600,00	78.155,28	\$80.796,93	\$83.527,86	86.351,11
MOD	\$25.388,46	\$27.379,74	\$28.305,17	29.261,88	\$30.250,94
CIF	\$ 3.060,72	\$ 3.164,17	\$ 3.271,12	\$ 3.381,69	\$ 3.495,99
MANTENIMIENTO					
MAQUINARIA	\$ 522,67	\$ 540,34	\$ 558,60	\$ 577,48	\$ 597,00
MANTENIMIENTO VEHICULO	\$ 1.200,00	\$ 1.240,56	\$ 1.282,49	\$ 1.325,84	\$ 1.370,65
SEGUROS	\$ 659,79	\$ 682,09	\$ 705,14	\$ 728,98	\$ 753,62
DEPRECIACION	\$ 7.283,05	\$ 7.283,05	\$ 7.283,05	\$ 6.593,05	\$ 6.593,05
GASTOS ADMINISTRATIVOS	<u>35.083,18</u>	<u>37.801,80</u>	<u>39.065,64</u>	<u>40.372,20</u>	<u>41.722,92</u>
SALARIOS	33.971,66	36.666,57	37.905,90	39.187,12	40.511,64
SUMINISTROS Y MATERIALES	\$ 146,40	\$ 151,35	\$ 156,46	\$ 161,75	\$ 167,22
CIF	\$ 555,12	\$ 573,88	\$ 593,28	\$ 613,33	\$ 634,06
AMORTIZACION DIFERIDOS	\$ 410,00	\$ 410,00	\$ 410,00	\$ 410,00	\$ 410,00
GASTOS VENTAS	<u>11.366,99</u>	<u>12.176,74</u>	<u>12.651,00</u>	<u>13.144,59</u>	<u>13.658,34</u>
SALARIOS	\$ 8.219,63	\$ 8.863,45	\$ 9.163,04	\$ 9.472,75	\$ 9.792,93
PUBLICIDAD	\$ 3.147,36	\$ 3.313,29	\$ 3.487,96	\$ 3.671,84	\$ 3.865,42
GASTOS FINANCIEROS	<u>\$ 7.643,40</u>	<u>\$ 7.150,89</u>	<u>\$ 6.604,11</u>	<u>\$ 5.997,07</u>	<u>\$ 5.323,14</u>
INTERESE CREDITO	\$ 7.643,40	\$ 7.150,89	\$ 6.604,11	\$ 5.997,07	\$ 5.323,14
TOTAL	<u>\$236.246,33</u>	<u>\$246.325,94</u>	<u>\$253.665,93</u>	<u>\$260.525,54</u>	<u>\$268.287,44</u>

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.6. Estado de situación inicial

En el estado de situación inicial están los activos fijos que son la Planta y Equipo que se requiere y los activos corrientes el cual es el capital de trabajo para el funcionamiento de la micro empresa , dentro de los pasivos corrientes se encuentran las obligaciones a largo plazo como es el caso del préstamo bancario y la inversión propia.

Tabla 82 Estado de situación inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
Activos corrientes		37116,45	74.806,17
Bancos	37116,45	Deuda a largo plæ	74.806,17
Activos fijos		67699,51	
terreno	777,50	TOTAL PASIVOS	74.806,17
infraestructura civil	25843,00		
camioneta	14000,00	<u>PATRIMONIO</u>	
maquinaria y equipo	22414,01	Capital	32059,79 32059,7889
muebles y enseres	2595,00		
equipos de cómputo	2070,00	TOTAL PATRI	32059,79 32059,79
Activos diferidos		2050,00	
Constitución legal y permisos	2050,00		
TOTAL ACTIVOS	106865,96	TOTAL PASIVO +PATRIMONI	106.865,96

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.7. Estado de resultados

En la proyección del estado de resultados están considerados todos los ingresos por ventas y egresos por costos de producción y gastos administrativos, ventas y financieros que se requerirán durante la vida útil del proyecto.

Tabla 83

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos proyectados	275400,00	289918,69	305202,78	321292,62	338230,70
Costos proyectados producción	174869,71	181913,45	188062,13	194418,63	200989,98
Utilidad bruta proyectada	100530,29	108005,23	117140,65	126873,99	137240,72
GASTOS					
Gastos administrativos	35083,18	37801,80	39065,64	40372,20	41722,92
Gastos de Publicidad	11366,99	12176,74	12651,00	13144,59	13658,34
Gastos financieros	7643,40	7150,89	6604,11	5997,07	5323,14
Depreciación	7283,05	7283,05	7283,05	6593,05	6593,05
Total de gastos proyectados	61376,62	64412,48	65603,80	66106,92	67297,46
Utilidad antes de PT 15%	39153,67	43592,75	51536,85	60767,08	69943,26
(-) 15% Particip. Trabajadores	5873,05	6538,91	7730,53	9115,06	10491,49
Utilidad antes IR	33280,62	37053,84	43806,32	51652,01	59451,77
(-) 22% Impto. Rta.	7321,74	8151,84	9637,39	11363,44	13079,39
Utilidad Neta	25958,88	28901,99	34168,93	40288,57	46372,38
Utilidad Mensual	2163,24	2408,50	2847,41	3357,38	3864,37

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.7. Flujo de efectivo financiero

El flujo de efectivo dentro de un proyecto son las salidas y las entradas del efectivo a valor presente por medio del estado financiero se realiza la evaluación financiera.

Tabla 84 Flujo de efectivo financiero

DESCRIPCIÓN	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos proyectados		275400,00	289918,69	305202,78	321292,62	338230,70
Costos proyectados		-174869,71	-181913,45	-188062,13	-194418,63	-200989,98
Gastos administrativos		-35083,18	-37801,80	-39065,64	-40372,20	-41722,92
Gastos de Publicidad		-11366,99	-12176,74	-12651,00	-13144,59	-13658,34
Gastos financieros		-7643,40	-7150,89	-6604,11	-5997,07	-5323,14
Depreciación		-7283,05	-7283,05	-7283,05	-6593,05	-6593,05
Valor en libros						31886,76
Capital propio	-\$32.059,79					
Préstamo	-\$74.806,17					
Recuperación capital de trabajo						37116,45
Utilidad antes de impuestos		39153,67	43592,75	51536,85	60767,08	138946,47
Impuestos		-13194,79	-14690,76	-17367,92	-20478,50	-23570,88
Utilidad desp. De impuestos		25958,88	28901,99	34168,93	40288,57	115375,59
Depreciación		7283,05	7283,05	7283,05	6593,05	6593,05
Inversion Activos Fijos	-67699,51					31886,76
Inversiones Diferidas	-2050,00					
Capital de trabajo	-37116,45					
FLUJO DE CAJA	-106865,96	33241,94	36185,04	41451,98	46881,62	153855,40
Valor Actual del flujo	200047,66					
VAN	93181,69					
TIR	36,16%					

12,79%	TMAR
---------------	-------------

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.8. Evaluación financiera

5.8.1. Costo de oportunidad

La tasa de rendimiento medio calcula el porcentaje de desgaste del proyecto se calcula con los siguientes rubros

- Costo de capital (del inversionista y del crédito)
- Nivel de riesgo (expresado en una tasa de inflación)

Para determinar el costo de capital, se estableció financiamiento propio y prestado, aplicándose una tasa del 7,00% del capital propio, tomando en cuenta que los intereses por las pólizas de la Instituciones Financiera pagan por estas inversiones. Para el capital prestado se aplicó el 11,02 que es el porcentaje del préstamo que la empresa solicitará en el Banco del Ecuador (BAN ECUADOR), por 74806,17USD para fomentar la micro empresa. Luego se estableció un ajuste de costo de capital, por efectos de riesgo, determinando la tasa de inflación del 3,38%.

