



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA DEL PROYECTO:

**“CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE
ENSALADAS DE FRUTAS AL PESO, EN LA CIUDAD DE IBARRA,
PROVINCIA DE IMBABURA”**

AUTORES: ANAELA AYALA

DARIO YAR

IBARRA, JUNIO 2018

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de investigación se lo ha realizado con el fin de crear el emprendimiento denominado “Creación de una comercializadora de ensaladas de frutas al peso, en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura”. Para la formulación del proyecto se establecieron siete capítulos, a continuación, las ideas más relevantes de cada uno de ellos. Con el diagnóstico situacional, se determinó los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos, para en base a ello determinar una oportunidad de inversión del proyecto. En el estudio de mercado se determinó la oferta y la demanda, información que se consiguió a través de las encuestas realizadas a una muestra de la ciudad de Ibarra. El estudio técnico permitió identificar la localización, la disponibilidad en activos fijos, servicios básicos, talento humano y financiamiento. En el análisis financiero se obtuvo la inversión del proyecto que es de 6632,65; de los cuales 60% será financiado por recursos propios y la diferencia a través de un crédito bancario, analizando los ingresos, costos y gastos que tendrá el negocio se constituyeron los estados financieros, los cuáles arrojaron resultados positivos, es decir que la microempresa si obtendrá utilidades durante el primer año. En el estudio administrativo se estableció la misión, visión, valores y políticas; la estructura administrativa, delegación adecuada de funciones de los miembros del emprendimiento para que se cumplan eficaz y eficientemente con los objetivos de la organización. La evaluación de los 3 impactos principales que se generarán al implementar el emprendimiento, arrojó resultados positivos para el entorno.

ABSTRACT

The present research project has been carried out in order to create the enterprise called "Creation of a micro company dedicated to the elaboration of fruit salads by weight, in the city of Ibarra, Province of Imbabura". For the formulation of the project seven chapters were established, then the most relevant ideas of each one of them. With the situational diagnosis, allies, opportunities, opponents and risks were determined, in order to determine an investment opportunity for the project. In the market study, supply and demand were determined, information that was obtained through surveys carried out on a sample from the city of Ibarra. The technical study allowed to identify the location, availability in fixed assets, basic services, human talent and financing. In the financial analysis, the project investment was obtained, which is 6632.65; of which 60% will be financed by own resources and the difference through a bank loan, analyzing the income, costs and expenses that the business will have, the financial statements were established, which yielded positive results, that is to say that the microenterprise will obtain utilities during the first year. In the administrative study, the mission, vision, values and policies were established; the administrative structure, adequate delegation of functions of the members of the enterprise so that they can be effectively and efficiently fulfilled with the objectives of the organization. The evaluation of the 3 main impacts that will be generated when implementing the enterprise, gave positive results for the environment.

AUTORÍA

Nosotros, ANAELA KATHERINE AYALA BEDÓN y DARIO XAVIER YAR MENDOZA, portadores de la cedula de ciudadanía N° 100372618-7 y N° 1004047567, respectivamente; declaramos bajo juramento que el presente trabajo es de nuestra autoría: “CREACION DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE ENSALADAS DE FRUTAS AL PESO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, y que los resultados de la investigación son de nuestra exclusiva responsabilidad, además no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y se ha respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Anaela Ayala

100372618-7



Darío Yar

1004047567-7

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por los egresados AYALA BEDÓN ANAELA KATHERINE y YAR MENDOZA DARIO XAVIER, para optar por el Título de INGENIERÍA COMERCIAL, cuyo tema es: “CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA COMERCIALIZADORA DE ENSALADAS DE FRUTAS AL PESO EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra junio de 2018.



Ing. Diego Rodríguez

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

A Dios, quien me dio la vida, la salud y me privilegio con sus dones para que yo alcance mis objetivos. A mi madre, quien ha sido mi principal inspiración y mi fuente de amor incondicional para culminar mi meta. A mis hermanos por el apoyo y motivación constante para no rendirme. A mi compañero Darío por ser un gran compañero y sobre todo un amigo incondicional en el desarrollo del presente trabajo de grado.

Anaela Ayala

A mis padres, que, con su apoyo incondicional a lo largo del tiempo, he logrado llegar hasta este momento en donde culmino mi trabajo de grado, de igual forma a toda mi familia que me impulsaron a seguir adelante con mi formación académica. Todos ellos han sido fuente de motivación y superación para alcanzar mis objetivos propuestos.

Dario Yar

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero agradecimiento a todos los docentes que nos han brindado sus conocimientos de la manera más atenta, al Ing. Diego Rodríguez, Ing. Cesar Pinto e Ing. Luis Calderón por habernos inspirado a ser perseverantes en el desarrollo del proyecto y sin ningún egoísmo haber compartido sus conocimientos, con su experiencia como educadores han sido una guía idónea durante el proceso para la realización de la presente tesis, la más profunda gratitud a ellos por dedicar el tiempo suficiente y la paciencia necesaria para que este trabajo llegue a ser correctamente terminado.

Anaela Ayala

Dario Yar

INDICE GENERAL

1. Diagnostico Situacional	20
1.1 Antecedentes	20
1.2 Objetivos	21
1.2.1 General	21
1.2.2 Específicos	21
1.3 Variables Diagnosticas	22
1.4 Indicadores	22
1.4.1 Normativa legal.....	22
1.4.2 Aspectos geográficos	22
1.4.3 Nivel Sociodemográfico	22
1.4.4 Realidad Socioeconómica.....	22
1.4.5 Fuerzas competitivas.....	23
1.4.6 Aspectos administrativos	23
1.5 Matriz relación diagnóstica	24
1.6 Mecánica Operativa.....	25
1.6.1. Determinación de la población	25
1.7 Instrumentos de la recolección de la información.....	25
1.7.1 Información primaria	25
1.7.2 Información secundaria.....	26
1.8 Análisis de Variables Diagnósticas	26
1.8.1 Normativa legal.....	26
1.8.2 Aspectos geográficos	29
1.8.3 Nivel Sociodemográfico	31
1.8.4 Realidad Socioeconómica.....	33
1.8.5 Fuerzas Competitivas.....	34
1.8.6 Aspectos administrativos	34
1.8.7 Tabulación y análisis de resultados de la encuesta aplicada.....	36
1.9 Matriz AOOR.....	44
1.10 Determinación de la oportunidad de la inversión	45
2 Marco teórico	47
2.1 La Empresa	47

2.1.1	Clasificación de las empresas	47
2.1.2	Elementos de una microempresa.....	51
2.1.3	Características de las microempresas.....	52
2.2	Emprendimiento	53
2.2.1	Definición	53
2.2.2	Tipos de Emprendimiento.....	54
2.3	Comercialización.....	54
2.4	El Marketing.....	55
2.5	La Demanda	55
2.5.1	Tipos de mercado.....	56
2.6	La Oferta	56
2.7	El Producto.....	56
2.8	El Precio	57
2.9	La Plaza.....	57
2.10	Promoción	58
2.11	Ensalada de frutas.....	58
2.11.1	Definición	58
2.11.2	Propiedades de ensalada de frutas.....	58
2.11.3	Mezcla nutritiva de frutas	59
2.11.4	Venta al peso de ensalada de frutas	60
2.12	Ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra	60
3	Estudio de Mercado	61
3.1	Introducción	61
3.2	Objetivos	62
3.2.1	Objetivo General.....	62
3.2.2	Objetivos Específicos.....	62
3.3	Variables.....	62
3.4	Indicadores	63
3.4.1	Demanda	63
3.4.2	Oferta	63
3.4.3	Precio	63
3.4.4	Cliente.....	63
3.4.5	Comercialización	63
3.5	Matriz de variables del estudio de mercado.....	64

3.6	Mecánica Operativa.....	65
3.6.1	Población.....	65
3.7	Muestra.....	65
3.7.1	Cálculo del tamaño de la muestra	66
3.8	Distribución de la muestra.....	67
3.9	Razonamiento de segmentación	67
3.10	Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	68
3.10.1	Técnicas	68
3.10.2	Instrumentos.....	68
3.11	Tabulación y análisis de encuestas aplicadas	70
3.12	Conclusiones	109
3.13	Descripción del producto	111
3.13.1	Elementos que conforman el producto	111
3.13.2	Beneficios / Ventajas del consumo del producto	112
3.12.3	Presentación	112
3.12.4	Envase	113
3.12.4	Modalidad de pago.....	114
3.12.5	Forma de comercialización	114
3.12.6	Características del servicio.....	114
3.12.7	Precio	115
3.12.8	Determinación del cliente	115
3.14	Determinación de la oferta	117
3.15	Determinación de la demanda	119
3.16	Estrategias de comercialización	120
3.16.1	Estrategia para el producto.....	120
3.16.2	Estrategia para el precio	121
3.16.3	Estrategias para la plaza.....	121
3.16.4	Estrategias para la promoción y la publicidad	121
4	Estudio Técnico	122
4.1	Localización	122
4.2	Macro localización	122
4.2.1	Factores	123
4.3	Micro localización.....	125
4.3.1	Factores por los cuáles se ubica en ese lugar	125

4.4	Croquis de ubicación.....	127
4.5	Infraestructura necesaria/Tamaño del proyecto	127
4.6	Distribución física de la planta.....	128
4.7	Diseño de la planta	129
4.9	Mobiliario, equipos y maquinaria necesaria	130
4.9.1	Muebles y enseres	130
4.9.2	Equipos e instalaciones	130
4.9.3	Equipo de Computación.....	131
4.9.4	Equipos de oficina.....	132
4.9.5	Cubertería y otros.....	132
4.10	Recurso humano necesario.....	133
4.11	Flujograma del proceso de elaboración y/o comercialización	134
4.12.1	Bodega:	136
4.12.2	Área de Producción:.....	136
5	Estudio Financiero	138
5.1	Inversión del proyecto.....	138
5.1.1	Inversión fija	138
5.2.2	Capital de Trabajo	141
5.2.3	Resumen de la inversión	147
5.3	Estructura del financiamiento del proyecto	148
5.3.1	Amortización de la deuda	148
5.4	Presupuesto de Ingresos	150
5.5	Presupuesto de Costos.....	151
5.6	Depreciación	151
5.7	Estados financieros	152
5.7.1	Estado de resultados.....	152
5.7.2	Balance General	153
5.7.3	Presupuesto de Caja	154
6	Estudio Administrativo	157
6.2	Razón social	157
6.3	Estructura legal:.....	157
6.4	Misión.....	158
6.5	Visión	158
6.6	Políticas	158

6.7	Valores	159
6.8	Requerimiento de personal.....	159
6.9	Estructura orgánica de la microempresa “deliFRUTA autoservicio”	160
6.10	Manual de funciones	160
6.11	Flujograma de servicio	164
6.12	Imagen corporativa de la microempresa	165
6.12.1	Slogan Corporativo	165
6.12.2	Logotipo.....	165
7	Impactos.....	167
7.1	Impacto social	168
7.2	Impacto económico	169
7.3	Impacto Ambiental.....	170
7.4	Impacto General	171
8	Conclusiones	172
9	Recomendaciones	174
10	Bibliografía	176

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Árboles Dispersos	31
Tabla 2: Población por parroquias	32
Tabla 3: PEA en el cantón Ibarra, Censo 2010	32
Tabla 4: Población para Trabajar (PET)	33
Tabla 5: Producción agrícola cantón Ibarra (proyección Ibarra 2013)	33
Tabla 6: Proveedores.....	36
Tabla 7: Dificultad elaboración de ensaladas de frutas.....	37
Tabla 8: Formas de conservar las frutas.....	38
Tabla 9: Medios para seleccionar personal	39
Tabla 10: Requisitos del talento humano	40
Tabla 11: Frecuencia de venta	41
Tabla 12: Permisos para el funcionamiento	42
Tabla 13: Financiamiento	43
Tabla 14: Proyección habitantes en la ciudad de Ibarra	65
Tabla 15: Ocupación	70
Tabla 16: Producto	71
Tabla 17: Frecuencia de compra	72
Tabla 18: Competencia	73
Tabla 19: Precio	74
Tabla 20: Aspectos más importantes	75
Tabla 21: Conocimiento de frutas que pueden ser combinadas.....	76
Tabla 22: Nivel de aceptación.....	77
Tabla 23: Precio	78
Tabla 24: Frutas preferidas	79
Tabla 25: Plaza.....	80
Tabla 26: Nivel de satisfacción.....	81
Tabla 27: Promoción.....	82
Tabla 28: Ocupación	83
Tabla 29: Producto	84
Tabla 30: Frecuencia de compra	85
Tabla 31: Competencia	86
Tabla 32: Precio	87
Tabla 33: Aspectos más importantes	88
Tabla 34: Conocimiento sobre combinación de frutas	89
Tabla 35: Nivel de aceptación.....	90
Tabla 36: Precio	91
Tabla 37: Frutas preferidas	92
Tabla 38: Plaza.....	93
Tabla 39: Nivel de satisfacción.....	94
Tabla 40: Promoción.....	95
Tabla 41: Ocupación	96
Tabla 42: Producto.....	103
Tabla 43: Frecuencia de compra	98

Tabla 44: Competencia	99
Tabla 45: Precio	100
Tabla 46: Aspectos más importantes	101
Tabla 47: Conocimiento sobre combinación de frutas	102
Tabla 48: Nivel de aceptación.....	97
Tabla 49: Precio	104
Tabla 50: Frutas preferidas	105
Tabla 51: Plaza.....	106
Tabla 52: Nivel de satisfacción.....	107
Tabla 53: Promoción.....	108
Tabla 54: Cobertura Energía Eléctrica.....	124
Tabla 55: Cobertura Agua Potable Y Alcantarillado.....	124
Tabla 56: Distribución de la planta	129

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de Relación Diagnostica.....	24
Cuadro 2 Proveedores.....	25
Cuadro 3 Ficha de observación.....	34
Cuadro 4 Matriz de variables del estudio de mercado.....	64
Cuadro 5 Competencia	118
Cuadro 6: Requerimiento de Personal	159
Cuadro 7: Valoración del Impacto	167
Cuadro 8: Impacto Social	168
Cuadro 9: Impacto Económico.....	169
Cuadro 10: Impacto Ambiental	170
Cuadro 11: Impacto General	171

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Mapa Ibarra	30
Ilustración 2: Proveedores	36
Ilustración 3: Dificultad elaboración de ensaladas de frutas	37
Ilustración 4: Formas de conservar las frutas	38
Ilustración 5: Medios para seleccionar personal	39
Ilustración 6: Requisitos del talento humano	40
Ilustración 7: Frecuencia de venta.....	41
Ilustración 8: Permisos para el funcionamiento	42
Ilustración 9: Financiamiento.....	43
Ilustración 10: Ocupación.....	70
Ilustración 11: Producto	71
Ilustración 12: Frecuencia de compra	72
Ilustración 13: Competencia.....	73
Ilustración 14: Precio	74
Ilustración 15: Aspectos más importantes.....	75
Ilustración 16: Conocimiento de frutas que pueden ser combinadas	76
Ilustración 17: Nivel de aceptación	77
Ilustración 18: Precio	78
Ilustración 19: Frutas preferidas.....	79
Ilustración 20: Plaza	80
Ilustración 21: Nivel de satisfacción	81
Ilustración 22: Promoción	82
Ilustración 23: Ocupación.....	83
Ilustración 24: Producto	84
Ilustración 25: Frecuencia de compra	85
Ilustración 26: Competencia.....	86
Ilustración 27: Precio.....	87
Ilustración 28: Aspectos más importantes.....	88
Ilustración 29: Conocimiento sobre combinación de frutas.....	89
Ilustración 30: Nivel de aceptación	90
Ilustración 31: Precio.....	91
Ilustración 32: Frutas preferidas.....	92
Ilustración 33: Plaza	93
Ilustración 34: Nivel de satisfacción	94
Ilustración 35: Promoción	95
Ilustración 36: Ocupación	96
Ilustración 37: Producto	103
Ilustración 38: Frecuencia de compra	98
Ilustración 39: Competencia.....	99
Ilustración 40: Precio	100
Ilustración 41: Aspectos más importantes.....	101
Ilustración 42: Conocimiento sobre combinación de frutas	102
Ilustración 43: Nivel de aceptación	97

Ilustración 44: Precio	104
Ilustración 45: Frutas preferidas	105
Ilustración 46: Plaza	106
Ilustración 47: Nivel de satisfacción	107
Ilustración 48: Promoción	108
Ilustración 49: Frutas	111
Ilustración 50: Aderezos.....	112
Ilustración 52: Self service	112
Ilustración 53: Envase	113
Ilustración 54: Utensilio	113
Ilustración 56: Provincia de Imbabura	122
Ilustración 57: Diseño de la planta	129
Ilustración 58: Logotipo	166

PRESENTACIÓN

Capítulo I Diagnóstico Situacional: este capítulo hace referencia al análisis del entorno donde se llevará a cabo la comercializadora de ensaladas de frutas al peso, permitiendo identificar los aspectos favorables y desfavorables que influenciarán en la gestión del emprendimiento, así como buscar alternativas de solución al problema que el presente trabajo de investigación trata de solucionar.

Capítulo II Marco Teórico: en este capítulo se establecerán las bases teóricas y científicas mediante la investigación documental, bibliográfica y de linkografías actualizadas que permitan sustentar el emprendimiento.

Capítulo III Estudio de Mercado: se realizará un estudio de mercado a través de diferentes técnicas e instrumentos de investigación de campo a los involucrados, mismos que permitirán determinar aspectos que permiten conocer el mercado hacia el cual va dirigido el emprendimiento.

Capítulo IV Estudio Técnico: se desarrollará el estudio técnico donde se identificará la localización y se detallarán los recursos necesarios para que las actividades del negocio se realicen con eficiencia y eficacia.

Capítulo V Estudio Financiero: se desarrollará el estudio financiero donde se encuentra toda la información financiera que permitirá determinar la viabilidad del emprendimiento a través de la proyección de estados financieros, tales como estado de situación financiera, estado de resultados y flujo de caja.

Capítulo VI Estudio Administrativo: en esta etapa se establecerán aspectos estratégicos, organizacionales y legales para la implementación de la microempresa dedicada a la comercialización de ensaladas de frutas al peso.

Capítulo VII Impactos: se desarrollará un análisis de los impactos que se generarán en el entorno a partir de la implementación de la microempresa.

Una vez desarrollados y finalizados los capítulos detallados anteriormente, se procederá a dar a conocer las conclusiones a las cuales se han llegado después de cumplir con todas las etapas del proceso.

TEMA

“CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE ENSALADAS DE FRUTAS AL PESO, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

INTRODUCCIÓN

Ibarra es una ciudad reconocida por su gastronomía en cuanto a sus deliciosos manjares, tales como las nogadas, el arropo de mora, los helados de crema de Caranqui y los tradicionales helados de paila, siendo este último, el motivo por el cual existe una considerable cantidad de heladerías, las cuales ofrecen diferentes postres destacándose entre ellos, las ensaladas de frutas, dichas frutas que contiene el postre son elegidas por la heladería, es por ello que se elabora el proyecto para la creación de una microempresa, donde su atractivo principal es que se trabajará con la modalidad de autoservicio, mejorando notablemente la atención al cliente local, nacional o extranjero, al momento en que pueden elegir libremente las frutas y cantidades que deseen.

Según los datos de la (Organización Mundial de la Salud, 2002), la obesidad y la diabetes son un problema que ha venido aumentando desde las tres últimas décadas, ya que, en Ecuador y América Latina, se ha visto reflejado este problema de salud desde los niños, 3 de cada 10 niños en edad preescolar presentan sobrepeso y obesidad, lo que constituye un serio problema de salud pública.

La propuesta de creación de una comercializadora de ensalada de frutas al peso en la ciudad de Ibarra, surge de la necesidad de satisfacer a los consumidores que quieren alimentarse saludablemente en un tiempo corto y adecuado para mantenerse en un estado de satisfacción tanto físico como psicológico.

JUSTIFICACIÓN

La idea de la creación de la microempresa dedicada a la comercialización de ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura surge como solución a que actualmente la ciudadanía ibarreña cuenta con limitadas opciones de postres saludables, los lugares que brindan este tipo de productos no son lo suficientemente buenos para satisfacer al cliente, los principales negocios en donde se venden son las heladerías las cuales ofrecen las típicas ensaladas de frutas listas para consumir, pero quienes preparan estas ensaladas desconocen acerca de las consecuencias de las combinaciones de ciertas frutas, de hecho son el resultado de mezclas que en su mayoría no son adecuadas, dado que tienden a producir diferentes reacciones químicas que pueden ser perjudiciales para el organismo.

La OMS (Organización Mundial de la Salud, 2002) refiriéndose al consumo de frutas y verduras afirma que: “un consumo diario suficiente podría contribuir a la prevención de enfermedades importantes, como las cardiovasculares y algunos cánceres. En general, se calcula que cada año podrían salvarse 1,7 millones de vidas”.

Hoy en día los lugares en donde se comercializan ensaladas de frutas listas para servirse no ofrecen ensaladas de frutas que contengan mezclas adecuadas de fruta acompañadas de frutos secos como tocte, almendras, chía, maní, nuez, y aderezos saludables que permitan ofrecer un alimento sano, de buen sabor y al instante, en donde las porciones de las frutas sean según los requerimientos de los consumidores.

OBJETIVOS

Objetivo General

Crear una microempresa comercializadora de ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, a fin de brindar a la ciudadanía una opción diferente y saludable de adquirir ensaladas de frutas y así incentivar al consumo de alimentos nutricionales.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico situacional que permita establecer el problema y determinar las condiciones del entorno donde se planea aplicar el emprendimiento.
- Establecer las bases teóricas y científicas mediante la investigación documental, bibliográfica y de linkografías que permitan sustentar el emprendimiento para la creación de la microempresa.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar, la oferta, la demanda, precio y comercialización de las ensaladas de frutas al peso, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- Elaborar un Estudio Técnico que permita determinar la ubicación del proyecto y los recursos necesarios para su ejecución.
- Hacer el estudio financiero de la propuesta para determinar la rentabilidad del emprendimiento.
- Establecer la estructura orgánica funcional y la normativa legal que permita la normal ejecución del proyecto.
- Determinar los principales impactos que se generarán en la realización del emprendimiento.

CAPITULO I

1. Diagnostico Situacional

1.1 Antecedentes

La Provincia de Imbabura es una de las 24 provincias que constituyen el territorio ecuatoriano, se encuentra ubicada al norte del país, en dicha provincia habitan 398.244 personas, según el último censo nacional (2010), siendo la décimo tercera provincia más poblada de la nación. La Provincia de Imbabura está conformada por 6 cantones, donde cada uno de ellos posee parroquias tanto urbanas como rurales.

La ciudad de Ibarra es la cabecera cantonal de la provincia de Imbabura perteneciente a la zona 1 del Ecuador, según el censo nacional de población ejecutado en el año 2010, de los 14' 483 499 habitantes que tiene el Ecuador, la cantidad total de habitantes del cantón Ibarra llega a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 conciernen a mujeres y 87.786 a hombres.

En la ciudad de Ibarra los habitantes disfrutan de una variedad gastronómica en donde se destacan los helados de paila, puesto que en el centro de la ciudad existen varios lugares en donde se elabora y se comercializa este tradicional y delicioso postre, el mismo que se sirve en diferentes presentaciones y con diferentes acompañantes, una de las formas en las cuales se sirve es acompañado de la ensalada de frutas.

La macedonia es una mezcla de varias frutas cortadas en pequeños trozos, más conocida como ensalada de frutas es un postre común en la población Ibarreña, preparada con porciones de fruta preestablecidas por el vendedor, acompañadas principalmente de queso, arroje de mora, crema y los tradicionales helados de paila; La creación de una microempresa dedicada a la comercialización de raciones de frutas al peso busca brindar una opción en donde las personas puedan elegir las frutas y la cantidad de porción que deseen comer, de

igual forma busca ofrecer al cliente afiches informativos en donde se encuentren las combinaciones de frutas con su respectiva información nutricional.

La comercialización de las ensaladas de frutas al peso se presenta como una nueva alternativa que pretende introducir a la dieta diaria de las familias Ibarreñas una opción diferente de consumir frutas, la cual va de la mano con la estrategia mundial de la OMS sobre el régimen alimentario, actividad física y salud que hace hincapié en el aumento del consumo de frutas y verduras.

1.2 Objetivos

1.2.1 General

Realizar un diagnóstico situacional sobre el nivel de aceptación de las ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra, mediante el estudio correspondiente.

1.2.2 Específicos

- Investigar sobre la normativa legal del emprendimiento para su creación.
- Conocer los aspectos geográficos y su incidencia en la comercialización de ensalada de frutas.
- Analizar las condiciones actuales de la ciudad de Ibarra a nivel sociodemográfico.
- Conocer la realidad socioeconómica de la ciudad de Ibarra.
- Realizar el análisis de las principales fuerzas competitivas del emprendimiento.
- Identificar los principales aspectos administrativos de negocios donde comercializan ensaladas de frutas.

1.3 Variables Diagnosticas

- Normativa legal
- Aspectos geográficos
- Nivel Sociodemográfico
- Realidad Socioeconómica
- Fuerzas competitivas
- Aspectos administrativos

1.4 Indicadores

1.4.1 Normativa legal

- Permiso de bomberos
- Patentes municipales
- Permisos sanitarios

1.4.2 Aspectos geográficos

- Ubicación geográfica
- Limites
- Clima

1.4.3 Nivel Sociodemográfico

- Densidad poblacional
- Población económicamente activa

1.4.4 Realidad Socioeconómica

- Condición económica de la población
- Principales productos: Volumen de producción y productividad

1.4.5 Fuerzas competitivas

- Competidores
- Proveedores

1.4.6 Aspectos administrativos

- Talento humano
- Estructura orgánica

1.5 Matriz relación diagnóstica

Cuadro 1 Matriz de Relación Diagnostica

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TECNICAS	PUBLICICO
Conocer cuál es la normativa legal del emprendimiento para su creación.	Normativa legal	<ul style="list-style-type: none"> • Permisos • Patente municipal • Permisos sanitarios 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> • Municipio de la ciudad de Ibarra • Cuerpo de Bomberos
Establecer los aspectos geográficos y su incidencia en la comercialización de ensalada de frutas	Aspectos geográficos	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica • Limites • Clima • Flora y fauna 	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	Actualización plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra 2015-2023
Analizar las condiciones actuales de la ciudad de Ibarra a nivel sociodemográfico.	Nivel Sociodemográfico	<ul style="list-style-type: none"> • Densidad poblacional • Población Económicamente Activa 	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	Actualización plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra 2015-2023
Conocer la realidad socioeconómica de la ciudad de Ibarra.	Realidad Socioeconómica	<ul style="list-style-type: none"> • Condición económica de la población • Principales productos: Volumen de producción y • Productividad 	Secundaria	<ul style="list-style-type: none"> • Documental 	Actualización plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra 2015-2023
Realizar el análisis de las principales fuerzas competitivas del emprendimiento.	Fuerzas competitivas	<ul style="list-style-type: none"> • Competidores • Proveedores 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> • Observación • Encuesta 	<p>Ficha de Observación a negocios similares.</p> <p>Cuestionario</p>
Identificar los principales aspectos administrativos de negocios donde comercializan ensaladas de frutas.	Aspectos administrativos	<ul style="list-style-type: none"> • Talento humano • Estructura orgánica 	Primaria	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta 	Cuestionario dirigido a negocios donde comercializan ensaladas de frutas

Elaborado por: Los autores

1.6 Mecánica Operativa

El diagnóstico se realizó en base a la recolección de información primaria e información secundaria.

1.6.1. Determinación de la población

La población a considerar, son los propietarios de los establecimientos donde expenden todo tipo de postres, los cuales comúnmente son heladerías, mediante la técnica de la observación se establecen 5 establecimientos principales ubicados dentro la ciudad de Ibarra que se dedican a la comercialización de ensaladas de frutas. Los cuales son:

Cuadro 2 Proveedores

Numero	Nombre	Dirección
1	Heladería “La Esquina”	José Joaquín Olmedo
2	Heladería “Frutimix”	Av. Teodoro Gómez de la Torre
3	“Greenfrost”	Bolívar 9-57 y Colón
4	Heladería “Deli fruta”	Centro Comercial Laguna Mall
5	Los Helados de la Colón	Sánchez y Cifuentes

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

1.7 Instrumentos de la recolección de la información

1.7.1 Información primaria

La recopilación de la información primaria se realizó en base a la siguiente técnica:

- **Encuesta**

La encuesta se realizó en la ciudad de Ibarra, dirigidas a los propietarios de establecimientos donde se comercializan ensaladas de frutas, se aplicó preguntas referentes al aspecto administrativo, proceso en la elaboración de las ensaladas de frutas, entre otros, de las cuales se obtuvo información que permitió conocer los factores favorables y las dificultades que enfrenta en el mercado actual.

1.7.2 Información secundaria

Para el adecuado desarrollo del presente diagnóstico, se utilizó como fuente de información secundaria al Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC); Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2012-2026, y datos del Ministerio de Agricultura, a través de la información bibliográfica e investigación informática.

1.8 Análisis de Variables Diagnósticas

1.8.1 Normativa legal

- **Permiso de bomberos**

En una comunicación directa con las autoridades competentes del cuerpo de bomberos de Ibarra, referente al permiso de funcionamiento manifestaron que previamente se debe contar con los siguientes requisitos: el RUC del propietario del negocio, junto con la copia de cedula, papeleta de votación y una solicitud de inspección del local, con estos documentos se debe acudir al centro de Bomberos de Ibarra y solicitar el permiso. En este centro establece el valor a cancelar de acuerdo al impuesto predial, que debe ser cancelado en el municipio de Ibarra, una vez realizado el pago automáticamente ya accede al permiso legal.

- **Patente municipal**

La información obtenida del Departamento de Rentas del municipio Ibarra con respecto a la patente municipal, el propietario puede obtenerla una vez que presente y cancele el permiso de bomberos, junto con la copia de RUC, copia de cedula y papeleta de votación, para el primer año. Cabe mencionar que el monto a cancelar de la patente municipal es de acuerdo a la inversión en activos. A partir del segundo año para la cancelación de la patente municipal se requiere 3 declaraciones mensuales del RUC o RISE del año anterior, por lo cual el valor cada año será diferente.

Requisitos para declarar el Impuesto de Patente:

Personas jurídicas y sociedades

- Formulario de declaración de impuesto de patente
- Formulario de declaración del impuesto 1.5 por mil activos totales
- Certificado de no adecuar a la municipalidad
- Copia de cedula y papeleta de votación del representante legal, en caso de haber cambiado
- Copia de RUC
- Copia de declaración del impuesto a la renta del año anterior. (si es primera vez- Balance inicial)
- Anexo de pasivo corriente (si es necesario)
- Permiso de Bomberos
- Registro ambiental (de ser necesario)

Personas naturales obligadas a llevar contabilidad

- Formulario de declaración de impuesto de patente
- Certificado de no adeudar a la municipalidad
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de RUC
- Copia de declaración del impuesto a la renta del año anterior y balance inicial en cada de inicio de actividades
- Permiso de bomberos
- Registro ambiental (de ser necesario)
- En caso de ser artesanos ajuntar certificación artesanal actualizada

Personas naturales no obligadas a llevar contabilidad

- Formulario de declaración de impuesto de patente

- Certificado de no adeudar a la municipalidad
- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de RUC
- Copia de declaraciones del impuesto a la renta o copia de declaraciones de IVA de 3 meses.
- Permiso de bomberos
- Registro ambiental (de ser necesario)

Transportistas

- Copia de cedula y papeleta de votación
- Copia de RUC
- Copia de matrícula del vehículo.

- **Permiso de comisaria**

Para conseguir el permiso de la comisaria los requisitos son:

- Actualización del RUC o RISE Original
- Permiso de bomberos original
- Patente municipal original
- Copia de la cedula del propietario

El costo de este permiso es \$20,00 dólares anuales que debe ser depositado en el Banco del Pacifico, para la obtención de este permiso puede demorar máximo una semana.

- **Entidades de salud**

Permisos sanitarios de funcionamiento

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, Arcsa, es el organismo encargado de inspeccionar los bienes de consumo humano, es por ello que el emprendimiento debe cumplir con este permiso obligatorio para su funcionamiento, el cual se lo consigue ingresando a su sistema.

En el municipio, el comisario municipal supo corroborar la información anteriormente descrita, además menciono que no es necesario sacar los permisos una vez dado apertura al negocio, pues el propietario tiene un plazo de 3 meses para sondear si su negocio le es rentable, luego de ello se puede proceder a sacar los respectivos permisos legales.

Actualmente, para abrir una microempresa en el ámbito de las frutas, los establecimientos correspondientes facilitan los trámites y gestiones para obtener los permisos de una manera rápida y des complicada, de manera que cualquier persona que desee emprender acceda sin ningún inconveniente a obtener dichas autorizaciones.

