



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA**

INFORME FINAL DE TRABAJO DE GRADO

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA
BEBIDA NUTRITIVA DERIVADA DE LA ZANAHORIA AMARILLA, EN
LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

AUTORA: FERNANDA PABÓN

DIRECTOR: DR. OTTO AYALA

Ibarra, Julio del 2013

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo tiene por objeto determinar la factibilidad de la creación de una microempresa productora y comercializadora de una bebida nutritiva derivada de la zanahoria amarilla, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, llevando a cabo investigación del mercado para conocer al consumidor y al producto que se encuentra posicionado en el mercado. Es importante también tener las bases teóricas para la estructuración del proyecto. De esta forma se puede establecer la demanda, oferta y precios de los jugos que se comercializan en la ciudad, con un enfoque de mercado que nos permita ver el escenario en el cual se va a comercializar el este jugo de zanahoria. Con este conocimiento se puede continuar a establecer la macro y micro localización, el tamaño y la ingeniería del proyecto, para lo cual se realizó un presupuesto de inversión para lograr un proceso productivo adecuado, para lograr niveles de operatividad eficientes. Adicionalmente se evaluó la inversión con los ingresos y egresos de presupuesto proyectado a cinco años, mediante el análisis del valor actual neto y la tasa interna de retorno, para determinar si la creación de la microempresa es justificable. Posteriormente se procedió a la estructura organizacional y funcional de la microempresa. Para finalmente analizar los impactos que genera la ejecución del proyecto en la ciudad de Ibarra.

EXECUTIVE SUMMARY

The objective of this research is to determinate the feasibility of setting-up a microenterprise to produce and to commercialize the nutritive beverage made of yellow carrot in Ibarra city – Imbabura province; performing a market research to know the consumer and the product position in the local market. It is also important to set the theoretical basis for the project structuring. In this way it's possible to establish the market approach which let us to visualize the reality where this product will be commercialized. With this knowledge, we continued to establish the macro and micro location also the size and engineering of the project, for which has been done an investment budget to achieve a right productive process to achieve efficient levels of operativity. We also evaluated the investment with incomes and outcomes of the budget projected to five years, through the analysis of the net present value and the internal rate of return to determine if the creation of the microenterprise is justifiable. Later we proceeded to structure the organizational and functional structures of the microenterprise. Finally we analyze the impacts of the execution of this project in Ibarra city.

DECLARACIÓN

Yo, Fernanda del Carmen Pabón Arévalo, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las fuentes de información que se incluyen en este documento.



Fernanda Pabón Arévalo

ACEPTACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada Fernanda del Carmen Pabón Arévalo, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría, CPA; cuyo tema es: “Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de una bebida nutritiva derivada de la zanahoria amarilla, 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, a los 31 días del mes de julio del 2013.



Dr. Otto Ayala
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO
C.C. 17085 8887-4



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

Yo, Fernanda del Carmen Pabón Arévalo, con cédula de ciudadanía n° 1002487617, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA BEBIDA NUTRITIVA DERIVADA DE LA ZANAHORIA AMARILLA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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

Nombre: Fernanda del Carmen Pabón Arévalo

C.C.: 1002487617

Ibarra, Julio de 2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

Por medio del presente documento dejo sentado mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE CIUDADANIA:	1002487617
APELLIDOS Y NOMBRES:	Pabón Arévalo Fernanda del Carmen
DIRECCIÓN:	Caranqui - Ibarra
EMAIL:	ferpabon82@hotmail.com
TELÉFONO FIJO: 2650434	TELÉFONO MOVIL: 0988584103
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA BEBIDA NUTRITIVA DERIVADA DE LA ZANAHORIA AMARILLA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR:	Fernanda del Carmen Pabón Arévalo
FECHA:	Julio 2013
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSTGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría
ASESOR/DIRECTOR:	Dr. Otto Ayala

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

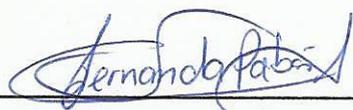
Yo, Fernanda del Carmen Pabón Arévalo, con cédula de ciudadanía n° 1002487617 en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, Julio de 2013

EL AUTOR:



Fernanda del Carmen Pabón Arévalo

C.C. 1002487617

ACEPTACIÓN:



Ing. Bethy Chávez

JEFE DE BIBLIOTECA

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso

*A mi Madre por toda mi educación,
y por ayudarme a llegar a esta anhelada meta.*

*A mi Novio por brindarme todo su apoyo
y estar siempre a mi lado.*

AGRADECIMIENTO

Deseo expresar mi gratitud a las personas cuyo interés y cooperación fueron de incalculable valor:

A Dios Todopoderoso, poseedor de todos los conocimientos y misterios del universo, por darme y conservarme la vida, la sabiduría y la perseverancia para continuar en los momentos más difíciles de mi formación como profesional.

A mi Madre y mi Novio, las personas más importantes de mi vida, por su amor y comprensión incondicional, han sido los fieles pilares de mi vida.

A mis **Docentes**, que con sus conocimientos, paciencia y sin esperar nada a cambio han sido capaces de formar personas competitivas en la sociedad, para ser un profesional merecedor de haberse formado en la Universidad Técnica del Norte.

A todos infinitas gracias.

PRESENTACIÓN

En las últimas décadas la producción de jugos envasados ha mantenido una notable tendencia de crecimiento en el mercado nacional y con ello la aparición de nuevos competidores que hace que en el mercado se ofrezca productos que establezcan la diferencia ante las exigencias del consumidor.

La finalidad de nuestro proyecto es presentar una alternativa basada en un nuevo sabor de jugo envasado para que deguste el consumidor.

El capítulo uno muestra la investigación del mercado, las tendencias de consumo y el análisis del perfil del consumidor y del producto sustituto del mercado en estudio mediante la información primaria, esto es la realización de encuestas.

El capítulo dos contiene el fundamento teórico del proyecto, el cual permitió estructurar sistemáticamente, y tener resultados para un enfoque en cada uno de los componentes del proyecto.

En el capítulo tres se establece que en la ciudad de Ibarra no se comercializa jugo de zanahoria envasado. Se analizó la demanda, oferta y precios de los jugos sustitutos, para con estos datos establecer el pronóstico de ventas y el precio para nuestro producto.

En el capítulo cuatro se mostrará todo el proceso de producción de jugos, desde la recepción de las materias primas hasta el almacenamiento del producto. Para ello se ha considerado la disponibilidad y requerimientos de materia prima e insumos, mano de obra, maquinaria y capital.

En el capítulo cinco se realiza la evaluación financiera del proyecto, en el cual se determina la inversión requerida, las fuentes de financiamiento, los

ingresos y egresos que incurren su operatividad logrando así establecer la utilidad del proyecto, y con la aplicación de criterios de evaluación financiera se logra establecer la factibilidad del proyecto.

En el capítulo seis se plantea la estructura organizacional interna y los requerimientos legales para la constitución de la microempresa, tomando en cuenta la visión, misión, políticas y valores.

En el capítulo siete se analiza los impactos que genera la ejecución del proyecto en los campos económico, social, comercial y ambiental, para así poder establecer un impacto general para la ciudad de Ibarra.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	xiii
ÍNDICE DE CUADROS	xix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xxiv
INTRODUCCIÓN	26
JUSTIFICACIÓN	27
OBJETIVOS	28

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL 30

ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS.....	30
OBJETIVOS.....	31
GENERAL.....	31
ESPECÍFICOS.....	31
VARIABLES DIAGNÓSTICAS	32
CONSUMIDORES	32
PRODUCTO	32
PRODUCCIÓN	32

OFERTA/DEMANDA	33
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	34
DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO	35
POBLACIÓN	35
MUESTRA	35
INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	36
INFORMACIÓN PRIMARIA	36
INFORMACIÓN SECUNDARIA	37
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	37
DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades y RIESGOS.....	53
ALIADOS	53
OPONENTES	53
Oportunidades.....	53
RIESGOS.....	54
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	56
ZANAHORIA.....	56
MORFOLOGÍA Y TAXONOMÍA	56
ORIGEN.....	57
VALOR NUTRICIONAL.....	57
PROCESOS DE PRODUCCIÓN.....	58
EMPRESA	59
DEFINICIÓN	59
MICROEMPRESA	60
VISIÓN.....	60
MISIÓN	61
ESTUDIO DE MERCADO	61
DEMANDA.....	62
OFERTA	62

DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	63
PRODUCTO	63
MERCADO.....	64
PRECIO	64
PROMOCIÓN	65
COMERCIALIZACIÓN	65
ESTUDIO TÉCNICO	66
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	66
TAMAÑO DEL PROYECTO	67
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	68
ASPECTOS ECONOMICOS.....	68
BALANCE GENERAL	68
ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS.....	69
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO O DE FONDOS.....	72
EVALUADORES FINANCIEROS.....	73

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO.....	76
INTRODUCCIÓN	76
OBJETIVOS.....	76
GENERAL.....	76
ESPECÍFICOS.....	76
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	77
PRODUCTO	77
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	78
CLASIFICACIÓN DE JUGOS POR SU CONTENIDO DE FRUTA.....	78
SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	80
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	82
DEMANDA ACTUAL DE LOS JUGOS ENVASADOS.....	83
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	84
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	85

PRONÓSTICO DE VENTAS	86
DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO	87
ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.....	88
SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN	88
PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	88
MARCA.....	91
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	91
CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO.....	92

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO	94
LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	94
MACRO LOCALIZACIÓN.....	94
MICRO LOCALIZACIÓN	95
DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN OPTIMA	96
TAMAÑO DEL PROYECTO	97
TAMAÑO DEL MERCADO.....	98
CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	98
DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA.....	99
DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA	99
DISPONIBILIDAD DE CAPITAL.....	100
INGENIERIA DEL PROYECTO.....	100
DISEÑO DE INSTALACIONES	100
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA.....	102
REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA.....	103
REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	103
PROCESO DE PRODUCCIÓN	105
CONTROL DE CALIDAD	113
ENTREGA DEL PRODUCTO.....	115

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO.....	116
PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN.....	116
INVERSIÓN FIJA	116
INVERSIÓN DIFERIDA.....	119
INVERSIÓN VARIABLE	119
RESUMEN DE LA INVERSIÓN.....	126
PRESUPUESTO DE INGRESOS	127
PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	127
COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	128
GASTOS ADMINISTRATIVOS	131
GASTOS DE VENTAS	133
GASTOS FINANCIEROS.....	133
GASTOS DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	134
RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.....	136
BALANCE DE ARRANQUE	136
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	137
FLUJO DE CAJA.....	138
EVALUACIÓN FINANCIERA	139
COSTO DE OPORTUNIDAD (CK)	139
VALOR PRESENTE NETO (VAN)	140
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	141
BENEFICIO / COSTO (B/C)	143
PUNTO EQUILIBRIO	143
PERIODO DE RECUPERACIÓN	145

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL	146
LA EMPRESA	146
NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	147
MISIÓN	147