Tabla 85

Descripción	Valor	%	Tasa ponderada	Valor Ponderado
Inversión propia	32059,79	40,00%	7,00%	2,80%
Inversión financiada	74806,17	60,00%	11,02%	6,61%
Total	106865,96	100%	18%	9,41%
			TRM	12,79%

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.8.2. Cálculo del VAN

El VAN se calcula de la siguiente manera gracias a la fórmula que está a continuación:

$$VAN = -A + \frac{FNC_1}{(1 + K)^1} + \frac{FNC_2}{(1 + K)^2} + \dots + \frac{FNC_n}{(1 + K)^n}$$

Simbología y datos:

Inversión Inicial: A= 105.671,47 dólares

Flujos de caja netos de los periodos 1,2,...n: FNC1, FNC2,..., FNCn (Tasa de descuento que aplicamos, y que asumimos constante a lo largo de la vida del proyecto: K= 0,1450).

Tabla 86 Van

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 3	AÑO 5
-106865,96	33241,94	36185,04	41451,98	46881,62	153855,40

Valor Actual 29471,89 28442,81 28887,53 28966,06 84279,36

Inversión inicial -106865,96

Valor actual del flujo 200047,66

VAN 93181,69

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.8.3. Cálculo de la TIR

Para la TIR se calculó la suma de flujos netos actualizados mediante dos tasas de descuento (K) que permitieron obtener un VAN de tasa inferior positivo y otro de tasa superior negativo.

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencia\ entre\ tasas \left(\frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$$

Tabla 87 TIR

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 3	AÑO 5
-106865,96	33241,94	36185,04	41451,98	46881,62	153855,40
TIR	36%				
tasa inferior	13%	Dif. Entre tasas			
tasa superior	36%		23%	36%	
van tasa inf	93181,69				
van tasa superior	392,03				

$$TIR = Tasa\ menor + Diferencia\ entre\ tasas \left(\frac{VAN\ tasa\ menor}{VAN\ tasa\ menor - VAN\ tasa\ mayor} \right)$$

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Flujos netos actualizados

$$PRI = \text{AÑO INFERIOR} + \left(\frac{\text{INVERSION} - \text{VALOR AÑO INFERIOR}}{\text{VALOR AÑO SUPERIOR} - \text{VALOR AÑO INFERIOR}} \right)$$

5.8.4. Período de recuperación de la inversión

El período de recuperación se realizará en dos años cuatro meses y tres días.

Tabla 88 Período de recuperación de la inversión

Descripción	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO NETO	106865,96	33241,94	36185,04	41451,98	46881,62	153855,40
Sumatoria sucesiva		33241,94	69426,98	110878,96	157760,58	311615,98

-4013,00

PRI=	2,90	2	Años
		4	Meses
		3	Días

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

5.8.5. Punto de equilibrio

Tabla 89 Punto de Equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS					
VENTAS	275.400,00	289.918,69	305.202,78	321.292,62	338.230,70
COSTOS FIJOS					
	0	0,00	0,00	0,00	0,00
	275400	289.918,69	305.202,78	321.292,62	338.230,70
	236246,3273	246.325,94	253.665,93	268.287,44	0,00
	39153,67267	43.592,75	51.536,85	60.767,08	69.943,26
	0	0,00	0,00	0,00	0,00
	0	0,00	0,00	0,00	0,00
	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos de Ventas	174.869,71	181.913,45	188.062,13	194.418,63	200.989,98
Gastos Administrativos	35.083,18	37.801,80	39.065,64	40.372,20	41.722,92
Gastos financieros	7.643,40	7.150,89	6.604,11	5.997,07	5.323,14
Depreciación	7.283,05	7.283,05	7.283,05	6.593,05	6.593,05
TOTAL COSTO FIJO	804.716,71	844.554,75	883.600,17	923.842,35	254.629,10
COSTOS VARIABLES					
Material Prima Directa					
Costos indirectos de Producción	1.479,12	1.614,94	1.686,88	1.762,16	1.840,95
TOTAL COSTO VARIABLE	1.479,12	1.614,94	1.686,88	1.762,16	1.840,95
PE DOLARES	809.062,02	849.285,55	888.511,04	928.937,20	256.022,60

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

Tabla 90 Proyección para el punto de equilibrio

PROYECCION PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO					
DESCRIPCIÓN/AÑOS	2016	2017	2018	2019	2020
VENTAS	275.400,00	289.918,69	305.202,78	321.292,62	338.230,70
COSTOS FIJOS	804.716,71	844.554,75	883.600,17	923.842,35	254.629,10
COSTOS VARIABLES	1.479,12	1.614,94	1.686,88	1.762,16	1.840,95
PUNTO DE EQUILIBRIO	809.062,02	849.285,55	888.511,04	928.937,20	256.022,60

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

PRODUCCION	180000
COSTOS FIJOS	84400,73
COSTOS VARIABLES	144593,19
TOTAL COSTOS	\$ 228.993,92
CVU	\$ 1,27
INGRESOS	\$ 275400,00
CVARIABLE UNITARIO	0,803295515
PRECIO DE VENTA	1,53
PUNTO DE EQUILIBRIO (Q)	116141,74
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	\$ 177696,87

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

CAPÍTULO VI

6. Propuesta

6.1. Aspecto legal de la pequeña empresa

Los aspectos legales en el cual se implementará la pequeña empresa en el sector productivo y comercial serán por medio de una compañía de responsabilidad limitada, los requisitos establecidos por la Superintendencia de Compañías para su constitución son:

Nombre

Se llamará con el nombre o mejor conocido como razón social **“GUAYABA JAM, CÍA. LTDA”**; micro empresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba compañía limitada, localizada en el sitio de Guallupe, parroquia La Carolina, cantón Ibarra, provincia de Imbabura

Socios y capital social

Esta compañía limitada estará constituida por cinco socios los cuales aportarán un capital social de:

Tabla 91

Gustavo Merlo Pérez	7328,64
Orlando Morejón	6340,29
Jairo Estrella	6340,29
Luis Durán	6340,29
Luis Malquín	6340,29
TOTAL	32059,79

FUENTE: Estudio Económico Financiero

ELABORADO: El Autor

Año: 2016

6.2. Marca y eslogan de la pequeña empresa

MARCA:

La marca de la pequeña empresa se ha llamado con el nombre de GUAYABA JAM, se ha tomado en consideración las actividades que se realizarán en el sector de Guallupe y su materia prima principal como es la guayaba la cual proviene de dicho lugar.