1.8.2 Aspectos geográficos

- **Ubicación geográfica**

El cantón Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura, perteneciente a la zona 1 del país, representa el 24% de todo el territorio de la provincia, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima templado seco con una temperatura aproximadamente de 18°C. (PDyOT, 2015)

- **Limites**

Limita al norte que se encuentra la provincia del Carchi, al noroeste con Esmeraldas, al Oeste con cantones de Imbabura como: Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al Este con Pimampiro y al Sur con Pichincha. (PDyOT, 2015)

- **Clima**

El cantón Ibarra presentan diversos climas, como es el frío andino, el tropical y el cálido húmedo que se encuentran en distintas partes de la ciudad, la temperatura media de la ciudad es de 16°. En el invierno, es la época en donde mayormente cae la lluvia, pasa lo contrario en el verano. (PDyOT, 2015)

- **Parroquias**

La ciudad de Ibarra está constituida por 12 parroquias, de las cuales cinco son urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y el resto rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita. (PDyOT, 2015)

Ilustración 1: Mapa Ibarra



Fuente: Archivos del Ilustre Municipio de Ibarra

Elaborado por: Los autores

- **Flora y fauna**

Según el (INEC, 2010), el 39% de la población económicamente activa de Imbabura, se dedican en la agricultura, el suelo que se encuentra reservado netamente para cultivos alcanza 20 mil hectáreas, mientras que la destinada a pastos, alcanza las 10 mil.

Tabla 1: Frutas en Imbabura

FRUTAS	NÚMERO DE ÁRBOLES	PRODUCCIÓN (Tm.)	VENTAS (Tm.)
Aguacate	12.450	353	288
Banano	453	*	*
Cabuya	68.972	31	31
Café	3.276	*	*
Caña de azúcar para azúcar	1.221	*	*
Chirimoya	1.996	39	25
Guaba	5.875	144	75
Guanábana	805	*	*
Guayaba	12.481	66	56
Limón		1.949	1.549
Mandarina	2.914	61	55
Mora	2.390	*	*
Naranja	3.333	74	54
Naranja	213	*	*
Piña	1.204	*	*
Plátano	12.367	190	114
Tomate de árbol	4.593	27	19
Otros árboles dispersos	7.018		

Fuente: Censo Nacional Agropecuario

Elaborado por: Los autores

1.8.3 Nivel Sociodemográfico

- **Densidad poblacional**

De acuerdo al último censo poblacional, la población total del cantón Ibarra es de 181.175 habitantes, de los cuales el 52% pertenece al sexo femenino y la diferencia al masculino.

Tabla 2: Población por parroquias

Parroquia	Hombres	Mujeres	Total
Ibarra	67.115	72.556	139.721
Angochagua	1.510	1.573	3.263
La Carolina	1.448	1.291	2.739
La Esperanza	3.686	3.676	7.363
Ambuquí	2.707	2.770	5.477
Lita	1.788	1.561	3.349
Salinas	887	854	1.741
San Antonio	8.595	8.927	17.522
Total General	87.736	93.389	181.775

Fuente: Censo de la población y vivienda 2010

Elaborado por: Los autores

- **Población Económicamente Activa**

De acuerdo al último censo de Población y Vivienda realizado en el año 2010 muestra que la Población Económicamente Activa demuestra una tasa de crecimiento de 2,99%, las cuales se encuentran distribuidas en los tres principales sectores productivos: agropecuario, industrial, y servicios.

Tabla 3: PEA en el cantón Ibarra, Censo 2010

ACTIVIDAD	PEA	%
SECTOR AGROPECUARIO	9367	11,61
SECTOR INDUSTRIAS	15630	19,38
SECTOR SERVICIOS	46855	58,02
OTROS	8817	10,93
TOTAL PEA	80669	99,9

Fuente: Censo de la población y vivienda 2010

Elaborado por: Los autores

1.8.4 Realidad Socioeconómica

- **Condición económica de la población**

Para determinar la población en edad para trabajar se toma en cuenta desde los niños con 10 años en adelante. De acuerdo al último censo de la Población y Vivienda se determina que la zona urbana de Ibarra cuenta con el 81,2% del total de su población, mientras que las demás parroquias presentan una variación similar.

Tabla 4: Población para Trabajar (PET)

MAYOR DE 10 AÑOS EN ADELANTE			
PARROQUIA	POBLACION TOTAL	PET TOTAL	% PET TOTAL
Ambuquí	5.477	4.346	79,4
Angochagua	3.263	2.651	81,2
La Carolina	2.739	2.168	79,2
Ibarra	139.721	113.497	81,2
La Esperanza	7.363	5.824	79,1
Lita	3.349	2.367	70,7
Salinas	1.741	1.374	78,9
San Antonio	17.522	14.138	80,7
CANTONAL	181.175	146.365	80,8

Fuente: Censo de la población y vivienda 2010

Elaborado por: Los autores

- **Principales productos: Volumen de producción y productividad**

Entre los principales cultivos del cantón Ibarra y la provincia de Imbabura se encuentran:

Tabla 5: Producción agrícola cantón Ibarra (proyección Ibarra 2013)

Categoría	Superficie de cultivo (ha)	%	Producción/ton	%	Ventas /ton	%
Cereales	11647	41	7793,48	1,40	5576,18	2,162
Legumbres	5504	19	1617,87	0,29	1254,96	0,487
Frutales	2113	7	5151,13	0,92	2468,46	0,957
Tubérculos	891	3	2404,64	0,43	1654,67	0,641
Otros (caña de azúcar)	8476	30	541543,79	96,96	246992	95,75
Total	28637	99,99	558510,92	100,00	257946	100

Fuente: Actualización plan de desarrollo y ordenamiento territorial del Cantón Ibarra 2015-2023

Elaborado por: Los autores

1.8.5 Fuerzas Competitivas

- **Competidores**

Cuadro 3 Ficha de observación

Nº	Aspectos	Si	No
1	¿Venden ensaladas de frutas?	X	
2	¿Preguntan al cliente las frutas que éste prefiera en su ensalada?		X
3	En el establecimiento ¿Existe información acerca de las propiedades de las frutas?		X
4	En el establecimiento ¿Existen sugerencias acerca de las combinaciones de las frutas?		X

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

Para la identificación de los posibles competidores que pueda tener el emprendimiento se ha aplicado la técnica de la observación, en donde se determina que en la ciudad de Ibarra existen lugares donde expenden ensaladas de frutas de una manera tradicional; pero no se encuentran negocios exactamente iguales al que se pretende implantar.

- **Proveedores**

De acuerdo a los datos recopilados a los distintos establecimientos donde expenden ensaladas de frutas, los principales proveedores de frutas son los mercados, principalmente el mercado “Mayorista”, pues los precios son más cómodos que en otros lugares y en su mayoría provienen de agricultores locales.

1.8.6 Aspectos administrativos

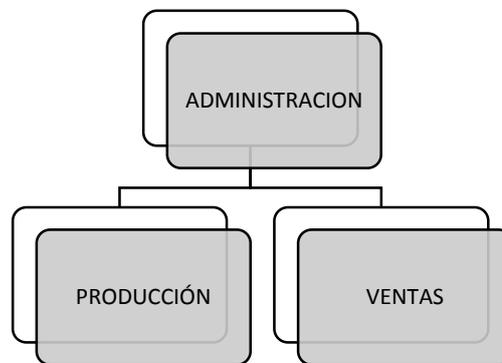
- **Talento humano**

En base a la información obtenida, se establece que, en las heladerías, en su mayoría, los empleados son contratados a través de recomendaciones o son familiares, su principal requisito para contratar es que tengan la suficiente experiencia en cuanto a manejo de frutas se refiere, además no cuentan con un personal numeroso.

- **Estructura orgánica**

En base a los datos obtenidos se evidencia que todas las heladerías encuestadas manejan una estructura orgánica funcional, en donde solo se identifica el nivel ejecutivo, en el que se encuentra el administrador, y por otra parte el nivel operativo, en donde se encuentran las personas que se encuentran en el área de cocina y los vendedores, los cuales están a cargo de su jefe directo, el administrador.

El organigrama de las heladerías investigadas generalmente es así:



1.8.7 Tabulación y análisis de resultados de la encuesta aplicada

1 ¿Quiénes son sus principales proveedores de frutas?

Tabla 6: Proveedores

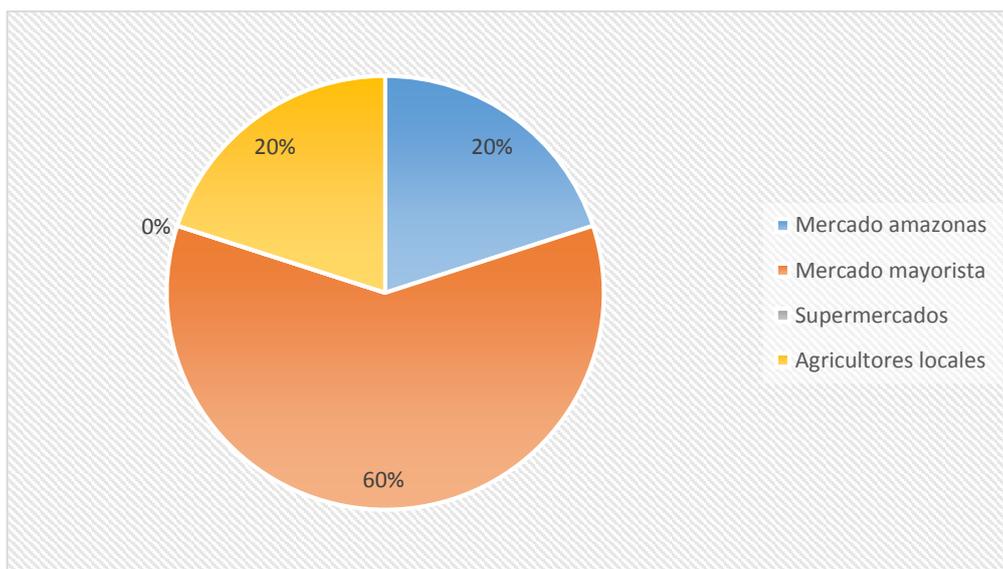
Proveedores	Total	Porcentaje
Mercado amazonas	1	20%
Mercado mayorista	3	60%
Supermercados	0	0%
Agricultores locales	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2017

Ilustración 2: Proveedores



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Análisis: El principal proveedor de las frutas es el mercado mayorista puesto que afirman que la mayoría de los vendedores del lugar son agricultores locales, por lo que consideran que no existen intermediarios, además mencionan que cuando existe una sobreproducción de ciertas frutas, el costo es más bajo.

2 ¿Cuál es la principal dificultad de la elaboración de las ensaladas de frutas?

Tabla 7: Dificultad elaboración de ensaladas de frutas

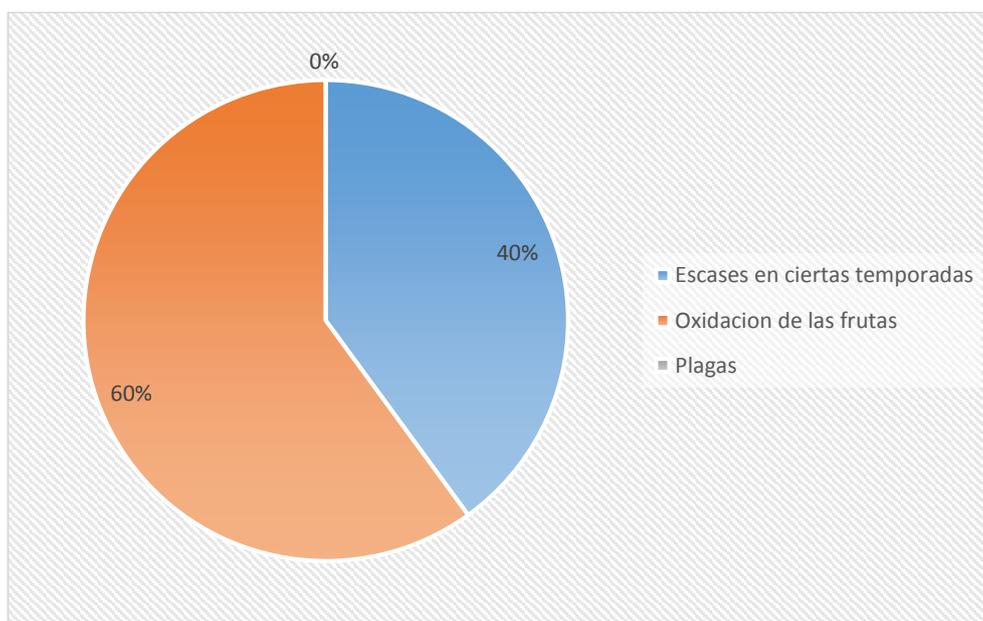
Dificultad elaboración de ensaladas de frutas	Total	Porcentaje
Escases en ciertas temporadas	2	40%
Oxidación de las frutas	3	60%
Plagas	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2017

Ilustración 3: Dificultad elaboración de ensaladas de frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Análisis: Los dos principales problemas en la elaboración y comercialización de las ensaladas de frutas son: la escasez de las frutas en ciertas temporadas, ya sea por los cambios climáticos que impiden su normal crecimiento y por ende son más costosas y la otra razón es la rápida oxidación de las frutas.

3 ¿Cómo se realiza la conservación de las frutas para que no pierdan sus propiedades nutricionales?

Tabla 8: Formas de conservar las frutas

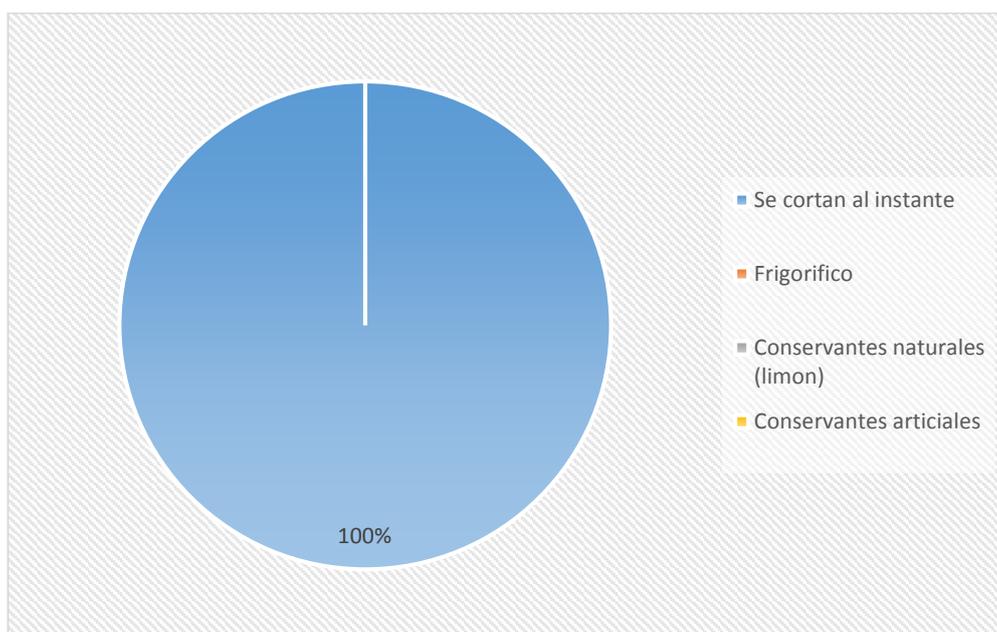
Mecanismos	Total	Porcentaje
Se cortan al instante	5	100%
Frigorífico	0	0%
Conservantes naturales (limón)	0	0%
Conservantes artificiales	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2017

Ilustración 4: Formas de conservar las frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Análisis: Las heladerías no tienen ningún tipo de mecanismo para conservar las frutas y que estas no pierdan su valor nutricional, simplemente se cortan antes de servir, en el emprendimiento este aspecto debe ser tomado en cuenta puesto que las frutas estarán en un self-service en cantidades previamente establecidas.

4 ¿A través de que medio difunde la publicidad del negocio?

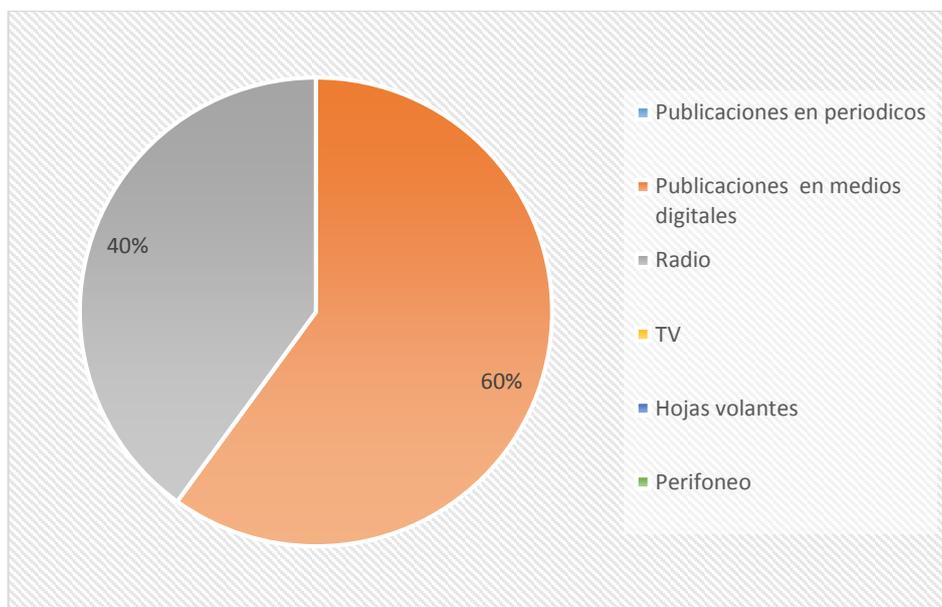
Tabla 9: Publicidad del negocio

Mecanismos	Total	Porcentaje
Publicaciones en periódicos		0%
Publicaciones en medios digitales	3	60%
Radio	2	40%
TV		0%
Hojas volantes		0%
Perifoneo		0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 5: Publicidad del negocio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Análisis: La forma en que difunden publicidad la mayoría de las heladerías encuestadas es a través de las redes sociales y la radio, estos se convierten en sus aliados, debido a que ayudan a dar a conocer al emprendimiento a la ciudadanía en general.

5 ¿Cuáles fueron los inconvenientes que se presentaron durante los primeros meses de la apertura de su negocio?

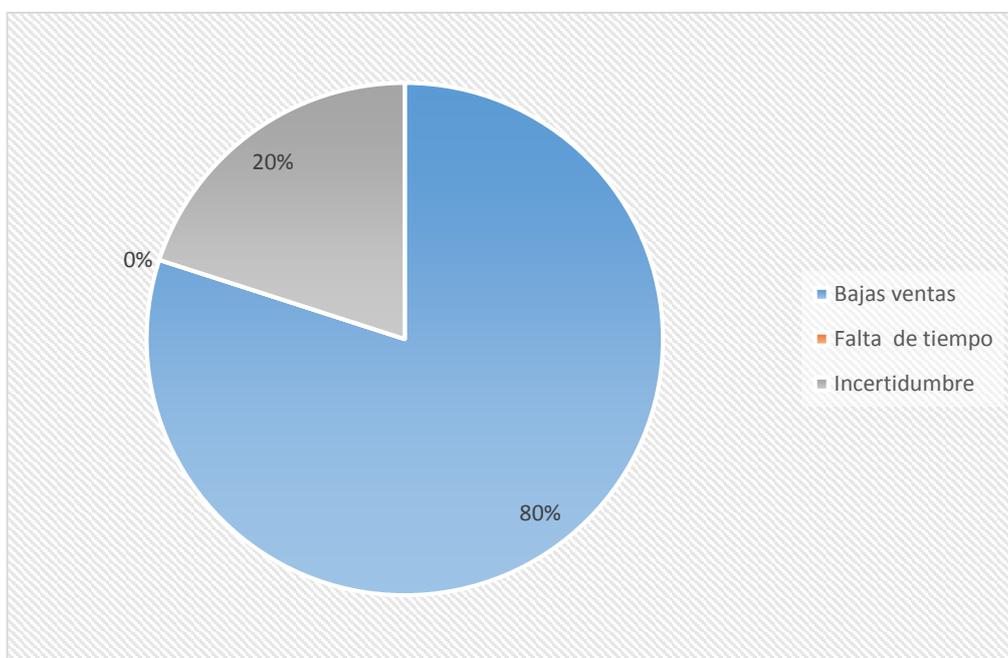
Tabla 10: Inconvenientes

Requisitos	Total	Porcentaje
Bajas ventas	4	80%
Falta de tiempo	0	0%
Incertidumbre	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 6: Inconvenientes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2017

Análisis: Los propietarios de las heladerías manifestaron que uno de los riesgos o inconvenientes que se presentaron especialmente en su primer año de funcionamiento, es que, al ser un negocio nuevo, la gente desconoce y por ende obtienen bajas ventas que no permiten cubrir la totalidad de los costos que se incurrieron.

6 ¿Con que frecuencia se venden sus productos?

Tabla 11: Frecuencia de venta

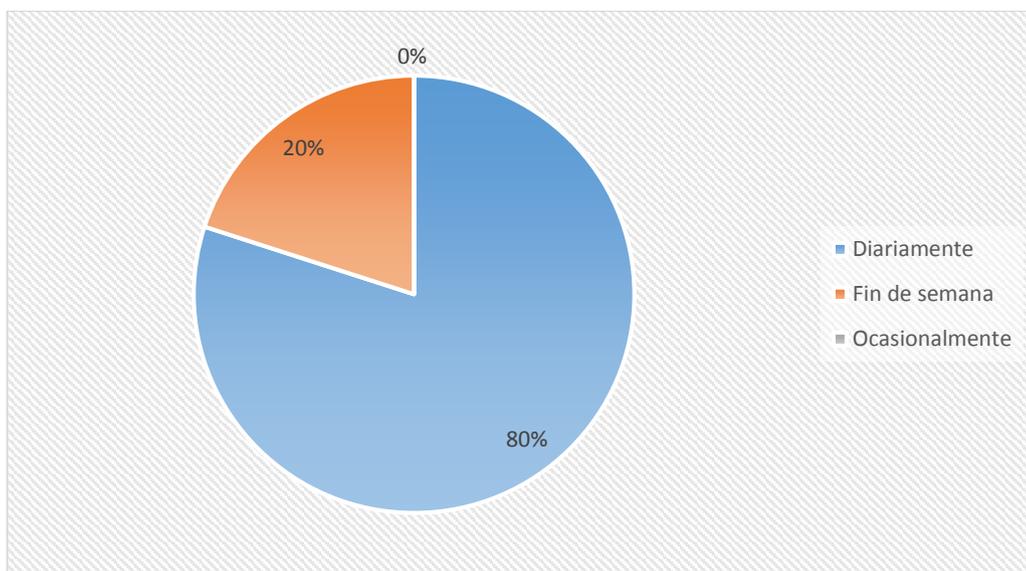
Frecuencia	Total	Porcentaje
Diariamente	4	80%
Fin de semana	1	20%
Ocasionalmente	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2017

Ilustración 7: Frecuencia de venta



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Análisis: Según los datos obtenidos, todos los días las personas concurren a estos establecimientos a consumir éstos postres debido a que aseguran que los habitantes de la ciudad de Ibarra tienen una cultura de consumo de frutas tradicionales gracias a sus incontables beneficios y propiedades.

7 ¿Cuáles son los permisos y licencias necesarias para el funcionamiento de su establecimiento?

Tabla 12: Permisos para el funcionamiento

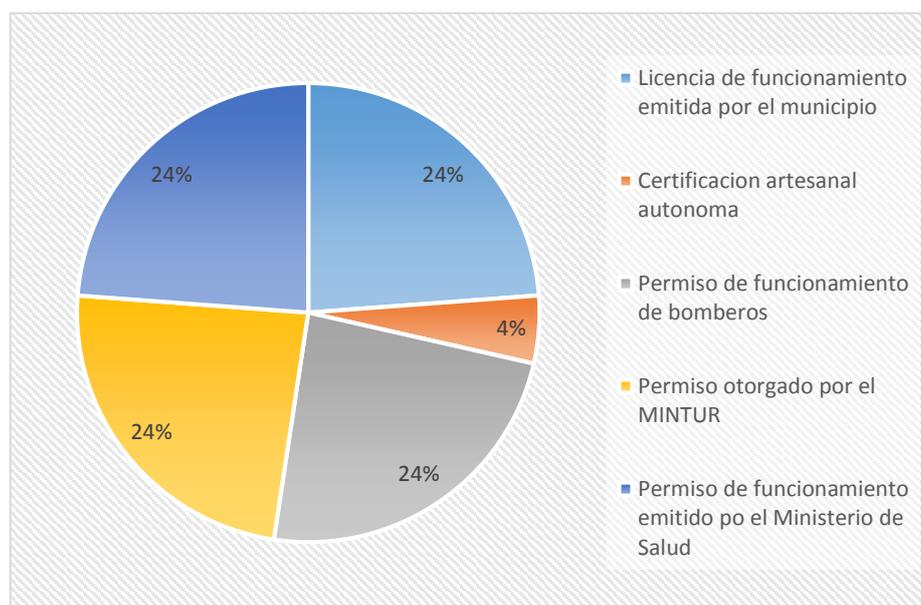
Requisitos	Total	Porcentaje
Licencia de funcionamiento emitida por el municipio	5	100%
Certificación artesanal autónoma	1	20%
Permiso de funcionamiento de bomberos	5	100%
Permiso otorgado por el MINTUR	5	100%
Permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud	5	100%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2017

Ilustración 8: Permisos para el funcionamiento



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2017

Análisis: Los documentos básicos con los que cuentan las heladerías son la patente municipal, permiso de funcionamiento de los bomberos, permiso del MINTUR y la licencia sanitaria.

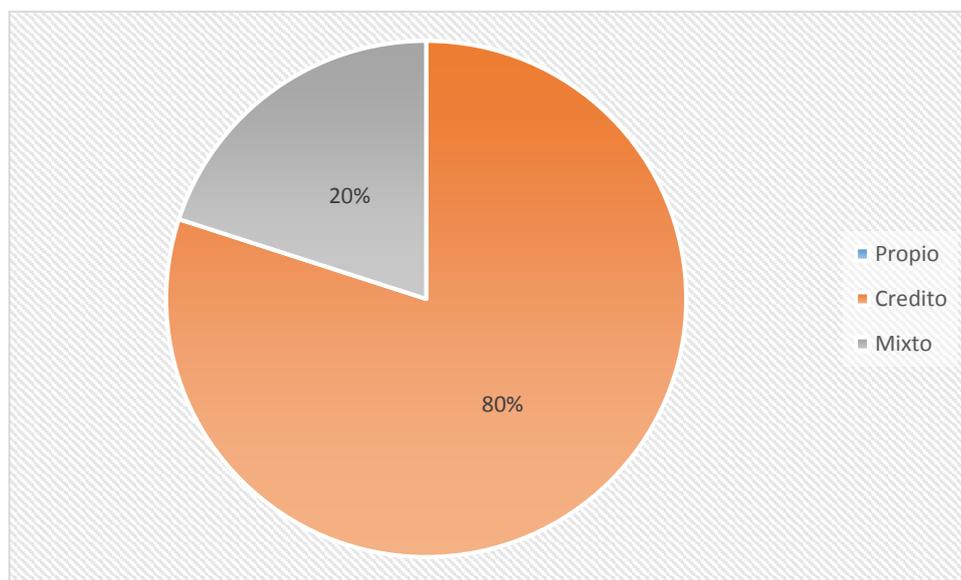
8 ¿Cómo se realizó el financiamiento para la inversión en la empresa?

Tabla 13: Financiamiento

Financiamiento	Total	Porcentaje
Propio		0%
Crédito	4	80%
Mixto	1	20%
Total	5	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 9: Financiamiento

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Análisis: Como se identifica anteriormente la mayoría de las heladerías iniciaron con financiamiento externo, debido a que actualmente existen muchas instituciones financieras que otorgan créditos para emprendimientos, con el objetivo de dinamizar la economía local.

1.9 Matriz AOOD

Cuadro N°1: Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> • La mayoría de los posibles proveedores son agricultores propios de la región. • Las instituciones públicas encargadas de emitir los permisos correspondientes facilitan la tramitación correspondiente. • Los medios de comunicación como radio, televisión y redes sociales, que ayudarán a la difusión del proyecto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las frutas tienen un tiempo rápido de oxidación. • Establecimientos que expenden productos similares.
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Innovación en la modalidad de pago, la cual es en función al peso. • Cultura de consumo de frutas tradicionales. • Las Instituciones Financieras, que otorgan créditos para emprendimientos en el cantón Ibarra. 	<ul style="list-style-type: none"> • No llegar a la suficiente demanda que permita cubrir los costos. • Escasez de frutas específicas en ciertas temporadas. • La competencia puede copiar el concepto de ensaladas de frutas al peso.

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

1.10 Determinación de la oportunidad de la inversión

Con la creciente demanda de alimentos saludables combinada con la tendencia de consumir alimentos nutritivos, existe la necesidad de brindar un auto servicio en donde las personas puedan elegir las frutas y pagar por la cantidad que desean comer, lo cual da viabilidad al proyecto.

Imbabura al ser una provincia con un clima privilegiado, se cultiva variadas frutas dando lugar a que los principales proveedores del emprendimiento sean locales, existiendo de esta manera la oportunidad de establecer alianzas estratégicas que tendrán un efecto positivo en los costos.

Las instituciones públicas facilitan en gran medida la simplicidad al momento de realizar los trámites correspondientes para poner en marcha el emprendimiento.

Las entidades bancarias que otorgan créditos para emprendimientos, de manera que se considera como una oportunidad para el negocio.

Las actuales herramientas de la comunicación específicamente las redes sociales se convierten en aliados del emprendimiento puesto que son instrumentos económicos para su promoción y difusión.

La existencia de lugares en donde se expende el producto poco o nada encaminado a la satisfacción del cliente, puesto que, en todas las heladerías observadas, las ensaladas de frutas ya están preestablecidas por los vendedores, sin que el cliente tenga la posibilidad de escogerlas a su gusto, las frutas y la cantidad, además, en ninguno de estos lugares existe información de las frutas que se pueden o no, combinar con otras, lo que permite que el emprendimiento entre al

mercado como una novedosa alternativa de consumir un alimento saludable de buena calidad, a buen precio, a través de un excelente servicio.

Mediante la construcción de la matriz AOOR, se aprecia que el emprendimiento es factible de ser ejecutado ya que se convierte en una alternativa de solución a las necesidades anteriormente expuestas, identificando una oportunidad de inversión, brindando la opción de un alimento saludable, por ende, es viable poner en marcha el emprendimiento denominado “Creación de una comercializadora de ensalada de frutas al peso en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura”

CAPITULO II

2 Marco teórico

En el presente capítulo se detallan las bases teóricas y referentes que respaldan el desarrollo de los demás capítulos que conforman la investigación.

2.1 La Empresa

“La empresa es la unidad económico-social en la cual a través del capital, el trabajo y la coordinación de recursos se producen bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad” (Munch, 2014, pág. 191).

Una empresa busca satisfacer alguna necesidad, es por ello que el emprendimiento ofrece una opción alimenticia saludable con el objetivo de lograr una alta satisfacción al cliente.

2.1.1 Clasificación de las empresas

a) Según su objetivo

- **Con ánimo de lucro**

“Con el desarrollo de su objetivo social pretenden una utilidad.” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 3) .

- **Sin ánimo de lucro**

“El objeto social se fundamenta en la prestación de un servicio específico, como salud educación y otros” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 3)

- **Otras**

“Con el desarrollo de su objeto social pretenden una utilidad. Sin embargo, desde el punto de vista legal, no se encuentran constituidas como sociedades” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 3).

b) Según su procedencia del capital

- **Empresas privadas**

Se consideran aquellas que se constituyen con aportes de personas naturales o jurídicas privadas (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 4)

- **Empresas oficiales o publicas**

Las empresas públicas son aquellas que tan solo reciben aportes del estado.

- **Empresas de economía mixta**

Las empresas mixtas son aquellas que reciben aportes tanto de entidades privadas como del estado.

c) Según su actividad económica

- **Empresas agropecuarias**

Según los autores Coral y Gudiño (2014) considera a las empresas agropecuarias como “aquellas que producen bienes agrícolas y pecuarios en grandes cantidades” (pág. 4).

- **Empresas mineras**

Las empresas mineras son consideradas aquellas “que tienen como objetivo principal la explotación de los recursos del subsuelo” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 4).

- **Empresas industriales**

“Son las que se dedican a transformar la materia prima en productos terminados o semielaborados” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 4).

- **Empresas comerciales**

“Solas que se dedican a la compra y venta de productos; estas colocan en los mercados a los productos naturales, semielaborados y terminados a mayor precio del comprado, con lo que obtiene una ganancia” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014).

- **Empresas de servicios**

“Son las que buscan prestar un servicio para satisfacer las necesidades de la comunidad” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014).

d) Según el número de propietarios

- **Personas naturales**

Estas empresas son aquellas que tienen tan solo un propietario, y este es su representante legal.

- **Personas jurídicas**

“Es una persona ficticia capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 4)

- **Empresas unipersonales**

Son constituidas por una persona natural o jurídica que, al reunir los requisitos legales para ejercer una actividad mercantil o no, destina parte de sus activos para la realización de la misma. Una vez inscrita en el registro mercantil la empresa unipersonal, forma una persona jurídica. (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014, pág. 4)

- **Las sociedades**

“Son organizaciones constituidas por dos o más personas llamados socios” (Coral Delgado & Gudiño Dávila, 2014)

El emprendimiento se consolidará como una sociedad civil y comercial, misma que estará integrada por dos socios.

e) Según el ámbito

- **Empresas nacionales**

“Aquellas empresas que desarrollan toda su actividad dentro del país de origen” (Morueco, 2014).