VISIÓN.....	147
PRINCIPIOS Y VALORES	148
POLITICAS	149
OBJETIVOS ESTRATEGICOS	149
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	150
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	151
ASPECTOS LEGALES	154
OBTENER EL RUC	154
PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS	154
INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS..	154
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	155
CAPÍTULO VII	
ANÁLISIS DE IMPACTOS	156
IMPACTO ECONÓMICO	157
IMPACTO SOCIAL.....	158
IMPACTO COMERCIAL.....	159
IMPACTO AMBIENTAL.....	160
IMPACTO GENERAL.....	161
CONCLUSIONES	162
RECOMEDACIONES	163
BIBLIOGRAFÍA	164
ANEXOS.....	166

ÍNDICE DE CUADROS

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Cuadro N° 1. Tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra.....	35
Cuadro N° 2. Frecuencia de consumo de jugos envasados	38
Cuadro N° 3. Tipo de bebida que el consumidor prefiere	39
Cuadro N° 4. Marcas preferidas.....	40
Cuadro N° 5. Precios	41
Cuadro N° 6. Presentación que prefiere el consumidor	42
Cuadro N° 7. Características que demandan del producto	43
Cuadro N° 8. Posible aceptación del jugo de zanahoria	44
Cuadro N° 9. Sabores que el consumidor prefiere.....	45
Cuadro N° 10. Tamaño de envase que adquiere el consumidor	46
Cuadro N° 11. Adquisición mensual de jugos	47
Cuadro N° 12. Maquinaria e implementos	48
Cuadro N° 13. Materia prima indirecta.....	50
Cuadro N° 14. Otros CIF.....	50

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Cuadro N° 15. Morfología y Taxonomía de la Zanahoria	56
Cuadro N° 16. Valor Nutricional	56
Cuadro N° 17. Sistema de Producción	56
Cuadro N° 18. Costos de Producción	70

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Cuadro N° 19. Composición Nutricional.....	78
--	----

Cuadro N° 20. Adquisición mensual de jugos naturales	83
Cuadro N° 21. Adquisición mensual de jugos naturales del Comisariato Municipal.....	84
Cuadro N° 22. Proyección de la Demanda	84
Cuadro N° 23. Productores de bebidas de jugos naturales	85
Cuadro N° 24. Pronóstico de Ventas	86
Cuadro N° 25. Precios de jugos en el mercado	87
Cuadro N° 26. Proyección de Precios.....	87

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Cuadro N° 27. Método cualitativo por puntos.....	97
Cuadro N° 28. Ventas pronosticadas.....	98
Cuadro N° 29. Infraestructura	100
Cuadro N° 30. Requerimiento de maquinaria y equipo.....	102
Cuadro N° 31. Requerimiento de mano de obra directa	103
Cuadro N° 32. Fórmula	103
Cuadro N° 33. Requerimiento de materia prima e insumos.....	104
Cuadro N° 34. Envases	104
Cuadro N° 35. Medidas de Control de Calidad	114

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO

Cuadro N° 36 Bienes Inmuebles.....	117
Cuadro N° 37 Maquinaria y Equipo.....	117
Cuadro N° 38 Equipo de Computación	118
Cuadro N° 39 Muebles y Enseres.....	118
Cuadro N° 40 Vehículo	118
Cuadro N° 41 Inversión Fija.....	119
Cuadro N° 42 Gastos de Constitución	119

Cuadro N° 43 Materia Prima Directa.....	120
Cuadro N° 44 Mano de Obra Directa	121
Cuadro N° 45 Materia Prima Indirecta	122
Cuadro N° 46 Servicios Básicos de Producción	122
Cuadro N° 47 Otros Costos Indirectos de Fabricación	123
Cuadro N° 48 Costos de Producción	123
Cuadro N° 49 Sueldos Administrativos	124
Cuadro N° 50 Servicios Básicos de Administración.....	124
Cuadro N° 51 Materiales de Oficina.....	125
Cuadro N° 52 Gastos de Administración	125
Cuadro N° 53 Gastos de Venta.....	126
Cuadro N° 54 Capital de Trabajo	126
Cuadro N° 55 Estructura de la Inversión.....	126
Cuadro N° 56 Ingresos Proyectados.....	127
Cuadro N° 57 Materia Prima Directa Proyectada.....	128
Cuadro N° 58 Mano de Obra Directa Proyectada	128
Cuadro N° 59 Materia Prima Indirecta Proyectada	129
Cuadro N° 60 Servicios Básicos de Producción Proyectados	130
Cuadro N° 61 Costos Indirectos de Fabricación Proyectados	130
Cuadro N° 62 Costos de Producción Proyectados	130
Cuadro N° 63 Costo de Producción Unitario Proyectado.....	131
Cuadro N° 64 Sueldos Administrativos Proyectados	131
Cuadro N° 65 Materiales de Oficina Proyectados.....	131
Cuadro N° 66 Servicios Básicos de Administración Proyectados	132
Cuadro N° 67 Gastos de Administración Proyectados.....	132
Cuadro N° 68 Gastos Publicidad Proyectada	133
Cuadro N° 69 Gastos de Ventas Proyectados	133
Cuadro N° 70 Financiamiento	134
Cuadro N° 71 Tabla de amortización	134
Cuadro N° 72 Depreciación y Amortización	135
Cuadro N° 73 Depreciación y Amortización Proyectados	135
Cuadro N° 74 Resumen de Costos y Gastos Proyectados	136

Cuadro N° 75 Estado de Situación Inicial	136
Cuadro N° 76 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	137
Cuadro N° 77 Flujo de Caja	138
Cuadro N° 78 Costo de Oportunidad	139
Cuadro N° 79 Tasa de Redescuento	140
Cuadro N° 80 Cálculo del Valor Actual Neto.....	140
Cuadro N° 81 VAN con Tasa Inferior	141
Cuadro N° 82 VAN con Tasa Superior.....	142
Cuadro N° 83 Punto de Equilibrio	144
Cuadro N° 84 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	145

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Cuadro N° 85 Funciones del Gerente	151
Cuadro N° 86 Funciones del Operario	153

CAPÍTULO VII

ANÁLISIS DE IMPACTOS

Cuadro N° 87 Tabla de Valoración de Impactos	156
Cuadro N° 88 Impacto Económico.....	157
Cuadro N° 89 Impacto Social.....	158
Cuadro N° 90 Impacto Comercial	159
Cuadro N° 91 Impacto Ambiental.....	160
Cuadro N° 92 Impacto General.....	161

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Gráfico N° 1. Frecuencia de consumo de jugos envasados	38
Gráfico N° 2. Tipo de bebida que el consumidor prefiere	39
Gráfico N° 3. Marcas preferidas.....	40
Gráfico N° 4. Precios	41
Gráfico N° 5. Presentación que prefiere el consumidor	42
Gráfico N° 6. Características que demandan del producto	43
Gráfico N° 7. Posible aceptación del jugo de zanahoria	44
Gráfico N° 8. Sabores que el consumidor prefiere.....	45
Gráfico N° 9. Tamaño de envase que adquiere el consumidor.....	46
Gráfico N° 10. Adquisición mensual de jugos	47

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Gráfico N° 11. PEA del Cantón Ibarra.....	80
Gráfico N° 12. Perfil Económico del Cantón Ibarra	80

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CAPÍTULO I

DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Ilustración N° 1. Ubicación Geográfica del Cantón Ibarra.....	30
---	----

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Ilustración N° 2. Jugo de Zanahoria.....	77
Ilustración N° 3. Clasificación de los jugos por su contenido de fruta	79
Ilustración N° 4. Principal fuente de consumo de los hogares	81
Ilustración N° 5. Canal de Distribución.....	88
Ilustración N° 6. Envase de jugo de zanahoria	89
Ilustración N° 7. Etiqueta	90
Ilustración N° 8. Información Nutricional	90
Ilustración N° 9. Logotipo	91

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

Ilustración N° 10. Mapa de ubicación de Ibarra	95
Ilustración N° 11. Croquis de micro localización	96
Ilustración N° 12. Plano de instalaciones.....	101
Ilustración N° 13. Diagrama de flujo del Proceso de Producción	105
Ilustración N° 14. Área de Producción	106
Ilustración N° 15. Recepción de Materia Prima.....	107
Ilustración N° 16. Tratamiento de Agua	108
Ilustración N° 17. Despuntado	108
Ilustración N° 18. Lavado	108
Ilustración N° 19. Escaldado	109

Ilustración N° 20. Licuadora Industrial	110
Ilustración N° 21. Extractor de cítricos	110
Ilustración N° 22. Pasteurización	111
Ilustración N° 23. Tolva de alimentación	111
Ilustración N° 24. Capuchón termoencogible	112
Ilustración N° 25. Pistola de secado	112
Ilustración N° 26. Impresora Inkjet	112
Ilustración N° 27. Armario de refrigeración	113
Ilustración N° 28. Diagrama de flujo de atención al cliente	115

CAPÍTULO VI

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

Ilustración N° 29 Razón Social.....	147
Ilustración N° 30 Organigrama Estructural.....	150

INTRODUCCIÓN

Actualmente la zanahoria se ha mostrado como un remedio natural contundente. La moderna investigación sobre las vitaminas que contiene contribuyó a ello en gran medida.

Durante siglos, el estudio de la naturaleza y la vida ha sido decisivo, pues gracias a este se ha llegado a conocer todos los beneficios y virtudes que ofrecen los productos naturales. La zanahoria es uno de ellos, pero pocos conocen sus verdaderas bondades, el color naranja que la caracteriza se debe a la presencia de carotenos, entre ellos el betacaroteno o pro-vitamina A, pigmento natural que el hígado transformará en vitamina A que no sólo ayuda a una mejor visión, sino que previene la aparición de cánceres (especialmente de pulmón y de boca), impide el desarrollo de células cancerosas, nos protege contra posibles infartos y otras enfermedades cardíacas.

La alimentación y nutrición integral de origen natural puede garantizar la mayoría de los aportes esenciales para que el cuerpo mantenga su armonía funcional y equilibrio perfectos. Esto no sucede con la alimentación artificial, por lo que la deficiencia de estos nutrientes representa la manifestación de la mayoría de las enfermedades.

El objetivo fundamental del presente proyecto es determinar la factibilidad de mercado, técnica, económica, financiera y ambiental que le de sustentabilidad y sostenibilidad a la operatividad de la microempresa propuesta.

Para esto se realizará un estudio de mercado el cual servirá para determinar la cantidad de consumidores que podrían adquirir el producto propuesto, además un estudio técnico para un óptimo y adecuado

proceso de producción, todo esto para tener una visión más clara sobre las oportunidades que tiene el producto para entrar al mercado potencial.

JUSTIFICACIÓN

La necesidad de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de una bebida nutritiva derivada de la zanahoria amarilla es muy importante ya que existe una gran deficiencia de vitamina A que de entre todas las verduras utilizadas normalmente, la zanahoria es una de las más ricas en vitaminas y minerales. Por eso se viene utilizando en medicina tradicional desde hace mucho tiempo. La zanahoria es una fuente excepcional de antioxidantes naturales. Es muy rica en betacaroteno (sustancia a la que debe su color naranja) pigmento transformado en vitamina A por el hígado.

El jugo de zanahoria ha sido tradicionalmente empleado también para acabar con las lombrices intestinales. Es efectivo para combatir el estreñimiento, pues regula el tránsito, y por ello ayuda también en la prevención del cáncer de colon. Pero es que al tiempo combate la diarrea, gracias a la presencia abundante de pectinas.