El nombre de la empresa va someterse a los trámites que determine el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) para realizar el registro de tanto del nombre como los demás diseños corporativos.

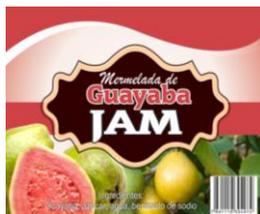


Ilustración 20 Etiqueta de mermelada de guayaba (Guayaba Jam)

6.3. Aspectos fundamentales para su funcionamiento

Para el funcionamiento de la pequeña empresa como compañía de responsabilidad limitada es necesario contar con los siguientes requisitos:

Depósito de una cuenta integración de capital abierta en una institución financiera de la ciudad.

Afiliación a la Cámara de Producción que corresponda al objeto social.

Publicación de uno de los extractos de la escritura en uno de los periódicos locales o de mayor circulación.

Inscripción en el Registro Mercantil, cumpliendo con los requisitos que para ello se establezcan.

Designación de los administradores en el Registro Mercantil.

Tener la autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser retirados.

Apertura del RUC.

Obtener la Patente Municipal

Sacar el Permiso y Registro sanitario.

6.3.1. Requisitos para obtener el ruc:

Original y copia, o copia certificada del nombramiento de la representante legal notariada y con reconocimiento de firmas.

Original y copia a color de la cédula vigente.

Original y copia del certificado de votación.

Original y copia de la plantilla de servicios básicos (agua, luz, o teléfono).

Original y copia de la escritura de la propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad.

6.3.2. Requisitos para la obtención de la patente municipal por primera vez

Copia de la cédula y certificado de votación

Escrituras del área física.

Copia del RUC

Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.

Copia de la cédula de identidad del representante legal.

Inscripción.

6.3.3. Requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento y registro sanitario

a. Permiso de Funcionamiento:

Copia de cédula de ciudadanía del representante legal.

Copia del certificado de votación del representante legal.

Permiso del cuerpo de bomberos.

Copia del RUC vigente.

b. Registro Sanitario:

Nombre o razón social del solicitante.

Nombre completo del producto.

Ubicación de la fábrica (ciudad, calle, número, teléfono).

Lista de ingredientes usados. Los ingredientes antes mencionados deben declararse en orden decreciente de las proporciones utilizadas.

Número de lote.

Fecha de elaboración

Formas de presentación del producto, envase y contenido en unidades del sistema internacional, de acuerdo a la ley de pesas y medidas, y tres muestras de etiquetas de conformidad con la norma INEN de rotulado.

Condiciones de conservación.

Tiempo máximo para el consumo.

Firma del propietario o representante legal y del representante técnico, debidamente registrado en el Ministerio de Salud.

6.4. Elementos estratégicos**6.4.1. Misión**

“GUAYABA JAM” es una empresa dedicada a la elaboración comercialización de mermelada de guayaba, mediante el aprovechamiento de las potencialidades naturales, nutritivas y de sabor de la fruta con procesos que garantizan la eficacia y eficiencia de la calidad del producto.

6.4.2. Visión

En los siguientes cinco años la empresa “GUAYABA JAM” será líder en el mercado local en la industrialización de la guayaba donde se genera productos con características nutritivas y saludables a través de un sistema integrado de producción de alta calidad

6.4.3. Valores corporativos

Los valores que pretende incentivar y practicar la pequeña empresa su actividad económica y el medio en que se desenvuelve son:

Responsabilidad

La responsabilidad es un valor que está en la conciencia de las personas, que le permite reflexionar, administrar, orientar, y valorar las consecuencias de sus actos.

Liderazgo

El liderazgo es el conjunto de capacidades que un individuo tiene para influir en un colectivo de personas, se da mediante la iniciativa de gestionar, convocar, promover, incentivar y motivar, sea este personal, gerencial o institucional.

Trabajo en equipo

Este se debe, principalmente a un aprovechamiento de los recursos de cada uno de las personas en lo que se refiere a la interacción con el resto de ellas.

Respeto con el Ambiente

La responsabilidad del cuidado, conservación, preservación y mejora del ambiente debe ser común y solidaria. Al momento de abusar o hacer mala utilización de los recursos naturales que se encuentran en el medio ambiente, éste se llega a encontrar en peligro y puede agotarse. El deber de la empresa es medir el riesgo ambiental y de ésta forma conseguir combatirlo.

Honestidad

La honestidad es muy importante ya que está inmersa en toda actividad social que requiera la empresa, la misma que necesita acciones concretas y dichas acciones se interrumpen cuando las personas que las realizan no son francas. La honestidad no involucra solo a la franqueza, también se refiere a la capacidad de decir la verdad, la honestidad del trabajo para una paga honesta.

6.4.4. Objetivos Organizacionales

Los objetivos de la organización son:

Elaborar más variedad de productos a base de guayaba así como otras frutas para satisfacer los gustos de los clientes.

Alcanzar un volumen de ventas considerable, logrando la estancia en el mercado de alimentos y la preferencia de los consumidores.

Utilizar las herramientas administrativas y financieras para alcanzar el liderazgo en el mercado.

Capacitación permanente del equipo de materia prima trabajo GUAYABA JAM para una mejora continua de los procesos.

6.4.5. Políticas Organizacionales

Las políticas de la organización son:

La pequeña empresa adquiere la materia prima a los productores de las diferentes comunidades de estudio asegurando el abastecimiento de la fruta.

La recepción y pesaje de la guayaba se realizarán los días lunes de cada semana.

Llevar a cabo un minucioso y cuidadoso proceso de higiene en todas las áreas de la pequeña empresa.

Interpretar y evaluar información para poder tomar decisiones.

Las decisiones se tomarán en consenso en reuniones de permanentes de equipos de trabajo.

Se realizarán investigaciones de mercado en equipo, con el objetivo de actualizar las preferencias del consumidor.

La ocupación de mano de obra local.

Obtener una rentabilidad adecuada para satisfacer a los accionistas de la empresa.

Evaluar los aspectos financieros así como los balances de forma mensual y corregir los posibles problemas de disponibilidad de fondos.

La adquisición de equipos y maquinaria necesaria para la pequeña empresa.

Establecimiento de precios competitivos para el producto que se va elaborar.

Disminución de desperdicios de la materia prima.

Manejar promociones.