- **Empresas multinacionales**

“Aquellas empresas que desarrollan toda su actividad en varios países al mismo tiempo” (Morueco, 2014).

f) Según el tamaño

- **Gran empresa**

Se consideran en el Ecuador una empresa grande aquellas que sus ventas anuales superan \$5000000,00 y cuentan con 200 personas en adelante. (INEC, 2015)

- **Medianas empresas**

Las medianas empresas pueden ser: Mediana B son aquellas que sus ventas anuales van entre los \$2000000,00 y \$5000000,00 y cuentan de entre 100 y 199 personas. Y la Mediana A son aquellas que sus ventas anuales se encuentran entre \$ 1000000,00 y \$2000000,00 y cuentan de entre 50 y 99 personas. (INEC, 2015)

- **Pequeñas empresas**

Las empresas pequeñas son aquellas que sus ventas anuales están entre \$100000,00 y \$1000000,00 y cuenta con mínimo 10 personas y máximo 49 personas. (INEC, 2015)

- **Microempresas**

Las Microempresas son aquellas que sus ventas anuales son menores de \$100000,00 y cuentan con mínimo una persona y máximo 9 personas en la entidad. (INEC, 2015)

Al ser un emprendimiento que se encuentra en su fase inicial, constará de características propias de una microempresa.

2.1.2 Elementos de una microempresa

Dentro de toda empresa debe contar con ciertos elementos fundamentales para desarrollar su respectiva actividad, dentro de ellos según Morueco (2014) menciona:

- **Empresario.** Persona física o jurídica que gestiona y/o dirige la empresa y por lo tanto asume los posibles riesgos que se puedan derivar por ejercer dicha actividad.
- **Trabajadores.** Personas que prestan sus servicios a la empresa a cambio de una contraprestación o redistribución económica o en especie denominada salario.

- **Capital.** Se encuentra formado por el conjunto de bienes que permiten al empresario obtener el objetivo deseado.
- **Objeto.** Es el fin buscado por la empresa. En la sociedad capitalista el fin es el ánimo de lucro.
- **Actividad económica.** Todas las empresas ejercen al menos una actividad reconocida y registrada.
- **Elementos Tecnológicos.** Se engloban todos los procesos, técnicas, maquinas, etc., necesarios para la producción.
- **Proveedores.** Personas o empresas que proporcionan la materia prima o productos necesarios para la producción y comercialización que llevara a cabo la empresa.
- **Clientes.** Persona o empresas a quienes se les comercializa los productos terminados por la empresa. (pág. 3)

El emprendimiento estará compuesto por todos los elementos necesarios que intervienen en la ejecución de las actividades que realizan dentro de una microempresa, mismos que desempeñan un rol indispensable en el logro de los objetivos del negocio.

2.1.3 Características de las microempresas

Según (EQUIPO2DDE, 2016), “Son de propiedad de pocas personas

- Se concentran en determinadas ramas de la actividad, generalmente está centrada en la producción o comercialización de productos
- No tienen más de dos niveles jerárquicos en sus estructuras organizacionales
- Tienden a crecer y pasar de ser una microempresa a ser una empresa pequeña
- No poseen más de 10 empleados

- Sus ventas anuales son limitadas en cuanto a monto y volumen
- Fuerte adaptabilidad de las unidades productivas
- Su capital está destinado a la satisfacción de necesidades de supervivencia
- La superficie afectada a la actividad no supera los 200m².

Las características de las microempresas son las más básicas con las que se cuenta en un emprendimiento, teniendo limitados recursos tanto económicos como de talento humano, en donde el o los propietarios del negocio son los encargados de administrarlo.

2.2 Emprendimiento

2.2.1 Definición

El emprendimiento es plasmar y llevar a la práctica una idea de negocio, actualmente se ha venido convirtiendo en una forma de generar recursos económicos a través de la creación, innovación de nuevos productos y/o servicios, por parte de aquellos que están interesados en mejorar su calidad de vida, es así que se lo define como:

La capacidad de la persona para crear a partir de significados, aprender a solucionar problemas, con base en sus emociones, su creatividad, sus actitudes y valores personales, lo que le permite adecuarse a un contexto y aprovechar las oportunidades, que este brinda para beneficio propio y el de la sociedad en la que está inmerso. Esto le permite fijarse metas y retos para alcanzarlos estableciendo un estilo de vida caracterizado por actitudes, habilidades, valores competencias, conocimientos en donde están presentes la innovación, la creatividad, la autoconfianza, la ética, la capacidad para analizar el entorno, comprender los procesos y desarrollar proyectos. (Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013)

2.2.2 Tipos de Emprendimiento

Tras un amplio conocimiento de lo referente a lo que consideran un emprendimiento, según los autores (Uribe Macías & Reinoso Lastra, 2013) mencionan algunos tipos como:

- **Según el Sector que se aplica**

Menciona que dependiendo su sector tendrá características propias de los cuales puede darse en lo tecnológico, cultural, social, deportivo, empresarial, innovador, agrícola.

- **Según la población dirigida**

Para tal desarrollo se identifica la población objetivo puede ser rural, indígena, femenina, juvenil, universitario y de acuerdo a ello se elaboran estrategias y actividades.

- **Según etapa de formación**

Hace referencia a la formación que puede tener este como Emprendimiento temprano que se destaca en niveles de educación, Emprendimiento naciente se refiere a ponerlo en marcha a 3 meses de tomar la decisión, Emprendimiento sostenible ocurre durante 3,5 años considerándose un empresario establecido, Emprendimiento creciente o dinámico.

2.3 Comercialización

“Es el término que se emplea para definir todo tipo de actividades y métodos que emplea la empresa con el objetivo de vender sus productos”. (Santiago, 2015).

Además según Flórez Uribe (2015) menciona que “la importancia del estudio de comercialización variará dependiendo del producto de que se trate, si es de consumo final,

intermedio o de capital; o si se trata de productos agrícolas, industriales, mineros, etc". (pág. 153)

2.4 El Marketing

Para Philip Kotler y Kevin Lane Keller en su libro Dirección de Marketing: "Marketing es el arte y la ciencia de elegir mercados meta (mercados objetivos) y de obtener, mantener y aumentar clientes mediante la generación, entrega y comunicación de un mayor valor para el cliente" (Kotler & Lane, 2012).

El marketing es el proceso mediante el cual se estudia las necesidades, gustos y preferencias del mercado para luego diseñar un producto que satisfaga las necesidades de los demandantes y se alinee con sus gustos y preferencias. (Vallet Bellmunt & Vallet Bellmunt, 2015) Define:

El marketing es una orientación de la dirección de la empresa que sostiene que la clave para alcanzar las metas de la organización reside en averiguar las necesidades y deseos del mercado objetivo y en adaptarse para diseñar la oferta deseada por el mercado, mejor y más eficiente que la competencia. (pág. 18)

2.5 La Demanda

La demanda es el conjunto de personas pertenecientes a un mercado que buscan satisfacer una necesidad para lo cual están dispuestos a pagar una cantidad monetaria a cambio del bien que satisfaga dicha necesidad.

(Kotler & Lane, 2012) afirma "el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago" (pág. 10).

2.5.1 Tipos de mercado

Según (Vallet Bellmunt & Vallet Bellmunt, 2015) Los tipos de mercado para el análisis de la demanda son cuatro:

- a) Mercado potencial: es el conjunto de compradores que presentan un nivel de interés suficientemente elevado por la oferta de mercado. Aunque ese interés no es suficiente, ya que los consumidores potenciales deben poseer una renta suficiente y deben poder acceder a esa oferta de mercado.
- b) Mercado disponible: es el conjunto de consumidores que presentan interés por una oferta de mercado, poseen los recursos económicos necesarios para adquirirla y el acceso a esa oferta de mercado.
- c) El mercado objetivo: es la proporción del mercado disponible cualificado que la empresa decide satisfacer.
- d) El mercado penetrado: es el conjunto de consumidores que adquieren el producto de la empresa.

2.6 La Oferta

La oferta es todo aquello que fue diseñado para intercambiarse por un valor monetario, según (Kotler & Lane, 2012) es la "Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo" (pág. 7).

2.7 El Producto

El producto es el bien que va a ser comercializado y es el resultado final del proceso productivo. Según (Kotler & Lane, 2012) asegura:

Los consumidores prefieren los productos que ofrecen mayor calidad, rendimiento o características innovadoras. Sin embargo, en ocasiones los directores se enamoran de sus productos. Podrían cometer la falacia de la “mejor ratonera”, creyendo que un mejor producto por sí mismo llevará a la gente hasta sus puertas. Un producto nuevo o mejorado no necesariamente será exitoso a menos que su precio, distribución, publicidad y venta sean llevados a cabo de manera adecuada (pág. 18).

2.8 El Precio

El precio es el valor monetario que se le asigna a un bien o servicio, cuyo valor debe cubrir los costos y los gastos generados en su fabricación de igual forma en el precio debe estar incluido el porcentaje de utilidad. Según (Kotler & Lane, 2012) “es el dinero u otras consideraciones (incluyendo otros bienes y servicios) que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio” (pág. 2015).

2.9 La Plaza

La plaza es en donde existe la interacción entre los oferentes y los demandantes en donde sus intereses individuales se complementan puesto que los oferentes buscan obtener un valor monetario a cambio de un producto que satisfaga una necesidad y los demandantes buscan un producto que satisfaga una necesidad y a cambio están dispuestos a entregar un valor monetario. Según (Kotler & Lane, 2012) define:

La plaza comprende las actividades de la empresa que ponen al producto a disposición de los consumidores meta. La mayoría de los productores trabajan con intermediarios para llevar sus productos al mercado. Estos intermediarios su vez, utilizan los canales de distribución consisten

en un conjunto de individuos y organizaciones involucradas en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor (pág. 121).

2.10 Promoción

La promoción es la acción de dar a conocer a los posibles compradores la descripción del bien, así como lo afirma (Kotler & Lane, 2012) “la promoción abarca las actividades que comunican las ventajas del producto y convencen a los clientes de comprarlo” (pág. 122).

2.11 Ensalada de frutas

2.11.1 Definición

La ensalada de frutas es la composición de diferentes frutas que se encuentran cortadas en un determinado tamaño, la cual viene acompañada por diferentes tipos de aderezos, mostrándose como un postre apetecible.

2.11.2 Propiedades de ensalada de frutas

Entre los beneficios que brindan los diferentes tipos de frutas, son los siguientes según (astook, s.f.), “Sirven para perder peso con facilidad

- Proporcionan más energía cuando haces ejercicios
- Ayudan a que tengas menos probabilidades de sufrir problemas cardiovasculares
- Disminuyen la presión arterial
- Ayuda a disminuir los niveles de colesterol
- Reducen el riesgo de padecer diabetes tipo 2
- Ayudan a detener el proceso de envejecimiento”.

Todas las frutas, independientemente de su tamaño, forma o color, poseen diferentes tipos de propiedades, que al consumirlas resulta beneficioso para todas las personas, ya sea previniendo o minimizando las posibles enfermedades que se puedan presentar en el ser humano.

2.11.3 Mezcla nutritiva de frutas

Según (Miranda, 2016) “Las siguientes son algunas de las mezclas que convienen y otras no aconsejables:

- Las frutas dulces pueden mezclarse entre sí.
- Las frutas ácidas y semi ácidas no permiten ningún tipo de mezcla.
- Las frutas neutras se pueden mezclar entre sí.
- Consumir frutas neutras (nueces, avellanas, coco, almendras, maní, etc.), y frutas dulces en una misma comida causaran siempre indigestión y fermentaciones tan agudas que pueden ocasionar trastornos hepáticos, puesto que los aceites de las frutas neutras al mezclarse con los azúcares de las frutas dulces producen fermentos tóxicos para la vida celular.
- Las frutas dulces no son compatibles con las frutas ácidas, pues al mezclarse los ácidos con los azúcares, retardan la transformación de estos en glucosa, permaneciendo más tiempo de lo normal en los intestinos lo cual produce fermentaciones tóxicas.
- Naranja con zanahoria: Eleva la acidez, causa disfunciones en el hígado, estimula el exceso de bilis, potencia sustancias que agreden el sistema renal, produce agrieras, reflujo y deterioro en los uréteres.
- Piña con lácteos: esta combinación es un tóxico muy poderoso, la bromelina que contiene la piña potencializa los principios activos que disparan la intoxicación.
- Papaya con limón: ocasiona problemas en la hemoglobina y produce anemia.

- Guayaba con banano: causa problemas de hiperacidez o acidosis”.

2.11.4 Venta al peso de ensalada de frutas

Se trata de un nuevo método de cobro, en donde los clientes son los encargados de elegir la cantidad que desean adquirir y en función de ello, pagar por dicha cantidad.

Las ensaladas de frutas al peso son una estrategia de comercialización que consiste en que el cliente es quien arma su platillo acorde a sus gustos y preferencias eligiendo la cantidad de fruta que desea comer, cancelando un valor directamente relacionado con el peso de su ensalada, el precio estará determinado por el total de gastos en insumos e ingredientes más el margen de utilidad que son necesarios para el abastecimiento del autoservicio, calculando este valor se podrá establecer un precio por libra.

2.12 Ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra

En la ciudad de Ibarra existen un sinnúmero de establecimientos en donde comercializan ensaladas de frutas, helados, entre otros postres, para el deleite de los consumidores, en todos éstos lugares se expenden las ensaladas de frutas de manera tradicional, las cuales ya vienen preestablecidas por los vendedores, tanto en su cantidad, como en las frutas y toppings que contiene el postre, y por ende también el precio ya está fijado, es así que el cliente siempre tendrá esa única alternativa de comprar su ensalada de frutas, sin tener la posibilidad de escoger las frutas y aderezos por su propia cuenta, las cuales sean de su mayor agrado ni la cantidad que éste desee, y en función de ello tener la posibilidad de pagar por la cantidad tomada.

CAPITULO III

3 Estudio de Mercado

3.1 Introducción

El estudio de mercado juega un rol de valiosa importancia en el desarrollo del presente emprendimiento puesto que, brinda información clave para la correcta toma de decisiones sobre el mismo, permite estudiar principalmente la oferta y la demanda, de igual forma los factores relacionados con el mercado tales como: gustos y preferencias, capacidad de pago, entre otros factores los cuales permitan adecuar al emprendimiento que se pretende crear con las exigencias del mercado actual.

El estudio de mercado tiene como meta convertirse en una eficaz herramienta que sirva para ejecutar el proyecto dado que, una vez que se disponga de información relacionada con los hábitos de compra, gustos, favoritismos entre otros, se contará con una base para establecer estrategias de comercialización que permitan caracterizar adecuadamente el servicio y alcanzar los objetivos establecidos.

Este estudio se elaboró mediante un trabajo de campo, aplicando una encuesta dirigida a la población ibarreña enfatizada en conocer acerca de sus gustos y favoritismos, puesto que ellos son los potenciales consumidores.

Mediante este estudio se determinará la viabilidad del proyecto a ser ejecutado, permitiendo conocer de ésta manera su aceptación dentro del mercado.

3.2 Objetivos

3.2.1 Objetivo General

Determinar, la oferta, la demanda, precio y comercialización de las ensaladas de frutas al peso, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

3.2.2 Objetivos Específicos

- Determinar los niveles de demanda con la que cuentan las ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra.
- Establecer la actual oferta de las ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra, en base a un análisis de gustos y preferencias.
- Fijar el precio en función al peso que tendrán las ensaladas de frutas mediante la aceptación dentro del mercado local.
- Identificar el tipo de cliente que estaría en capacidad de adquirir las ensaladas de frutas al peso.
- Crear estrategias de comercialización para contar con la aceptación del mercado de las ensaladas de frutas al peso.

3.3 Variables

Una vez instituidos los objetivos, las variables que van a ser analizadas en el estudio de mercado son las siguientes:

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Cliente

- Comercialización

3.4 Indicadores

3.4.1 Demanda

- Población
- Cantidad de Demanda
- Estimación de Demanda
- Segmentación de Mercado
- Mercado Meta

3.4.2 Oferta

- Análisis de la Competencia
- Cantidad de Oferta
- Estimación de la Oferta
- Proveedores

3.4.3 Precio

- Precios Actuales de Venta de la competencia

3.4.4 Cliente

- Gustos y preferencias
- Capacidad de pago
- Capacidad de consumo
- Tipo de cliente: - Genero-edad-ocupación

3.4.5 Comercialización

- Estrategias de precio, producto, plaza y publicidad

3.5 Matriz de variables del estudio de mercado

Cuadro 4 Matriz de variables del estudio de mercado

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICAS	PUBLICO
Determinar los niveles de demanda con la que cuentan las ensaladas de frutas al peso en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Población • Cantidad de Demanda • Estimación de Demanda • Segmentación de Mercado • Mercado Meta 	Primaria Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Consumidores Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
Establecer la actual oferta de las ensaladas de frutas en la ciudad de Ibarra, en base a un análisis de gustos y preferencias.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la Competencia • Cantidad de Oferta • Estimación de Oferta • Proveedores 	Primaria	Encuesta	Consumidores
Fijar el precio en función al peso que tendrán las ensaladas de frutas mediante la aceptación dentro del mercado local.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precios Actuales de Venta de la competencia 	Primaria	Encuesta	Consumidores
Identificar el tipo de cliente que estaría en capacidad de adquirir las ensaladas de frutas al peso.	Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Gustos y preferencias • Capacidad de pago • Capacidad de consumo • Tipo de cliente: Genero-edad-ocupación 	Primaria	Encuesta	Consumidores
Crear estrategias de comercialización para contar con la aceptación del mercado de las ensaladas de frutas al peso.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategias de Venta • Estrategias de precio, producto, plaza y publicidad 	Primaria	Encuesta	Consumidores

Fuente: Estudio de Mercado
Elaborado por: Los autores

3.6 Mecánica Operativa

3.6.1 Población

El mercado meta al cual está destinado la comercialización de ensaladas de frutas al peso, es la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

La población a investigar para el emprendimiento es la zona urbana de la ciudad de Ibarra, de esta zona, se tomó la población económicamente activa, dichas personas tienen poder adquisitivo de manera que podrán adquirir el producto, para el emprendimiento la población a utilizar es la proyección para el año 2017, que según el Censo de Población y Vivienda es de 63.438 habitantes.

Tabla 14: *Proyección habitantes en la ciudad de Ibarra*

Año	Población
2015	60.951
2016	62.182
2017	63.438
2018	64.720
2019	66.027
2020	67.361

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaborado por: Los autores

3.7 Muestra

Para la muestra se considera la proyección para el año 2017 de la población económicamente activa de la zona urbana del cantón Ibarra que es de 63.438, dichas personas serán los potenciales consumidores del negocio.

3.7.1 Cálculo del tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra se aplica una fórmula, es así que se obtendrá el número de habitantes a encuestar.

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

DONDE:

n= Tamaño de la Muestra.

N=Tamaño de la Población 63438

Z= Nivel de Confianza 1,96

E=Margen de Error 5%

δ =Varianza 0,25

Al reemplazar en la formula los datos, se obtiene:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5^2 * 63438}{0.05^2 (63438 - 1) + 1.96^2 * 0.5^2}$$

$$n = \frac{60925,86}{159,55}$$

$$n = 382$$

3.8 Distribución de la muestra

En la encuesta se ha señalado como datos generales su edad, género y ocupación, de éstos 3, el segmento que ayudará al emprendimiento a conocer cuáles grupos de personas consumen el producto a ofrecer es: la ocupación, el cual está dividido en 3 categorías:

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiantes	171	44,76%
Trabajadores con relación de dependencia	139	36,39%
Trabajadores sin relación de dependencia	72	18,85%
Total	382	100%

3.9 Razonamiento de segmentación

Para realizar las encuestas a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, se consideró los siguientes grupos de ocupación:

- **Estudiantes**

De las 382 personas encuestadas, 171 pertenecen a este segmento. Éste grupo es de gran importancia para el emprendimiento, puesto que son aquellos que más consumen este tipo de postres, la mayoría de ellos no trabaja, pero si tienen una fuente de ingreso, que es la de sus padres, es por ello que han sido considerados para formar parte de la población a encuestar ya que tienen capacidad de compra.

- **Trabajadores con relación de dependencia**

De las 382 personas encuestadas, 139 corresponden a este grupo. Dentro de la ciudad de Ibarra, existe un considerable grupo de personas que laboran bajo relación de dependencia, por esa razón se ha tomado este grupo a estudiar, luego de las 8 horas laboradas, muchas

personas optan por disfrutar de cualquier tipo de postre, en el que se incluye las ensaladas de frutas.

- **Trabajadores sin relación de dependencia**

De las 382 personas encuestadas, 72 pertenecen a este segmento. Así como existe un considerable grupo de personas que laboran bajo relación de dependencia, también existe un gran número de habitantes que administran su propio negocio, dichas personas optan por consumir algún postre a cualquier hora del día, dicha razón también se ha tomado como referencia de este grupo, para estudiarlo.

3.10 Técnicas e instrumentos de recolección de información

La información obtenida para el desarrollo del presente capítulo ha sido tomada en base a la recolección de información primaria, cuya técnica utilizada para este emprendimiento es la encuesta; y se complementa con la ayuda de la investigación secundaria.

3.10.1 Técnicas

- Encuesta

Esta técnica sirvió para recolectar datos relevantes sobre el consumidor con respecto al emprendimiento.

- Investigación bibliográfica

Se tomó como datos a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

3.10.2 Instrumentos

- Cuestionario

El cuestionario fue dirigido a la muestra de la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra que comprenden los estudiantes y trabajadores con y sin relación de dependencia, dichas personas serán los posibles consumidores del producto.

3.11 Tabulación y análisis de encuestas aplicadas

Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, de la segmentación: Estudiantes.

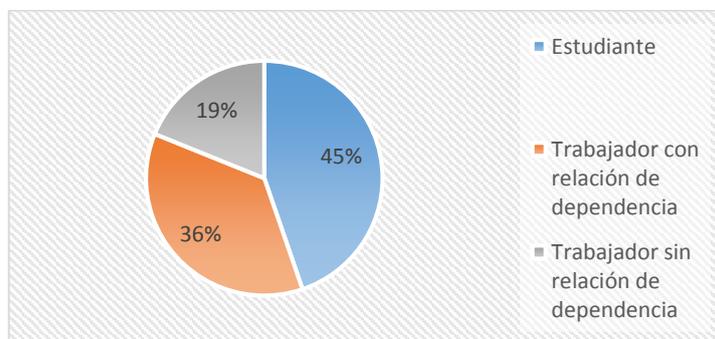
Tabla 15: Ocupación

OCUPACION			GENERO		EDAD		
	FREC.	%	F	M	18 - 28	29 - 39	40 +
Estudiante	171	44,76%	103	68	86	52	33
Trabajador con relación de dependencia	139	36,39%	70	69	90	33	16
Trabajador sin relación de dependencia	72	18,85%	51	21	52	13	7
TOTAL	382	100%	224	158	228	98	56

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 10: Ocupación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

INTERPRETACION:

De la población económicamente activa encuestada dentro de la ciudad de Ibarra el 44,76% corresponden a estudiantes quienes en su mayoría son de género femenino, el cual proporciona la información para el estudio realizado, más este no tiene mayor diferencia del género masculino, en cuanto a su edad mayormente se encuentran las personas cuyas edades fluctúan entre 18 a 28 años de edad.

1. ¿Adquiere usted ensaladas de frutas?

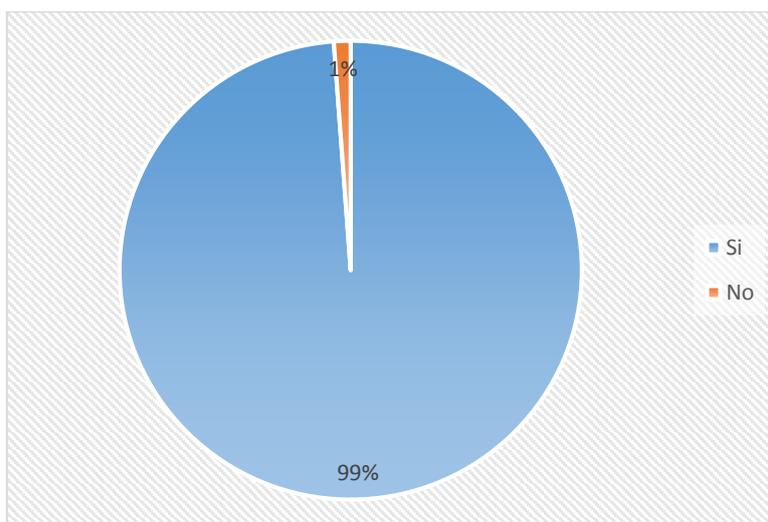
Tabla 16: Producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	169	99%
No	2	1%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 11: Producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El 100% de los encuestados que tienen como ocupación la de estudiantes afirmaron que, si consumen ensaladas de frutas, este dato se convierte en información relevante para el proyecto, puesto que se puede identificar a clientes potenciales.

2. ¿Con que frecuencia las consume?

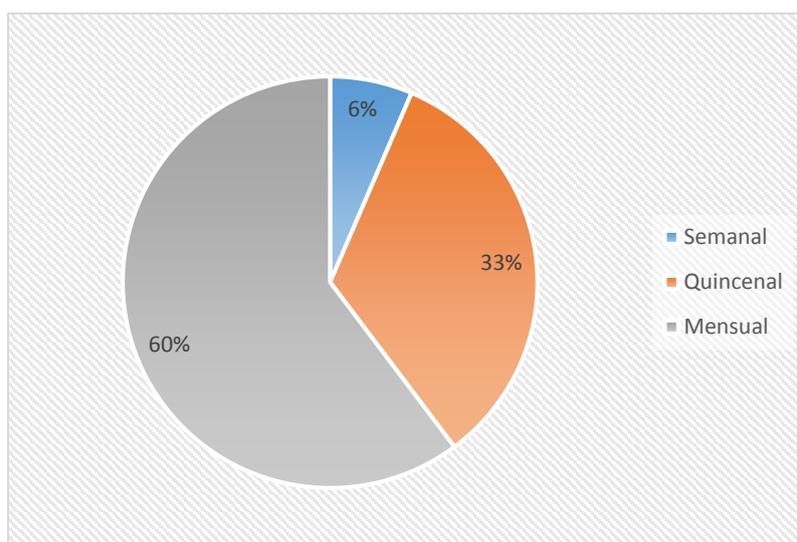
Tabla 17: Frecuencia de compra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	11	6%
Quincenal	57	33%
Mensual	103	60%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 12: Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La frecuencia de consumo de las ensaladas de frutas de las personas encuestadas en su mayoría resulta ser mensual, este dato debe ser tomado muy en cuenta para los análisis financieros puesto que en productos pequeños con precios bajos la clave está en vender en cantidades altas para cubrir los costos y generar una utilidad considerable.

3. ¿A qué heladería de la ciudad acude con mayor frecuencia?

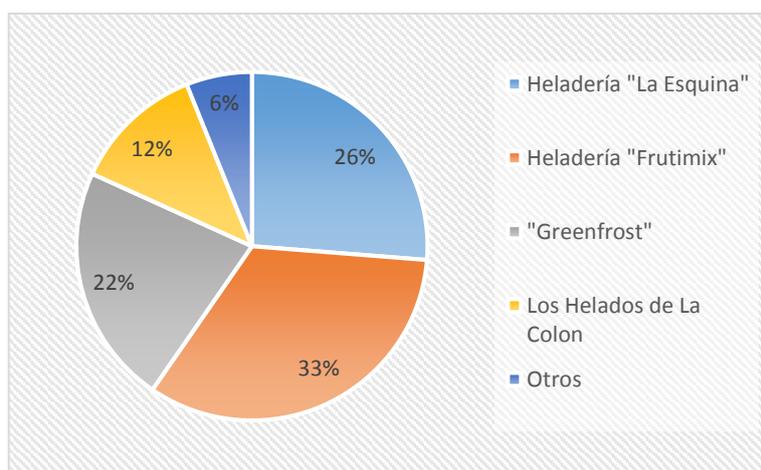
Tabla 18: Competencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Heladería "La Esquina"	45	26%
Heladería "Frutimix"	57	33%
"Greenfrost"	38	22%
Los Helados de La Colon	21	12%
Otros	10	6%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 13: Competencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Con estos datos se identifica claramente cuáles son las heladerías con mayor preferencia por parte de los estudiantes encuestados, en donde se puede destacar la heladería la esquina, cabe resaltar que en ninguna de estas heladerías se ofrece el servicio de ensaladas de frutas al peso en donde el cliente pague por la cantidad que desea comer, tampoco existe un asesoramiento acerca de las frutas que se pueden mezclar y las combinaciones desfavorables.

4. ¿Cuánto dinero destina mensualmente usted para la compra de ensaladas de frutas?

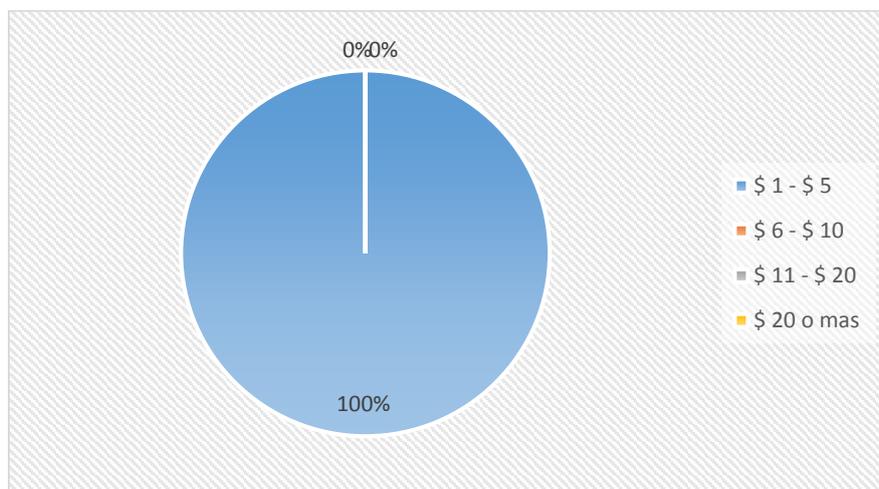
Tabla 19: Precio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1 - \$ 5	171	100%
\$ 6 - \$ 10	0	0%
\$ 11 - \$ 20	0	0%
\$ 20 o mas	0	0%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 14: Precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El precio que los estudiantes encuestados gastan en las ensaladas de frutas está en el rango más bajo de las opciones, este dato es fundamental para establecer los precios con relación al peso de las ensaladas de frutas.

5. ¿Qué aspectos considera más importantes al momento de adquirir las ensaladas de frutas?

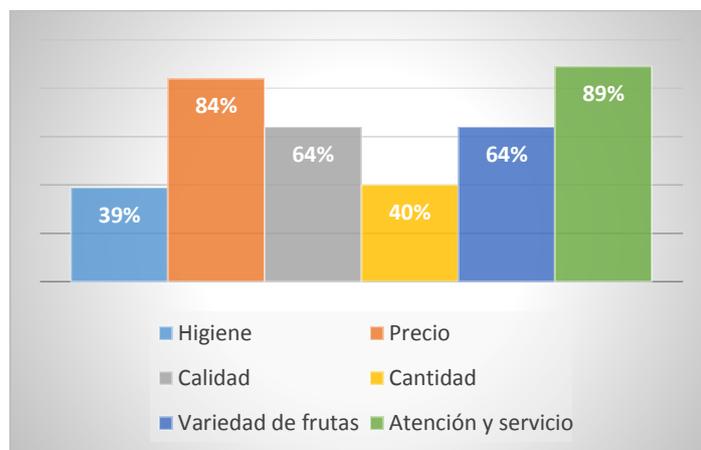
Tabla 20: Aspectos más importantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Higiene	67	39%
Precio	143	84%
Calidad	110	64%
Cantidad	68	40%
Variedad de frutas	109	64%
Atención y servicio	152	89%
Total	171	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 15: Aspectos más importantes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En esta pregunta se puede destacar que el aspecto en el cual la mayoría coinciden en que es el más importante es la atención y servicio, por ende, en la ejecución del proyecto se debe contar con un óptimo servicio y atención para satisfacer al máximo las necesidades y superar las expectativas de los clientes, fidelizando a cada uno de ellos.

6. ¿Conoce acerca de qué frutas pueden ser combinadas, las cuales sean favorables para su salud?