El aumento del consumo de jugos envasados industrialmente frente a los preparados en el hogar, en concordancia con los cambios en los hábitos de consumo, que han hecho aumentar las comidas y bebidas fuera del hogar; ha sido una de las principales razones que explica el dinamismo de la producción y de las ventas de estos productos, dicho aumento ha estado apoyado por una agresiva estrategia publicitaria cuya tendencia es a promover el consumo de productos naturales.

Es importante resaltar que la microempresa es una de las unidades productivas más dinámicas que han tenido éxito a nivel nacional. Con la

implementación de la microempresa de producción y comercialización del jugo de zanahoria se podrá dar el valor agregado a la zanahoria al producir jugo envasado dirigido a un segmento de la población que tiene como hábito en su dieta alimenticia este tipo de productos. Uno de los segmentos de mercado para ubicar el producto son las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra.

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de una bebida derivada de la zanahoria amarilla en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno para determinar aliado, oponente, riesgos y oportunidades.
- Definir las bases teóricas a través de la investigación bibliográfica que apoye al proyecto propuesto.
- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda, precios y comercialización del producto.
- Realizar un estudio técnico para establecer la localización y la inversión que requiera el proyecto.
- Elaborar un estudio económico financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

- Proponer la estructura organizacional y funcional de la microempresa para la adecuada y eficiente administración.
- Determinar los principales impactos que genere el proyecto en los ámbitos económico, social, comercial y ambiental.

CAPÍTULO I

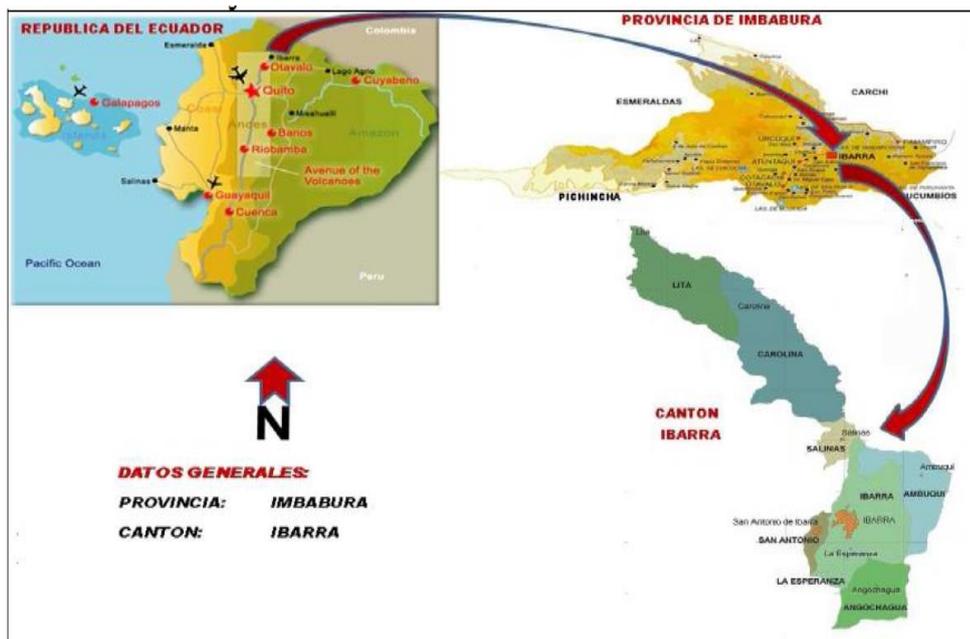
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES DIAGNÓSTICOS

En el Plan de desarrollo del Gobierno Autónomo Descentralizado de San Miguel de Ibarra, se determina que la localización geográfica de Ibarra es estratégica a nivel provincial debido a la corta distancia entre Ibarra y los cantones de la provincia de Imbabura, a su vez la cercanía con la frontera con Colombia, el acceso a los puertos marítimos de Esmeraldas y San Lorenzo en la provincia de Esmeraldas, la conexión con la provincia de Sucumbíos y el centro sur del Ecuador desde la provincia de Pichincha. Permiten tener una ubicación privilegiada que ha desarrollado una relación próxima de intercambio comercial, poblacional y de servicios con los territorios aledaños al Cantón.

Ilustración N° 1

UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: Información Geográfica de la Provincia de Imbabura, IGM. 2005.

Elaborado por: La Autora - 2013

De acuerdo el censo realizado por el INEC en 2010, la ciudad de Ibarra tiene una población total de 181.175 habitantes, de los cuales el 48% son hombres y el 52% mujeres.

Según el INEC en el censo económico 2011, en Ibarra de los 9485 establecimientos económicos, el 8,67% de se dedican a la industria manufacturera con el 9,25% de personal ocupado, el 57,12% se dedican al comercio al por mayor y menor con 33,20% de personal ocupado.

El mercado de jugos y conservas de frutas, empezó a desarrollarse en el año 1960; Industrias Conserveras del Guayas fue una de las empresas pioneras en la incursión de este mercado, actualmente empresas como Agrícola e Industrial Ecuaplantation S.A., Industrias Conserveras Guayas S.A., y Quicornac S.A., son industrias modernas con estándares de tecnología muy avanzados.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional del entorno que permita identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, para la creación de una microempresa productora y comercializadora una bebida nutritiva de zanahoria amarilla.

1.2.2 ESPECÍFICOS

- Analizar el comportamiento de los consumidores de la ciudad de Ibarra.

- Describir características de los productos sustitutos al producto del proyecto.
- Identificar los sistemas de producción de jugos envasados.
- Determinar la oferta y la demanda de jugos envasados.

1.3 VARIABLES DIAGNÓSTICAS

1.3.1 CONSUMIDORES

- * Hábitos de consumo
- * Gustos
- * Preferencias
- * Comportamiento

1.3.2 PRODUCTO

- * Precios
- * Sabor
- * Presentación
- * Características

1.3.3 PRODUCCIÓN

- * Tecnología
- * Control de calidad
- * Volumen de producción
- * Materia prima e insumos
- * Mano de obra
- * CIF

1.3.4 OFERTA/DEMANDA

- * Número y dispersión geográfica
- * Tendencias de consumo
- * Tasa de consumo y el periodo en que se realizan
- * Competencia
- * Canales de comercialización

1.4 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICAS	PUBLICO META
Analizar el comportamiento de los consumidores de la ciudad de Ibarra.	CONSUMIDORES	<ul style="list-style-type: none"> * Hábitos de consumo * Gustos * Preferencias * Comportamiento 	Primaria	Encuesta	Tiendas Abastos
Describir características de los productos sustitutos al producto del proyecto.	PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> * Precio * Sabor * Presentación * Características 	Primaria	Encuesta Observación	Tiendas Abastos
Identificar los sistemas de producción de jugos envasados.	PRODUCCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> * Tecnología * Control de calidad * Volumen de producción * Materia prima e insumos * Mano de obra * CIF 	Primaria Secundaria	Entrevista Documentos	Experto
Determinar la oferta y la demanda de jugos envasados.	OFERTA/DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> * Número y dispersión geográfica * Tendencias de consumo * Tasa de consumo y el periodo en que se realizan * Competencia * Canales de comercialización 	Primaria Secundaria	Encuesta Documentos	Tiendas Abastos Municipio de Ibarra

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.5 DESARROLLO OPERATIVO DEL DIAGNÓSTICO

1.5.1 POBLACIÓN

Para la presente investigación se ha tomado como población a las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra (Ver Anexo 1 y 2) como se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 1
TIENDAS Y ABASTOS
DE LA CIUDAD DE IBARRA

DETALLE	CANT.
Tiendas	1.265
Abastos	119
Total	1.384

Fuente: Municipio de Ibarra - 2011

Elaborado por: La Autora

1.5.2 MUESTRA

La población conformada por las tiendas y abastos por ser mayores a 100 unidades se procederá al cálculo de la muestra a través de la siguiente fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

z = Nivel de confianza

d = Desviación de la población al cuadrado o varianza

e = Error muestral.

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

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

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

$$n = 301$$

1.6 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

1.6.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

a. ENCUESTA

Aplicadas mediante un cuestionario dirigido los comerciantes de las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra, los cuales aportaron datos sobre la compra y venta de jugos envasados, gustos y preferencias de los consumidores.

b. ENTREVISTA

Se solicitó información a un ingeniero agrónomo, experto con experiencia en la elaboración de jugos y extracción de pulpa, quien aportó con información sobre los requerimientos para la elaboración del jugo de zanahoria del presente estudio de factibilidad.

c. OBSERVACIÓN

Aplicada a los comerciantes a través de la degustación del producto durante la aplicación de la encuesta.

1.6.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

- Textos especializados
- Documentos oficiales
- Publicaciones
- Periódicos
- Internet

1.7. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Después de aplicadas las encuestas a los comerciantes de las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra, y realizada la entrevista al Ing. Lenin Alvear, experto en la elaboración de jugos, se presentará el análisis de los resultados.

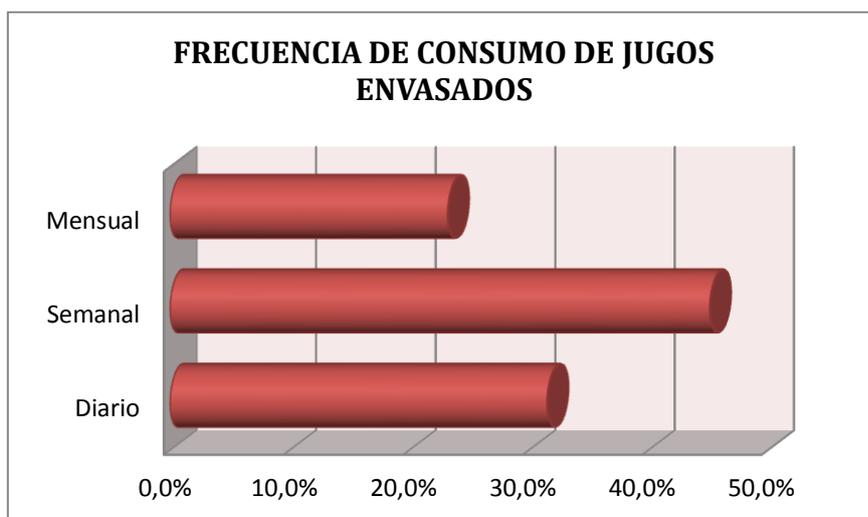
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES

1. ¿Con qué frecuencia los consumidores adquieren jugos envasados?

Cuadro N° 2
FRECUENCIA DE CONSUMO DE JUGOS ENVASADOS

Variable	Fr.	%
Diario	95	31,6%
Semanal	136	45,2%
Mensual	70	23,3%
Total	301	100,00%

Gráfico N° 1



ANÁLISIS

Los consumidores demandan los jugos envasados con una frecuencia mayor de cada semana del 45,2%, el consumo diario no es muy frecuente con un 31,6%, seguido por un consumo mensual de sólo el 23,3%. Por lo tanto el consumidor prefiere adquirir los jugos de forma semanal, para lo cual se le deberá entregar nuestro jugo de forma semanal o quincenal.