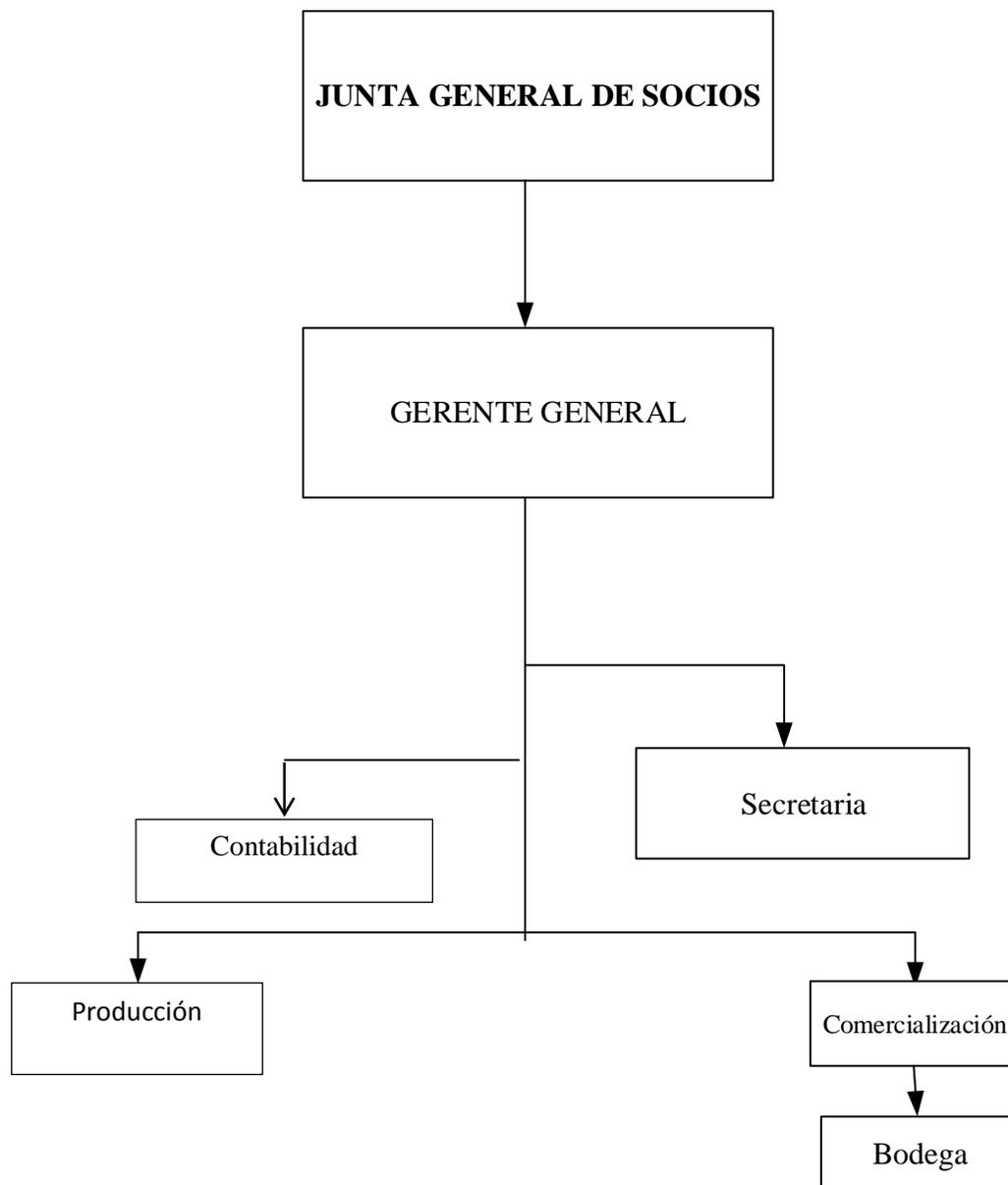
Estrategias de publicidad.

Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siempre cuidando cada paso del proceso, los modales y comportamiento para con el cliente.

Proporcionar al cliente un producto de calidad, sano con excelente sabor y muy bueno para la salud

6.5. Estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa

Por su tamaño, tipo y actividad económica, se plantea la siguiente estructura organizacional de la nueva unidad productiva:

Esquema 3: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA PEQUEÑA EMPRESA

FUENTE: Investigación Directa

ELABORADO POR: El Autor

Año: 2016

6.6. Estructura funcional

	
<u>Descripción general</u>	
Unidad Administrativa	Directivo
Cargo	Gerente General
Nivel Jerárquico	1 a 3 años
Naturaleza del puesto	Planificar, organizar y dirigir tareas, ejercer control, revisar resultados
<u>Competencias</u>	
Experiencia en puestos como gerente o en el manejo de fincas	
Conocimiento técnico sobre el funcionamiento de las microempresas	
Ingeniería en Administración de Empresas	
Trabajos previamente realizados en empresas dedicadas a la fabricación de productos	
Conocimiento en ventas, así como logística en canales de distribución	
• Compromiso.	
• Trabajo en equipo.	
Nivel al que pertenece	Directivo
Nivel de dependencia	Junta de socios
Nivel de supervisión	Directivo
<u>Funciones</u>	
Elaborar el plan estratégico empresarial	
Elaborar el plan operativo anual	
Aprobar el presupuesto anual y estados financieros anuales	
Nombrar y remover al gerente	
Supervisar las actividades administrativas, financieras del gerente	

	
<u>Descripción general</u>	
Unidad Administrativa	
Cargo	Secretaria
Nivel Jerárquico	Asesor
Naturaleza del puesto	Desempeñar labores de oficina para ayudar a los ejecutivos en sus labores administrativas.
<u>Competencias</u>	
Tener conocimientos en programas informáticos.	
Título de segundo nivel	
Tener buena redacción y ortografía	
Debe ser una persona organizada, responsable y capacitada para poder ejercer diversos tipos de tareas de manera rápida y eficiente	
De buena presencia y capacidad de relacionarse con otras personas	
Nivel al que pertenece	Gerencia
Nivel de dependencia	Gerencia
Nivel de supervisión	Nivel auxiliar
<u>Funciones</u>	
Atención de clientes y demás personas que visiten las instalaciones.	
Llevar al día la agenda del Gerente.	
Llevar el libro de actas.	
Receptar llamadas telefónicas y dar información de la empresa.	
Programar citas con los clientes.	
Supervisar el aseo del área administrativa.	
Llevar el inventario y control de los suministros de oficina.	