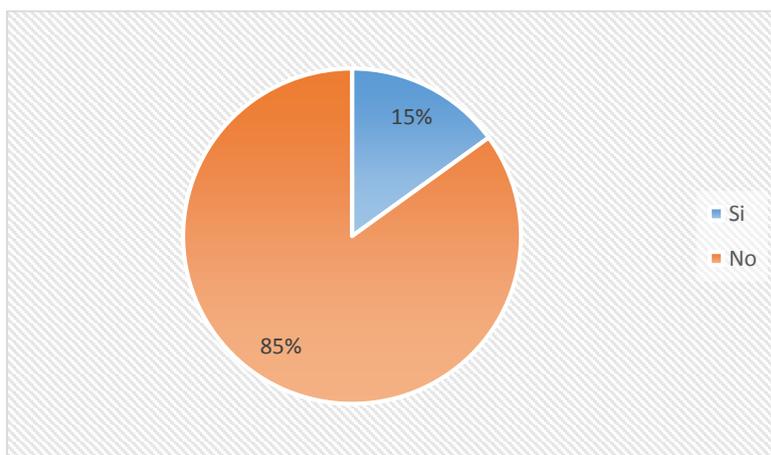
Tabla 21: Conocimiento de frutas que pueden ser combinadas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	26	15%
No	145	85%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 16: Conocimiento de frutas que pueden ser combinadas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

De todos los estudiantes encuestados se puede analizar que una gran mayoría desconoce acerca de las combinaciones de fruta que son adecuadas, este dato es importante tomar en cuenta en la ejecución del proyecto para establecer una estrategia en donde se pueda informar a los clientes las frutas que son apropiadas combinar y de igual forma las combinaciones que son perjudiciales para la salud.

7. ¿Le gustaría comprar frutas listas para el consumo donde Ud. Pueda elegir las porciones de fruta y pagar por la cantidad que desee con relación al peso?

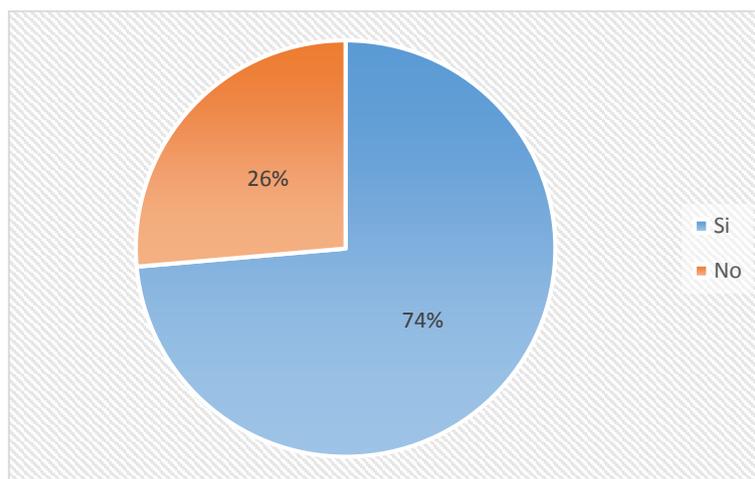
Tabla 22: Nivel de aceptación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	154	90%
No	17	10%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 17: Nivel de aceptación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Los datos obtenidos con este grupo arrojan un nivel de aceptación alto, en donde las personas encuestada si estarían dispuestas a comprar frutas a través de este nuevo sistema de pago en la ciudad, donde cada persona elija las frutas y la cantidad que desea comer y pague de acuerdo al peso.

8. ¿Cuánto invertiría en su alimentación al acudir a este negocio, con esta modalidad de pago?

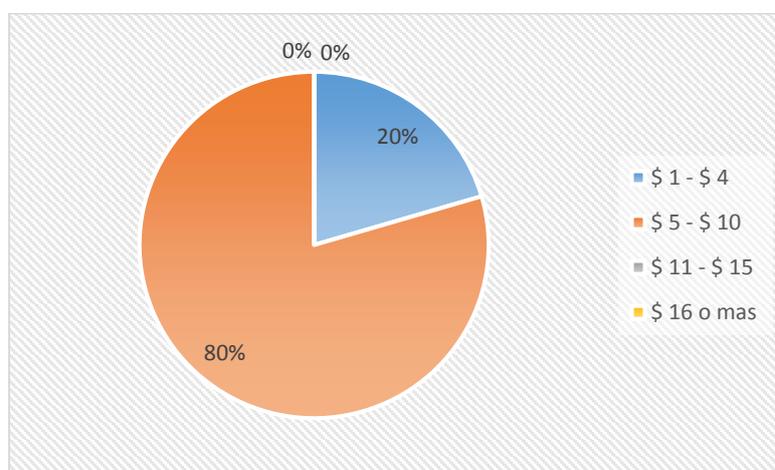
Tabla 23: Valor de la ensalada de frutas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1 - \$ 4	35	20%
\$ 5 - \$ 10	136	80%
\$ 11 - \$ 15	0	0%
\$ 16 o mas	0	0%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 18: Valor de la ensalada de frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El precio que en su mayoría están dispuestos a pagar por este servicio está entre los \$5.00 y \$10.00 este dato es útil para el emprendimiento mas no, permite establecer los precios de las ensaladas de frutas puesto que el precio está relacionado directamente con el peso.

9. ¿Cuáles son las frutas que más consumiría?

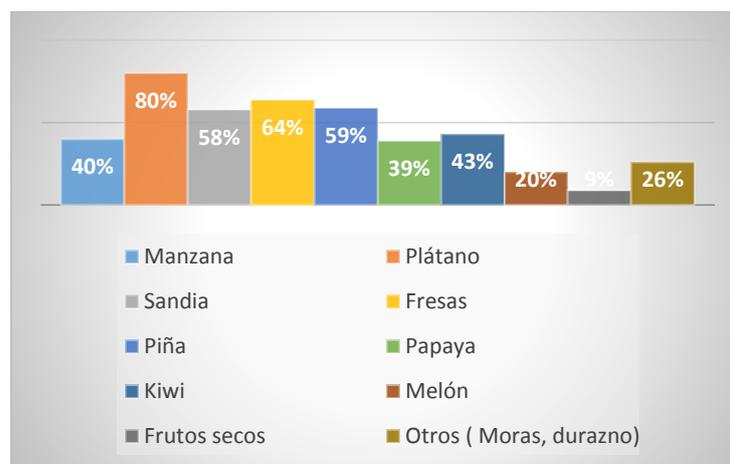
Tabla 24: Frutas preferidas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Manzana	68	40%
Plátano	136	80%
Sandia	100	58%
Fresas	109	64%
Piña	101	59%
Papaya	66	39%
Kiwi	74	43%
Melón	34	20%
Frutos secos	16	9%
Otros (Moras, durazno)	45	26%
Total	171	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 19: Frutas preferidas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Con esta pregunta se puede analizar cuáles son las frutas con mayor porcentaje de preferencia, en este caso la mayoría de estudiantes coinciden en que las frutas más apetecidas son: plátano, fresas, piña y sandia, estos datos son importantes para poder identificar quienes podrían ser los posibles proveedores del emprendimiento.

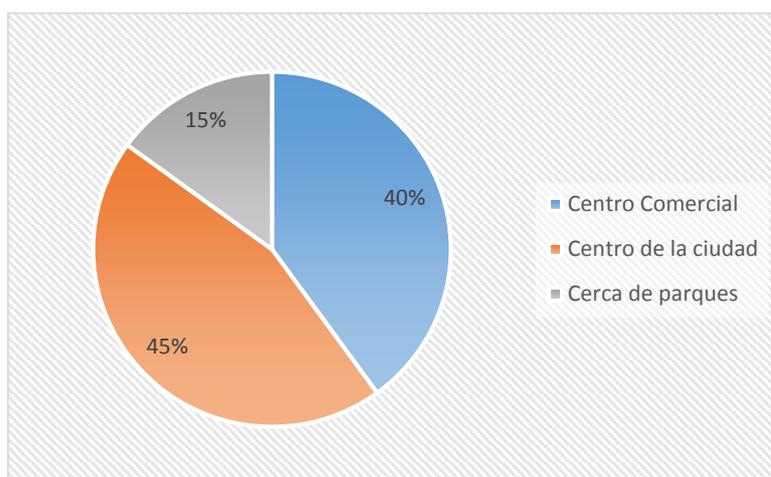
10. ¿En qué lugar sugiere se debería ubicar este local de ensaladas de frutas?

Tabla 25: Plaza

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Centro Comercial	68	40%
Centro de la ciudad	77	45%
Cerca de parques	26	15%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 20: Plaza

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El lugar en donde los estudiantes desearían que se ubique el emprendimiento es en el centro de la ciudad y con una mínima diferencia otro lugar con una aceptación alta es en algún centro comercial de la ciudad, estos datos serán usados en el estudio técnico para la ubicación del emprendimiento, de igual forma con este dato se puede realizar un sondeo acerca de los precios con relación al arrendamiento de locales comerciales.

11. ¿Qué servicio adicional le gustaría que ofrezca este negocio?

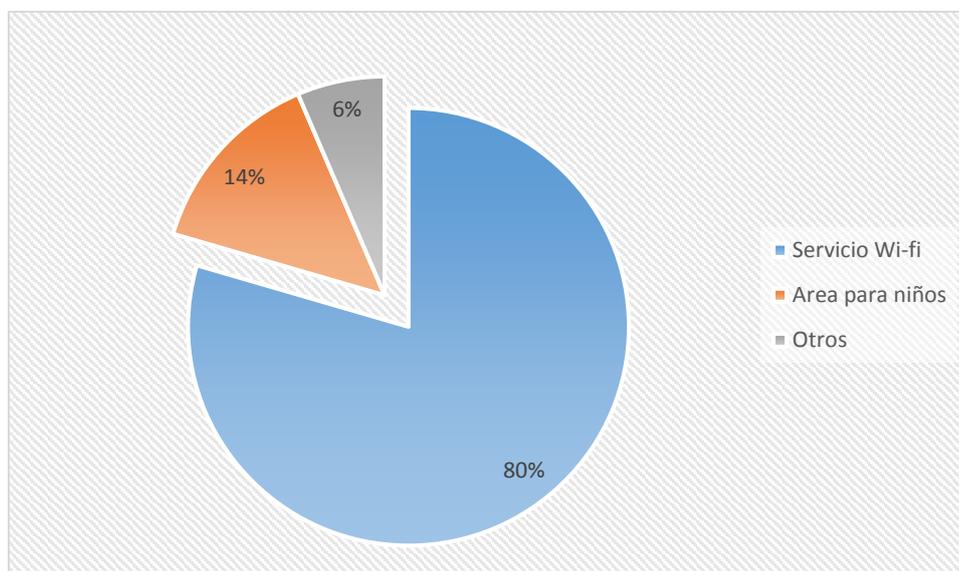
Tabla 26: Nivel de satisfacción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Servicio Wifi	136	80%
Área para niños	24	14%
Otros	11	6%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 21: Nivel de satisfacción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En esta pregunta se puede identificar que los estudiantes en su mayoría desean que el emprendimiento cuente con servicio de wi-fi, los estudiantes en su mayoría tienen redes sociales este servicio adicional también puede ser usado a nuestro favor mediante la iteración de los clientes en donde den a conocer en sus redes sociales el lugar y el producto que se oferta.

12. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer esta nueva forma de adquirir ensaladas de frutas?

Tabla 27: Promoción

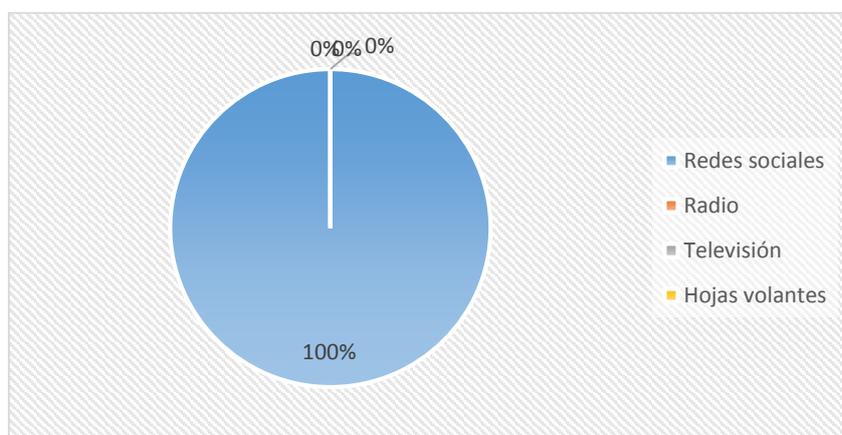
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	171	100%
Radio	0	0%
Televisión	0	0%
Hojas volantes	0	0%
Total	171	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Año: 2018

Ilustración 22: Promoción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Al igual que en la pregunta anterior se puede identificar que el medio para captar a este tipo de público es mediante la promoción y publicidad en las redes sociales, de igual forma este dato es relevante para diseñar la publicidad con elementos que llamen la atención de este público.

Tabulación y análisis de encuestas aplicadas

Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, de la segmentación: Trabajadores con relación de dependencia.

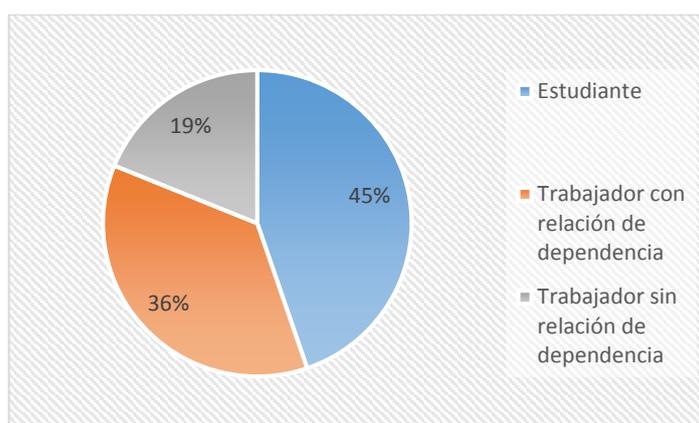
Tabla 28: Ocupación

OCUPACION			GENERO		EDAD		
	FREC.	%	F	M	18 - 28	29 - 39	40 +
Estudiante	171	44,76%	103	68	86	52	33
Trabajador con relación de dependencia	139	36,39%	70	69	90	33	16
Trabajador sin relación de dependencia	72	18,85%	51	21	52	13	7
TOTAL	382	100%	224	158	228	98	56

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 23: Ocupación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

De la población económicamente activa encuestada dentro de la ciudad de Ibarra el 36,39% corresponden a trabajadores con relación de dependencia quienes en su mayoría son de género femenino, el cual proporciona la información para el estudio realizado, más este no tiene mayor diferencia del género masculino, en cuanto a su edad mayormente se encuentran las personas cuyas edades fluctúan entre 18 a 28 años de edad.

1. ¿Adquiere usted ensaladas de frutas?

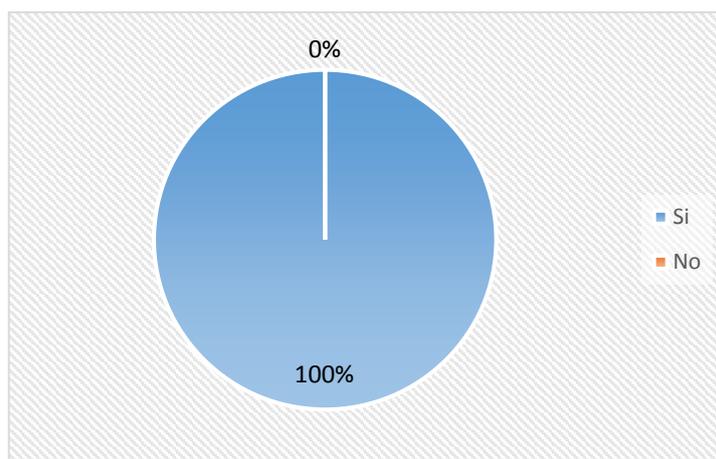
Tabla 29: Producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	139	100%
No	0	0%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 24: Producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El 100% de los trabajadores con relación de dependencia afirmaron que, si consumen ensaladas de frutas, este dato se convierte en información relevante para el proyecto, puesto que se puede identificar a clientes potenciales.

2. ¿Con que frecuencia las consume?

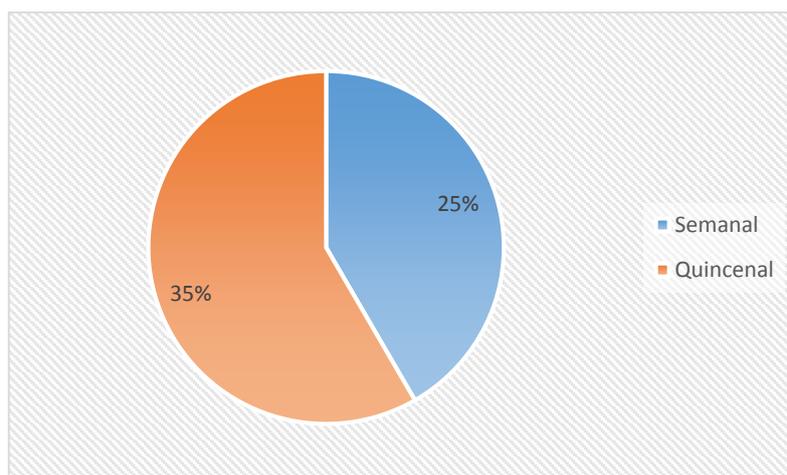
Tabla 30: Frecuencia de compra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	35	25%
Quincenal	49	35%
Mensual	55	40%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 25: Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La frecuencia de consumo de las ensaladas de frutas de las personas encuestadas en su mayoría resulta ser mensual, seguidamente cada quince, estos datos deben ser tomados muy en cuenta para los respectivos análisis financieros y diseñar estrategias para aumentar la frecuencia de compra aplicándolas en la implementación del emprendimiento.

3. ¿A qué heladería de la ciudad acude con mayor frecuencia?

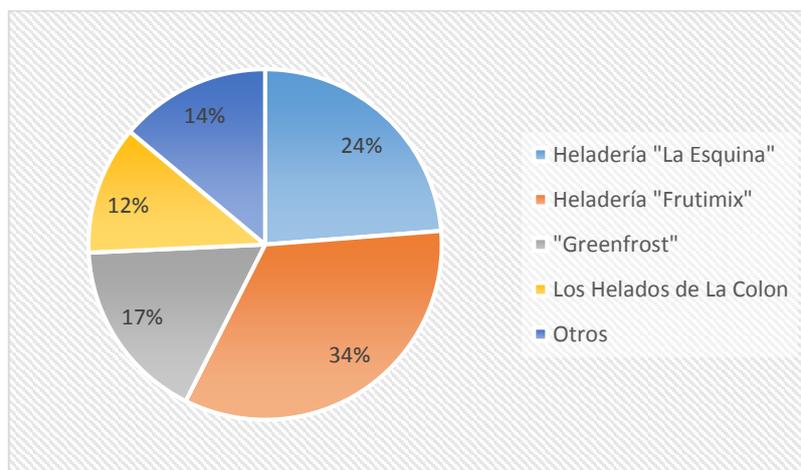
Tabla 31: Competencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Heladería "La Esquina"	33	24%
Heladería "Frutimix"	47	34%
"Greenfrost"	24	17%
Los Helados de La Colon	16	12%
Otros	19	14%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 26: Competencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Con esta pregunta se puede analizar que la heladería con mayor preferencia por parte de los encuestados del grupo de trabajadores con relación de dependencia es la heladería frutimix, previamente antes de la implementación del emprendimiento se debe realizar un análisis de la competencia y aplicar la técnica del benchmarking.

4. ¿Cuánto dinero destina mensualmente usted para la compra de ensaladas de frutas?

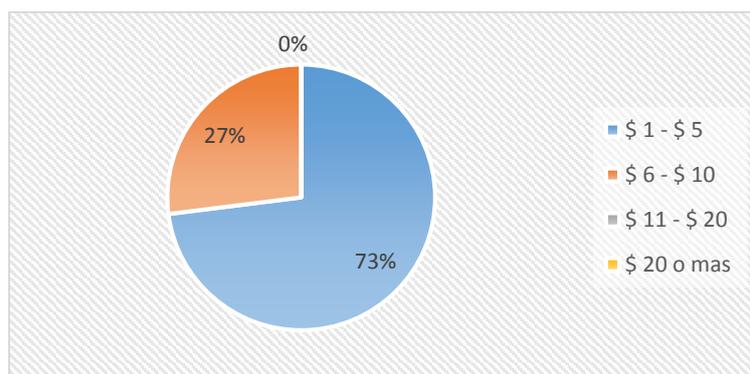
Tabla 32: Precio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1 - \$ 5	101	73%
\$ 6 - \$ 10	38	27%
\$ 11 - \$ 20	0	0%
\$ 20 o mas	0	0%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 27: Precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El precio que están dispuestos a gastar la mayoría de los empleados en relación de dependencia en las ensaladas de frutas está en el rango más bajo de las opciones, en el emprendimiento el precio no es fijo puesto que el precio de cada ensalada está directamente está relacionado con el peso.

5. ¿Qué aspectos considera más importantes al momento de adquirir las ensaladas de frutas?

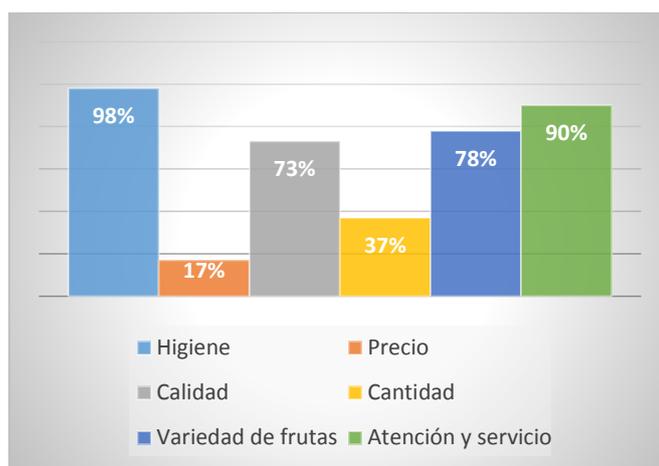
Tabla 33: Aspectos más importantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Higiene	136	98%
Precio	24	17%
Calidad	102	73%
Cantidad	52	37%
Variedad de frutas	109	78%
Atención y servicio	125	90%
Total	139	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 28: Aspectos más importantes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Los aspectos que más valoran los trabajadores en relación de dependencia son: higiene, variedad de frutas, atención y servicio, en la planificación para la implementación de este proyecto es necesario tomar en cuenta cada uno de estos aspectos haciendo énfasis en aquellos que son más importantes para los clientes para superar sus expectativas.

6. ¿Conoce acerca de qué frutas pueden ser combinadas, las cuales sean favorables para su salud?

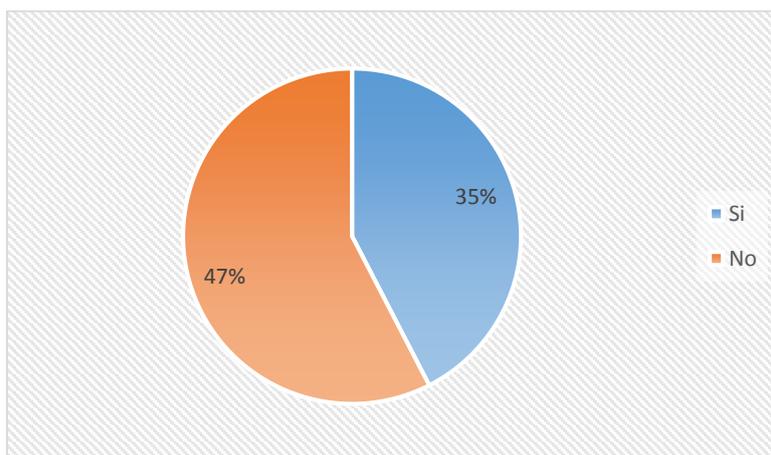
Tabla 34: Conocimiento sobre combinación de frutas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	59	42%
No	80	58%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 29: Conocimiento sobre combinación de frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Casi el 50% de trabajadores en relación de dependencia desconocen acerca de las combinaciones de frutas por ende es de vital importancia diseñar mecanismos para socializar acerca de aquellas combinaciones que son favorables para la salud, de igual forma informa acerca de aquellas combinaciones no son adecuadas y pueden afectar la salud.

7. ¿Le gustaría comprar frutas listas para el consumo donde Ud. Pueda elegir las porciones de fruta y pagar por la cantidad que desee con relación al peso?

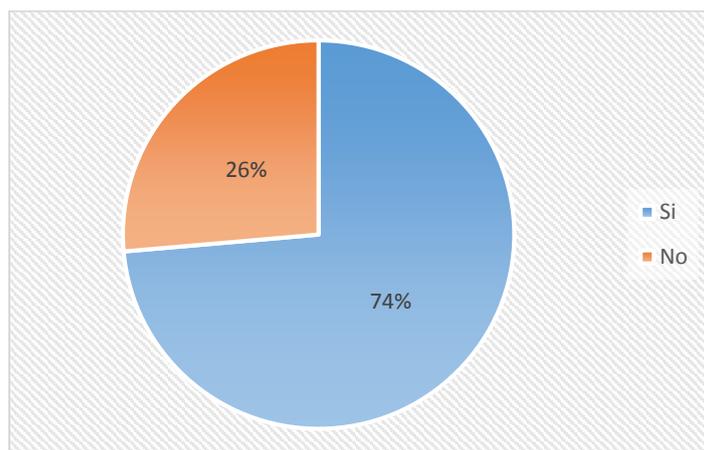
Tabla 35: Nivel de aceptación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	121	74%
No	18	26%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 30: Nivel de aceptación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Los datos obtenidos arrojan un nivel de aceptaciones del 74%, en donde las personas encuestadas si estarían dispuestas a comprar frutas a través de este nuevo sistema de pago en la ciudad, donde cada persona elija las frutas y la cantidad que desea comer y pague de acuerdo al peso.

8. ¿Cuánto invertiría en su alimentación al acudir a este negocio, con esta modalidad de pago?

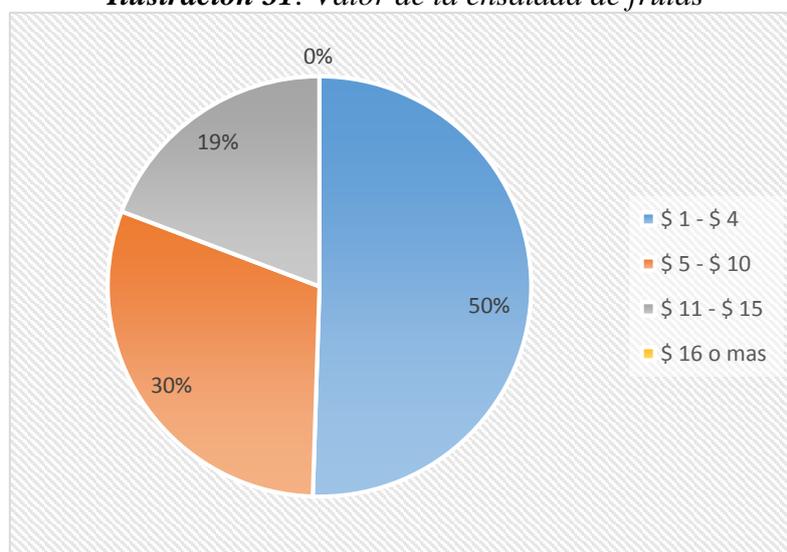
Tabla 36: Valor de la ensalada de frutas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1 - \$ 4	70	50%
\$ 5 - \$ 10	42	30%
\$ 11 - \$ 15	27	19%
\$ 16 o mas	0	0%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 31: Valor de la ensalada de frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El 50% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar por este servicio está entre los \$1.00 y \$4.00 este dato es útil para el emprendimiento mas no, permite establecer los precios de las ensaladas de frutas puesto que el precio está relacionado directamente con el peso.

9. ¿Cuáles son las frutas que más consumiría?

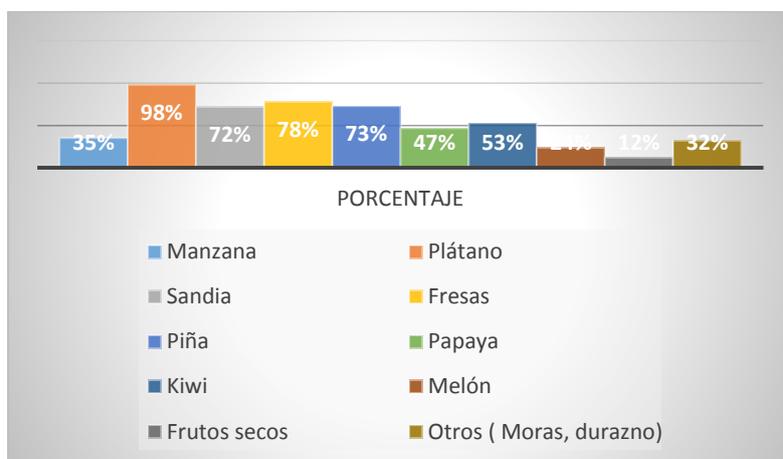
Tabla 37: Frutas preferidas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Manzana	68	35%
Plátano	136	98%
Sandía	100	72%
Fresas	109	78%
Piña	101	73%
Papaya	66	47%
Kiwi	74	53%
Melón	34	24%
Frutos secos	16	12%
Otros (Moras, durazno)	45	32%
Total	139	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 32: Frutas preferidas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La mayoría de trabajadores en relación de dependencia coinciden en que las frutas más apetecidas son: manzana, plátano, sandía, fresas, estos datos son importantes para poder identificar cuáles son las principales frutas con las que se debe contar en el autoservicio.

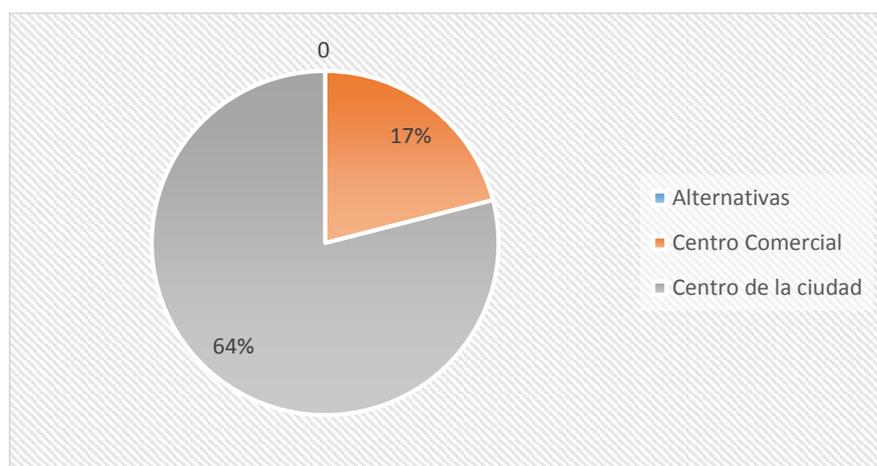
10. ¿En qué lugar sugiere se debería ubicar este local de ensaladas de frutas?

Tabla 38: Plaza

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Centro Comercial	23	17%
Centro de la ciudad	89	64%
Cerca de parques	27	19%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 33: Plaza

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El lugar que los trabajadores en relación de dependencia desearían que se ubique el emprendimiento es en el centro de la ciudad, estos datos serán usados en el estudio técnico para la ubicación del emprendimiento, de igual forma con este dato se puede realizar un sondeo acerca de los precios con relación al arrendamiento de locales comerciales ubicados en el centro de la ciudad de Ibarra.

11. ¿Qué servicio adicional le gustaría que ofrezca este negocio?

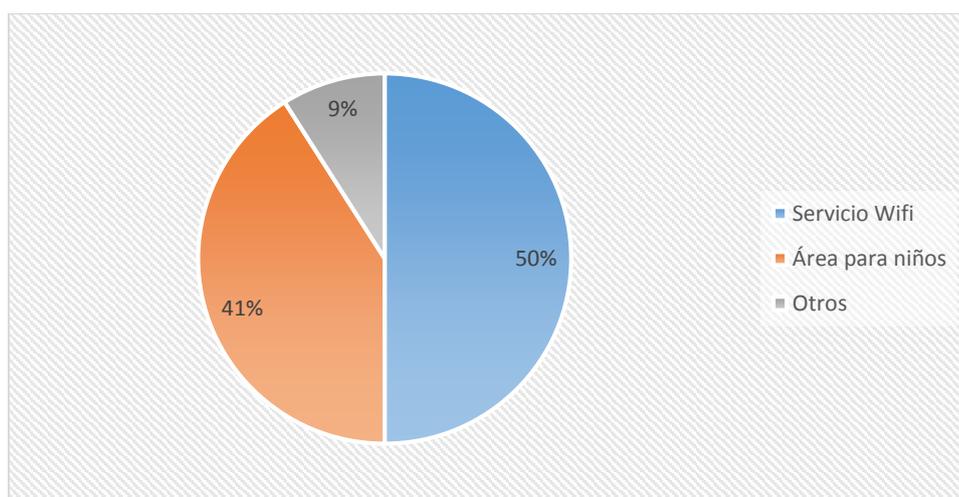
Tabla 39: Nivel de satisfacción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Servicio Wifi	70	50%
Área para niños	57	41%
Otros	12	9%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 34: Nivel de satisfacción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En esta pregunta se puede identificar que la mitad de los trabajadores en relación de dependencia desean que el emprendimiento cuente con servicio de wi-fi, seguidamente desean que el emprendimiento cuente con un área para niños y un porcentaje menor desean que existan otro tipo de servicios adicionales.

12 ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer esta nueva forma de adquirir ensaladas de frutas?