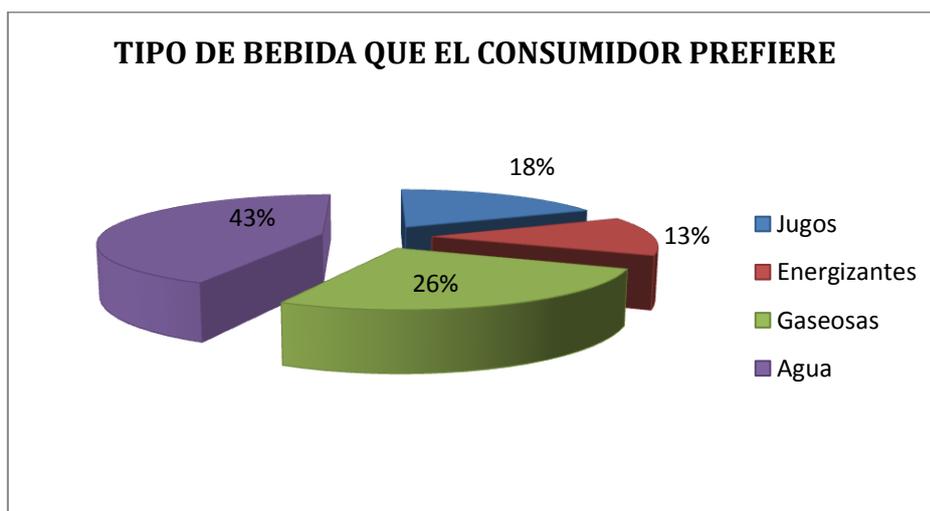
2. ¿Qué tipo de bebida adquieren los consumidores?

Cuadro N° 3

TIPO DE BEBIDA QUE EL CONSUMIDOR PREFIERE

Variable	Fr.	%
Jugos	55	18,3%
Energizantes	39	13,0%
Gaseosas	78	25,9%
Agua	129	42,9%
Total	301	100,0%

Gráfico N° 2



ANÁLISIS

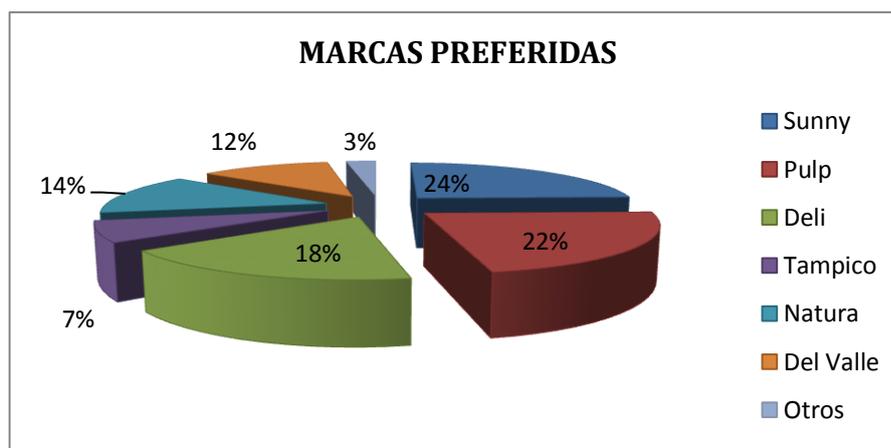
El consumidor prefiere el agua embotellada con el 42,9%, seguido por el consumo de gaseosas con el 25,9%, después está el consumo de jugos con el 18,3%, seguido por los energizantes con el 13%. Por lo tanto la preferencia de los consumidores en general está en el agua, dejando en tercer lugar el consumo de los jugos naturales, para lo cual habrá que hacer conciencia al consumidor final sobre la importancia de adquirir jugos naturales.

3. ¿Qué marca de jugos prefiere el consumidor?

Cuadro N° 4
MARCAS PREFERIDAS

Variable	Fr.	%
Sunny	74	24,6%
Pulp	67	22,3%
Deli	54	17,9%
Tampico	21	7,0%
Natura	42	14,0%
Del Valle	35	11,6%
Otros	8	2,7%
Total	301	100,0%

Gráfico N° 3



ANÁLISIS

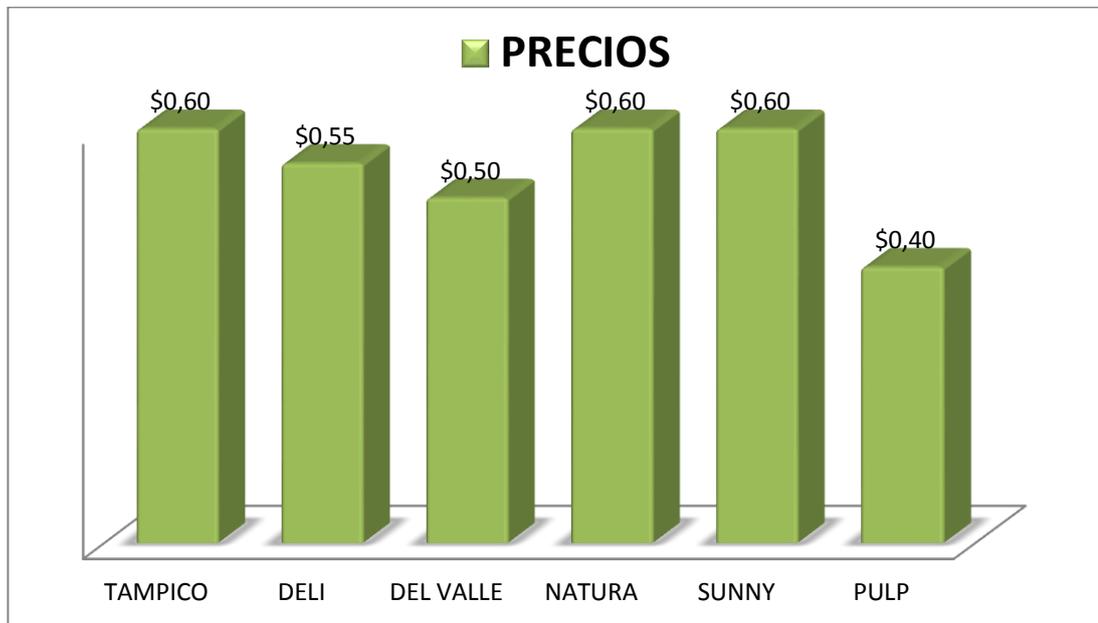
Las marcas de jugos más vendidas por las tiendas y abastos son Sunny y Pulp con el 24,6% y 22,3% respectivamente, seguido por el jugo Deli con el 17,9%. Así tenemos las de menos preferencia de consumo, del Valle con el 11,6% y Natura con el 14%. Con estos datos se tomará como referencia de estudio como productos sustitutos del jugo de zanahoria, los jugos Sunny, Pulp y Deli.

4. ¿Qué precio tienen los siguientes productos?

Cuadro N° 5

PRECIOS	
TAMPICO	\$ 0,60
DELI	\$ 0,55
DEL VALLE	\$ 0,50
NATURA	\$ 0,60
SUNNY	\$ 0,60
PULP	\$ 0,40

Gráfico N° 4



ANÁLISIS

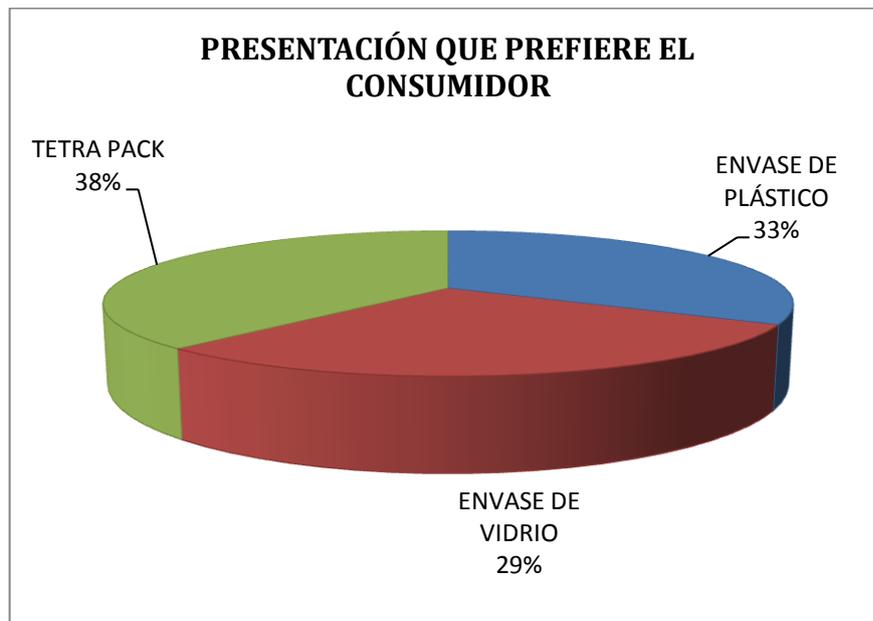
En cuanto al precio de los jugos naturales que tomaremos para el presente estudio pudimos determinar en la pregunta anterior, entre Sunny con un precio de venta de \$0,60 y Deli \$ 0,55, tenemos un precio promedio de \$0,58 por unidad, como precio de referencia para el jugo de zanahoria.

5. ¿Los jugos naturales que adquieren los consumidores los prefiere en envases de?

Cuadro N° 6
PRESENTACIÓN QUE PREFERE EL CONSUMIDOR

Variable	Fr.	%
ENVASE DE PLÁSTICO	99	32,9%
ENVASE DE VIDRIO	87	28,9%
TETRA PACK	115	38,2%
Total	301	100,0%

Gráfico N° 5



ANÁLISIS

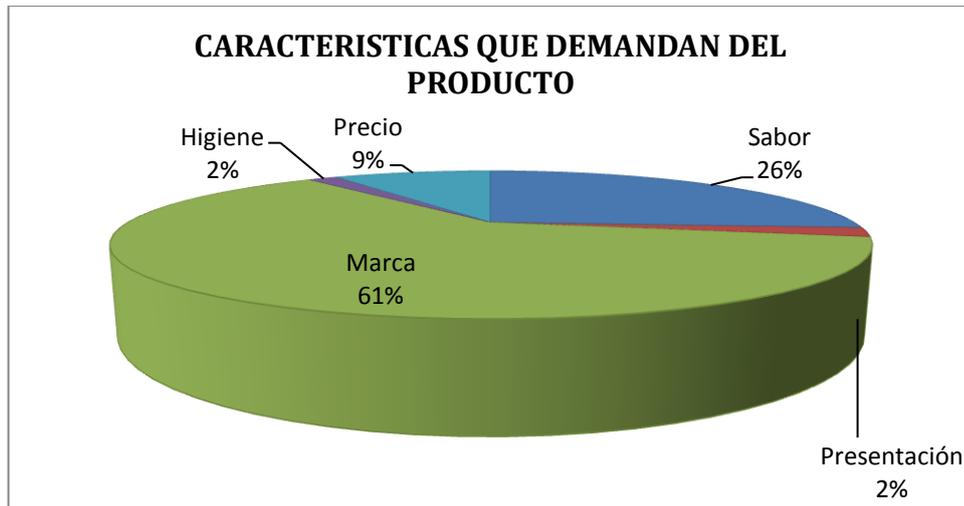
En cuanto al envase preferido por los consumidores al momento de comprar un jugo natural, los envases tetra pack son los preferidos con el 38% de aceptación, seguido por los envases de plástico con un 33% y los de vidrio con el 29%. Por lo tanto debido a los costos de estos envases tomaremos la preferencia promedio que en este caso sería los envases de plástico para el jugo de zanahoria.