	
<u>Descripción general</u>	
Unidad Administrativa	
Cargo	Guardia/Limpieza
Nivel Jerárquico	Operativo
Naturaleza del puesto	Cuidar la empresa así como mantener limpio el lugar para que los miembros trabajen en condiciones saludables.
<u>Competencias</u>	
Tener buenas relaciones personales.	
Saber defensa personal	
Saber leer y escribir.	
Ser una persona activa, dinámica y eficiente.	
Disponer de tiempo completo.	
Ser honesto y respetuoso.	
Nivel al que pertenece	
Nivel de dependencia	
Nivel de supervisión	
<u>Funciones</u>	
Atención de clientes y demás personas que visiten las instalaciones.	
Abrir las oficinas y realizar la limpieza de la misma.	
Encargarse de recibir la correspondencia.	
Realizar la limpieza de la bodega.	
Colaborar con los depósitos de cheques y efectivo.	
Comunicar cualquier actividad sospechosa.	



<u>Descripción general</u>	
Unidad Administrativa	
Cargo	Bodeguero
Nivel Jerárquico	Operativo
Naturaleza del puesto	Llevar el control, distribución, y organización de la bodega.
<u>Competencias</u>	
Tener conocimiento en el almacenamiento y sistemas contables informáticos.	
Ser responsable y organizado, tener buenas relaciones interpersonales y comunicación.	
Características personales como liderazgo, comunicación y organización.	
Honestidad en todas las actividades	
Disponer de tiempo completo.	
Nivel al que pertenece	Comercialización
Nivel de dependencia	Bodega
Nivel de supervisión	Gerente
<u>Funciones</u>	
Entrega o recepción de los materiales y las herramientas.	
Llevar un control de los materiales y herramientas entregadas.	
Llevar el almacenamiento de la materia prima, productos en proceso y producto terminado.	
Llevar el control adecuado de salidas y entradas de producto.	
Apartar físicamente los materiales que se van a utilizar en el producto y materiales de oficina.	
Ubicar en un sitio adecuado los materiales para evitar el deterioro.	
Mantener limpia la bodega.	
Realizar cualquier otra actividad que solicite su jefe inmediato.	

	
<u>Descripción general</u>	
Unidad Administrativa	Producción
Cargo	Preparador de Producción
Nivel Jerárquico	Operativo
Naturaleza del puesto	Coordinar la producción y programar el trabajo en el área de producción para surtir los pedidos del producto en el mercado.
<u>Competencias</u>	
Capacidad de motivación a las demás personas.	
Autocrítico	
Tener habilidades de liderazgo, administración organización y de comunicación.	
Nivel al que pertenece	Producción
Nivel de dependencia	Producción
Nivel de supervisión	Gerencia
<u>Funciones</u>	
Optimizar el talento humano, los recursos materiales y de producción acorde a las metas del departamento.	
Tomar decisiones para reducir los costos de producción sin perder la calidad del producto.	
Proponer el presupuesto del departamento de producción y controlar los gastos del mismo.	
Supervisar el cumplimiento de entregas del producto, por medio de la planificación, empaclado y despacho.	
Determinar una política de provisión de producto fresco.	
Realizar cualquier otra actividad que solicite su jefe inmediato.	

	
<u>Descripción general</u>	
Unidad Administrativa	Producción
Cargo	Trabajador de Producción
Nivel Jerárquico	Operativo
Naturaleza del puesto	Seleccionar la fruta y empacar el producto terminado así como tareas encomendadas para el buen funcionamiento de la organización.
<u>Competencias</u>	
Persona honesta y que conozca los métodos idóneos en el proceso productivo.	
Experiencia en elaboración de mermeladas.	
Ser una persona activa, dinámica, coordinada capaz de realizar distintas actividades.	
Nivel al que pertenece	Producción
Nivel de dependencia	Producción
Nivel de supervisión	Preparador de Producción.
<u>Funciones</u>	
Recepción y empleo de la materia prima (frescura, textura y color) para la elaboración de la mermelada de guayaba.	
Realizar la limpieza de la fruta para su proceso.	
Manejar todos los equipos y herramientas de la planta.	
Limpieza de la planta de producción.	
Verificar procesos de almacenamiento y empaque del producto terminado.	
Realizar cualquier otra actividad que solicite su jefe inmediato.	

	
<u>Descripción general</u>	
Unidad Administrativa	Comercialización
Cargo	Chofer/ Repartidor
Nivel Jerárquico	Comercialización
Naturaleza del puesto	Seguir las rutas preestablecidas para la distribución del producto. También cumplir otras tareas que se presenten en la empresa.
<u>Competencias</u>	
Ser dinámico y sociable	
Tener licencia de conductor.	
Título de bachiller.	
Ser una persona con valores como honestidad y compromiso para ejecutar de la mejor manera las tareas asignadas.	
Nivel al que pertenece	Comercialización
Nivel de dependencia	Comercialización
Nivel de supervisión	Gerente
<u>Funciones</u>	
Descargar y entregar los productos conforme a los procedimientos establecidos.	
Estar al servicio del Gerente General	
Brindar los servicios de mensajería.	
Realizar cualquier otra actividad que le solicite su jefe inmediato	
Dar mantenimiento preventivo e incluso correctivo al vehículo y la limpieza del mismo.	

CAPÍTULO VII

7. Impactos

Este estudio comprende la identificación de los impactos y efectos que tiene el proyecto sobre determinados entornos, para lo cual se deben tomar en consideración los componentes de cada uno de dichos entornos.

En el presente proyecto se han tomado en cuenta los impactos social, económico, empresarial, ético y ambiental en vista de que este contribuirá a la reducción del desempleo, mejorará la economía de las familias de los beneficiarios, impulsará la economía local como cantonal, propenderá a la generación de una sana competencia en el ámbito de la producción y comercialización de mermeladas, creará en el talento humano que colabora en el funcionamiento del mismo, fuertes valores morales, promoverá la no contaminación de los suelos y sus frutos, además de otros aspectos.

Matrices de Impactos

Los impactos se llegan a medir en los aspectos cualitativos así como también cuantitativos en base a la siguiente escala:

+3	Alto Positivo
+2	Medio Positivo
+1	Bajo Positivo
0	No hay impacto
-1	Bajo Negativo
-2	Medio Negativo
-3	Alto Negativo

7.1. Impacto social

Tabla 76.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Fuentes de empleo						X	
Buena nutrición de los consumidores							X
Asociatividad							X
TOTAL						2	6

$$\text{Impacto Social} = E = \frac{\text{E de impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

$$E = 8/3 = 2,67$$

Nivel Impacto Social= Impacto alto positivo

7.2.1. Análisis

a. Fuentes de empleo: El impacto social tiene una valoración media positiva ya la pequeña empresa en sus actividades requiere de la mano de obra para realizar su producto así como personal en las área administrativa y de comercialización, a su vez generaría mayores ingresos para los agricultores del sector contribuyendo al desarrollo del sector.

b. Contribuir en la nutrición de los consumidores: La presente investigación tiene como finalidad contribuir a la mejora de la calidad de vida de los consumidores de mermelada de guayaba debido a la gran cantidad nutrientes que posee dicha fruta los cuales sumando al delicioso sabor de la mermelada ayudan a consumir el producto en gran cantidad donde los consumidores obtienen muchos beneficios para su salud.

c. Asociatividad: Permitirá mejorar las relaciones personales y grupales de los productores con la finalidad de obtener un avance progresivo en sus actividades, un comercio justo al momento de vender la guayaba para conseguir un crecimiento sostenido en esta importante actividad.