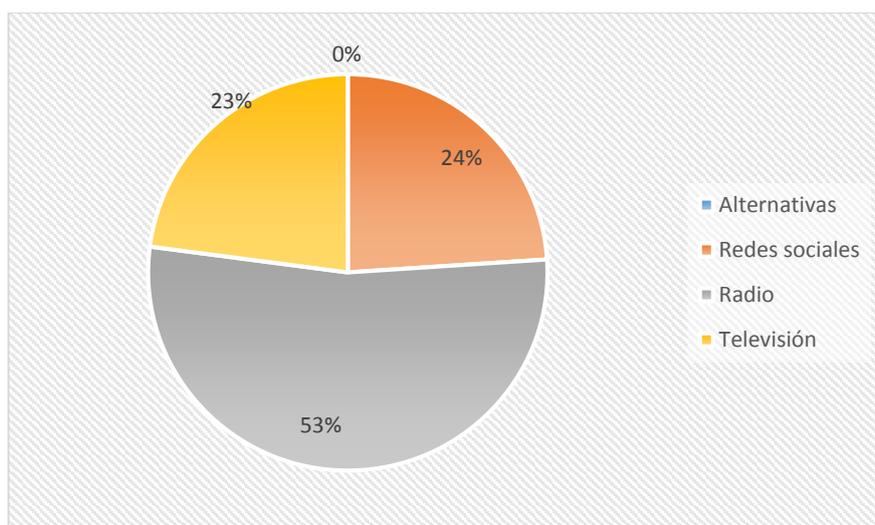
Tabla 40: Promoción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	32	23%
Radio	71	51%
Televisión	31	22%
Hojas volantes	5	4%
Total	139	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 35: Promoción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Más del 50% de trabajadores en relación de dependencia señalan que la opción más adecuada para ellos poder conocer acerca del emprendimiento es a través de la radio, de igual forma con un porcentaje menor se puede identificar que también les gustaría que promocionemos por medio de las redes sociales.

Tabulación y análisis de encuestas aplicadas

Encuesta dirigida a la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, de la segmentación: Trabajadores sin relación de dependencia.

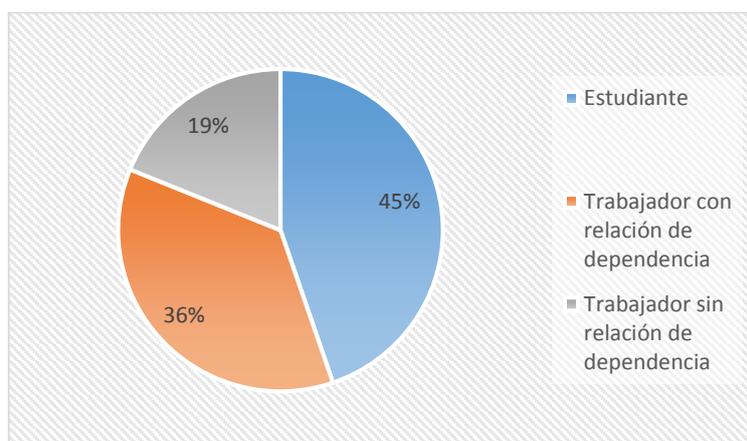
Tabla 41: Ocupación

OCUPACION	FREC.	%	GENERO		EDAD		
			F	M	18 - 28	29 - 39	40 +
Estudiante	171	44,76%	103	68	86	52	33
Trabajador con relación de dependencia	139	36,39%	70	69	90	33	16
Trabajador sin relación de dependencia	72	18,85%	51	21	52	13	7
TOTAL	382	100%	224	158	228	98	56

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 36: Ocupación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

De la población económicamente activa encuestada dentro de la ciudad de Ibarra el 18,85% corresponden a trabajadores sin relación de dependencia quienes en su mayoría son de género femenino, el cual proporciona la información para el estudio realizado, en cuanto a su edad mayormente se encuentran las personas cuyas edades fluctúan entre 18 a 28 años de edad.

1. ¿Adquiere usted ensaladas de frutas?

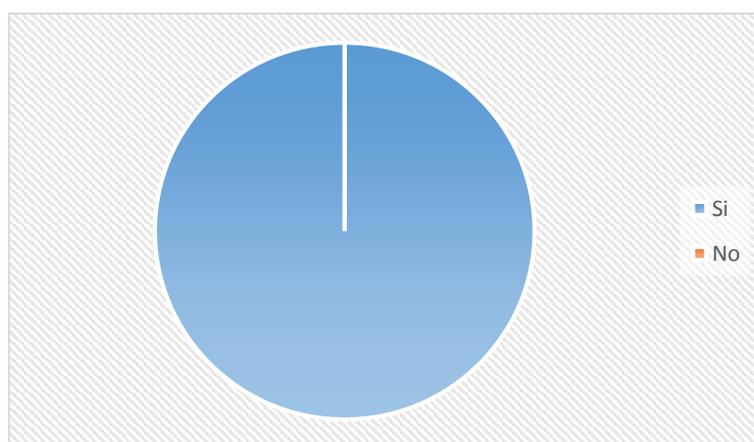
Tabla 42: Nivel de aceptación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	72	100%
No	0	0%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 377: Nivel de aceptación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El 100% de los trabajadores sin relación de dependencia afirmaron que, si consumen ensaladas de frutas, este dato se convierte en información relevante para el proyecto, puesto que se puede identificar a clientes potenciales.

2 ¿Con que frecuencia las consume?

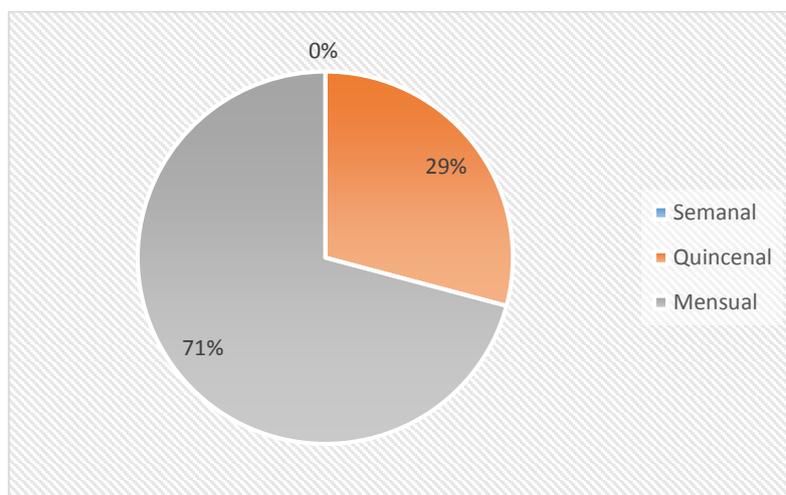
Tabla 42: Frecuencia de compra

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	0	0%
Quincenal	21	29%
Mensual	51	71%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 38: Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La frecuencia de consumo de las ensaladas de frutas de las personas encuestadas en su mayoría resulta ser mensual, seguidamente muestra un 29% una frecuencia quincenal, este dato debe ser tomado muy en cuenta para los respectivos análisis financieros.

3. ¿A qué heladería de la ciudad acude con mayor frecuencia?

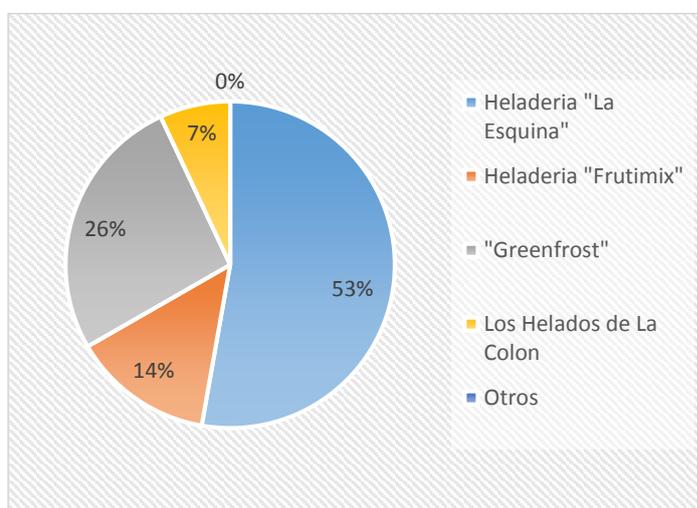
Tabla 43: Competencia

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Heladería "La Esquina"	38	53%
Heladería "Frutimix"	10	14%
"Greenfrost"	19	26%
Los Helados de La Colon	5	7%
Otros	0	0%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 39: Competencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Con estos datos se identifica claramente cuáles son las heladerías con mayor preferencia por parte de los trabajadores sin relación de dependencia los cuales arrojan que más del 50% de trabajadores independientes elijen a la heladería la esquina, cabe resaltar que en ninguna de estas heladerías se ofrece el servicio de ensaladas de frutas al peso en donde el cliente pague por la cantidad que desea comer, tampoco existe un asesoramiento acerca de las frutas que se pueden mezclar y las combinaciones desfavorables.

4. ¿Cuánto dinero destina mensualmente usted para la compra de ensaladas de frutas?

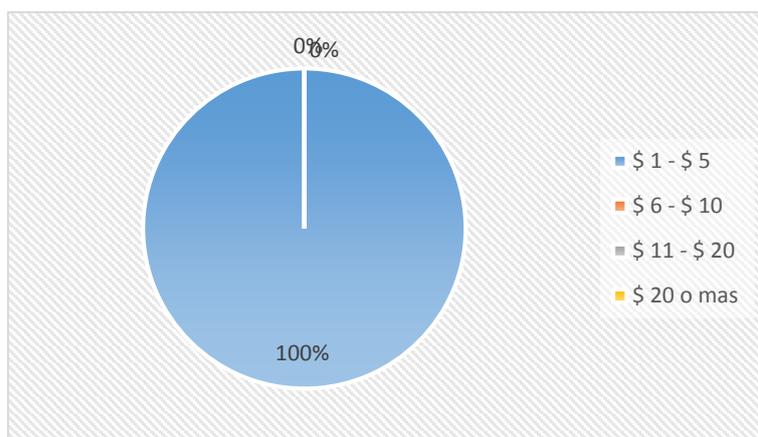
Tabla 44: Precio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1 - \$ 5	72	100%
\$ 6 - \$ 10	0	0%
\$ 11 - \$ 20	0	0%
\$ 20 o mas	0	0%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 40: Precio



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El precio que los trabajadores independientes encuestados gastan en las ensaladas de frutas está en el rango más bajo de las opciones, en el emprendimiento el precio será fijado por cada cliente puesto que pagará por la cantidad deseada y elegida.

5. ¿Qué aspectos considera más importantes al momento de adquirir las ensaladas de frutas?

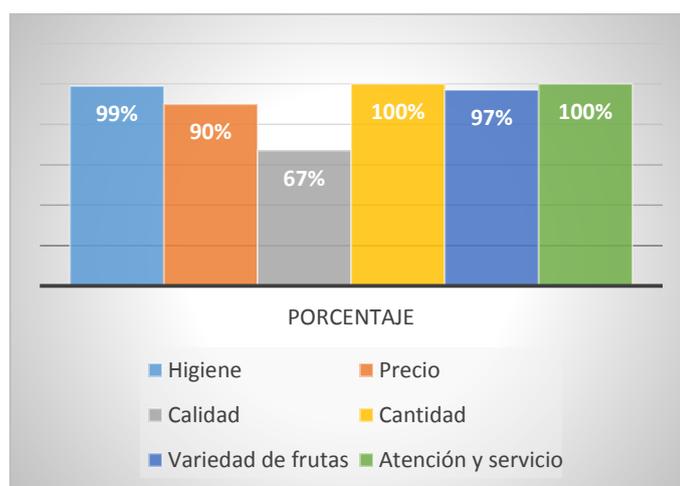
Tabla 45: Aspectos más importantes

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Higiene	71	99%
Precio	65	90%
Calidad	48	67%
Cantidad	72	100%
Variedad de frutas	70	97%
Atención y servicio	72	100%
Total	72	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 41: Aspectos más importantes



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En esta pregunta se puede destacar que los aspectos en los cuales la mayoría coinciden en que son los más importantes son: higiene, variedad de frutas y la atención y servicio, por ende, en la ejecución del proyecto se debe tomar en cuenta estos aspectos para satisfacer al máximo las necesidades y superar las expectativas de los clientes.

6. ¿Conoce acerca de qué frutas pueden ser combinadas, las cuales sean favorables para su salud?

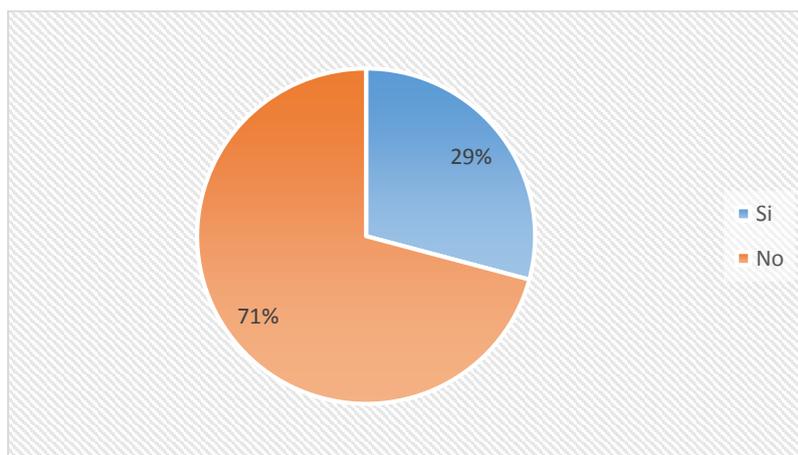
Tabla 46: Conocimiento sobre combinación de frutas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	29%
No	51	71%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 42: Conocimiento sobre combinación de frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En esta pregunta se puede destacar que la mayoría de trabajadores independientes no poseen conocimiento acerca de la adecuada combinación de las frutas, por esta razón el emprendimiento debe contar con un mecanismo para asegurar la correcta mezcla de las frutas tomando en cuenta que ciertas combinaciones de fruta resultan ser perjudiciales para la salud.

7. ¿Le gustaría comprar frutas listas para el consumo donde Ud. Pueda elegir las porciones de fruta y pagar por la cantidad que desee, con relación al peso?

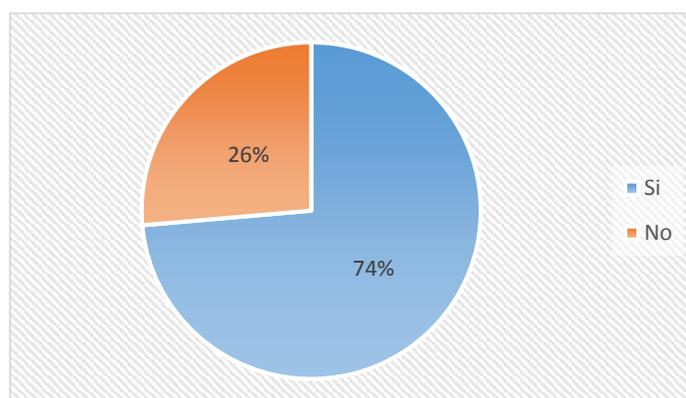
Tabla 48: Producto

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	53	74%
No	19	26%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 43: Producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

De todos los trabajadores independientes se puede analizar que la aceptación de las ensaladas de frutas es del 74% este dato es favorable y se convierte en información relevante que debe ser usada para la ejecución del emprendimiento, puesto que, las personas encuestada si estarían dispuestas a comprar frutas a través de este nuevo sistema de pago en la ciudad, donde cada persona elija las frutas y la cantidad que desea comer y pague de acuerdo al peso.

8. ¿Cuánto invertiría en su alimentación al acudir a este negocio, con esta modalidad de pago?

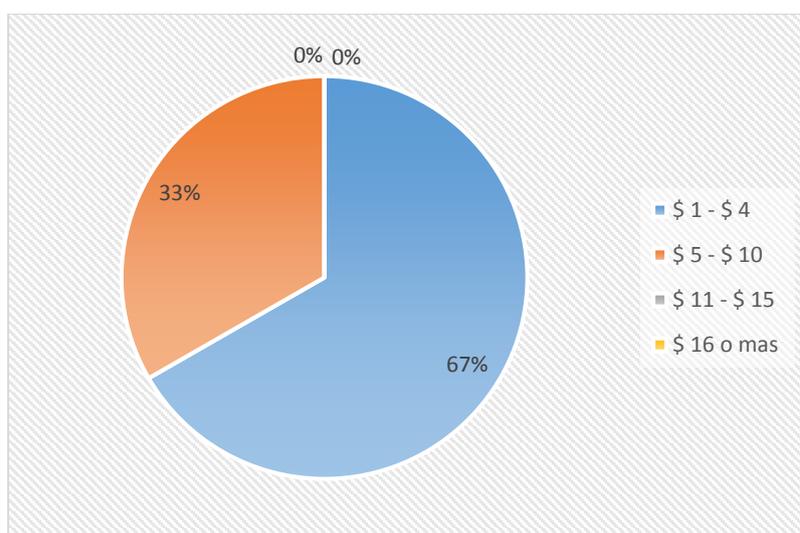
Tabla 47: Valor de la ensalada de frutas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1 - \$ 4	48	67%
\$ 5 - \$ 10	24	33%
\$ 11 - \$ 15	0	0%
\$ 16 o mas	0	0%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 43: Valor de la ensalada de frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Los datos obtenidos muestran que la mayoría de personas encuestadas estarían dispuestas a cancelar la cantidad de \$ 1 - \$ 4 a cambio de una ensalada de frutas, en el emprendimiento el precio será dado por la cantidad de la ensalada por ende este rango de precio si es posible.

9. ¿Cuáles son las frutas que más consumiría?

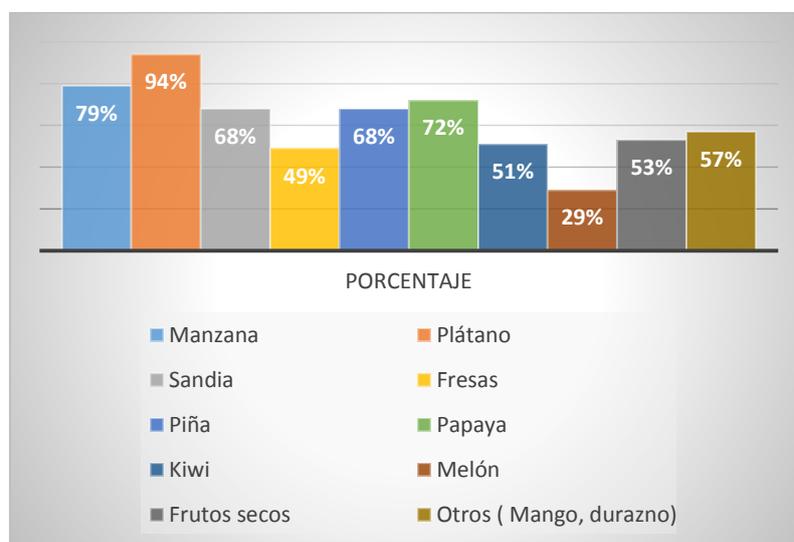
Tabla 48: Frutas preferidas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Manzana	57	79%
Plátano	68	94%
Sandia	49	68%
Fresas	35	49%
Piña	49	68%
Papaya	52	72%
Kiwi	37	51%
Melón	21	29%
Frutos secos	38	53%
Otros (Mango, durazno)	41	57%
Total	72	

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 44: Frutas preferidas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

La mayoría de estudiantes coinciden en que las frutas más apetecidas son: manzana, plátano, papaya, sandia, estos datos son importantes para el correcto abastecimiento del emprendimiento.

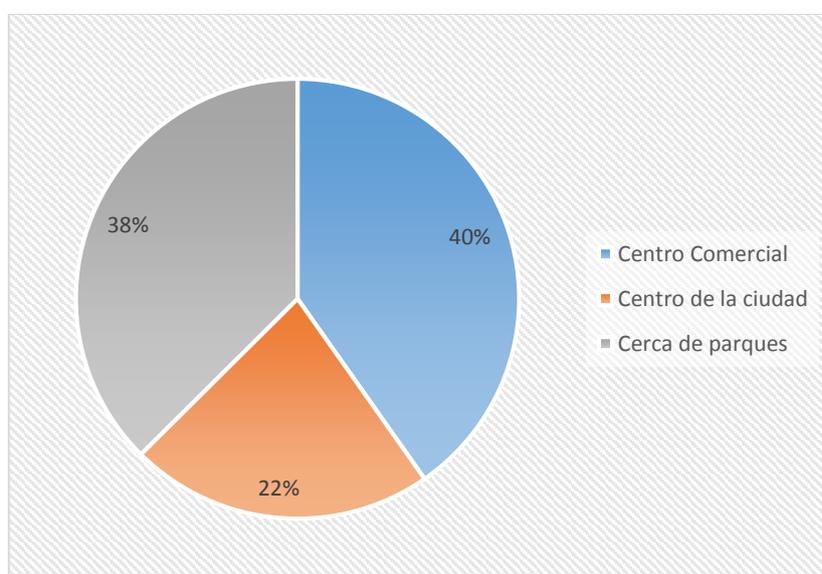
10. ¿En qué lugar sugiere se debería ubicar este local de ensaladas de frutas?

Tabla 49: Plaza

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Centro Comercial	29	40%
Centro de la ciudad	16	22%
Cerca de parques	27	38%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 45: Plaza

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

El lugar en donde este grupo desearían que se ubique es en algún centro comercial de la ciudad y con una mínima diferencia otro lugar con una aceptación alta es en el centro de la ciudad, estos datos serán usados en el estudio técnico para la ubicación del emprendimiento, de igual forma con este dato se puede realizar un sondeo acerca de los precios con relación al arrendamiento de locales comerciales.

11. ¿Qué servicio adicional le gustaría que ofrezca este negocio?

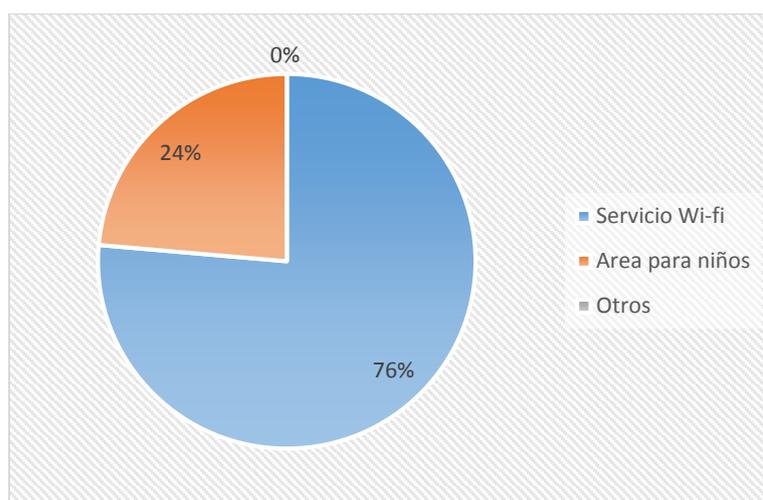
Tabla 50: Nivel de satisfacción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Servicio Wifi	55	76%
Área para niños	17	24%
Otros	0	0%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 46: Nivel de satisfacción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

En esta pregunta se puede identificar que los trabajadores en su mayoría desean que el emprendimiento cuente con servicio de wi-fi, por ende, el emprendimiento debe contar con este servicio adicional, para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

12. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer esta nueva forma de adquirir ensaladas de frutas?

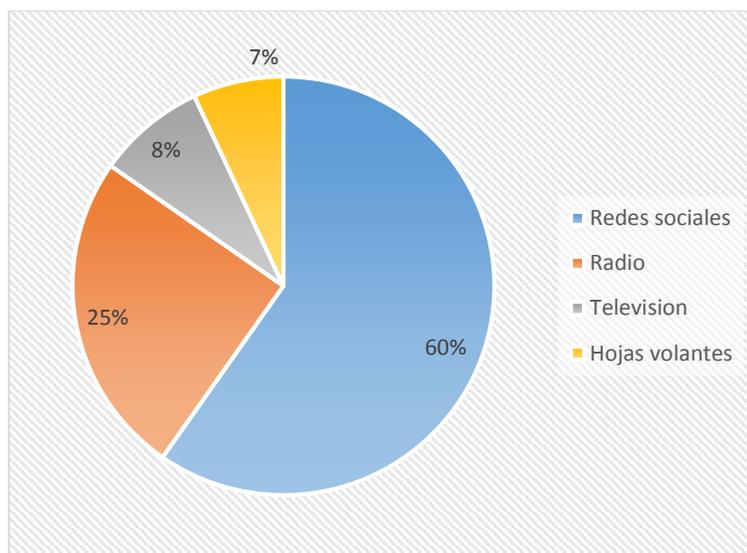
Tabla 51: Promoción

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	43	60%
Radio	18	25%
Televisión	6	8%
Hojas volantes	5	7%
Total	72	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Ilustración 47: Promoción



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Interpretación:

Se puede identificar que el medio para captar a este tipo de público es mediante la promoción y publicidad en las redes sociales, de igual forma este dato es relevante para diseñar la publicidad con elementos que llamen la atención a este público.

3.12 Conclusiones

De la encuesta aplicada a los 3 segmentos, se ha desarrollado una conclusión por cada pregunta del cuestionario, dichas conclusiones son:

1. El estudio de campo afirma que en su mayoría las personas si consumen ensaladas de frutas, este dato se convierte en información relevante para el proyecto, puesto que se puede identificar a clientes potenciales.
2. La frecuencia de consumo de las ensaladas de frutas en su mayoría resulta ser mensual, seguidamente cada quince días, estos datos deben ser tomados muy en cuenta para los respectivos análisis financieros y diseñar estrategias para aumentar la frecuencia de compra aplicándolas en la implementación del emprendimiento puesto que en productos pequeños con precios bajos la clave está en vender en cantidades altas para cubrir los costos y generar una utilidad considerable.
3. Las heladerías con mayor preferencia por parte de las personas encuestadas son las heladerías: Frutimix, y la Esquina, previamente a la implementación del emprendimiento se debe realizar un análisis de la competencia y aplicar la técnica del benchmarking, cabe destacar que en ninguna de estas heladerías mencionadas se ofrece el servicio de ensaladas de frutas al peso en donde el cliente pague por la cantidad que desea comer, tampoco existe un asesoramiento acerca de las frutas que se pueden mezclar y las combinaciones desfavorables.
4. El precio que están dispuestos a gastar en las ensaladas de frutas es de \$1.00 a \$4.00s, en el emprendimiento el precio no es fijo, puesto que el costo de cada ensalada está directamente relacionado con el peso que cada cliente pagará por la cantidad deseada y elegida.
5. Los aspectos que son más valorados son: higiene, variedad de frutas, atención y servicio, en la planificación para la implementación de este proyecto es necesario tomar en cuenta

- cada uno de estos aspectos haciendo énfasis en aquellos que son más importantes para satisfacer al máximo las necesidades y superar las expectativas de los clientes.
6. La mayoría de personas encuestadas desconocen acerca de las combinaciones de frutas, por ende, es de vital importancia diseñar mecanismos para socializar acerca de aquellas combinaciones que son favorables para la salud, de igual forma informar acerca de aquellas combinaciones no son adecuadas y pueden afectar la salud.
 7. Los datos obtenidos con este grupo arrojan un nivel de aceptación alto, en donde las personas encuestada si estarían dispuestas a comprar frutas a través de este nuevo sistema de pago en la ciudad, donde cada persona elija las frutas y la cantidad que desea comer y pague de acuerdo al peso.
 8. El 50% de las personas encuestadas están dispuestas a pagar por este servicio está entre los \$1.00 y \$4.00 este dato es útil para el emprendimiento mas no, permite establecer los precios de las ensaladas de frutas puesto que el precio está relacionado directamente con el peso.
 9. La mayoría coinciden en que las frutas más apetecidas son: manzana, plátano, sandía, fresas, estos datos son importantes para poder identificar cuáles son las principales frutas con las que se debe contar en el autoservicio para su correcto abastecimiento, de igual forma poder identificar quienes podrían ser los posibles proveedores del proyecto.
 10. El lugar en donde desearían que se ubique el emprendimiento es en el centro de la ciudad, estos datos serán usados en el estudio técnico para la ubicación del emprendimiento, de igual forma con este dato se puede realizar un sondeo acerca de los precios con relación al arrendamiento de locales comerciales ubicados en el centro de la ciudad de Ibarra.
 11. La mayoría desean que el emprendimiento cuente con servicio de wi-fi, seguidamente sugieren que cuente con un área para niños y un porcentaje menor desean que existan otro

tipo de servicios adicionales. Por ende, se debe contar con estos servicios adicionales para mejorar la calidad en el servicio.

12. La opción más conveniente para conocer al emprendimiento es a través de las redes sociales, puesto que las personas encuestadas en su mayoría tienen acceso a este medio de comunicación y se les facilita visualizar la promoción que llevará a cabo el proyecto.

3.13 Descripción del producto

3.13.1 Elementos que conforman el producto

Las frutas son el principal producto a comercializarse, pero también existirán ingredientes adicionales los cuales podrán ser añadidos para hacer de su ensalada un postre más delicioso, dichos ingredientes son:

- **Frutas**

Las frutas a comercializarse serán 10, las cuales son: Plátano, Sandía, Manzana, Papaya, Fresas, Melón, Duraznos, Kiwi, Piña y Uvas.

Ilustración 48: Frutas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

- **Aderezos / Toppings**

Los ingredientes que pueden añadir serán 5, los cuales son: pasas, granola, nuez, maní y chocolates.

Ilustración 49: Aderezos



Elaborado por: Los autores

3.13.2 Beneficios / Ventajas del consumo del producto

- Los consumidores tendrán una alternativa saludable y deliciosa cuando tengan la necesidad de alimentarse nutritivamente.
- Los consumidores tendrán la facilidad de escoger las frutas que más prefieran.
- Los consumidores podrán armar su ensalada de frutas de acuerdo a cualquier cantidad de fruta que satisfaga su necesidad.

3.12.3 Presentación

Las distintas frutas que se comercializarán estarán expuestas a través de un self-service de 12 compartimentos, donde la gente tendrá a disposición las frutas de su preferencia y pueda elegir de acuerdo a sus necesidades, como se lo puede apreciar en el gráfico.

Ilustración 50: Self service



Elaborado por: Los autores

3.12.4 Envase

El envase que estará disponible para que los clientes introduzcan las frutas y/o toppings será un contenedor de poli estireno expandido para 16 onzas, por su aspecto agradable para el público, que equivale a una libra de contenido, cabe recalcar que el envase no siempre estará lleno en su totalidad puesto que de acuerdo a las frutas que haya escogido, su peso será mayor o menor.

Ilustración 51: Envase



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

Se complementa con un utensilio de tamaño normal:

Ilustración 52: Utensilio



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

3.12.4 Modalidad de pago

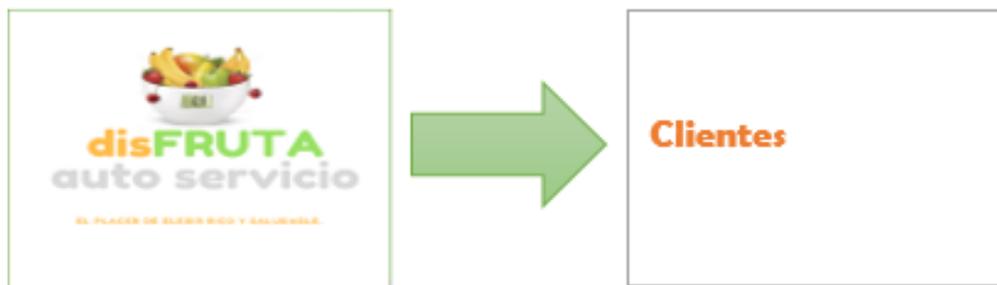
La forma de pago de las ensaladas de frutas será en función de su peso, el precio estándar que se manejará en el estudio financiero será de \$2,50 para una ensalada de 1 libra, si algún cliente disminuye o sobrepasa esa cantidad en gramos, la balanza ya está programada para que arroje el valor por el peso de la ensalada.

Al momento de cancelar, en la balanza ya se resta el peso del envase, el cual pesa aproximadamente 0,05 gramos.

3.12.5 Forma de comercialización

La manera en que se comercializará el producto será netamente directa con el consumidor, puesto que la frutería, comprará las frutas a los agricultores y se prepararán las ensaladas de frutas para el cliente.

Ilustración 53: Forma de comercialización



Elaborado por: Los autores

3.12.6 Características del servicio

1. Libre elección de las frutas por parte del consumidor.
2. De acuerdo a la cantidad que el consumidor escoja, pagará su ensalada.
3. Información a los consumidores sobre las frutas que pueden ser combinadas.
4. Alimentación sana, nutritiva y deliciosa.
5. Precios de acuerdo a la capacidad de pago del cliente.
6. Variedad de frutas.

3.12.7 Precio

- **Estudiantes**

El 80% de los encuestados está en capacidad de destinar entre \$5.00 y \$10.00 para la compra de ensaladas de frutas, mientras que el otro 20% está dispuesto a pagar entre \$1.00 y \$4.00.

- **Trabajadores con relación de dependencia**

La mitad de las personas encuestadas, es decir el 50% están dispuestas a pagar por este servicio entre los \$1.00 y \$4.00, mientras que la otra mitad tiene destinado gastar entre \$5.00 y \$10.00.