6. ¿Qué características demandan los consumidores en este tipo de productos?

Cuadro N° 7
CARACTERÍSTICAS QUE DEMANDAN DEL PRODUCTO

Variable	Fr.	%
Sabor	79	26,2%
Presentación	6	2,0%
Marca	184	61,1%
Higiene	5	1,7%
Precio	27	9,0%
Total	301	100,0%

Gráfico N° 6



ANÁLISIS

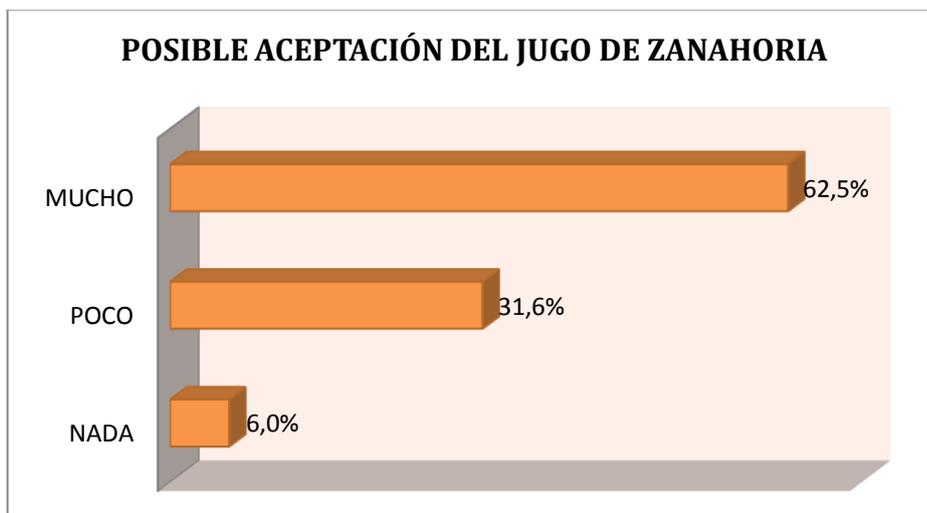
Al consultar sobre las características más importante que considera el consumidor al elegir un jugo, de entre 5 características, obtuvimos los siguientes resultados, el 61% consideran que la marca es determinante al momento de elegir el producto, seguido del sabor con el 26%, el precio con el 9%, la presentación e higiene con apenas el 2%. Por lo tanto podemos ver que la marca es muy importante para lo cual se deberá promocionar el producto para darlo a conocer.

7. Después de degustar el jugo de zanahoria. ¿Cree que el jugo de zanahoria envasado tenga aceptación entre los consumidores?

Cuadro N° 8
POSIBLE ACEPTACIÓN DEL JUGO DE ZANAHORIA

Variable	Fr.	%
NADA	18	6,0%
POCO	95	31,6%
MUCHO	188	62,5%
Total	301	100,0%

Gráfico N° 7



ANÁLISIS

Después de degustar el jugo de zanahoria, obtuvimos los siguientes resultados, el 62,5% aceptaron con el producto, el 31,6% tuvieron dudas en su aceptación, y sólo el 6% no estuvo de acuerdo con el producto. Debido al conocimiento que el consumidor tiene acerca del sabor de la zanahoria, el solo escuchar un jugo de este tipo causa rechazo, sin embargo al degustarlo se pudo observar que el concepto anterior cambia en ese momento ya que el jugo de zanahoria tiene una leve combinación con naranja que le da un sabor muy agradable.

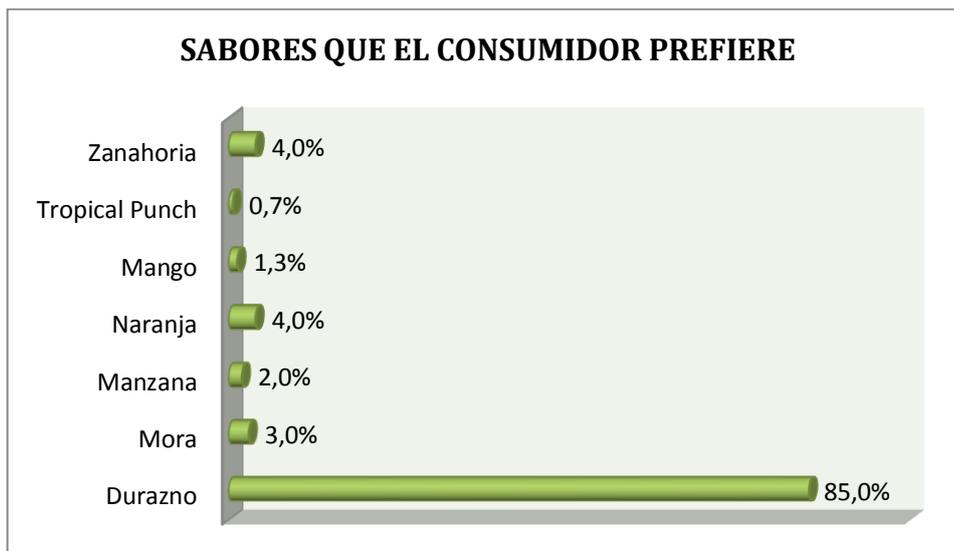
8. ¿Qué sabor de jugo prefiere el consumidor?

Cuadro N° 9

SABORES QUE EL CONSUMIDOR PREFERE

Variable	Fr.	%
Durazno	256	85,0%
Mora	9	3,0%
Manzana	6	2,0%
Naranja	12	4,0%
Mango	4	1,3%
Tropical Punch	2	0,7%
Zanahoria	12	4,0%
	301	100,0%

Gráfico N° 8



ANÁLISIS

En cuanto al sabor de los jugos naturales más adquiridos son: el durazno (85%), naranja y zanahoria (4%). En tercer lugar es considerada la mora (3%) seguido de manzana (2%), mango (1,3%) y tropical punch (0,7) un nuevo sabor de tampico siendo una combinación de naranja, piña y cereza. Así también se busca presentar una nueva combinación de naranja y zanahoria, que después de degustarlo tuvo una buena aceptación.

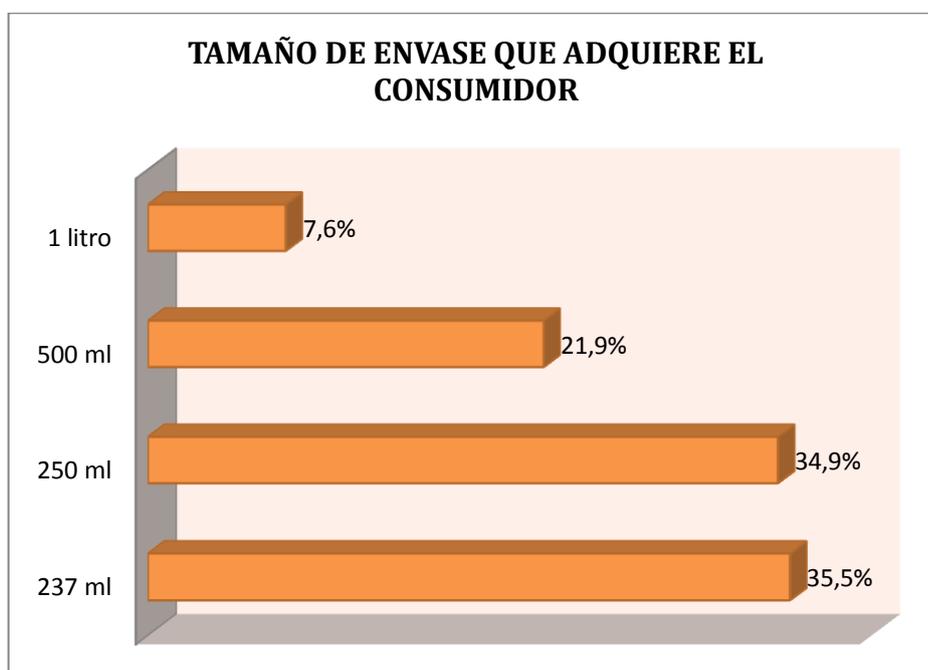
9. ¿Qué tamaño de envase usualmente compra el consumidor?

Cuadro N° 10

TAMAÑO DE ENVASE QUE ADQUIERE EL CONSUMIDOR

Variable	Fr.	%
237 ml	107	35,5%
250 ml	105	34,9%
500 ml	66	21,9%
1 litro	23	7,6%
Total	301	100,00%

Gráfico N° 9



ANÁLISIS

La preferencia de los consumidores en cuanto al tamaño del envase está en los envases más comunes de las tiendas y abastos que es de 250 ml con 34,9% y de 237 ml con 35,5%, seguido por los envases de 500ml con el 21,9% y los de 1 litro con el 7,6%. Por lo tanto la presentación del jugo de zanahoria será en un envase de 250 ml.

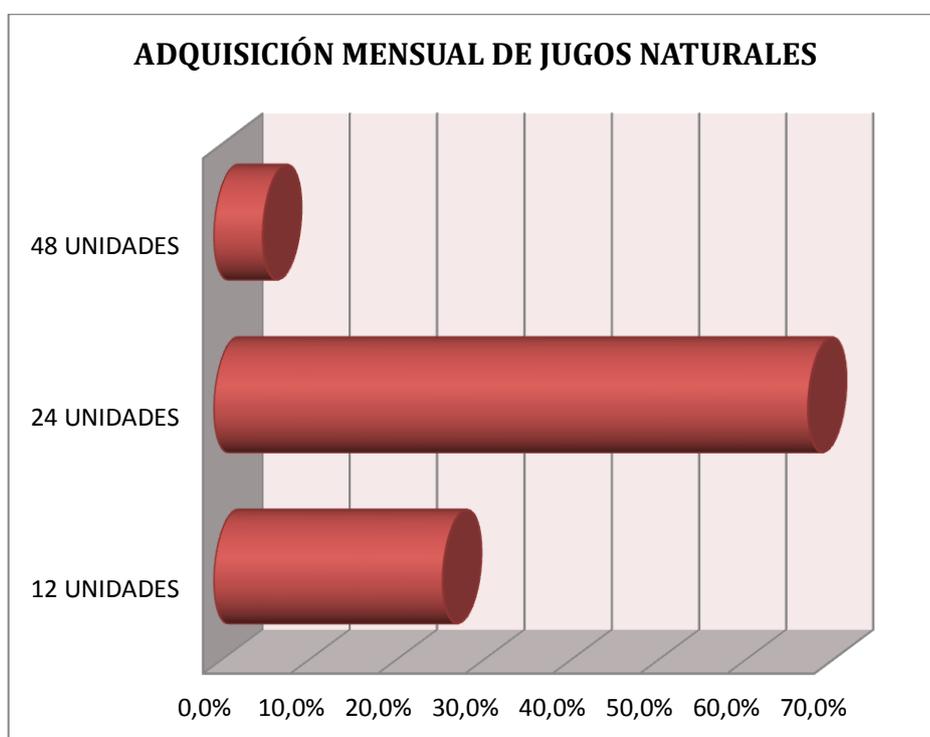
10. ¿Qué cantidad compra mensualmente de jugos envasados?