7.2. Impacto económico

Tabla 76.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Utilidades para la empresa						X	
Mejora los ingresos familiares							X
Desarrollo económico del sector							X
Incentivo al consumo							X
TOTAL						2	9

$$\text{Impacto Económico } I=E= \frac{E \text{ de impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

$$E=11/4 = 2,7$$

Nivel Impacto Económico= Impacto alto positivo

7.2.1. Análisis

a. Utilidades para la empresa: Las utilidades de la pequeña empresa llegarán a incrementarse de manera considerable ya que la inversión es factible de realizarse.

b. Mejora los ingresos familiares: La agricultura es una actividad productiva y tradicional en la zona de influencia del sector, genera ingresos para la subsistencia de la familia, paralelo a esto la introducción de la nueva unidad productiva, por un lado diversifica la producción en terrenos sólidos, por otro lado generará más ocupación de mano de obra y por último llega a un aumento de la productividad y como consecuencia de todo esto en el ingreso familiar se verá reflejado.

c. Desarrollo económico del sector: Mediante la creación de una pequeña empresa se conseguirá la seguridad social del sector obteniendo beneficios conjuntos para el desarrollo de todos habitantes, motivando a cultivar guayaba de mejor manera , ya que si se da pero de forma silvestre , y solamente pocos agricultores han tenido la visión de cultivar dicha fruta de forma más adecuada. Además las personas que trabajen en la micro empresa debido a las necesidades básicas como alimentarse, vestirse, y demás ayudarán a que los negocios como tiendas,

restaurantes que se encuentren cercanos a la localización de la micro empresa aumenten sus ventas.

d. Incentivo al consumo: A través de la comercialización de mermelada de guayaba se logrará que el cliente consuma nuestro producto gracias a los beneficios nutricionales y la calidad que posee.

7.3. Impacto empresarial

Tabla 77

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Estrategias innovadoras							X
Productividad y Competitividad						X	
TOTAL						2	3

$$\text{Impacto Empresarial } I=E= \frac{E \text{ de impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

$$E=5/2 = 2,5$$

Nivel Impacto Empresarial= Impacto alto positivo

7.3.1. Análisis

a. Estrategias innovadoras: La creación de la unidad productiva ofrece nuevas ideas de nutrición y salud para los consumidores, ofreciendo un producto de calidad.

b. Productividad y Competitividad: La productividad y competitividad es positiva porque la fruta que se usará como materia prima para la elaboración de la mermelada existe en gran cantidad en el sector y a su vez es una de la frutas con mayor cantidad de nutrientes los cuales benefician a la salud de las personas.

7.4. Impacto educativo

Tabla 78.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Motiva la investigación						X	
Aplicación de conocimientos						X	
Generación del emprendimiento							X
TOTAL						4	3

$$\text{Impacto Educativo } I=E= \frac{\text{E de impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

$$E=7/4 = 2,33$$

Nivel Impacto Educativo= Impacto alto positivo

7.4.1. Análisis:

a. Incentiva la investigación: El desarrollo del proyecto genera conocimientos en nivel productivo, comercial, y empresarial, además será una fuente de consulta para los estudiantes de futuros proyectos con nuevas tecnologías que avanzan cada vez más.

b. Aplicación de conocimientos: El personal de la pequeña empresa adquiere nuevos conocimientos en el manejo de procesos de producción métodos de la elaboración de mermelada de guayaba, por medio de la importancia que tiene dicho producto dentro de la alimentación cotidiana del consumidor.

c. Generación del emprendimiento: Este proyecto motivará a los emprendedores y empresarios a desarrollar proyectos relacionados tal vez con el uso de otras frutas, ya que el sector posee variedad de frutas que pueden ser procesadas.

7.5. Impacto ambiental

Tabla 78.

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3
Conservación del suelo						X	
Producción orgánica							X
Solución de problemas de erosión							X
Manejo de desechos							X
TOTAL						2	9

$$\text{Impacto Ambiental } I=E = \frac{\text{E de impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

$$E=11/4 = 2,75$$

Nivel Impacto Ambiental= Impacto alto positivo

7.5.1. Análisis:

a. Conservación del suelo: La fruta de la guayaba es más resistente que las otras y debido a esto crece de forma silvestre en el sector por lo que se utiliza la agricultura orgánica la cual disminuye el desgaste de los suelos, conservándolos fértiles por más tiempo sin necesidad de utilizar productos químicos que contaminan el ecosistema en general.

b. Producción orgánica: La producción orgánica ayuda a la preservación del medio ambiente, disminuye los costos de producción ya que no se utiliza productos químicos y por lo tanto el producto obtenido es mucho más beneficioso para la salud de las personas.

c. Solución de problemas de erosión: El cultivo de guayaba permite de controlar la erosión de cierto modo ya que en algunas zonas con climas tropicales con dicha planta suelen reforestar el terreno debido a que el cultivo es apto y propio de estas zonas.

d. Manejo de desechos: Los desechos o desperdicios que genere la elaboración del producto serán usados como abono orgánico por los propios agricultores, el manejo de basura tendrá tratamiento especial lo cual se someterá a un sistema de reciclaje para no contaminar el ecosistema.

7.6. Impacto general

Tabla 79.

Nivel de Impacto Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3
Social						X	
Económico							X
Empresarial							X
Educativo						X	
Ambiental							X
TOTAL						4	9

$$\text{Impacto General } I=E= \frac{\text{E de impactos}}{\text{Número de impactos}}$$

$$E=13/5 = 2,6$$

Nivel Impacto General= Impacto alto positivo

7.6.1. Análisis:

El impacto general del proyecto es alto positivo, lo cual manifiesta que el proyecto es factible y realizable dentro del medio en donde se va ejecutar porque contribuye al desarrollo del sector de Guallupe y sus alrededores, donde se ve beneficiado en los aspectos social, económico, empresarial, educativo y ambiental. Además motiva a la población a desarrollar productos industrializados con frutas propias de la parroquia La Carolina y que beneficiarán a la pequeña empresa, consumidores y el cantón.

CONCLUSIONES

La implementación de la pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de guayaba constituye una alternativa viable porque permite incentivar a los agricultores de dicho producto, así mismo a los residentes del lugar a invertir en un proyecto de este tipo ya que logra dinamizar la economía del sector. En el diagnóstico situacional realizado en el sector de Guallupe, se logró comprobar que los pobladores de dicho sector se encuentran con ganas de invertir ya que observan que la fruta se está desperdiciando, así como sus nutrientes por lo que ven que la producción y comercialización de mermelada es una gran forma de conservar por mayor tiempo la guayaba sin que llegue al estado de putrefacción.