- **Trabajadores sin relación de dependencia**

De las personas encuestadas en este grupo, el 67% están dispuestas a cancelar entre los \$1.00 y \$4.00, mientras que el 33% restante, estaría dispuesto a gastar entre \$5.00 y \$10.00.

3.12.8 Determinación del cliente

- **Estudiantes**

Los datos obtenidos con este grupo arrojan un nivel de aceptación alto con un 99%, los estudiantes encuestados si estarían dispuestas a comprar frutas a través de este nuevo sistema de pago en la ciudad, además la frecuencia con la que acudirían a este negocio en su mayoría con el 60% es mensual, mientras que las frutas más apetecidas por ellos son: plátano, fresas, piña, sandía y piña.

En cuanto al aspecto más importante que consideran al momento de adquirir ensaladas de frutas, la mayoría coinciden en que es el más importante es la atención y servicio, por otro

lado, los estudiantes en su mayoría desean que el emprendimiento cuente con servicio de wi-fi, puesto que ellos en su mayoría tienen redes sociales.

Y, por último, el lugar en donde los estudiantes desearían que se ubique el emprendimiento es en el centro de la ciudad y con una mínima diferencia otro lugar con una aceptación alta es en algún centro comercial de la ciudad, además se puede identificar que el medio para captar a este tipo de público es mediante la promoción y publicidad en las redes sociales.

- **Trabajadores con relación de dependencia**

Los datos obtenidos arrojan un nivel de aceptación del 100%, en donde las personas encuestadas si estarían dispuestas a comprar frutas a través de este nuevo sistema de pago en la ciudad, además la frecuencia de consumo de las ensaladas de frutas de las personas encuestadas en su mayoría resulta ser mensual, mientras que las frutas más apetecidas por ellos son: plátano, piña, sandía y papaya.

Por otro lado, los aspectos que más valoran los trabajadores en relación de dependencia son: higiene, variedad de frutas, atención y servicio, además de esto, la mitad de ellos, desean que el emprendimiento cuente con servicio de wi-fi, seguidamente sugieren que cuente con un área para niños y un porcentaje menor desean que existan otro tipo de servicios adicionales.

El lugar que los trabajadores en relación de dependencia desearían que se ubique el emprendimiento es en el centro de la ciudad, además, más del 50% de personas señalan que es más conveniente conocer al proyecto a través de las redes sociales, puesto que las personas encuestadas en su mayoría tienen acceso a este medio de comunicación y se les facilita visualizar la promoción que llevará a cabo el proyecto.

- **Trabajadores sin relación de dependencia**

Los datos obtenidos arrojan un nivel de aceptación del 100%, en donde las personas encuestadas si estarían dispuestas a comprar frutas a través de este nuevo sistema de pago en la ciudad, además la frecuencia de consumo de las ensaladas de frutas de las personas encuestadas en su mayoría resulta ser mensual, mientras que las frutas más apetecidas por ellos son: manzana, plátano, piña, sandía y papaya.

También, los aspectos en los cuales la mayoría coinciden en que son los más importante son: higiene, variedad de frutas y la atención y servicio, ellos dan a conocer que en su mayoría desean que el emprendimiento cuente con servicio de wi-fi, por ende, el emprendimiento debe contar con este servicio adicional, para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

El lugar en donde los trabajadores sin relación de dependencia desearían que se ubique es en algún centro comercial de la ciudad y con una mínima diferencia otro lugar con una aceptación alta es en el centro de la ciudad, se puede identificar que el medio para captar a este tipo de público es mediante la promoción y publicidad en las redes sociales.

3.14 Determinación de la oferta

Para verificar la existencia de competencia, se aplicó la técnica de la observación, en la ciudad de Ibarra se procedió a observar a negocios del entorno que ofrezcan ensaladas de frutas, que podrían formar parte de la competencia directa o indirecta del emprendimiento, de acuerdo a la guía de observación se obtuvieron los siguientes resultados:

Cuadro 5 Competencia

COMPETENCIA	TIPO DE SERVICIO	PRODUCTOS	PRECIO	HORARIO DE ATENCION
Heladería “La Esquina”	Postres preparados	<ul style="list-style-type: none"> • Ensaladas de frutas • Banana Split • Otros 	Establecido	09:00-17:00
Heladería “Frutimix”	Postres preparados	<ul style="list-style-type: none"> • Ensaladas de frutas • Banana Split • Otros 	Establecido	09:00-17:00
“Greenfrost”	Helado con opción de agregar toppings	<ul style="list-style-type: none"> • Helados de yogurt 	Establecido	08:00-19:00
Heladería “La Bermejita”	Postres preparados	<ul style="list-style-type: none"> • Ensaladas de frutas • Banana Split • Otros 	Establecido	09:00-17:00
Los Helados de la Colón	Postres preparados	<ul style="list-style-type: none"> • Ensaladas de frutas • Banana Split • Otros 	Establecido	09:00-17:00

Fuente: Observación directa

Elaborado por: Los autores

Como se demuestra en la tabla anterior, todos los negocios considerados como competencia tienen los mismos servicios, productos y trabajan de la misma manera en cuanto a que las ensaladas de frutas ya vienen con frutas, precio y cantidad pre establecidos, dichos datos dan referencia ahora, a que esos negocios sean considerados para el emprendimiento como competencia indirecta.

3.15 Determinación de la demanda

Los habitantes de la ciudad de Ibarra desean tener diversificación en cuanto a la manera en cómo se comercializa las ensaladas de frutas, es decir que los productos se comercialicen de una manera innovadora en la ciudad.

Para determinar la demanda actual se tomó como base la encuesta aplicada a los potenciales consumidores del sector urbano de la ciudad; para realizar el cálculo de la demanda actual se tomó en cuenta los resultados de la pregunta N°7 que define el nivel de aceptación del producto por parte de los potenciales consumidores, que tiene relación con la pregunta N°2 que muestra las frecuencias de consumo con la que la población investigada consume productos similares al ofertado.

Tabla 54: Determinación de la demanda

Población de la ciudad a investigar	63438
% de consumo de heladerías	86%
Subtotal	54557
% de frecuencia de consumo en heladerías (mensual)	57%
Total demanda	31097
Total demanda anual	373168

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Los autores

Para el emprendimiento, la determinación de la demanda a satisfacer, se ha realizado a través de un sondeo de mercado, en donde se ha observado directamente, en horarios diferentes del día a 5 establecimientos como posibles competidores, dicha observación arrojó que en promedio venden 300 ensaladas de frutas a la semana, considerando que para el resto de meses existen temporadas altas, iguales o bajas debido a ocasiones o fechas importantes para la ciudadanía.

Tabla 55: Determinación de demanda del proyecto

Incremento/disminución	Mes	Promedio por mes	Promedio total	Promedio semana
	Enero	1200	1200	300
1,30	Febrero	1560		
0,95	Marzo	1140		
0,95	Abril	1140		
0,95	Mayo	1140		
1,00	Junio	1200		
0,95	Julio	1140		
1,00	Agosto	1200		
1,00	Septiembre	1200		
0,95	Octubre	1140		
1,00	Noviembre	1200		
0,95	Diciembre	1140		

Fuente: Sondeo de mercado

Elaborado por: Los autores

3.16 Estrategias de comercialización

3.16.1 Estrategia para el producto

- La razón de ser del emprendimiento es la estrategia principal, puesto que a varias personas no les gusta ciertas frutas, entonces tendrán la posibilidad de escoger las más preferidas, además de la cantidad que los satisfaga.
- Se dará a conocer información acerca de las frutas que pueden ser combinadas de forma nutritiva, a través de afiches ubicados en las mesas y paredes de la instalación.
- Establecer alianzas con proveedores de frutas cuya demanda es mayor.
- En la planificación para la implementación de este proyecto es necesario tomar en cuenta los aspectos que valoran las personas, haciendo énfasis en aquellos que son más importantes para satisfacer al máximo las necesidades y superar las expectativas de los clientes.

3.16.2 Estrategia para el precio

- Al iniciar el emprendimiento, se manejará un precio similar al de la competencia con el fin de lograr una rápida penetración en el mercado.
- Para determinar los precios, se tendrán como base los precios de la competencia.
- Se ofrecerán descuentos por temporada alta en diversas frutas.

3.16.3 Estrategias para la plaza

- El emprendimiento estará ubicado estratégicamente en el centro de la ciudad, que es una zona altamente frecuentada por los habitantes de la zona urbana del cantón Ibarra.

3.16.4 Estrategias para la promoción y la publicidad

- Adquirir un segundo producto a mitad de precio del primero, gracias a la temporada alta de ciertas frutas.
- Brindar descuentos especiales en determinadas fechas especiales como San Valentín, Día de la Madre y demás días festivos.
- Darles pequeños regalos u obsequios a los clientes más frecuentes, a través de la entrega de una tarjeta, en la que se marcará por cada compra del cliente, hasta la cantidad tope de 10, una vez completada esa cantidad, se le entregará una ensalada de frutas armada por ellos mismos del valor de 2,50.
- Crear una página web o una página en alguna red social, donde se encuentre toda la información relacionada al producto, precios, promociones y descuentos, puesto que hoy en día, la mayoría de las personas encuestadas utiliza esta herramienta como medio de comunicación.

CAPITULO IV

4 Estudio Técnico

4.1 Localización

La localización para el emprendimiento es de valiosa importancia para su correcta ejecución, puesto que consiste en identificar y realizar un análisis de todos los sitios donde sea óptimo y posible ubicar el negocio, de manera que se consiga un lugar que ofrezca los mejores beneficios, permitiendo obtener los mejores resultados para el mismo.

La localización se divide básicamente en dos:

4.2 Macro localización

La macro localización para la comercializadora de ensaladas de frutas al peso, estará ubicada en Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, limitada al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos, y al oeste con la provincia de Esmeraldas, el cantón Ibarra cuenta con una superficie de 1.126 Km², con una densidad de 118,1 hab/km².

Ilustración 54: Provincia de Imbabura



Fuente: PD y OT IBARRA

Elaborado por: Los autores

4.2.1 Factores

- **Disponibilidad de Materia Prima**

Para el abastecimiento de la materia prima e insumos necesarios para ofrecer el servicio de la comercialización de ensalada de frutas al peso, se tendrá como proveedores a los diferentes agricultores de la ciudad de Ibarra, la mayoría acude al mercado Mayorista, que facilitará su adquisición, mientras que para los aderezos se acudirá a supermercados ubicados en la ciudad de Ibarra.

- **Disponibilidad de Mano de Obra**

La mano de obra que se necesita para el emprendimiento debe ser ágil y proactivo para las actividades que se designen, dichas competencias se pueden encontrar en cualquier parte de la ciudad de Ibarra.

- **Disponibilidad de los Recursos Financieros**

Para poder implementar el emprendimiento se requerirá de una inversión por parte de ambos socios, así como también la de un crédito financiero, mismo que es posible realizar dentro de la ciudad de Ibarra.

- **Disponibilidad de Tecnología**

En la elaboración de las ensaladas de frutas, se requerirán de equipos de producción y maquinaria que faciliten el proceso de preparación, dichos equipos se pueden encontrar en la ciudad de Ibarra.

- **Disponibilidad de Servicios básicos**

El sector centro de la ciudad de Ibarra cuenta con todos los servicios básicos de calidad, dichos servicios son: agua, luz eléctrica, alcantarillado, internet y telefonía los cuales son

indispensables para el buen funcionamiento del local y que el restaurante pueda desempeñar sus actividades diarias sin problemas.

Tabla 56: Cobertura Energía Eléctrica

Unidad Territorial	Energía Eléctrica (%)		Desechos sólidos (%)	
	Cobertura	Déficit	Cobertura	Déficit
Zona Urbana	99,40	-0,60	94,70	-5,30
Parroquias Rurales	95,84	-4,16	69,01	-30,99

Fuente: PD y OT IBARRA
Elaborado por: Los autores

Tabla 57: Cobertura Agua Potable Y Alcantarillado

Unidad Territorial	Agua Potable (%)		Alcantarillado (%)	
	Cobertura	Déficit	Cobertura	Déficit
Zona Urbana	94,62	-5,38	91,83	-8,17
Parroquias Rurales	77,17	-22,83	53,05	-46,95

Fuente: PD y OT IBARRA
Elaborado por: Los autores

Como se puede apreciar, la zona urbana tiene una excelente cobertura de todos los servicios básicos, por lo que la microempresa dedicada a la comercialización de las ensaladas de frutas al peso, puede ejecutar sus actividades diarias sin ningún inconveniente.

- **Análisis macro localización**

La ciudad de Ibarra cuenta con todos los factores necesarios para implementar el emprendimiento debido a que cuenta con disponibilidad de materia prima a través de agricultores locales, quienes se convertirían en los principales proveedores, de igual forma, existe disponibilidad de mano de obra, así como facilidad de acceder a créditos por medio de

instituciones financieras, la ciudad cuenta con todos los servicios básicos para la ejecución de actividades de comercio.

4.3 Micro localización

Luego de haber realizado un exhaustivo análisis de todos los posibles lugares donde se podrá ubicar al negocio dentro de la ciudad de Ibarra, se determinó que el mejor sitio es en la calle Cristóbal Colón, entre las calles Simón Bolívar y José Joaquín de Olmedo, puesto que cumple con los requerimientos más importantes que debe contar un negocio de éste tipo, entre los que destacan: facilidad de acceso, afluencia de personas, es un sector comercial y cuenta con seguridad.

4.3.1 Factores por los cuáles se ubica en ese lugar

Para determinar el mejor lugar posible para el emprendimiento de ensaladas de frutas al peso, se debe empezar por describir las posibles zonas de la ciudad de Ibarra, en donde se pueda ubicar el negocio.

De acuerdo a una investigación propia se identifican sectores en donde es posible ubicar la microempresa, dichos lugares son estratégicos para iniciar un emprendimiento de estas características, los cuales son:

Tabla 58: Sectores

POSIBLES SECTORES	
A	Los ceibos
B	Centro de la ciudad
C	Sector parque ciudad blanca

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

Después de haber establecido las mejores opciones de lugares para ubicar el emprendimiento, se procede a determinar los factores que inciden en la decisión de elegir a la mejor opción.

Los factores se calificarán sobre 5 puntos, además se determinará la ponderación para cada uno de los factores de los tres lugares.

Tabla 59: Factores

FACTORES	Peso	A		B		C	
		Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.
Factores Geográficos							
Facilidad de acceso	0,14	0,7	5	0,7	5	0,7	5
Servicios básicos	0,11	0,44	4	0,44	4	0,44	4
Subtotal	0,25	1,14	9	1,14	9	1,14	9
Factores Comerciales							
Mercado meta	0,30	1,5	5	1,5	5	1,2	4
Cercanía del comercio	0,15	0,6	4	0,75	5	0,45	3
Seguridad	0,05	0,25	5	0,25	5	0,2	4
Subtotal	0,50	2,35	14	2,5	15	1,85	11
Factores Legales							
SRI	0,08	0,32	4	0,4	5	0,32	4
Ordenanzas municipales	0,09	0,36	4	0,36	4	0,36	4
Permiso bomberos	0,08	0,32	4	0,32	4	0,32	4
Subtotal	0,25	1	12	1,08	13	1	12
TOTAL	1	4,49	35	4,72	37	3,99	32

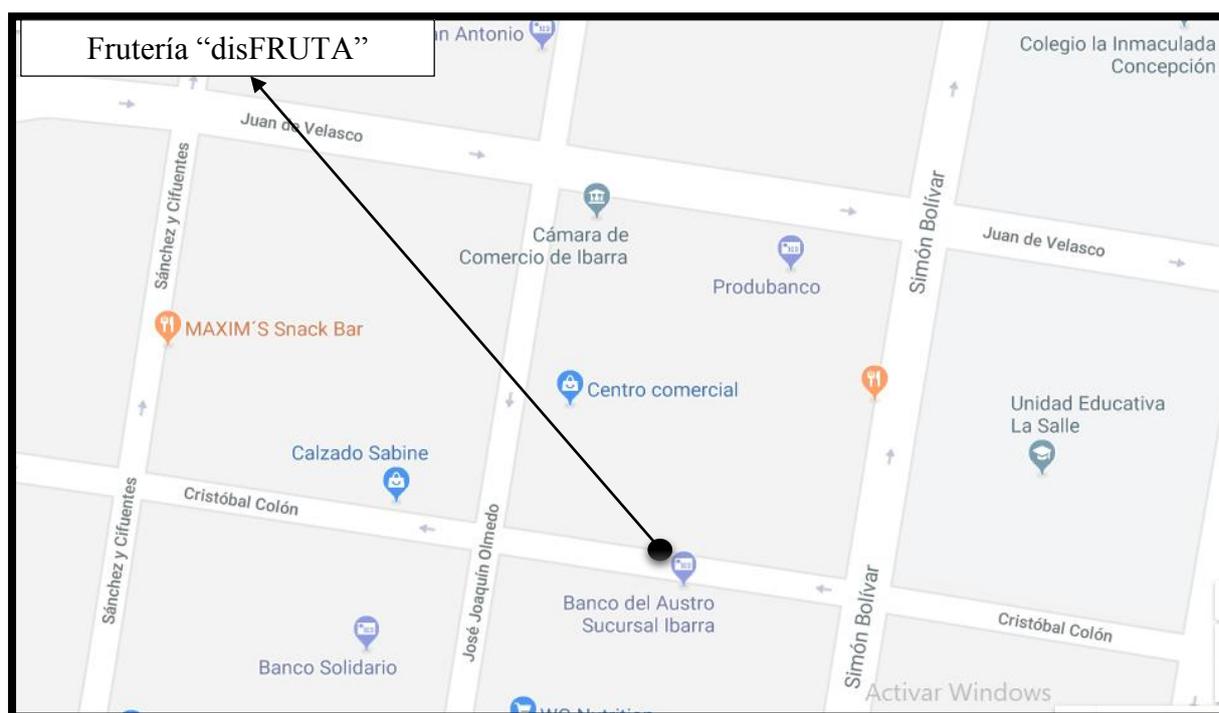
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

Como se puede observar en la matriz, el lugar más apropiado para la ubicación de la microempresa dedicada a la comercialización de ensaladas de frutas al peso es en el centro de la ciudad en la calle Cristóbal Colón, entre las calles Simón Bolívar y José Joaquín de Olmedo, obteniendo 4,72 puntos de ponderación lo que significa es un adecuado lugar para el desarrollo del emprendimiento, puesto que existe una gran afluencia de personas, comercio, además de ser un lugar de fácil acceso.

4.3 Croquis de ubicación

Ilustración 57: Ubicación



Fuente: Google maps.

Elaborado por: Los autores

4.5. Capacidad del proyecto

Para calcular la capacidad instalada se ha definido el tiempo que el operario demora en cortar una libra por cada fruta, la microempresa tomará el 55% del total de su capacidad, este porcentaje es de acuerdo al sondeo de mercado. (Ver tabla N° 55)

Tabla 59: Capacidad del proyecto

Fruta	1 libra/tiempo	8 horas al día (1 vez seman)	300 semana
Plátano	08:00	32 lb	57 lb
Papaya	14:00	56 lb	21 lb
Sandía	20:00	80 lb	24 lb
Melón	16:00	32 lb	21 lb
Manzana	10:00	40 lb	21 lb

Fresa	08:00	32 lb	29 lb
Uvas	04:00	16 lb	11 lb
Durazno	10:00	40 lb	11 lb
Kiwi	10:00	40 lb	15 lb
Piña	20:00	80 lb	27 lb
Total	120:00 min.	448 lb sem	247 lb sem.
		1792 lb mes	988 lb al mes
Capacidad de la planta a utilizar			55%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

4.6 Infraestructura necesaria

El emprendimiento se desarrollará en un local alquilado bajo condiciones óptimas de trabajo, éste local cuenta con una extensión de 4 metros de ancho por 9 metros de largo donde se adecuará el área de administración, producción y comercialización de acuerdo a las necesidades del proyecto. De acuerdo a las necesidades y espacio con el que se cuenta se determina la cantidad de muebles y equipos que se requieren para el desarrollo de las actividades, así como también se establece la ubicación apropiada de cada uno de ellos dependiendo de sus características físicas, con el fin de evitar contratiempos en el trabajo y así ofrecer una buena presentación y prestación del servicio al cliente.

Para iniciar con las actividades, en base a las preguntas de la encuesta sobre los días y horas en que acudirían la mayoría de los consumidores, se ha considerado una jornada de trabajo de seis días a la semana, de lunes a sábado. Se atenderá desde las 09:00 am hasta las 18:00 pm, teniendo una libre de almuerzo.

4.7 Distribución física de la planta

El emprendimiento constará de 4 áreas principales las cuales son: cocina, salón, la oficina y los baños, a continuación, se presenta la distribución de los m² a ocupar, así como lo que contendrá cada área.

Tabla 59: Distribución de la planta

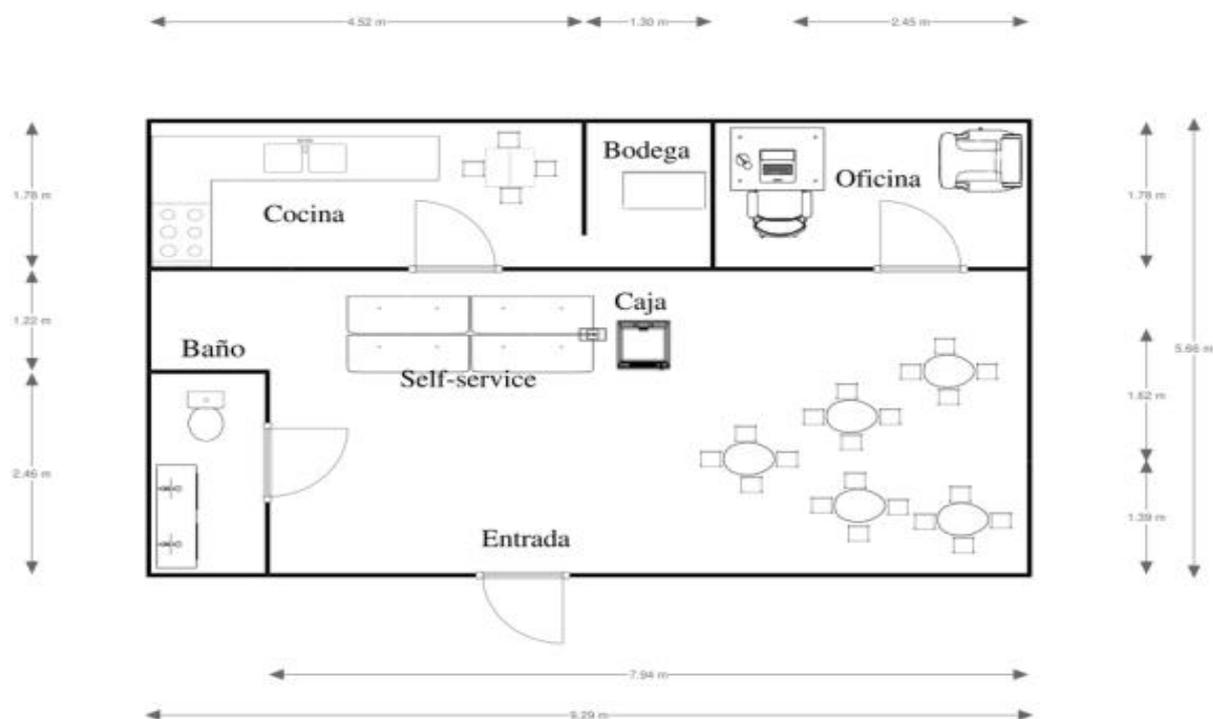
Áreas del Emprendimiento	m ² a ocupar	Detalle
Cocina	9	Congelador, frutas, aderezos, mesa metálica, cubertería y otros.
Salón	18	Mesas, sillas, self service, dispensador de helado, caja registradora, balanza digital.
Baños	4	Baños Femeninos y Masculinos
Oficina	5	Escritorio, computador, teléfono
Total	36	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

4.8 Diseño de la planta

El diseño que tendrá la planta será el siguiente:

Ilustración 58: Diseño de la planta

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

4.9 Mobiliario, equipos y maquinaria necesaria

Son los activos fijos utilizados para el adecuado funcionamiento de un proceso, en este caso para la comercialización de las ensaladas de frutas al peso.

4.9.1 Muebles y enseres

El emprendimiento para el desarrollo de sus actividades debe realizar una inversión en la adquisición de muebles y enseres, los cuales proporcionen facilidad a hora de la ejecución de las actividades, manteniendo una correcta organización de documentos importantes del negocio, además ofreciendo comodidad tanto a los trabajadores como a los clientes. A continuación, se detallan los muebles y enseres que se ajustan al presupuesto y que se requieren en el negocio para el desarrollo de sus actividades.

Tabla 60: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES		
#	CONCEPTO	CANTIDAD
1	Sillas	20
2	Mesas	5
3	Escritorio	1
4	Silla gerente	1
	TOTAL	27

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

4.9.2 Equipos e instalaciones

El emprendimiento requiere la utilización de maquinaria y equipos de producción los cuales, son necesarios para realizar actividades que se necesitan en la ejecución del producto. Para la selección de la maquinaria se analizaron proformas de negocios de la ciudad que ofertan estos

equipos. Al final se determinó cuáles son los que se ajusta mejor a las necesidades y presupuesto del negocio para el desarrollo de sus actividades.

Tabla 61: Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPOS		
#	CONCEPTO	CANTIDAD
1	Congelador horizontal	1
2	Self service frio	1
3	Maquina cremera	1
4	Mesa metálica	1
	TOTAL	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

4.9.3 Equipo de Computación

El emprendimiento, requiere la utilización de equipos tecnológicos los cuales, son necesarios para realizar actividades, y de igual manera es un medio que permite mantener una comunicación permanente con los clientes, optimizando el tiempo de trabajo. Para la selección de los equipos tecnológicos se analizaron proformas de los negocios de la ciudad de Ibarra que ofertan productos tecnológicos. Al final se determinó cuáles son los equipos tecnológicos que se ajusta mejor a las necesidades y presupuesto del negocio para el desarrollo de sus actividades.

Tabla 62: Equipo de Computación

EQUIPO DE COMPUTACION		
#	CONCEPTO	CANTIDAD
1	Computadora	1
2	Impresora	1
3	Caja registradora	1
4	Balanza digital	1
	TOTAL	4

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

4.9.4 Equipos de oficina

Tabla 63: Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA		
#	CONCEPTO	CANTIDAD
1	Teléfono	1
2	TV	1
	TOTAL	2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

4.9.5 Cubertería y otros

Al ser un emprendimiento que trabaja con alimentos, se necesitaran de varios implementos de cocina, los cuales son necesarios para realizar el proceso de las ensaladas de frutas. Se determinó cuáles son los artículos que se ajustan mejor a las necesidades y presupuesto del negocio para el desarrollo de sus actividades. Tales como:

Tabla 64: Cubertería y Otros

CUBERTERIA Y OTROS		
#	CONCEPTO	CANTIDAD
1	Guantes	2
2	Tina grande	1
3	Tina pequeña	1
4	Mascarilla	1
5	Cuchillo	1
6	Tabla de picar	1
	TOTAL	7

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

4.10 Recurso humano necesario

El emprendimiento también deberá realizar una inversión en el personal que contribuya al desarrollo de las actividades del negocio. En vista de que es un negocio nuevo y pequeño no requiere de un gran número de trabajadores, únicamente se consideran el servicio de tres empleados, siendo uno de los propietarios del negocio y dos empleados contratados.

Tabla 65: Personal

#	CONCEPTO	CANTIDAD
	AREA ADMINISTRATIVA	
1	Administrador	1
1	Cajero	1
	AREA OPERATIVA	
1	Cocinero	1

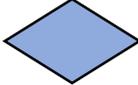
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

4.11 Flujograma del proceso de elaboración y/o comercialización

El flujograma es una herramienta eficaz, puesto que ayuda a representar gráficamente un proceso, facilitando su entendimiento y permitiendo detectar errores para posteriormente solucionarlos.

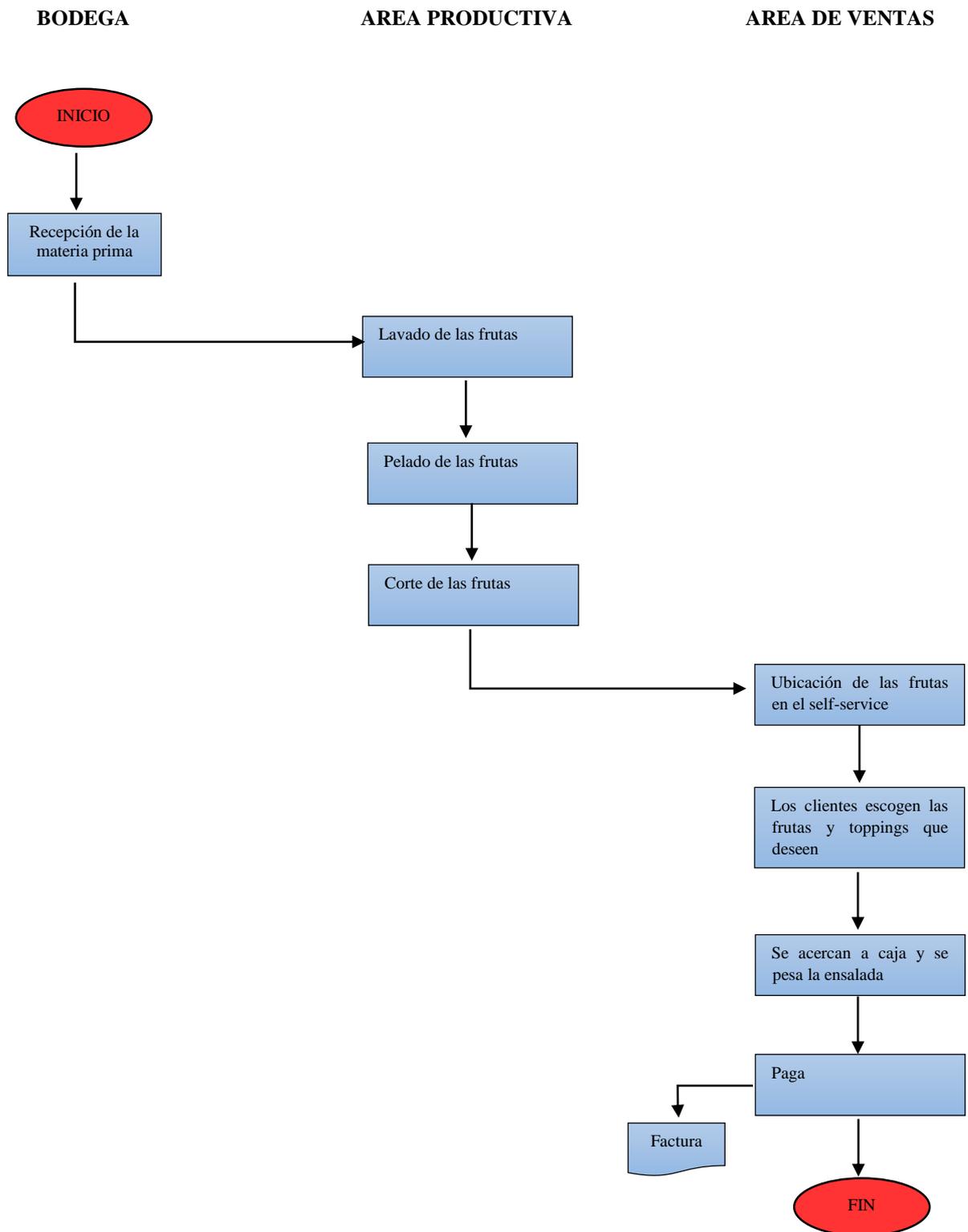
Entre los símbolos más relevantes para representar a un proceso se tiene:

DESCRIPCIÓN	SÍMBOLO
Este símbolo representa el inicio o fin de un proceso	
Representa una actividad o acción	
Muestra una toma de decisión	
Indica la utilización de documentos o informes	
Representa una relación	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

El proceso de elaboración de las ensaladas de frutas al peso, se lo representara a través del siguiente flujograma:

disFRUTA autoservicio

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Los autores

4.12 Descripción del Flujograma

La microempresa constará de 3 áreas principales las cuales son esenciales para la elaboración de las ensaladas de frutas, que se encargan desde el ingreso de la materia prima, pasando por el proceso de producción hasta ubicar el producto para la venta.

4.12.1 Bodega:

- **Recepción de la materia prima:** En esta sección se recibirán todos los insumos necesarios para empezar con la elaboración de las ensaladas de frutas, además de ser un sitio donde se almacenará la materia prima.

4.12.2 Área de Producción:

- **Lavado de las frutas:** Luego de obtener la materia prima necesaria, se traslada al área productiva en donde se procede a realizar el primer paso, que es el de lavar las frutas en su totalidad, de manera que no queden residuos que puedan afectar al cliente.
- **Pelado de las frutas:** En seguida de tener las frutas bien lavadas, se prosigue a pelar las frutas que tengan cáscaras que no se puedan consumir.
- **Corte de las frutas:** Teniendo las frutas peladas se procede a cortarlas, consiguiendo un tamaño estándar.