Cuadro N° 11

ADQUISICIÓN MENSUAL DE JUGOS NATURALES

Variable	Fr.	%
12 UNIDADES	79	26,2%
24 UNIDADES	205	68,1%
48 UNIDADES	17	5,6%
Total	301	100,00%

Gráfico N° 10



ANÁLISIS

Los comerciantes de las tiendas y abastos adquieren mensualmente en un 26,2% 12 unidades, el 68,1% adquieren 24 unidades, y solo el 5,6% adquieren 48 unidades al mes. Por lo tanto podemos ver que la demanda de jugos naturales para la venta se la puede satisfacer quincenalmente.

ENTREVISTA DIRIGIDA A UN EXPERTO

Entrevista realizada al Ing. Lenin Alvear, Ingeniero Agroindustrial graduado en la Universidad Técnica del Norte, el día lunes 08 de julio del 2013, quien tiene su microempresa de producción y comercialización de yogurts en la ciudad de Cotacachi, provincia de Imbabura.

1. ¿Qué maquinaria e implementos se requiere para la producción de un jugo de zanahoria para ser envasado?

Para el proceso de producción del jugo de zanahoria se requiere de maquinaria e implementos de acuerdo a la cantidad que se va a producir diariamente. En este caso se necesita lo siguiente:

Cuadro N° 12
MAQUINARIA E IMPLEMENTOS

CANT.	DETALLE	VALOR UNITARIO
1	Marmita acero inoxidable 300 lt	2.000,00
1	Armario de refrigeración de dos puertas	1.500,00
1	Purificador de agua por ósmosis	1.000,00
1	Impresora Inkjet	3.500,00
1	Extractor manual de cítricos acero inoxidable	400,00
1	Licuada industrial acero inoxidable 20 lt	700,00
1	Tolva de alimentación acero inoxidable	500,00
2	Estufa de piso de hierro negro	80,00
1	Mesa de acero inoxidable	500,00
2	Caldero industrial aluminio n°60	130,00
1	Refractómetro escala = 0 - 30° Brix	350,00
1	Potenciómetro digital	250,00
1	Pistola industrial de secado	80,00
2	Tamiz acero inoxidable de 2 filtros	1.000,00

CANT.	DETALLE	VALOR UNITARIO
4	Cuchillos	2,00
2	Kit uniformes (guantes, mascarillas, overol)	50,00
4	Recipientes plásticos	2,00
2	Baldes de acero inoxidable	80,00
4	Coladores	1,00
1	Balanzas digital gramera	30,00
1	Báscula	500,00
1	Balanza de sustentación	50,00
4	Tanque de Gas	50,00

Fuente: Entrevista Ing. Lenin Alvear - 2013

Elaborado por: La Autora

2. ¿Cuál es la Materia Prima que se requiere para la producción de un jugo de zanahoria envasado para su comercialización?

La materia prima a utilizarse en la elaboración del presente jugo objeto del proyecto es la zanahoria amarilla, la cual se la puede adquirir en el mercado mayorista de la ciudad.

3. ¿Qué tipo de mano de obra se requiere para este proceso de producción de jugo de zanahoria?

Para este proceso de producción, según el requerimiento de producción, se necesitará un solo operario con conocimientos básicos de industrialización, el cuál puede ser bachiller o egresado de carreras afines al requerimiento técnico de la microempresa.

4. ¿Qué tipo de costos indirectos se generación en este proceso de producción?

Cuadro N° 13
MATERIA PRIMA INDIRECTA

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO
Naranja	Kg	0,20
Agua tratada	Lt	0,0006
Azúcar	Kg	0,60
Ácido Cítrico	Kg	2,20
Ácido Ascórbico	Kg	24,00
Estabilizante	Kg	9,00
Sorbato de Potasio	Kg	8,00
Saborizante	Lt	20,00
Envase	1	0,04
Capuchón	1	0,01
Etiqueta	1	0,01

Fuente: Entrevista Ing. Lenin Alvear - 2013

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 14
OTROS CIF

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO
Energía Eléctrica	Kw	0,06
Agua Potable	m ³	0,57
Gas	1	2,25

Fuente: Entrevista Ing. Lenin Alvear - 2013

Elaborado por: La Autora

5. ¿Cómo realiza el control de calidad en el proceso de producción del jugo de zanahoria envasado?

Estandarizado el proceso de producción, esto es aplicando correctamente los pesos y medidas que requiere la fórmula de preparación. Además, estando siempre con los implementos necesarios.

6. ¿Cómo planificaría el volumen de producción de este producto?

El volumen de producción se planifica en base a la demanda del producto, la capacidad operativa y la aceptación del producto en el mercado. Esto es de acuerdo a la maquinaria que se tiene y también depende mucho de las temporadas para la adquisición del producto.

7. ¿En qué condiciones se debe comercializar el jugo de zanahoria?

Para la distribución de este producto terminado se lo debe hacer en plástico de termoencogible en grupos de 12 unidades en un camión cerrado con termoquin, aire acondicionado.

8. ¿Qué porcentaje de ganancia es recomendable en este tipo de producto?

El porcentaje de ganancia recomendable es del 20% al 25%. En el caso del comerciante de las tiendas y abastos casi siempre en los productos alimenticios venden con del 10% al 15% de ganancia.

9. ¿Cuál es la vida útil de este producto?

Este tipo de productos tiene una vida útil de 6 meses, esto lo determina el Ministerio de Salud al momento de emitir el Registro Sanitario.

10. ¿Cuál es su opinión acerca de la producción y comercialización del jugo de zanahoria envasado?

Posesionar el producto es un proceso crítico que debe hacer con mucha valentía, ya que el iniciar va a demandar mucha inversión, pero se debe entrar al mercado con precios bajos y buena materia prima.

Al principio siempre habrá rechazo por el producto, pero gracias a las capacidades nutritivas de la zanahoria, los consumidores van tomando conciencia.

Como recomendación sería mejor empezar en los sectores rurales y seguir su comercialización en comisariatos.

1.8. DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, Oportunidades Y Riesgos

1.8.1. ALIADOS

- Entre los jugos envasados, el consumidor prefiere jugos más concentrados como el jugo de zanahoria que se va a producir.
- El sabor del jugo de zanahoria tiene gran aceptación en los consumidores.
- La combinación del jugo de zanahoria con naranja es muy atractivo al paladar del consumidor.
- Acceso a tecnología para la producción del jugo de zanahoria.

1.8.2. Oponentes

- Los precios de los productos sustitutos que se encuentran en el mercado son muy competitivos.
- Los costos de los envases tetra pack que los consumidores prefieren son elevados.
- El consumidor demanda una marca reconocida para los productos que adquiere.
- La idea de un jugo de zanahoria no es tan atractiva, por su sabor.

1.8.3. Oportunidades

- Preferencia de jugos naturales por las mujeres como amas de casa.
- Producto de origen orgánico.
- Las tiendas y abastos son la principal actividad económica de comercio de Ibarra.
- El costo de los envases de plástico en los que se comercializará el jugo de zanahoria no son elevados en comparación con lo de vidrio y los tetra pack.

1.8.4. RIESGOS

- Incremento del número de competidores en el mercado.
- La población ecuatoriana tiene una conducta de consumo costumbrista, pues prefieren productos tradicionales.
- La competencia de productos sustitutos en cadenas de supermercados es alta.
- El consumo de jugos envasados no es muy frecuente.
- La cultura de consumo de la ciudad Ibarra no está dirigida al consumo de jugos naturales, prefieren el agua embotellada.

1.9. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE LA INVERSIÓN

Después del análisis de la encuesta y la entrevista, se estableció los aliados, oponentes, riesgos y oportunidades que presenta el estudio de factibilidad para la producción y comercialización del jugo de zanahoria amarilla, con lo cual podemos determinar las oportunidades que genera el presente proyecto.

Se incentivará a las personas a consumir productos naturales para el cuidado de la salud de la familia ofertando un producto que cumpla con los estándares de calidad y precio para la aceptación en el mercado.

Se ofertará un producto de menor precio que el de la competencia, que se lo puede encontrar en cualquier tienda de la ciudad y que satisfaga los requerimientos del cliente y poder reemplazar las bebidas con bajo contenido de fruta por una bebida concentrada de las vitaminas que ofrecemos.

Se promocionará el producto a los potenciales clientes, para que la demanda se incremente y se pueda incrementar la productividad,

aprovechando los cambios en las políticas del Estado con respecto a las facilidades de financiamiento a los comerciantes para que exista mayor inversión.

Se pretende satisfacer a los clientes ofreciendo un producto de calidad, sano y natural, sin riesgos de causar enfermedades, por medio de la venta directa a las, tiendas y abastos.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ZANAHORIA

2.1.1. MORFOLOGÍA Y TAXONOMÍA

Cuadro N° 15

MORFOLOGÍA Y TAXONOMÍA DE LA ZANAHORIA

Familia	<i>Umbelliferae.</i>
Nombre científico	<i>Daucus carota</i> L.
Planta	Durante el primer año se forma una roseta de pocas hojas y la raíz. Después de un período de descanso, se presenta un tallo corto en el que se forman las flores durante la segunda estación de crecimiento.
Sistema radicular	Raíz napiforme, de forma y color variables. Tiene función almacenadora, y también presenta numerosas raíces secundarias que sirven como órganos de absorción. Al realizar un corte transversal se distinguen dos zonas bien definidas: una exterior, constituida principalmente por el floema secundario y otra exterior formada por el xilema y la médula. Las zanahorias más aceptadas son las que presentan gran proporción de corteza exterior, ya que el xilema es generalmente leñosos y sin sabor.
Flores	De color blanco, con largas brácteas en su base, agrupadas en inflorescencias en umbela compuesta.
Fruto	Diaquenio soldado por su cara plana.

Fuente: InfoAgro.com

Elaborado por: La Autora

2.1.2. ORIGEN

Los historiadores ubican el origen de la zanahoria en Asia y Europa. Los pueblos del Mediterráneo ya lo consumían hace más de 2000 años, se trataba una variedad de color púrpura o amarillenta, larga y delgada que nada tenía que ver con la zanahoria consumible en la actualidad. Fue en el siglo XVII cuando se obtuvo la zanahoria, hoy está presente en nuestros mercados, robusta y de color anaranjado de precedencia Holandesa. (Horfres)

Es la forma domesticada de la zanahoria silvestre, oriunda de Europa y Asia sudoccidental. Se cultiva por su raíz mucho más grande, sabrosa y de textura menos fibrosa, pero continúa siendo la misma especie. Es un vegetal que pertenece al grupo de las hortalizas.