Las bases teóricas y científicas se investigaron de forma adecuada sabiendo que es la sustentación de la propuesta sobre la creación de una pequeña empresa, donde se proporciona información de gran importancia sobre el tema por medio de un diagnóstico externo del entorno así como de la información bibliográfica.

Se realizó un estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas a los consumidores para lograr identificar los gustos y preferencias de los posibles clientes. Se determinó que en el mercado existe gran acogida por la mermelada de guayaba debido a su sabor y nutrientes por lo que se asegura la colocación del producto elaborado por la pequeña empresa.

En el Estudio Técnico se determinó que las condiciones del sector donde pondrá en marcha el proyecto cuenta con ventajas de clima, así como también de distancia con la materia prima principal la cual es la guayaba. El diseño de las instalaciones estarán relacionadas con las

actividades inmersas en los procesos de elaboración de la mermelada de guayaba, los cuales están reflejados en los flujogramas de procesos de producción para llegar a la consecución rápida y eficiente del proceso de producción como también la disponibilidad de recursos necesario para el correcto funcionamiento de la nueva unidad productiva.

De acuerdo con el análisis financiero el VAN dio como resultado 751.134,46 dólares en un período de 5 años deduciéndose que el proyecto es rentable por lo que se logra recuperar la inversión en 3 años. El TIR será del 36%.

La estructura de la organización se encontrará en función de las bases legales y administrativas, planteamiento de estrategias y diseño de funciones del talento humano que laborará en dicha micro empresa para el pleno desarrollo de sus actividades.

La empresa no ocasionará daños al medio ambiente durante la realización de sus actividades ya que propone utilizar los desperdicios como abonos orgánicos para nuevos sembríos de guayaba, se determinó un impacto general del 2,6 lo cual significa un impacto alto positivo. Además el producto de uso alimenticio no causará desperdicios dañinos para el entorno.

RECOMENDACIONES

Implementar un sistema de comunicación que permita facilitar la relación de nuestros clientes con la pequeña empresa para poder conocer dudas y quejas del producto.

Se aconseja actualizar de manera permanente la información bibliográfica disponible para obtener una realización de forma adecuada el proyecto.

El producto deberá responder a las exigencias del mercado manteniendo precios cómodos de manera que permita garantizar posicionamiento y permanencia, esto como resultado de la interacción de la competencia, gustos y preferencias del consumidor.

Emplear y aprovechar los factores de localización, como facilidad de transporte e implementación de normas creadas por el Estado para el incremento de nuevos mercados y poder conseguir mayor cobertura en el ámbito de la comercialización.

En el presente estudio financiero es recomendable buscar alianzas estratégicas financieras para evitar gastos en la inversión inicial lo cual mejora la utilidad. Además se debe organizar de manera correcta todo lo que involucra la documentación contable financiera, así como otros aspectos para la toma de decisiones. También se debe actualizar de forma permanente en lo que respecta a las políticas, normas, leyes, reglamentos establecidos por el Estado.

La pequeña empresa debe poseer una organización correcta de forma que garantice una buena administración empresarial.

Ejecutar el presente proyecto, ya que se logró determinar la factibilidad en todas las fases de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

- ABC, D. (2016). *Definiciones ABC*. Recuperado el 2016 de 05 de 26, de Definiciones ABC:
<http://definicion.de/costumbres/>
- Alcivar Santana Leticia Monserrate, C. A. (25 de 08 de 2011). *Slide Share*. Recuperado el 06 de 05 de 2016, de Slide Share: <http://es.slideshare.net/xavierbasurto/produccion-y-comercializacion-de-guayaba-mermelada>
- Alvarez Icaza, A. M. (24 de julio de 2011). *Menudiando*. Recuperado el 2016 de 05 de 13, de Menudiando: <http://menudiando.com/home/2013/11/el-inventor-de-la-mermelada/#.VzZF4zXhBdg>
- Amstrong, G., Kotler, P., Jesús, M. M., & Pintado, T. (2011). *Introducción al marketing*. Madrid: PEARSON EDUCACION.
- Anzola Rojas, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México: Mc Graw-Hill/ Interamericana Editores.
- Araujo Arévalo, D. (2012). *Proyectos de Inversión, Análisis , formulación y evaluación práctica*. México D.F.: TRILLAS.
- Barrera, M. (2001). “*Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional*”. Quito.
- Bernácer, R. (12 de 05 de 2016). *Mermeladas y confituras*. Recuperado el 12 de 05 de 2016, de Mermeladas y confituras: <http://www.webconsultas.com/dieta-y-nutricion/dieta-equilibrada/caracteristicas-nutricionales-de-la-mermelada-13213>
- Definición ABC*. (2016). Recuperado el 17 de 05 de 2016, de Definición ABC:
<http://www.definicionabc.com/general/fruta.php>

Espasa-Grand. (2016). *word reference*. Recuperado el 2016 de 05 de 16, de word reference:

<http://www.wordreference.com/esfr/mermelada>

Flórez Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de Inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Flórez Uribe, J. A. (2010). *Proyectos de inversión para las PYME. Creación de empresas*.

Bogotá: Ecoe Ediciones.

Galindo Ruiz, C. J. (2011). *Formulación y evaluación de planes de negocio*. Bogotá: Ediciones

de la U.

Griffin, R. (2011). *ADMINISTRACIÓN*. México: CENGAGE.

Hernández y Rodríguez, S., & Palafox de Anda, G. (2012). *Administración: Teorías, procesos,*

áreas funcionales y estrategias de la competitividad. México: Mc Graw-Hill.

Hernández y Rodríguez, S., & Palafox de Anda, G. (2012). *Administración: Teorías, procesos,*

áreas funcionales y estrategias para la competitividad. México: Mc Graw- Hill.

Historia de La Carolina. (s.f.). Recuperado el 2016 de 05 de 26, de Historia de La Carolina:

<file:///D:/User/Documents/historia%20la%20carolina.pdf>

Margarita Perea Dallos, L. P. (2010). *Biotecnología aplicada al mejoramiento de los cultivos*

tropicales. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.

Margarita Perea Dallos, L. P. (2010). *Biotecnología aplicada al mejoramiento de los cultivos*

tropicales. Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.

McDaniel, L. H. (2011). *Marketing*. México Df: CENGAGE Learning Editores S.A.

Meza, J. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos*. México: Mc Graw- Hill.

Münch, L. (2010). *Administración. Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*.

México: PEARSON EDUCACIÓN.

O.C. Ferrell, M. D. (2012). *Estrategia de marketing* . México: CENGAGE Learning.