4.12.3 Área de Ventas:

- **Ubicación de las frutas y toppings en el self-service:** Luego de tener las frutas ya cortadas, inmediatamente se trasladan al área de comercialización, donde se ubican las frutas cortadas en cada compartimento del self-service, lo mismo ocurre con los toppings.
- **Los clientes escogen las frutas y toppings que deseen:** Una vez ubicadas tanto las frutas como los toppings en el lugar correspondiente del self-service, los clientes ya pueden armar su ensalada de frutas a su conveniencia.

- **Se acercan a caja y se pesa la ensalada:** Al momento en que el cliente ya tiene preparada su ensalada de frutas, debe acercarse al lugar en donde se encuentra la caja, ahí se pesará su postre.
- **Cancelación:** Seguidamente de haber pesado la ensalada de frutas, se procede al cobro del valor que marque la balanza.

CAPITULO V

5 Estudio Financiero

El estudio financiero buscar fijar el monto necesario de los recursos económicos y establecer los ingresos y gastos que se obtendrán con la ejecución del proyecto, mostrando si el negocio genera utilidades o no, esto a través de la elaboración de estados financieros.

5.1 Inversión del proyecto

Para iniciar con el emprendimiento se debe plasmar la inversión en remodelación, muebles y enseres, equipos de cómputo, producción y utilería suficiente para montarlo. A continuación, se detallan todos los activos que se necesitarán para iniciar con las actividades de la microempresa.

5.1.1 Inversión fija

Los activos fijos son los bienes utilizados para operar de manera continua.

1. Infraestructura

La microempresa contará con un establecimiento alquilado el cual será pintado acorde a las especificaciones del negocio. El costo de dicha remodelación se detalla de la siguiente manera:

Tabla 52: Remodelación

REMODELACION			
Rubro	m²	V. unitario	V. total
Adecuaciones	16	\$2,25	\$36
Total			\$36

Fuente: Pintuco
Elaborado por: Los autores

2. Muebles y enseres

A continuación, se detallan los muebles y enseres que se ajustan al presupuesto y que se requieren en el negocio para el desarrollo de sus actividades:

Tabla 60: Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Activo	Cantidad	V. unitario	V. total
Mesas	5	\$20	\$100
Sillas	20	\$5	\$100
Escritorio	1	\$60	\$60
Sillón gerente	1	\$25	\$25
Total			\$285

Fuente: Mueblería "Madera fina"

Elaborado por: Los autores

3. Equipo de Oficina

Los costos para los activos de oficina son:

Tabla 61: Equipo de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Activo	Cantidad	V. unitario	V. total
Teléfono	1	\$15	\$15
TV	1	\$150	\$150
Total			\$165

Fuente: Casa Comercial "Marcimex"

Elaborado por: Los autores

4. Equipo de Computación

Se determinó cuáles son los equipos tecnológicos que se ajusta mejor a las necesidades y presupuesto del negocio para el desarrollo de sus actividades.

Tabla 62: Equipo de computo

EQUIPOS DE COMPUTO			
Activo	Cantidad	V. unitario	V. total
Computadora	1	\$250	\$250
Caja registradora	1	\$460	\$460
Impresora	1	\$120	\$120
Balanza digital	1	\$50	\$50
Subtotal			\$880

Fuente: Casa Comercial "Marcimex"

Elaborado por: Los autores

5. Maquinaria y Equipo

El siguiente cuadro muestra los requerimientos tecnológicos para el óptimo funcionamiento de las actividades a realizarse:

Tabla 61: Equipo de producción

EQUIPOS DE PRODUCCION			
Activo	Cantidad	V. unitario	V. total
Congelador horizontal	1	\$750	\$750
Mesa metálica	1	\$75	\$75
Self service frio	1	\$1500	\$1500
Dispensador de helado	1	\$125	\$125
Total			\$2450

Fuente: Casa Comercial "Duramas"

Elaborado por: Los autores

6. Menaje y utilería

Los costos de los implementos a utilizarse son:

Tabla 61: Menaje y utilería

CUBERTERIA Y OTROS			
Activo	Cantidad	V. unitario	V. total
Guantes	2	\$10	\$20
Tina grande	1	\$7,85	\$7,85
Tina pequeña	1	\$5,75	\$5,75
Mascarilla	1	\$10	\$10
Cuchillo	1	\$15	\$15
Tabla de picar	1	\$20	\$20
Total			\$78,60

Fuente: Supermercado "Gran Aki"

Elaborado por: Los autores

7. Gastos de Constitución y Organización

Como primer paso para formalizar a la microempresa es la elaboración de la minuta de constitución.

Tabla 61: Gastos de constitución y organización

GASTOS DE CONSTITUCION Y ORGANIZACIÓN			
Concepto	Cantidad	V. unitario	V. total
Minuta	1	\$20	\$20
Total			\$20

Fuente: Notaria
Elaborado por: Los autores

8. Resumen Inversión fija

Tabla 63: Resumen inversión fija

Detalle	Valor Total
Infraestructura	\$36
Muebles y enseres	\$285
Equipo de oficina	\$165
Equipo de computación	\$880
Maquinaria y Equipo	\$2450
Cubertería y otros	\$78,60
Gastos de constitución	\$20
Total	\$3914,60

Fuente: Tabla N° 45
Elaborado por: Los autores

5.2.2 Capital de Trabajo

Es el fondo económico necesario para llevar a cabo con normalidad las actividades del emprendimiento a corto plazo, para reinvertir y lograr utilidades para así mantener el giro económico del negocio.

a) Costos de Producción

Son los costos que se incurren para la elaboración de un producto, en este caso las ensaladas de frutas.

1) Materia Prima Directa

Con la investigación realizada anteriormente se determinó que el mejor lugar para la adquisición de la materia prima directa es el mercado Mayorista, mientras que para los aderezos es el supermercado “Gran Aki”.

Tabla 64: Materia Prima Directa

1 LIBRA = 453,592 GRAMOS					
DESCRIPCION	REQUERIMIEN TO DE LAS FRUTAS SEGÚN ENCUESTAS	VALOR EN LIBRA	CUANTO CUESTA 1 ENSALADA	LIBRAS A LA SEMANA	VALOR MES
Plátano mediano	19%	\$ 0,14	0,03	56	\$32,00
Papaya mediana	7%	\$ 0,33	0,02	18	\$24,00
Sandía mediana	8%	\$ 0,30	0,02	23	\$28,00
Melón mediano	7%	\$ 0,67	0,05	21	\$56,00
Manzana mediana	7%	\$ 0,60	0,04	20	\$48,00
Fresas	10%	\$ 0,45	0,04	29	\$52,00
Uvas	4%	\$ 1,00	0,04	11	\$44,00
Duraznos	7%	\$ 0,76	0,05	21	\$64,00
Kiwi	5%	\$ 1,23	0,06	13	\$64,00
Piña mediana	9%	\$ 0,44	0,04	25	\$44,00
ADEREZOS					
Maní	3%	\$ 1,00	0,03	7	\$28,00
Helado de yogurt	4%	\$ 0,67	0,03	12	\$32,00
Granola	4%	\$ 0,36	0,01	11	\$16,00
Chispas choco	4%	\$ 0,78	0,03	9	\$28,00
Pasas	3%	\$ 0,91	0,03	11	\$40,00
TOTAL	100%	9,64532654	0,53		\$600,00

Fuente: Lista referencial de precios del Mercado Mayorista 2017

Elaborado por: Los autores

2) Mano de Obra Directa

Se contará con la presencia de un operario, el cual hará todas las funciones correspondientes a la producción de las ensaladas de frutas.

El siguiente cuadro muestra el sueldo con los respectivos beneficios de ley, a excepción de los fondos de reserva, puesto que se los otorga a partir del segundo año de acuerdo al Código de Trabajo.

Tabla 65: Mano de Obra Directa

Cargo	Concepto	Semanal	Mensual
Cocinero	Sueldo Básico	\$96,5	\$386
	Horas Extras	\$6,43	\$25,73
	Décimo Tercero	\$8,58	\$34,31
	Décimo Cuarto	\$8,04	\$32,17
	Aporte Patronal	\$11,48	\$45,91
	Total	\$131,03	\$524,12

Fuente: Lista referencial de precios del Mercado Mayorista 2017

Elaborado por: Los autores

3) Costos Indirectos de Fabricación

a) Depreciación

Tabla 66: Depreciación

Concepto	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Maquinaria y Equipo	\$7,46	\$29,84
TOTAL	\$7,46	\$29,84

Fuente: Cuadro N°

Elaborado por: Los autores

b) Servicios Básicos

Para establecer los costos de los servicios básicos se tomó como base a una heladería que posean similar capacidad a la que se pretende implementar, la cual es “Deli Fruta”.

Tabla 67: Servicios básicos

Concepto	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Energía eléctrica	\$1,75	\$7
Agua Potable	\$0,75	\$3
TOTAL	\$2,50	\$10

Fuente: Tabla N° 57

Elaborado por: Los autores

c) Insumos indirectos

El valor de los insumos que se necesitaran para complementar al producto final son:

Tabla 67: Insumos indirectos

CIF	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Tarrinas 16 oz	\$14,50	\$58
Utensilios	\$1,50	\$6
Servilletas	\$1,50	\$6
TOTAL	17,50	\$70

Fuente: Tabla N°58

Elaborado por: Los autores

d) Resumen CIF**Tabla 68: Resumen CIF**

CIF	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Depreciación	\$5,10	\$20,42
Servicios básicos	\$2,50	\$10
Insumos indirectos	\$17,50	\$70
TOTAL		\$100,42

Fuente: Tabla N°59

Elaborado por: Los autores

b) Gastos Operativos

Son todos los gastos que no están vinculados con la producción.

1) Sueldos administrativos y ventas

Tabla 69: Sueldos administrativo y ventas

Cargo	Concepto	Semanal	Mensual
Administrador	Sueldo Básico	\$125	\$500
	Horas Extras	\$8,33	\$33,33
	Décimo Tercero	\$11,11	\$44,44
	Décimo Cuarto	\$8,04	\$32,17
	Aporte Patronal	\$14,87	\$59,47
	Subtotal	\$167,35	\$669,41
Cajero	Sueldo Básico	\$96,5	\$386
	Horas Extras	\$6,43	\$25,73
	Décimo Tercero	\$8,58	\$34,31
	Décimo Cuarto	\$8,04	\$32,17
	Aporte Patronal	\$11,48	\$45,91
	Subtotal	\$131,03	\$524,12
Total		\$298,38	\$1193,52

Fuente: Cuadro N° 59

Elaborado por: Los autores

2) Arriendo

La microempresa no cuenta con un establecimiento propio, es por ello que se ha optado por alquilar un lugar en el centro de la ciudad, el arriendo se lo hizo a través de un contrato estipulado durante 1 año; el valor mensual del arriendo es:

Tabla 68: Arriendo

Concepto	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Arriendo	\$62,50	\$240
TOTAL	\$62,50	\$240

Fuente: Cuadro N° 59

Elaborado por: Los autores

3) Servicios básicos

Para establecer los costos de los servicios básicos en el área administrativa se tomó como base a una heladería que posean similar capacidad a la que pretendemos implementar, la cual es “Deli Fruta”.

Tabla 69: Servicios básicos

Concepto	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Energía eléctrica	\$1,75	\$7
Agua Potable	\$0,75	\$3
Teléfono	\$1,25	\$5
TOTAL	\$3,75	\$15

Fuente: Cuadro N° 56

Elaborado por: Los autores

4) Gasto Publicidad

Para dar a conocer el producto en la ciudad de Ibarra, se contará con el servicio de publicidad:

Tabla 70: Gasto publicidad

Concepto	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Volantes	\$2,50	\$25
TOTAL	\$2,50	\$25

Fuente: Cuadro N° 57

Elaborado por: Los autores

5) Útiles de aseo

Para la limpieza del establecimiento se contarán con útiles de aseo que permitirá reflejar

un ambiente agradable a los clientes, los costos de los implementos son:

Tabla 71: Útiles de aseo

Concepto	VALOR SEMANAL	VALOR MENSUAL
Útiles de aseo	\$3,00	\$12
TOTAL	\$3,00	\$12

Fuente: Cuadro N° 57

Elaborado por: Los autores

6) Resumen del Capital de Trabajo**Tabla72: Resumen Capital de Trabajo**

COSTOS DE PRODUCCION		
Concepto	V. Semanal	V. Mes
MPD	\$150	\$600
MOD	\$131,03	\$524,12
CIF	\$25,10	\$100,42
Subtotal	\$306,13	\$1224,53
GASTOS OPERATIVOS		
Servicios básicos	\$7,50	\$15
Sueldos adm. y vtas.	\$298,38	\$1193,52
Útiles de oficina	\$2	\$8
Arriendo	\$62,50	\$240
Útiles de aseo	\$3	\$12
Publicidad	\$2,50	\$25
Subtotal	\$375,88	\$1493,52
Total	\$682,01	\$2718,05

Fuente: Cuadros N° 57

Elaborado por: Los autores

5.3 Estructura del financiamiento del proyecto

Para el financiamiento del emprendimiento se requerirán aportes tanto internos como externos, los cuales quedan distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 55: Estructura del financiamiento

RESUMEN DE LA INVERSION		
Financiamiento	Valor	Porcentaje
Interno	\$3979,59	60%
Externo	\$2653,06	40%
Total	\$6632,65	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

5.3.1 Amortización de la deuda

El pago del crédito corresponde al 60% del monto total de la inversión que requiere el proyecto, con una tasa anual del 15% durante 5 años, considerando el segmento de crédito para las PYMES, a continuación, se presenta la tabla de amortización.

Tabla 56: Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Capital	2.653,06			
Interés	15,00%			
Plazo (años)	5,00			
Cuota	\$63,12			
Banco	BanEcuador			
	Fecha	Cuota	Interés	Capital
1	2/2/2018	\$63,12	\$33,16	\$29,95
2	4/3/2018	\$63,12	\$32,79	\$30,33
3	3/4/2018	\$63,12	\$32,41	\$30,71
4	3/5/2018	\$63,12	\$32,03	\$31,09
5	2/6/2018	\$63,12	\$31,64	\$31,48
6	2/7/2018	\$63,12	\$31,24	\$31,87
7	1/8/2018	\$63,12	\$30,85	\$32,27
8	31/8/2018	\$63,12	\$30,44	\$32,67
9	30/9/2018	\$63,12	\$30,03	\$33,08
10	30/10/2018	\$63,12	\$29,62	\$33,50
11	29/11/2018	\$63,12	\$29,20	\$33,91
12	29/12/2018	\$63,12	\$28,78	\$34,34
			\$372,19	\$385,20

13	2/2/2019	\$63,12	\$28,35	\$34,77
14	4/3/2019	\$63,12	\$27,91	\$35,20
15	3/4/2019	\$63,12	\$27,47	\$35,64
16	3/5/2019	\$63,12	\$27,03	\$36,09
17	2/6/2019	\$63,12	\$26,58	\$36,54
18	2/7/2019	\$63,12	\$26,12	\$37,00
19	1/8/2019	\$63,12	\$25,66	\$37,46
20	31/8/2019	\$63,12	\$25,19	\$37,93
21	30/9/2019	\$63,12	\$24,72	\$38,40
22	30/10/2019	\$63,12	\$24,24	\$38,88
23	29/11/2019	\$63,12	\$23,75	\$39,37
24	29/12/2019	\$63,12	\$23,26	\$39,86
			\$310,27	\$447,13
25	2/2/2020	\$63,12	\$22,76	\$40,36
26	3/3/2020	\$63,12	\$22,25	\$40,86
27	2/4/2020	\$63,12	\$21,74	\$41,37
28	2/5/2020	\$63,12	\$21,23	\$41,89
29	1/6/2020	\$63,12	\$20,70	\$42,41
30	1/7/2020	\$63,12	\$20,17	\$42,94
31	31/7/2020	\$63,12	\$19,64	\$43,48
32	30/8/2020	\$63,12	\$19,09	\$44,02
33	29/9/2020	\$63,12	\$18,54	\$44,57
34	29/10/2020	\$63,12	\$17,99	\$45,13
35	28/11/2020	\$63,12	\$17,42	\$45,70
36	28/12/2020	\$63,12	\$16,85	\$46,27
			\$238,39	\$519,01
27	2/2/2021	\$63,12	\$21,74	\$41,37
38	4/3/2021	\$63,12	\$15,69	\$47,43
39	3/4/2021	\$63,12	\$15,09	\$48,02
40	3/5/2021	\$63,12	\$14,49	\$48,62
41	2/6/2021	\$63,12	\$13,89	\$49,23
42	2/7/2021	\$63,12	\$13,27	\$49,85
43	1/8/2021	\$63,12	\$12,65	\$50,47
44	31/8/2021	\$63,12	\$12,02	\$51,10
45	30/9/2021	\$63,12	\$11,38	\$51,74
46	30/10/2021	\$63,12	\$10,73	\$52,39
47	29/11/2021	\$63,12	\$10,08	\$53,04
48	29/12/2021	\$63,12	\$9,41	\$53,70
			\$160,43	\$596,97
49	28/1/2022	\$63,12	\$8,74	\$54,38
50	27/2/2022	\$63,12	\$8,06	\$55,05
51	29/3/2022	\$63,12	\$7,37	\$55,74
52	28/4/2022	\$63,12	\$6,68	\$56,44
53	28/5/2022	\$63,12	\$5,97	\$57,15
54	27/6/2022	\$63,12	\$5,26	\$57,86

55	27/7/2022	\$63,12	\$4,53	\$58,58
56	26/8/2022	\$63,12	\$3,80	\$59,32
57	25/9/2022	\$63,12	\$3,06	\$60,06
58	25/10/2022	\$63,12	\$2,31	\$60,81
59	24/11/2022	\$63,12	\$1,55	\$61,57
60	24/12/2022	\$63,12	\$0,78	\$62,34

5.4 Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos para el emprendimiento está estimado para los próximos 12 meses del primer año de puesta en marcha.

Para el precio de una ensalada de frutas de una libra, se trabajará con la tasa del 12%, debido a que, con este margen de utilidad, el precio por libra es competitivo con los precios de la competencia y se pueden cubrir los egresos generados por el emprendimiento, teniendo una diferencia a favor.

Tabla 57: Presupuesto de Ingresos

Mes	Cantidad	Precio/libra	Total \$
Enero	1200	2,5	3044,22
Febrero	1560	2,5	3957,49
Marzo	1140	2,5	2892,01
Abril	1140	2,5	2892,01
Mayo	1140	2,5	2892,01
Junio	1200	2,5	3044,22
Julio	1140	2,5	2892,01
Agosto	1200	2,5	3044,22
Septiembre	1200	2,5	3044,22
Octubre	1140	2,5	2892,01
Noviembre	1200	2,5	3044,22
Diciembre	1140	2,5	2892,01
Total	14.400		36.530,65

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

5.5 Presupuesto de Costos

En éste presupuesto se muestra la integración y cuantificación de la materia prima, mano de obra y gastos indirectos que nos ayuda a valorar la producción terminada y transformada para conocer el costo de su fabricación.

Tabla 58: Presupuesto de Costos

Año	Cantidad	Costo unidad	Total \$
Enero	1200	1,02	1224,53
Febrero	1560	1,02	1591,89
Marzo	1140	1,02	1163,31
Abril	1140	1,02	1163,31
Mayo	1140	1,02	1163,31
Junio	1200	1,02	1224,53
Julio	1140	1,02	1163,31
Agosto	1200	1,02	1224,53
Septiembre	1200	1,02	1224,53
Octubre	1140	1,02	1163,31
Noviembre	1200	1,02	1224,53
Diciembre	1140	1,02	1163,31
Total	14.400		14.694,38

Fuente: Investigación propia

5.6 Depreciación

Para calcular las depreciaciones se utilizará el método en línea recta, el cual está preestablecido por el SRI.

Tabla 59: Depreciación

Activo	Valor	% depreciación	Depreciación
Muebles y enseres	285,00	10%	2,38
Equipo de computo	880,00	33%	24,44
Equipo de producción	2.450,00	10%	20,42
Equipo de Oficina	15,00	10%	0,13
Cubertería	78,60	20%	1,31
Gastos de Constitución	20,00	20%	0,33
TOTAL	3.878,60		50,25

Fuente: Investigación propia

5.7 Estados financieros

5.7.1 Estado de resultados

Tabla 60: Estado de Resultados

CUENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ventas	3044,22	3957,49	2892,01	2892,01	2892,01	3044,22	2892,01	3044,22	3044,22	2892,01	3044,22	2892,01
(-) Costo de Ventas	1.224,53	1.591,89	1.163,31	1.163,31	1.163,31	1224,5321	1163,305459	1224,53206	1224,53206	1163,30546	1224,53206	1163,30546
(=) Utilidad Bruta	1.819,69	2.365,60	1.728,70	1.728,70	1.728,70	1.819,69	1.728,70	1.819,69	1.819,69	1.728,70	1.819,69	1.728,70
(-) Gastos Operacionales												
GASTOS OPERACIONALES	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52	1.493,52
Depreciación	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84	29,84
Total	1.523,36											
(=) Utilidad Operaciones	296,33	842,24	205,35	205,35	205,35	296,33	205,35	296,33	296,33	205,35	296,33	205,35
(-) Intereses	33,16	32,79	32,41	32,03	31,64	31,24	30,85	30,44	30,03	29,62	29,20	28,78
(=) Utilidad neta	263,17	809,45	172,94	173,32	173,71	265,09	174,50	265,89	266,30	175,73	267,13	176,57
(=) Utilidad neta anual	3183,79											

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

5.7.2 Balance General

Tabla 61: Balance General

ESTADO DE SITUACION INICIAL			
EMPRESA "deliFRUTA "			
BALANCE GENERAL			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>			
Caja – Bancos	2754,05	Pasivos largo plazo	2653,06
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	2754,05	TOTAL PASIVOS	2653,06
<u>ACTIVOS FIJOS</u>			
Muebles y Enseres	285,00		
Equipos	2450,00		
Equipo de cómputo	880,00		
Cubertería	78,60	<u>PATRIMONIO</u>	
Equipo de Oficina	165,00		
Gasto de organización	20,00	Capital social	3979,59
TOTAL ACTIVOS FIJOS	3878,60	TOTAL PATRIMONIO	3979,59
TOTAL ACTIVOS	6632,65	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	6632,65

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

5.7.3 Presupuesto de Caja

Tabla 62: Presupuesto de Caja

ENTRADAS DE EFECTIVO												
CUENTAS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PRES VENTAS 100% EFECTIVO	3.044,22	3.957,49	2.892,01	2.892,01	2.892,01	3.044,22	2.892,01	3.044,22	3.044,22	2.892,01	3.044,22	2.892,01
TOTAL	3.044,22	3.957,49	2.892,01	2.892,01	2.892,01	3.044,22	2.892,01	3.044,22	3.044,22	2.892,01	3.044,22	2.892,01
SALIDAS DE EFECTIVO												
COSTO DE VENTAS 100%CONTAD	1224,53	1591,89	1163,31	1163,31	1163,31	1224,53	1163,31	1224,53	1224,53	1163,31	1224,53	1163,31
Servicios básicos	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00	15,00
Sueldos	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52	1.193,52
Útiles de oficina	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
ARRIENDO	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Útiles de aseo	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
PUBLICIDAD	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Intereses	33,16	32,79	32,41	32,03	31,64	31,24	30,85	30,44	30,03	29,62	29,20	28,78
Capital	29,95	30,33	30,71	31,09	31,48	31,87	32,27	32,67	33,08	33,50	33,91	34,34
TOTAL	2781,17	3148,53	2719,94	2719,94	2719,94	2781,17	2719,94	2781,17	2781,17	2719,94	2781,17	2719,94
FLUJO NETO	263,05	808,96	172,07	172,07	172,07	263,05	172,07	263,05	263,05	172,07	263,05	172,07
FLUJO NETO ANUAL	3156,60											
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	49.85%											

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Los autores

5.7.4 Recuperación de la Inversión

El emprendimiento en el primer año de haber sido ejecutado recupera aproximadamente el 50% de la inversión inicial, este porcentaje es alto y representa un dato que figura que el emprendimiento es viable.

5.7.5 Punto de Equilibrio

El Punto de Equilibrio permite determinar el número de unidades que se deben producir y vender para no incurrir en pérdidas y cubrir todos los rubros de costos y gastos en cada año de vida del proyecto.

Comportamiento del costo

CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Costo de Ventas		14694,38	14694,38
Gastos operación	17922,27		17922,27
Depreciación	358,02		358,02
TOTAL	18280,29	14694,38	32974,68

Fuente: Cuadro N°

Elaborado por: Los autores

PRODUCTOS	PRECIO	COSTO	MC	RELACION		P.E
ENSALADAS DE FRUTAS	2,5	1,02	1,52	100%	1,51640756	12055
				100%	1,516408	12055

Fuente: Cuadro N°

Elaborado por: Los autores

$$X = \frac{CFT}{MC}$$

$$X = \frac{18280,29}{1,52}$$

$$X = 12055 \text{ productos}$$

La cantidad obtenida anteriormente representa el monto mínimo de ventas anuales que el emprendimiento debe superar para cubrir los costos, gastos y generar un flujo positivo.

CAPITULO VI

6 Estudio Administrativo

Con una correcta planificación estratégica para el emprendimiento, se podrá lograr las metas y objetivos planteados en el tiempo preestablecido, además ayudará a tomar las decisiones correctas en el campo administrativo de la microempresa.

6.2 Razón social

Al momento de establecer el nombre que llevará el emprendimiento, se tomó en cuenta características que van acorde con la razón de ser de la frutería, lo cual será necesario para que los consumidores puedan identificar de una manera rápida a la microempresa y de qué se trata.

Entre las características que se adoptaron para establecer el nombre, en definitiva, fueron: descriptivo, original, fácil de memorizar, agradable; cumpliendo aquellas características se llegó a la conclusión de nombrar a la microempresa “**disFRUTA auto servicio**”.

6.3 Estructura legal:

La microempresa “**disFRUTA autoservicio**” se constituye como una Sociedad Civil y Comercial, dedicada a la comercialización de ensaladas de frutas al peso, formada por capital propio y financiado; cumpliendo con todos los requisitos legales como lo son:

- El permiso de funcionamiento,
- El registro sanitario,
- Patente otorgada por el Municipio,
- El RUC,
- El permiso respectivo por el Cuerpo de Bomberos y
- La emisión del número patronal del IESS.

6.4 Misión

Somos un auto servicio dedicado a la comercialización de ensaladas de frutas al peso, ofrecemos una vasta variedad de opciones para satisfacer las necesidades alimenticias de nuestros clientes, quienes son los que eligen la cantidad y combinación frutal.

6.5 Visión

Para el año 2023 “**disFRUTA autoservicio**” será reconocida a nivel local y provincial como una microempresa pionera del autoservicio de ensaladas de frutas, promoviendo el desarrollo económico de la provincia.

6.6 Políticas

Contar con herramientas modernas e implementos para la seguridad del personal que interviene en la elaboración de las ensaladas de frutas.

- Manejar una imagen agradable con los clientes, manteniendo limpias tanto las instalaciones como la vestimenta del personal.

Proteger a las frutas de cualquier elemento que pueda afectar sus propiedades, de manera que se conserve la calidad de las mismas.

- El precio estándar que se manejará será de \$2,50.

Al ser un negocio en donde se venden ensaladas de frutas, los clientes deberán escoger al menos 2 tipos de frutas de toda la variedad que se tiene.

6.7 Valores

Respeto: Que se refiere a la igualdad de todas las personas permitiendo que exista un excelente ambiente laboral

Responsabilidad: Las personas que laborarán en la microempresa deben estar comprometidas con la microempresa y con cada una de sus actividades que realizan.

- **Honradez:** Todos los empleados deberán ejercer sus funciones con honestidad, de manera que se no existan inconvenientes en el negocio.

Trabajo en equipo: Los miembros de la microempresa deben acoplarse a todo el grupo, para el logro de los objetivos de la microempresa

Calidad: Se verá reflejado en la satisfacción del cliente a través de la eficiencia del trabajo tanto en el área operativa como administrativa de la microempresa.

6.8 Requerimiento de personal

Cuadro 6: Requerimiento de Personal

CARGO	N°
Administrador	1
Cajero	1
Cocinero	1
Total	3

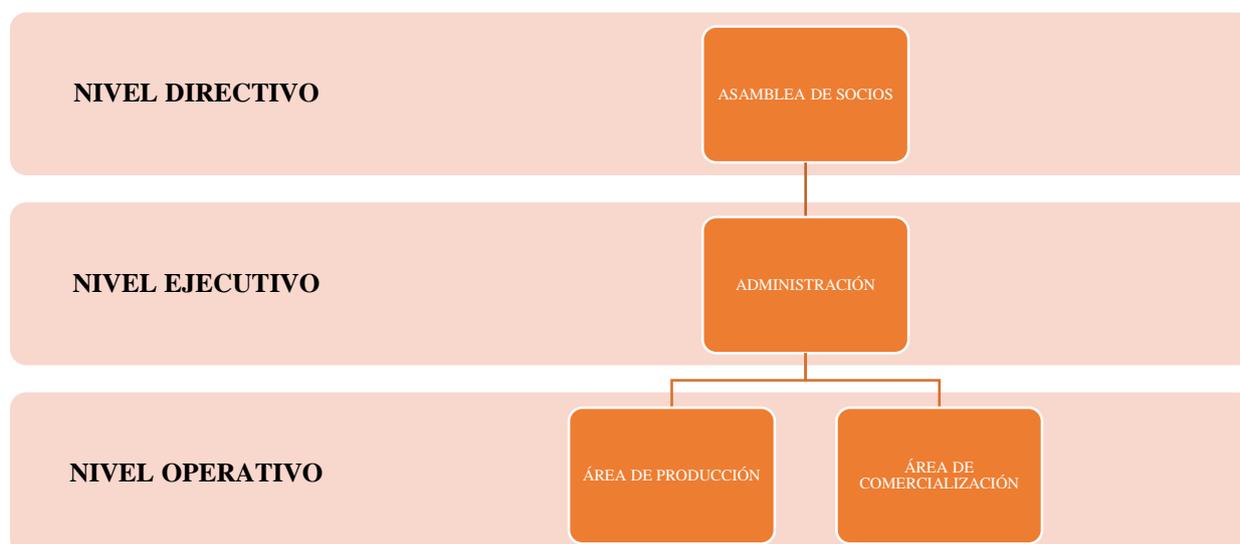
Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

6.9 Estructura orgánica de la microempresa “deliFRUTA autoservicio”

Es importante contar con esta herramienta administrativa en el emprendimiento, ya que ayudará a todos los empleados a que conozcan la jerarquía con la que cuenta el negocio y el nivel de responsabilidades de cada uno.

La microempresa posee a 2 socios como propietarios del negocio, en donde cada uno aportará el 50% de la inversión propia, uno de ellos ejercerá el cargo de Administrador, mientras que el otro socio no ejercerá ninguna labor dentro del negocio, para los otros puestos de trabajo, se contratarán trabajadores.



Elaborado por: Los autores

6.10 Manual de funciones

Esta herramienta es de vital importancia para la propuesta administrativa, ya que al usarla permitirá la asignación correcta de funciones y responsabilidades, de manera que no exista la duplicación de las mismas.

El manual de funciones fue realizado en base a los perfiles profesionales establecidos por la Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales (SETEC).