2.1.3. VALOR NUTRICIONAL

Cuadro N°16
VALOR NUTRICIONAL

Agua.....	88,2 %	Sodio.....	47 mg
Proteínas.....	1,1 g	Potasio.....	341 mg
Grasas.....	0,2 g	Vitamina A.....	11000 UI
Hidrat. de C.....	9,7 g	Tiamina.....	0,06 mg
Fibra.....	1,0 g	Riboflavina.....	0,02 mg
Cenizas.....	0,8 g	Niacina.....	0,6 mg
Calcio.....	37 mg	Ac. Ascórbico.....	0,8 mg
Fósforo.....	36 mg	Valor energético.....	42 cal

Fuente: www.horfres.com

Elaborado por: La Autora

Las cualidades nutritivas de las zanahorias son importantes, especialmente por su elevado contenido en beta-caroteno (precursor de la vitamina A), pues cada molécula de caroteno que se consume es convertida en dos moléculas de vitamina

A. En general se caracteriza por un elevado contenido en agua y bajo contenido en lípidos y proteínas. (Horfres)

El valor nutritivo de la zanahoria es importantísimo, especialmente por su concentración en Vitamina A, y Calcio.

2.2. PROCESOS DE PRODUCCIÓN

2.2.1. SISTEMA DE PRODUCCIÓN

Cuadro N° 17
SISTEMA DE PRODUCCIÓN

SISTEMA	ENTRADAS PRINCIPALES	RECURSOS	PRINCIPALES FUNCIONES DE TRANSFORMACIÓN	PRINCIPAL PRODUCCIÓN DESEADA
Restaurante	Clientes con hambre	Comida, chef o cocinero, meseros, ambiente en el restaurante	Comida bien preparada; ambiente agradable (físico y de intercambio)	Clientes satisfechos

Fuente: Jacobs F, Aquilano, & Chase, 2005 - Administración de la Producción y Operaciones para una Ventaja Competitiva

Elaborado por: La Autora

“Los sistemas de producción se utilizan en todo tipo de negocios. Un sistema de producción utiliza recursos para transformar las entradas en alguna salida deseada. Las entradas pueden ser la materia prima, un cliente o un producto terminado de otro sistema.” (Jacobs F, Aquilano, & Chase, 2005)

Un sistema de producción proporciona una estructura que agiliza la descripción, ejecución y el planteamiento de un proceso industrial. Estos sistemas son los responsables de la producción de bienes y servicios en las organizaciones.

Un sistema de producción es el proceso de diseños por medio del cual los elementos se transforman en productos útiles.

2.2.2. PROCESO DE ELABORACIÓN DE JUGOS

El proceso productivo puede ser similar para todos los productos, si el proceso productivo es homogéneo, o para variantes del mismo. Al respecto, se debe evaluar en cada caso la pertinencia de cada una de las actividades previstas, la naturaleza de la maquinaria y los equipos considerados, el tiempo y tipo de las operaciones a realizar y las formulaciones o composiciones diferentes que involucra cada producto o variante que se pretenda realizar. (Tecnológica)

La elaboración de jugos es similar para las diferentes variedades de frutas y verduras ya que los procesos productivos tienen las mismas características comunes.

2.3. EMPRESA

2.3.1. DEFINICIÓN

“Es una unidad económica que mediante la combinación de los factores de la producción, ofrece bienes y/o servicios de excelente calidad a precios razonables para los consumidores, con el propósito de obtener un beneficio económico y/o social”. (Martinez, 1999, pág. 39)

Se ha seleccionado estas definiciones debido a que afirman; que toda empresa busca la combinación de los factores de la producción para ofrecer un bien y/o servicio a la colectividad para obtener un beneficio en común que es la obtención de utilidades para satisfacer necesidades económicas y sociales, y de igual forma, una empresa es la unión de una o varias personas que busca satisfacer las necesidades de sus consumidores (cliente, accionista, empleado, proveedor, sociedad), y de esta manera alcanzar y mantener el buen nombre de la empresa dentro de la comunidad.

2.4. MICROEMPRESA

Microempresa es la unidad de producción de mercancías o servicios que se caracteriza por su pequeña dimensión, por la relativa sencillez de la tecnología aplicada, por la escasa división de trabajo y por la forma artesanal en que se realiza el proceso productivo. (Martinez, 1999, pág. 67)

El propósito de estudio se basará en la microempresa industrial a la cual le servirá la aplicación del sistema contable de costos de producción para el mejoramiento de la administración y producción, en el cual es de vital importancia que se conozca cada uno de los elementos que contiene un producto y la buena aplicación en el proceso de producción.

2.5. VISIÓN

“En la visión se redacta lo que la empresa intenta alcanzar en el futuro utilizando todos sus recursos mediante un trabajo eficaz”. (Friend, 2008, pág. 4).

Este enunciado es una estrategia emprendedora donde toda la organización trabaja para conseguirlo, para establecer una buena visión es necesario tener en cuenta aspectos como: involucramiento de toda la empresa, compartida con el equipo de trabajo, que exprese la dirección a seguir.

2.6. MISIÓN

“La misión es una declaración donde se redacta lo que el empresario va hacer y para quién lo va hacer”. (Soto, 2002, pág. 17).

“Es una declaración duradera de propósitos que distingue a una organización de otras similares, es un compendio de la razón de ser de una empresa, esencial para determinar objetivos y estrategias”. (Vasquez, 2002, pág. 106).

Mediante el contraste de estos conceptos se puede decir que la misión es la declaración de lo que se va hacer la organización y para quien se lo va hacer, tomando en cuenta componentes importantes como, la oferta, demanda, estrategia competitiva. Con una misión bien definida la empresa utiliza los recursos más eficazmente, es una guía de cómo hacer las cosas para ser una organización exitosa.

2.7. ESTUDIO DE MERCADO

“Es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”. (Kotler, 2008, pág. 127).

“El estudio de mercado constituye una fuente de información de primera importancia tanto para estimar la demanda como para proyectar los costos y definir precios”. (Nassir Sapag, 2007, pág. 54).

El estudio de mercado se refiere al análisis de la información recolectada a través de la encuesta, entrevista, entre otras, esta información tiene que ver con, gustos y preferencias de los consumidores, precios de la competencia, demanda, oferta y otros. El estudio de mercado ayuda a establecer las estrategias adecuadas para enfrentar a la competencia.

2.7.1. DEMANDA

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006, pág. 17).

La demanda es la expresión de la forma en la cual una comunidad desea utilizar un producto o servicio para satisfacer sus necesidades. La demanda puede ser considerada en relación a su probabilidad y al tipo de consumidores. En relación al tiempo a la demanda puede ser histórica, actual y futura.

2.7.2. OFERTA

“La oferta constituye el conjunto de proveedores que existen en el mercado de un producto o servicio y éste constituye competencia para el proyecto”. (Jacome, 2005, pág. 101).

El estudio de la oferta se refiere al comportamiento de la misma y a la definición de las cantidades que ofrecen o pueden proporcionar quienes tienen dentro de sus actividades proveer los bienes o servicios similares a

la del proyecto que se desea implementar. La oferta puede ser analizada desde el punto de vista histórico, actual, futuro; al igual que la demanda se puede utilizar los mismos métodos de proyección.

2.7.3. DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006, pág. 51).

La demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que la demanda no alcanza a consumir, por tanto ningún producto actual puede satisfacer si las condiciones de mercado son las mismas. Cuando existe una demanda insatisfecha en cualquier producto o servicio es oportunidad de iniciar un negocio.

2.7.4. PRODUCTO

“El producto es el bien que se oferta al mercado, para cubrir una necesidad del segmento al cual va dirigido”. (Soto, 2002).

“Es cualquier bien, servicio o idea que se ofrece al mercado, con el fin de alcanzar a satisfacer las necesidades del consumidor”. (Santesmases, 2001, pág. 94).

El autor nos hace ver que un producto no solo nos permite observar algo tangible sino que va más allá de ser un mero objeto, así por ejemplo nos

compramos un automóvil para mirarlo, sino porque proporciona servicio de transporte.

El público compra mucho más que una serie de atributos físicos cuando adquiere un producto. Está comprando las características de sus necesidades en forma de los beneficios que espera recibir del producto.

2.7.5. MERCADO

“Es el conjunto de compradores actúales y potenciales de un producto o servicio”. *Así lo afirma:* (Kotler, 2008, pág. 9).

La concepción de mercado es entonces la evolución de un conjunto de movimientos de alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar.

“Mercado es el lugar donde se encuentran ofertantes y demandantes de productos o servicios a precios determinados”. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006).

Es el lugar donde se encuentran vendedores y compradores de productos los cuales tienen un valor para la transacción económica, el mercado está manejado por la oferta y la demanda para la determinación del valor económico de las mercancías.

2.7.6. PRECIO

“Es la expresión monetaria que los productores están dispuestos a vender, y por ende los consumidores a comprar los bienes o servicios.” (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006, pág. 53).

El precio es el valor, expresado en dinero, de un bien o servicio ofrecido en un mercado. Es uno de los elementos fundamentales de la estrategia comercial en la definición de la rentabilidad del proyecto, es el que define en última instancia el nivel de ingresos.

2.7.7. PROMOCIÓN

La promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y / o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario. (Staton, 2000, pág. 482).

Se lleva a cabo con el fin de ofrecer o dar a conocer el producto o servicio en un segmento del mercado en el cual queremos posicionarnos. La forma más directa en el caso de los productores es a través de degustaciones. Esta actividad permite que los clientes-consumidores conozcan y demanden nuestros productos o servicios, generando un impacto directo sobre nuestras ventas.

2.7.8. COMERCIALIZACIÓN

“Es la forma que le permite al productor ubicar el producto a sus consumidores basados en el tiempo y lugar.” (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006, pág. 57).

Comercialización significa dinamizar una actividad desde el momento que se pone en marcha con la idea de negocio, hasta el momento que los consumidores adquieren el producto. Por tanto la comercialización significa vender la imagen de la empresa a través de bienes servicios.

2.8. ESTUDIO TÉCNICO

2.8.1. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes, de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. Este suele ser el caso de las empresas pequeñas de ámbito local, pequeños comercios o tiendas, bares, restaurantes, etc., para otras en cambio, es mucho más habitual por ejemplo, bancos, cadena de tiendas, empresas hoteleras, etc., y por lo que se ve que la decisión de localización no solo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando. (Córdova P., 2006, pág. 222)

Se detalla la localización óptima del proyecto, la distribución y diseño de la planta, como también el proceso cronológico y ordenado que utilizara la microempresa para ser eficientes en la producción y comercialización, para así determinar en dónde va a funcionar el proyecto.

2.14.1.1. ETAPAS DE LA LOCALIZACIÓN

a. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto. (Córdova P., 2006)

La macro localización en términos generales consiste en determinar la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, es decir establecer la provincia, el cantón y la ciudad.

b. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

“Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.” (Córdova P., 2006)

La micro localización consiste en elegir con exactitud el punto preciso, dentro de la macro zona en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, eso se realiza con la utilización de métodos de valoración, tomando en cuenta los requerimientos para la puesta en marcha del proyecto.

2.8.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento. Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo, del tipo de proyecto que se está formulando. (Córdova P., 2006, pág. 211)

El tamaño del proyecto se refiere a la capacidad a instalarse y a la capacidad de la maquinaria que se requiere para producir un bien o servicio, también está en función de la demanda insatisfecha determinada.

2.8.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto. La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También, se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de obras de infraestructura, y de sistemas de distribución. (Córdova P., 2006, pág. 240)

La ingeniería de un proyecto se refiere a la determinación de aspectos de gran importancia para la ejecución del proyecto como determinar los procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructurar las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta consumación del proyecto.