- Ramírez Padilla, D. N. (2013). *Contabilidad administrativa*. México: Mc Graw-Hill.
- Raquel Campo Arranz, M. d. (2014). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Raquel Campo Arranz, M. d. (2014). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Raquel Campo Arranz, M. d. (2014). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Reyes, S. (2014). *Finanzas corporativas y valoración de las empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Reyes, S. (2014). *Finanzas corporativas y valoración de las empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Ruiz, G. (2011). *Formulación y evaluación de Planes de Negocio*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Santos, T. S. (2008). Estudio de Factibilidad para un proyecto de inversión: Etapas en su Estudio. *Contribuciones a la Economía*.
- Sequeda Reyes, P. M. (2011). *Finanzas corporativas y valoración de las empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Sequeda Reyes, P. M. (2014). *Finanzas corporativas y valoración de las empresas* . Bogotá: Ediciones de la U.
- Stoner, J. (2011). *Administración*. México: Mc Graw- Hill.
- Varela, R. (2010). *Evaluación económica de proyectos de inversión*. Bogotá: Mc Graw- Hill.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de los moradores del sector de Guallupe sobre la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba.

Instrucciones: En cada pregunta debe contestar con una “X” la opción que usted considere correcta. Le agradeceremos su respuesta sincera a las preguntas que a continuación se le hará. La información obtenida será confidencial.

Datos informativos:

Edad:

Profesión:

Estado Civil:

Número de hijos:

Fecha de Aplicación:

Género:

PREGUNTAS:

1.- Según su criterio de las siguientes opciones. ¿A qué edad los habitantes del sector empiezan a trabajar?

- 12 años
- 15 años
- 18 años

2.-¿Cuál de las siguientes opciones piensa usted que son los cultivos frutales que existen en mayor cantidad en el sector de Guallupe?

- Mandarina
- Guayaba
- Naranja
- Limón
- Mora
- Fresa

3.- ¿Piensa usted que una microempresa aprovecharía mejor la gran cantidad de árboles de guayaba existente en el sector?

Sí No

4.-¿Piensa usted que la creación de una microempresa beneficia a la economía del sector?

Sí No

5.- De las siguientes alternativas ¿dónde piensa que debe estar situada la microempresa?

- Guallupe
- La Carolina
- Buenos Aires
- San Juan de Hachas
- San Gerónimo

6.-En su opinión de las siguientes alternativas, ¿cuál cree usted que es el ingreso mensual de una persona que trabaja en las labores agrícolas o ganaderas que se realiza en el sector?

- 200 a 300 300 a 400
- 400 a 500 500 en adelante

7.-¿Piensa que la creación de una microempresa ayuda a disminuir la cantidad de desempleados del sector?

Sí No

8.- De las siguientes opciones.¿ En qué otros dulces le gustaría que se pueda procesar la guayaba a parte de la mermelada?

- Dulce de guayaba
- Jalea de guayaba
- Ninguna de las anteriores

9.-¿ Con qué frecuencia consume usted mermelada?

- Todos los días
- Una vez a la semana
- Una vez al mes

10.-¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en un envase de 500 gr de mermelada de guayaba?

- 2,00
- 2,50
- 3,00

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Ficha de observación realizada a los principales supermercados de la ciudad de Ibarra.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

Carrera de Ingeniería Comercial

El objeto es conocer la oferta de mermelada así como los puntos de gran relevancia en el proyecto.

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

DIRIGIDA A LA POBLACIÓN COMERCIALIZADORA (SUPERMERCADOS, TIENDAS, ABASTOS DE LA CIUDAD DE IBARRA).

Nombre de las Empresas Visitadas	Supermaxi Akí Gran Akí Santa María Tía
Fecha	12 de junio de 2016
Nombre del investigador	MERLO GUSTAVO
PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Vende mermeladas en su negocio?	Todos los puntos de venta de la ciudad de Ibarra antes mencionados sí venden mermeladas.
¿Qué marcas comercializa?	Las marcas que se encontró en la mayoría de los centros de consumo fueron: Gustadina, SNOB, Arcor, Facundo, San Jorge, Exquisito, Mermeladas AKÍ, Supermaxi.
¿En qué forma de presentación ofrecen mermeladas en su negocio?	Ofrecen en diferentes formas de presentación como sachet de 100gr, 240 gr, 200gr. En envases de vidrio o vaso de vidrio de 300gr, 600 gr, 350 gr, 454 gr.
¿Qué sabores de mermelada ofrece?	Las diferentes marcas coinciden en sus sabores de mermelada más comunes como guayaba, mora, frutilla, frutimora, mango, piña manzana, ciruela, pera, durazno.

¿Cuál es el precio que las mermeladas ofrecen?	En cada supermercado existen diferentes precios de venta distintos según el sabor, calidad y presentación.												
¿Qué cantidad de mermelada vende en su negocio?	<table border="0"> <tr> <td>Supermaxi</td> <td>210 frascos de 300 gr</td> </tr> <tr> <td>Akí</td> <td>160</td> </tr> <tr> <td>GRAN AKÍ</td> <td>160</td> </tr> <tr> <td>TÍA</td> <td>130</td> </tr> <tr> <td>SANTA MARÍA</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>TOTAL=</td> <td>720 frascos de 300 gr</td> </tr> </table>	Supermaxi	210 frascos de 300 gr	Akí	160	GRAN AKÍ	160	TÍA	130	SANTA MARÍA	60	TOTAL=	720 frascos de 300 gr
Supermaxi	210 frascos de 300 gr												
Akí	160												
GRAN AKÍ	160												
TÍA	130												
SANTA MARÍA	60												
TOTAL=	720 frascos de 300 gr												
¿Cuál fue el incremento de las ventas de mermelada con relación al año anterior?	En la investigación se determinó que los puntos de venta visitados en la ciudad de Ibarra obtuvieron un crecimiento en sus ventas de mermelada entre 2% al 3%												



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA COMERCIAL**

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad conocer sobre la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba.

Miembro de la Directiva Barrial

1. **¿Cree Ud. que el sector de Guallupe cuenta con los suficientes árboles de guayaba como para implementar un micro empresa dedicada a la producción y comercialización de mermelada de guayaba?**
2. **¿Considera usted que los moradores del sector de Guallupe podrían trabajar en la microempresa?**
3. **¿Cómo aprovecharía de mejor manera la gran cantidad de guayaba desperdiciada?**
4. **¿Cuál sería su opinión acerca de la creación de una microempresa en el sector?**
5. **¿Cómo cree usted que los moradores acojan la creación de una microempresas?**
6. **¿Piensa que necesitaría capacitar a los moradores sobre las actividades que realiza la microempresa? . ¿Por qué?**
7. **¿Conoce sobre la normativa vigente para la creación de una micro empresa?**
8. **¿Piensa usted que existe el espacio suficiente para implementar una microempresa en Guallupe?**

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



Ilustración 21 Árbol de guayaba



Ilustración 22 Árbol de guayaba



Ilustración 23 Fruta de guayaba



Ilustración 24 Fruta de guayaba



Ilustración 25 Mermelada de guayaba