El manual de funciones se desarrollará para los tres miembros de la microempresa los cuales son:

- Administrador

MANUAL DE FUNCIONES	
8. Datos de identificación del puesto	
Cargo:	Administrador
Nivel ocupacional:	Ejecutivo
Área al cual pertenece:	Área administrativa
Jefe inmediato:	No tiene
Salario:	\$500
2 Perfil profesional	
Nivel de educación:	Superior
Perfil del puesto:	Ing. Comercial o afines
Experiencia:	2 años en empresas o microempresas comerciales
▪ Misión	
Cumplir correctamente con el proceso administrativo con el fin de manejar con eficiencia los recursos de la microempresa para lograr de manera eficaz los objetivos planteados por la misma.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Delegar correcta y adecuadamente funciones a los empleados de la microempresa • Administrar eficientemente todas las actividades que se realicen en la microempresa • Ser el representante legal de la microempresa • Ser el encargado de todos los asuntos contables • Compra de la materia prima 	
Conocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre características de los productos y servicios ofertados • Información sobre el mercado objetivo • Información sobre dinámica de precios en el mercado • Información sobre la capacidad instalada de la empresa • Contenido de la normativa de seguridad, higiene y salud 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo, Emprendedor • Tomar decisiones • Resolución de problemas instantáneos • Creatividad • Innovación 	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

- Cajero

MANUAL DE FUNCIONES	
9. Datos de identificación del puesto	
Cargo:	Cajero
Nivel ocupacional:	Operativo
Área al cual pertenece:	Área de comercialización
Jefe inmediato:	Administrador
Salario:	\$386
3 Perfil profesional	
Nivel de educación:	Bachiller o superior
Perfil del puesto:	Bachiller
Experiencia:	2 años en empresas o microempresas comerciales
▪ Misión	
Manejar cuidadosamente el dinero que se recibe por las ventas realizadas.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Ser la persona de cobro de las ensaladas de frutas • Pesar la ensalada de frutas en la balanza digital • Recibe y entrega cheques, dinero en efectivo, depósitos bancarios y otros documentos de valor. • Registra directamente operando una computadora o caja los movimientos de entrada y salida de dinero. • Realiza arqueos de caja. • Suministra a su superior los movimientos diarios de caja. • Sellar, estampar recibos de ingresos por caja, planillas y otros documentos. • Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la empresa. • Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. • Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada. 	
Conocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Contabilidad general. • Técnicas para el manejo de máquina registradora, sumadora y calculadora. Procedimientos de caja. • Programas de computación aplicables en caja 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad para trabajar con dinero • Rápida solución a problemas 	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

- Ayudante de cocina

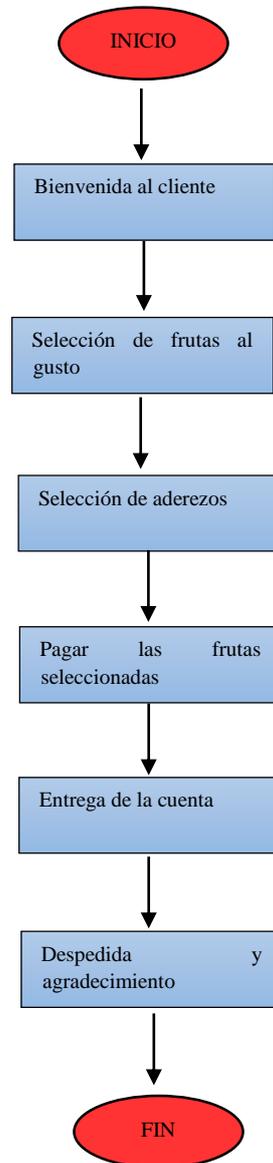
MANUAL DE FUNCIONES	
10. Datos de identificación del puesto	
Cargo:	Ayudante de cocina
Nivel ocupacional:	Operativo
Área al cual pertenece:	Área de producción
Jefe inmediato:	Administrador
Salario:	\$386
4 Perfil profesional	
Nivel de educación:	Bachiller o superior
Perfil del puesto:	Bachiller
Experiencia:	1 año o mas
▪ Misión	
Manejar todos los aspectos que comprenden el área de cocina, de manera que el producto esté listo para la venta.	
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Encargarse de la recepción de la materia prima y darle el tratamiento adecuado para su conservación. • Realizar tareas básicas como: lavar, limpiar, pelar y cortar las frutas. • Limpieza de todos los implementos utilizados para la elaboración de las ensaladas de frutas. 	
Conocimientos:	
<ul style="list-style-type: none"> • Nutrición y dietética. • Conservación de alimentos. • Normas de Higiene y Seguridad Integral 	
Competencias:	
<ul style="list-style-type: none"> • Agilidad • Creatividad • Orden 	

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

6.11 Flujograma de servicio

disFRUTA autoservicio



6.11.1 Descripción del flujograma

El proceso a seguir para brindar un servicio de calidad es el siguiente:

- Inicia con la bienvenida que se le da al cliente, de manera que se sienta cómodo en el lugar.
- Luego, el cliente se dirige al self-service, en donde realiza la selección de las frutas y aderezos a su conveniencia.
- Inmediatamente, el cliente se dirige a caja y cancela por la cantidad de frutas y aderezos escogidos.
- Se le entrega la factura, enseguida se despide y agradece al cliente por su compra.

6.12 Imagen corporativa de la microempresa

La imagen corporativa es de vital importancia para el emprendimiento, puesto que representa lo que es y quiere transmitir la microempresa a los consumidores.

6.12.1 Slogan Corporativo

El slogan es creativo y se enfoca en la razón de ser del emprendimiento: **El placer de elegir rico y saludable.**

6.12.2 Logotipo

Ilustración 55: Logotipo



Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

El logotipo que se ha establecido para el emprendimiento, representa en su totalidad a la razón de ser de la empresa, puesto que está compuesto de colores que son agradables de ver para el público, como lo son el verde y el naranja principalmente, estos colores representan las frutas, muchas de aquellas que se van a ofrecer tienen estas tonalidades de color, obteniendo así un logotipo, atractivo, llamativo y original en el mercado local.

CAPITULO VII

7 Impactos

Al momento de crear una microempresa genera impactos, ya sea de manera negativa o en su mayoría positiva, para este emprendimiento se han identificado 3 impactos, siendo los siguientes: el social, económico y ambiental.

Para determinar el nivel de impacto general del emprendimiento, se tomarán en cuenta los 3 impactos, dentro de ellos se establecerán varios indicadores para cada uno, los cuales pueden ser calificados desde -3 a 3, luego de valorar a cada impacto se divide el total para el número de impactos.

Cuadro 7: Valoración del Impacto

Puntuación	Significado
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	Neutro
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

Para determinar el nivel de cada impacto, se aplica la siguiente expresión:

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

7.1 Impacto social

Cuadro 8: Impacto Social

IMPACTO SOCIAL								
Indicador	Nivel del impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Empleo						X		2
Calidad de vida							X	3
Mejoramiento de la calidad alimenticia							X	3
TOTAL					1		3	8

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

$$\frac{\sum Total}{Número de Indicadores} = \frac{8}{3} = 2,67 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Interpretación:

- **Empleo:** Al iniciar un emprendimiento y éste al ser pequeño no se contará con un personal numeroso, puesto que debido a la demanda no lo exige, es por ello que para este indicador se ha dado una baja calificación, ya que, si generará empleo, pero no en gran escala.
- **Calidad de vida:** Para este indicador, se ha otorgado la máxima calificación que es 3, puesto que generará un impacto alto positivo, el emprendimiento está enfocado en que los clientes tengan la oportunidad de elegir las frutas, pero también enfocado a incentivar una alimentación saludable para los mismos, por lo que generará una mejor calidad de vida.
- **Mejoramiento de la calidad alimenticia:** Con la implantación del presente proyecto, se permitirá a la población mantener un buen funcionamiento de su organismo, se mejorará el metabolismo de las personas debido a que su alimentación mejorará considerablemente por el consumo de alimentos elaborados higiénica y correctamente.

7.2 Impacto económico

Cuadro 9: Impacto Económico

IMPACTO ECONOMICO								
Indicador	Nivel del impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Ingresos							X	3
Desarrollo local						X		2
Dinamización economía nacional						X		2
TOTAL						4	3	7

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

$$\frac{\sum Total}{\text{Número de Indicadores}} = \frac{7}{3} = 2,3 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Interpretación:

- **Ingresos:** Todas las personas que pertenecen al emprendimiento obtendrán un beneficio económico gracias a sus servicios prestados, es por ello que se ha valorado con la máxima calificación para este indicador.
- **Desarrollo local:** Con la creación del emprendimiento, contribuirá al desarrollo local de la economía de forma indirecta a través de los negocios que se mantendrá con los diferentes proveedores, esto favorecerá al progreso económico de la ciudad de Ibarra.
- **Dinamización economía nacional:** La generación de una actividad comercial dentro del país siempre contribuye a la dinamización de la economía ecuatoriana, ya sean empresas con grandes volúmenes de venta o una microempresa que recién este iniciando dentro del mercado nacional, como es el presente emprendimiento.

7.3 Impacto Ambiental

Cuadro 10: Impacto Ambiental

IMPACTO AMBIENTAL								
Indicador	Nivel del impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Clasificación de desechos							X	3
Manejo de olores							X	3
Reciclaje				X				0
TOTAL				0			6	6

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

$$\frac{\sum Total}{Número de Indicadores} = \frac{6}{3} = 2 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Interpretación:

- **Clasificación de desechos:** Al trabajar con la materia prima, las cuales son las frutas, se generarán desechos (cascaras, residuos) y también se generarán desechos inorgánicos los cuales son los recipientes y cucharas desechables que se usarán en el producto, para el adecuado tratamiento de los desechos, se clasificarán de la siguiente manera: los desechos orgánicos serán entregados como abono a los agricultores; mientras que los inorgánicos serán depositados en el recolector de basura.
- **Manejo de olores:** Debido a la actividad propia de la micro empresa, se presenciarán olores producidos por la oxidación de las frutas, lo que la imagen del negocio se vería afectada, es por ello que se establecerá un cuidado total para mantener a las frutas frescas tanto en el auto servicio, como las que se encuentran en bodega, por otro lado, la higiene en general tanto del negocio como de los empleados, se tendrá presente todos los días.

- **Reciclaje:** La microempresa trabajará con envases de poli estireno, en grandes ciudades éste material resulta ser reciclado, pero al ser un negocio pequeño y recién iniciando con las actividades, no será reciclado debido a que aún no se cuenta con técnicas propias de reciclaje.

7.4 Impacto General

Cuadro 11: Impacto General

IMPACTO GENERAL								
Impactos	Nivel del impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto social							X	3
Impacto económico							X	3
Impacto ambiental						X		2
TOTAL						2	6	8

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Los autores

$$\frac{\sum Total}{Número de Indicadores} = \frac{8}{3} = 2,6 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

Interpretación:

Luego de haber calificado a cada impacto, se realiza un promedio entre los 3, el resultado que se ha obtenido, es que, al momento de crear el emprendimiento de ensaladas de frutas al peso, será de 2, lo que quiere decir que se tendrá un impacto medio positivo para el entorno en el que se implementará para el proyecto.

8 Conclusiones

- A través del diagnóstico situacional se pudo determinar el entorno actual de la ciudad de Ibarra, el cual resulta ser atractivo para invertir en microempresas dedicadas a la comercialización de alimentos saludables debido a las nuevas tendencias de consumo, la cultura y tradición de la población y las condiciones geográficas favorables.
- Para una mejor comprensión del desarrollo del emprendimiento, se realizó una considerable base teórica de todos los temas que se trataron dentro del proyecto, gracias a la elaboración del marco teórico, se logró sustentar y fortalecer el conocimiento para realizar de mejor manera el proyecto.
- Con la elaboración del estudio de mercado se pudo conocer que el emprendimiento tiene un alto nivel de aceptación en la ciudad de Ibarra, de igual forma gracias a la información primaria se logró determinar gustos, preferencias y capacidad de pago del producto, las cuales permitieron establecer estrategias que favorecen a una efectiva inserción del emprendimiento en el mercado.
- En el estudio técnico se estableció que la mejor micro localización para el emprendimiento es en el centro de la ciudad de Ibarra, gracias a la disponibilidad de materia prima, talento humano y maquinaria, además se determinó los equipos, maquinarias y mobiliario necesario para la comercialización de las ensaladas de frutas al peso en adecuadas instalaciones.
- La realización del estudio financiero mostró que el emprendimiento en sus 12 meses iniciales logra cubrir los costos y gastos generados en su ejecución, a más de generar una utilidad anual de 3156.60, dando lugar a una pronta recuperación de aproximadamente la mitad de la inversión que es de 6632,65 en el año.
- En el estudio administrativo se estableció la conformación jurídica de la microempresa como una sociedad civil y comercial, se estableció su identidad empresarial y se diseñó la

estructura orgánica por medio de la cual se asignó funciones a los tres miembros del negocio.

- La creación del emprendimiento generó un impacto social, económico y ambiental, los cuales, en su medición general, arrojaron un resultado medianamente positivo para la ciudad de Ibarra, debido a que contribuirá al desarrollo local con la mejora de su economía y buenas prácticas ambientales.

9 Recomendaciones

- Establecer alianzas estratégicas con los aliados del emprendimiento para aprovechar la oportunidad de inversión, mediante la implementación de la idea de negocio, la cual brinda una alternativa de alimentación saludable a la población urbana de Ibarra.
- Actualizar de manera continua el marco teórico con todos los conceptos claves, que ayuden al mejor entendimiento del emprendimiento, con el fin de obtener una base teórica que vaya acorde a las nuevas tendencias del mercado.
- Ejecutar las respectivas estrategias enmarcadas en el estudio de mercado tales como las de precio, plaza, producto y promoción, con la finalidad de llegar al nivel de aceptación deseado, considerando la calidad del producto y la atención al cliente como parámetros decisivos para llegar a dicho nivel, permitiendo a la marca “disFRUTA” consolidarse en el mercado Ibarreño.
- Realizar mantenimientos periódicos a los equipos de producción para su adecuada conservación, de igual forma brindar capacitaciones para el correcto uso de cada uno de los equipos y mobiliarios que se encuentran dentro de las instalaciones de la microempresa.
- Implementar en la microempresa normas básicas de control interno que permitan administrar correctamente todos los recursos financieros con la finalidad de mantener una estabilidad económica en el tiempo y sobre todo prevenir algunos de los posibles riesgos que se puedan suscitar.
- Garantizar una adecuada administración del talento humano de la microempresa, teniendo como prioridad el desarrollo de sus habilidades y destrezas, brindando las condiciones necesarias para que el personal se encuentre motivado e identificado con “disFRUTA” y finalmente, velar por el cumplimiento de la misión, visión y políticas planteadas, alcanzando de esta forma los objetivos propuestos por el emprendimiento.

- Establecer estrategias para que todos los impactos aumenten en forma positiva, dando prioridad al ambiental, debido a que uno de sus indicadores denominado “reciclaje” no obtiene una calificación alta, es por ello que, en un futuro, la microempresa debe implementar técnicas de cuidado ambiental, para lograr que el emprendimiento sea sostenible.

10 Bibliografía

- Adán Mico, P., & González López, A. (2015). *Emprender con éxito. 10 claves para generar modelos de negocio*. México: Alfaomega Grupo Editor, S.A. de C.V.
- astook. (s.f.). Obtenido de <https://www.astook.com/beneficios-de-comer-ensalada-de-frutas/>
- Coral Delgado, L., & Gudiño Dávila, E. L. (2014). *Contabilidad Universitaria*. Bogotá: McGraw-Hill.
- Cruz Herradón, A. (2013). *Marketing para autónomos*. Madrid: RA-MA Editorial.
- Demostenes, R. R. (2014). *Manual de Contabilidad de Costos*. España: Lexus Editores .
- EQUIPO2DDE. (24 de 06 de 2016). Obtenido de <http://equipo2dde.blogspot.es/tags/la-empresa/>
- Flores Uribe, J. A. (2015). *Plan de negocios para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Flórez Uribe, J. A. (2015). *Plan de Negocio para pequeñas empresas*. Bogotá: Ediciones de la U.
- García Prado, E. (2014). *Calidad y servicio de proximidad en el pequeño comercio*.
- INEC. (2010). *Fasciculo Provincial Imbabura*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- INEC. (2015). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2015/Principales_Resultados_DIEE2015.pdf
- Kotler, P., & Lane, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson.
- MAGAP. (s.f.). Obtenido de <https://soloimbabura.wordpress.com/agricultura/>
- Miranda, D. M. (13 de Octubre de 2016). *medicina biologica*. Obtenido de <http://mbiologica.com/nutricion-y-dietetica/11-combinacion-adecuada-de-las-frutas/>
- Morueco, R. (2014). *Manual Práctico de Administración*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Munch, L. (2014). *Administración gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Organización Mundial de la Salud. (2002). *Protégés Ensemble*. Obtenido de <http://www.who.int/dietphysicalactivity/fruit/es/index1.html>

PDyOT. (2015). *Actualización Plan De Desarrollo y Ordenamiento territorial del canton Ibarra 2015-2023*. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000260001_PD%20Y%20OT%20IBARRA%20UNIFICADO%20004_13-03-2015_17-34-44.pdf

Santiago. (21 de Diciembre de 2015). *Oposinet*. Obtenido de <https://oposinet.cvexpres.com/temario-de-tecnologia/temario-1-tecnologia/tema-13-la-distribucion-y-comercializacion-de-productos-el-mercado-y-sus-leyes-basicas/>

Schnarch Kirberg, A. (2016). *El Marketing como estrategia de emprendimiento*. Bogotá: Ediciones de la U.

Uribe Macías, M. E., & Reinoso Lastra, J. F. (2013). *Emprendimiento y Empresarismo*. Bogotá: Ediciones de la U.

Vallet Bellmunt, A., & Vallet Bellmunt, I. (2015). *Principios de marketing estratégico*. Castellón: Universitat Jaume I.

ANEXOS

Encuesta aplicada a los propietarios de establecimientos donde expenden ensaladas de frutas

1 ¿Quiénes son sus principales proveedores de frutas?

Proveedores	
Mercado amazonas	
Mercado mayorista	
Supermercados	
Agricultores locales	

¿Cuál es la principal dificultad de la elaboración de las ensaladas de frutas?

Dificultad elaboración de ensaladas de frutas	
Escases en ciertas temporadas	
Oxidación de las frutas	
Plagas	

¿Cómo se realiza la conservación de las frutas para que no pierdan sus propiedades nutricionales?

Mecanismos	
Se cortan al instante	
Frigorífico	
Conservantes naturales (limón)	
Conservantes artificiales	
Otros	

¿A través de que medio se realiza la selección de personal a hacer contratado?

Mecanismos	
Publicaciones de anuncios de trabajo en periódicos	
Publicaciones de anuncios de trabajo en medios digitales	
Recomendaciones	
Agencias de empleo	
Archivos o base de datos	
Familiares	
Otros	

¿Cuál es el principal requisito indispensable de su talento humano?

Requisitos	
Instrucción	
Experiencia	
Capacitaciones	
Agilidad	
Otros	

¿Con que frecuencia se venden sus productos?

Frecuencia	
Diariamente	
Fin de semana	
Ocasionalmente	
Otros	

¿Cuáles son los permisos y licencias necesarias para el funcionamiento de su establecimiento?

Requisitos	
Licencia de funcionamiento emitida por el municipio	
Certificación artesanal autónoma	
Permiso de funcionamiento de bomberos	
Permiso otorgado por el MINTUR	
Permiso de funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud	
Otros	

¿Cómo se realizó el financiamiento para la inversión en la empresa?

Financiamiento	
Propio	
Crédito	
Mixto	

ENCUESTA

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA MICROEMPRESA DEDICADA A LA COMERCIALIZACION DE ENSALADA DE FRUTAS AL PESO EN LA CIUDAD DE IBARRA

OBJETIVO: La presente encuesta tiene la finalidad de recolectar datos acerca del mercado para la microempresa, con fines netamente académicos.

INSTRUCCIONES: Marque con una X en la respuesta a su elección.

DATOS GENERALES:

a.- GENERO: Femenino () Masculino ()

b.- EDAD: 18 a 28 () 29 a 39 () 40 en adelante ()

c.- OCUPACIÓN: Estudiante () Trabajador con relación de dependencia () Trabajador sin relación de dependencia ()

CUESTIONARIO:

13. ¿Adquiere usted ensaladas de frutas?

Si () No ()

14. ¿Con que frecuencia las consume?

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

15. ¿A qué heladería acude con mayor frecuencia?

Heladería “La Esquina” ()

Heladería “Frutimix” ()

“Greenfrost” ()

Los Helados de la Colón ()

16. ¿Cuánto dinero destina mensualmente usted para la compra de ensaladas de frutas?

1 a 5 usd ()

6 a 10 usd ()

11 a 20 usd ()

20 o más ()

17. ¿Qué aspecto considera más importante al momento de adquirir las ensaladas de frutas?

Higiene ()

Precio ()

Calidad ()

Cantidad ()

Variedad de frutas ()

Atención y servicio ()

18. ¿Conoce acerca de las combinaciones de frutas, las cuales sean favorables para su salud?

Si ()

No ()

19. ¿Le gustaría comprar frutas listas para el consumo donde Ud. Pueda elegir las porciones de fruta y pagar por la cantidad que desee?

Si ()

No ()

20. ¿Cuánto invertiría en su alimentación al acudir a este negocio, con esta modalidad de pago?

1 a 4 usd ()

5 a 10 usd ()

11 a 15 usd ()

16 o más ()

21. ¿Cuáles son las frutas que más consumiría?

Manzanas ()

Piña ()

Plátanos ()

Papaya ()

Sandía ()

Kiwi ()

Fresas ()

Melón ()

Frutos secos ()

Otros () ¿Cuál? _____

22. ¿En qué lugar sugiere se debería ubicar este tipo de negocio?

Centro comercial ()

Centro de la Ciudad ()

Parque ciudad Blanca ()

23. ¿Qué servicio adicional desearía que le brinde este negocio?

Servicio wifi ()

Área para niños ()

Otros () ¿Cuáles? _____

24. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer esta nueva forma de adquirir ensaladas de frutas?

Redes sociales ()

Radio ()

Televisión ()

Hojas volantes ()

GRACIAS!

Análisis de la Entrevista dirigida al GAD Municipal del Cantón Ibarra y Comisaría Municipal.

Departamento de Rentas:

1. ¿Qué requisitos son necesarios para la obtención de la patente municipal de un negocio de comercialización de frutas?

Para obtener la patente municipal, el propietario debe presentar y cancelar el permiso de bomberos, junto con la copia de RUC, copia de cedula y papeleta de votación, para el primer año.

2. ¿Cuál es el costo para obtener la patente municipal?

El costo para obtener la patente municipal varía de acuerdo a la inversión de activos en el negocio.

Comisaría:

1. ¿Qué requisitos son necesarios para la obtención del permiso de funcionamiento de un negocio de ensaladas de frutas?

Los requisitos necesarios son el permiso de bomberos, copia de cedula y papeleta de votación y la patente municipal.

Jefatura política:

1. ¿Qué permiso conceden la jefatura política para el funcionamiento de un negocio de ensaladas de frutas?

No concede ningún permiso, pero en caso de que el establecimiento incluya venta de dulces y otros productos afines, los propietarios deben tramitar el permiso de confitería del Ministerio del Interior.

2. ¿Cuál es el costo para obtener el permiso?

El costo es de \$20 dólares anuales, mismos que deben ser cancelados en una cuenta del Banco del Pacifico.

3. ¿Cuánto tiempo se demora en el trámite?

El tiempo de demora máximo es una semana.

FICHAS DE OBSERVACION

FICHA DE OBSERVACIÓN							
Tema:	Competencia			FICHA N.	1		
Lugar:	Ciudad de Ibarra			Fecha:	03/01/2018		
Fuente:	Estudio de mercado			Número de posibles competidores	5		
Nombre de Heladerías	Productos a la venta			Precio	Horario		
	¿Postres preparados?	Ensalada de frutas	Otros	¿Establecido?	08:00-19:00	09:00-17:00	09:00-18:00
Heladería “La Esquina”	X	X	X	X		X	
Heladería “Frutimix”	X	X	X	X	X		
“Greenfrost”	X		X	X		X	
Heladería “Deli fruta”	X	X	X	X		X	
Los Helados de la Colón	X	X	X	X		X	

FICHA DE OBSERVACIÓN									
Tema:	Instituciones Financieras						FICHA N.	2	
Lugar:	Ciudad de Ibarra						Fecha:	5 de enero del 2018	
Fuente:	Estudio de mercado						Numero de Instituciones Financieras	18	
Nombre de Instituciones Financieras	Tamaño			Tipo		Tasa de interés			
	Grande	Mediano	Pequeña	Pública	Privada	Alto	Medio	Bajo	
BANCO PICHINCHA	X				X	X			
CFN	X			X			X		
FODEMI		X			X	X			
BAN ECUADOR	X			X				X	
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO ESCENCIA INDIGENA L		X			X	X			
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO MUJERES UNIDAS		X			X	X			
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO 23 DE JULIO LTDA		X			X	X			
PILAHUIN TIO COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO		X			X	X			
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SUMAK YUYAY LTDA		X			X	X			
COOPERATIVA DE AHORRO Y		X			X	X			

CREDITO ACCION IMBABURAPAK								
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO SAN ANTONIO LTDA	X				X	X		
COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO POLICIA NACIONAL LTDA.	X				X		X	
COOPERATIVA DE AHORRO INDIGENA SAC PELILEO LTDA		X			X	X		
BANCO DEL AUSTRO	X				X		X	
BANCO DE GUAYAQUIL SA	X				X		X	
BANCO INTERNACIONAL S A	X				X		X	
BANCO DE LA PRODUCCION S.A.	X				X		X	
BANCO DEL PACIFICO				X			X	

FICHA DE OBSERVACIÓN							
Tema:	Proveedores equipo de computo			FICHA N.	4		
Lugar:	Ciudad de Ibarra			Fecha:	5 de enero del 2018		
Fuente:	Estudio de mercado			Número de posibles proveedores	5		
Nombre de Empresas en Tecnología	Tamaño			Marcas	Precios		
	Grande	Mediano	Pequeña		Bajo	Medio	Alto
COMPUTOTAL		X		HP, DELL, SONY, APPLE,			X
WORLD COMPUTERS	X			HP, ACCER, DELL, DELL, APPLE, TOSHIBA, MAC, VAIO.		X	
PC-NET		X		TOSHIBA, MAC		X	
COMPUZONE		X		HP, ACCER, DELL			X
NOVATEC		X		SAMSUNG, HP			X

FICHA DE OBSERVACIÓN						
Tema:	Proveedores de mobiliario			FICHA N.	6	
Lugar:	Ciudad de Ibarra			Fecha:	03/01/2018	
Fuente:	Estudio de mercado			Número de posibles proveedores	5	
Nombre de Empresas Mobiliarias	Tamaño			Precio		
	Grande	Mediano	Pequeña	Bajo	Medio	Alto
FAMMO	X				X	
COMERCIAL KIWY	X					X
METABEC	X				X	
MOBLAR		X				X
FAVEMSA		X			X	

FICHA DE OBSERVACIÓN						
Tema:	Proveedores de maquinaria y equipo			FICHA N.	6	
Lugar:	Ciudad de Ibarra			Fecha:	03/01/2018	
Fuente:	Estudio de mercado			Número de posibles proveedores	5	
Nombre de Empresas Mobiliarias	Tamaño			Precio		
	Grande	Mediano	Pequeña	Bajo	Medio	Alto
FAMMO	X				X	
COMERCIAL KIWY	X					X
METABEC	X				X	
MOBLAR		X				X
FAVEMSA		X			X	

In

ALMACENES FAMILIAR

QUITO-ECUADOR

Dirección: Venezuela N1-10 y Rocafuerte (esq).



Teléfono: (02)2282-292 fax (02)2959-119

PROFORMA COMERCIAL

PRODUCTO	IMAGEN	CARACTERÍSTICAS	PRECIO
Enfriador horizontal		<ul style="list-style-type: none"> • Ruedas de alta resistencia • Frío máximo • Control de temperatura dual • Puerta con llave • Puerta en lámina lisa. • Sistema doble acción: congelador y enfriador • Mayor capacidad para hacer hielo • Canasta metálica anticorrosiva Peso: 80 kg 	\$ 669.64
SUBTOTAL			\$669,64
IVA 14%			\$80,36
TOTAL			\$750,00



Fabricamos equipos en acero inoxidable para la industria gastronómica y gestión ambiental destinado al sector de la hostelería, bares y restaurantes. Ofrecemos servicio técnico y mantenimiento de equipos industriales en nuestra línea de trabajo.

Av. Cristóbal de Troya 7-155 y Gonzalo Gómez Jurado tras el Hospital San Vicente de Paul

Tel. 062610582

email: gerencia@metabec.com / Ibarra - Ecuador

PROFORMA COMERCIAL

PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO
Mesa metálica		\$69,96
Self service frio		\$1339,28
SUBTOTAL		\$1409,24
IVA 14%		\$165,76
TOTAL		\$1575,00

T-Scale BALANZAS Your Precision Partner Ecuador

BALANZAS ELECTRÓNICAS

GUAYAQUIL-ECUADOR

Representado por: MEGAPRINT S.A.

Samanes 6 Mz. 962 Villa 101

042211906, 042212652, 0996752509

O al correo electrónico. ventas@tscale.ec

PRODUCTO	IMAGEN	PRECIO
Balanza digital		\$44,64
SUBTOTAL		\$44,64
IVA 14%		\$5,36
TOTAL		\$50,00

1 LIBRA = 453,592 GRAMOS						PARA CUBRIR LAS 300 ENSALADAS A LA SEMANA PROMEDIO			CAJAS QUE NECESITAMOS PARA CUBRIR ESA DEMANDA			
DESCRIPCION	REQUERIMIENTO DE LAS FRUTAS SEGÚN ENCUESTAS	PROPORCION GRAMOS	PROPORCION A 1 LIBRA	VALOR EN LIBRA	CUANTO CUESTA 1 ENSALADA	300 GRAMOS A LA SEMANA	CUANTAS LIBRAS SON 300	COSTO DE LAS 300 ENSALADAS	CAJA O UNIDAD	CUANT LIB VIENE EN CAJAS TOTAL	VALOR CAJA POR CAJA	CUANTO ES AL MES
Plátano med.	19%	86,18248	0,19	\$ 0,14	0,03	25854,74	57	8,14	1	56	\$ 8,00	\$ 32,00
Papaya med	7%	31,75144	0,07	\$ 0,33	0,02	9525,43	21	7,00	1	18	\$ 6,00	\$ 24,00
Sandía med	8%	36,28736	0,08	\$ 0,30	0,02	10886,21	24	7,30	2 unidades	23	\$ 7,00	\$ 28,00
Melón med	7%	31,75144	0,07	\$ 0,67	0,05	9525,43	21	14,00	1	21	\$ 14,00	\$ 56,00
Manzana med.	7%	31,75144	0,07	\$ 0,60	0,04	9525,43	21	12,60	media caja	20	\$ 12,00	\$ 48,00
Fresas	10%	43,09124	0,10	\$ 0,45	0,04	12927,37	29	12,78	gaveta	29	\$ 13,00	\$ 52,00
Uvas	4%	15,87572	0,04	\$ 1,00	0,04	4762,72	11	10,50	negra	11	\$ 11,00	\$ 44,00
Duraznos	7%	31,75144	0,07	\$ 0,76	0,05	9525,43	21	16,00	gaveta	21	\$ 16,00	\$ 64,00
Kiwi	5%	22,6796	0,05	\$ 1,23	0,06	6803,88	15	18,46	media caja	13	\$ 16,00	\$ 64,00
Piña med.	9%	40,82328	0,09	\$ 0,44	0,04	12246,98	27	11,88	unidad	25	\$ 11,00	\$ 44,00
ADEREZOS												
Maní	3%	13,60776	0,03	\$ 1,00	0,03	4082,33	9	9,00	3	7	\$ 7,00	\$ 28,00
Helado de yogurt	4%	18,14368	0,04	\$ 0,67	0,03	5443,10	12	8,00	1 funda	12	\$ 8,00	\$ 32,00
Granola	4%	18,14368	0,04	\$ 0,36	0,01	5443,10	12	4,36	3	11	\$ 4,00	\$ 16,00
Chispas choco	4%	18,14368	0,04	\$ 0,78	0,03	5443,10	12	9,33	3	9	\$ 7,00	\$ 28,00
Pasas	3%	13,60776	0,03	\$ 0,91	0,03	4082,33	9	8,18	3	11	\$ 10,00	\$ 40,00
TOTAL	100%	453,592	1,00	9,64532654	0,53	136077,6	300	157,54		287	\$ 150,00	\$ 600,00

Heladería "La Esquina"				
TURNOS	1° TURNO	2° TURNO	3° TURNO	4° TURNO
HORAS	09:00-11:00	11:00-13:00	13:00-15:00	15:00-17:00
MARTES	9	12	16	8
MIERCOLES	7	5	12	16
JUEVES	6	7	12	10
VIERNES	11	14	17	12
SÁBADO	8	9	28	16
DOMINGO	24	25	21	27
SUBTOTAL	65	72	106	89
TOTAL	332			
TOTAL MES	1328			

Heladería "Green Frost"				
TURNOS	1° TURNO	2° TURNO	3° TURNO	4° TURNO
HORAS	09:00-11:00	11:00-13:00	13:00-15:00	15:00-17:00
MARTES	4	6	16	9
MIERCOLES	7	5	6	10
JUEVES	6	3	12	11
VIERNES	11	14	17	12
SÁBADO	17	12	21	19
DOMINGO	13	15	21	23
SUBTOTAL	58	55	93	84
TOTAL	290			
TOTAL MES	1160			

Heladería "FRUTIMIX"				
TURNOS	1° TURNO	2° TURNO	3° TURNO	4° TURNO
HORAS	09:00-11:00	11:00-13:00	13:00-15:00	15:00-17:00
MARTES	2	11	16	8
MIERCOLES	7	5	6	16
JUEVES	6	3	12	7
VIERNES	11	14	17	12
SÁBADO	18	9	20	13
DOMINGO	13	15	21	23
SUBTOTAL	57	57	92	79
TOTAL	285			
TOTAL MES	1140			

Heladería "Delifruta"				
TURNOS	1° TURNO	2° TURNO	3° TURNO	4° TURNO
HORAS	09:00-11:00	11:00-13:00	13:00-15:00	15:00-17:00
MARTES	9	3	5	7
MIERCOLES	7	5	6	7
JUEVES	9	3	12	7
VIERNES	15	14	13	12
SÁBADO	9	22	24	13
DOMINGO	13	17	21	13
SUBTOTAL	62	64	81	59
TOTAL	266			
TOTAL MES	1064			

Heladería "Los Helados de la Colon"				
TURNOS	1° TURNO	2° TURNO	3° TURNO	4° TURNO
HORAS	09:00-11:00	11:00-13:00	13:00-15:00	15:00-17:00
MARTES	9	12	16	9
MIERCOLES	7	5	15	16
JUEVES	6	3	23	15
VIERNES	11	14	22	12
SÁBADO	8	9	25	15
DOMINGO	13	15	21	26
SUBTOTAL	54	58	122	93
TOTAL	327			
TOTAL MES	1308			