2.9. ASPECTOS ECONOMICOS

2.9.1. BALANCE GENERAL

“Es el que demuestra la situación económica financiera de una empresa al inicio o al final de un ejercicio económico”. (Sarmiento, 2005, pág. 77).

Para ampliar este concepto tenemos que el balance general es una fotografía instantánea de las operaciones de un negocio, que muestra la naturaleza e importe de los Activos, Pasivos, y Capital (activo neto) de un negocio, en una fecha dada.

2.9.2. ESTADO DE COSTO DE PRODUCCIÓN Y VENTAS

a. INGRESOS

“Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especie. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un período de tiempo”. (Bravo Valdiviezo, 2003, pág. 65).

De acuerdo a lo establecido en la cita anterior se concluye que el ingreso de una empresa es todo valor obtenido por la venta de un producto o servicio que la misma ofrece en la sociedad.

b. EGRESOS

“Egresos o Gastos son los desembolsos (disminuciones de activos) que la empresa debe hacer para ayudar a crear la renta”. (Hargadon, 1993, pág. 40)

Como lo menciona el autor de la definición antes mencionada un egreso es un desembolso de dinero que puede ser por materia prima, mano de obra, costos indirectos, desembolsos administrativos, de ventas, entre otros.

c. COSTOS DE PRODUCCIÓN

El Costos de Producción, es el total de los costos relacionados, directa o indirectamente, con la producción, desde la adquisición de las materias primas hasta la transferencia de los bienes y servicios terminados, desde la fábrica hasta el depósito de ventas, desde donde estará en condiciones de despacharse al cliente. Se excluye de este

grupo de costos de producción a los gastos asociados por la distribución y venta de los bienes y servicios y aquellos atribuibles al funcionamiento de la empresa como un todo. A este grupo se le identifica con la denominación genérica de costos de no producción. (Fernández Marcos, 2009)

Los costos de producción (también llamados costos de operación) son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una empresa estándar, la diferencia entre el ingreso por ventas y el costo de producción indica el beneficio bruto.

Cuadro N° 18
COSTOS DE PRODUCCIÓN

Materias primas	Mano de obra directa	Carga fabril
<p>Todos aquellos elementos físicos que son imprescindibles consumir durante el proceso de elaboración de un producto, de sus accesorios y de su envase.</p>	<p>Valor del trabajo realizado por los operarios que contribuyen al proceso productivo.</p>	<p>Son todos los costos en que necesita incurrir un centro para el logro de sus fines; costos que, salvo casos de excepción, son de asignación indirecta.</p>
<p>La suma de las materias primas y la mano de obra directa constituyen el Costo Primo.</p>		
<p>La combinación de la mano de obra directa y la carga fabril constituye el Costo de Conversión, llamado así porque es el costo de convertir las materias primas en productos terminados.</p>		

Fuente: Fernández Marcos, Anaida – Monografías.com
Elaborado por: La Autora

El lenguaje de contabilidad de costos, incluye términos específicos que describen los costos de producción, el cual en una empresa industrial está

formado por los materiales directos, la mano de obra directa y los gastos indirectos de fabricación, reunidos según las características de la industria y modalidades de trabajo.

d. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa, como son los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de la oficina. Es decir, fuera de los gastos de producción y ventas implica los gastos de todos los demás departamentos o áreas que existan en la empresa. También deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010)

Son los que se originan en el área administrativa, o sea, los relacionados con la dirección y manejo de las operaciones generales de la empresa. Como pueden ser sueldos, teléfono, oficinas generales, entre otros.

e. COSTOS DE VENTA

En ocasiones el departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En este sentido vender no significa sólo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia. Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores.

La magnitud del costo de venta dependerá tanto del tamaño de la empresa, como del tipo de actividad que los promotores del proyecto quieran que desarrolle este departamento. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010)

Podemos concluir que los costos de venta son aquéllos que se relacionan directamente con el movimiento de las ventas o, dicho de otra manera, aquéllos que tienden a variar, aumentar o disminuir, en la misma forma que las ventas. Por ejemplo los fletes en ventas, comisiones de vendedores, propagandas, gastos de despacho, remuneraciones de vendedores, transporte en ventas, entre otros.

f. COSTOS FINANCIEROS

Estos costos son los intereses que se deben pagar por un préstamo obtenido. Estos costos se los registra separado de los costos generales y de administración, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porqué cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos. (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2010)

Los costos financieros son las retribuciones que se deben pagar como consecuencia de la necesidad de contar con fondos para mantener en el tiempo activo que permitan el funcionamiento operativo de la empresa.

2.9.3. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO O DE FONDOS

“Es el Estado que indica el impacto de las operaciones, de las inversiones y de las actividades financieras en el flujo de efectivo durante un periodo contable”. (Brighan & Houston, 2005, pág. 47).

Ofrece al empresario la posibilidad de conocer los resultados de las actividades de la empresa en un periodo determinado y poder inferir las razones de los cambios en la situación financiera, constituyendo en una importante ayuda en la administración del efectivo, el control del capital, y en la utilización eficiente de los recursos.

2.9.4. EVALUADORES FINANCIEROS

2.9.4.1. VALOR PRESENTE NETO

“Método de clasificar las propuestas de inversión usando el valor presente neto, el cual equivale al valor presente de los futuros flujos netos de efectivo, descontado al costo del capital”. (Brighan & Houston, 2005, pág. 398).

El valor actual neto de una inversión es la diferencia entre su valor de mercado y su costo. La regla del VAN afirma que se debe emprender un proyecto si su VAN es positivo.

2.9.4.2. TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

Técnica compleja del presupuesto de capital; la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a cero dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas. (Gitman, 2007, pág. 359).

Se puede concluir que se llama tasa interna de retorno o de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año por año se reinvierte su totalidad, es decir, se invierte y reinvierte en las aspiraciones de la empresa.

La tasa interna de retorno es aquella tasa de descuento que hace que el VAN estimado de una inversión sea igual a cero. La regla de la TIR afirma que se debe emprender un proyecto cuando su TIR es superior al rendimiento requerido.

2.9.4.3. PUNTO EQUILIBRIO

“Es el nivel de ventas que se requiere para cubrir todos los costos operativos”. (Gitman, 2007, pág. 439).

“Es el punto donde las empresa iguala sus ingresos totales y costos totales es una situación donde no se genera ni utilidad ni pérdida”. (Chiliquinga, 2004, pág. 60).

El punto de equilibrio es un instrumento para el análisis y decisiones de distintas situaciones de la empresa, entre ellas: volumen de producción y ventas necesarias para no perder ni ganar, planeamiento de resultados, fijación de precios, de niveles de costos fijos y variables, entre otros.

2.9.4.4. BENEFICIO COSTO

“Es la comparación de los costos incurridos con los logros alcanzados para determinar el nivel de beneficios requeridos al costo más bajo”. (Dávalos, 2002, pág. 129).

El costo-beneficio, también llamado índice de rentabilidad se lo define como el valor presente de los flujos futuros de efectivo dividido por la inversión inicial. La regla del IR afirma que se debe emprender una inversión si su IR es superior a 1.

2.9.4.5. PERÍODO DE RECUPERACIÓN

“Se lo define como el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere una inversión original”. (Córdova P., 2006, pág. 362).

El período de recuperación es el plazo que deberá transcurrir hasta que la suma de los flujos de efectivo de una inversión sea igual a su inversión. La regla del período de recuperación afirma que se debe emprender un proyecto si su período de recuperación es inferior que un cierto plazo mínimo (punto de corte).

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

Hoy en día el mercado y sus componentes son factores llenos de incertidumbre para el desarrollo de los proyectos, por lo cual el estudio y el análisis son de vital importancia para poder ingresar productos o servicios con éxito al mercado de consumidores.

Con la realización del presente estudio se pretende conocer la situación actual del sector comercial en todos sus aspectos poniendo énfasis sobre productos similares que se comercializan en las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra para tener un marco de referencia que sustente la viabilidad económico-financiera de la implantación de la microempresa.

3.2 OBJETIVOS

3.2.1 GENERAL

Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, precios y comercialización del producto.

3.2.2 ESPECÍFICOS

- Describir el producto.
- Analizar la demanda potencial.
- Analizar la oferta potencial.
- Determinar el pronóstico de las ventas.
- Determinar los precios del producto.

3.3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

3.3.1 PRODUCTO

El jugo de zanahoria es muy alto en beta-caroteno, y es un agente contra el cáncer. El beta-caroteno es una sustancia de pigmentación que se encuentra en plantas que pueden convertirse en vitamina A. La vitamina A ayuda a aumentar la visión para el color y la luz, evita la resequedad en la piel y ojos, ayuda a mantener el sistema digestivo y tractos urinarios, así como combatir las infecciones bacteriales.

La zanahoria exprimida en forma de jugo es seguramente el más importante de los jugos básicos. Es uno de los más deliciosos y saludables jugos que existen, ya sea solo o en combinación, y debería estar en todas las dietas donde se necesite un suplemento extra de caroteno o provitamina A.

Es el jugo más completo para normalizar todo el sistema. Es la fuente más rica de vitamina A que el cuerpo puede asimilar y contiene una amplia provisión de vitaminas B, C, D, E, G y K. Es rico en sodio y potasio y contiene también calcio, magnesio, fósforo, azufre, silicio y colina. Ayuda a estimular el apetito y la digestión.

Ilustración N° 2 JUGO DE ZANAHORIA



Fuente: otramedicina.com

Elaborado por: La Autora - 2013

3.3.2 COMPOSICIÓN NUTRICIONAL

Esta es la composición nutricional de la Zanahoria por cada 100 gramos de producto comestible.

Cuadro N° 19

Composición nutricional de la zanahoria en 100 g de sustancia comestible	
Agua (g)	88.6
Carbohidratos (g)	10.1
Lípidos (g)	0.2
Calorías (cal)	40
Vitamina A (U.I.)	2.000-12.000 según variedades
Vitamina B1 (mg)	0.13
Vitamina B2 (mg)	0.06
Vitamina B6 (mg)	0.19
Vitamina E (mg)	0.45
Ácido nicotínico (mg)	0.64
Potasio (mg)	0.1

Fuente: InfoAgro.com
Elaborado por: La Autora - 2013

3.3.3 CLASIFICACIÓN DE JUGOS POR SU CONTENIDO DE FRUTA

Los jugos a base de frutas pueden clasificarse en jugos, néctares y bebidas, se diferencian entre sí básicamente por el contenido de la fruta en el producto final; así un jugo es más concentrado que un néctar y un néctar, a su vez, es más concentrado que una bebida.

Ilustración N° 3
CLASIFICACIÓN DE LOS JUGOS
POR SU CONTENIDO DE FRUTA



Fuente: Tesis Susana Espinoza - Determinación de los costos de calidad en la industria De los jugos envasados

Elaborado por: La Autora - 2013

a. Bebida.- Es el producto elaborado de la misma manera que los néctares, pero cuyo contenido de fruta es aún menor. Las bebidas de frutas tienen un contenido muy bajo de frutas, menor que el de los néctares y el de los jugos, a las cuales se adicionan azúcar y otros edulcorantes, agua y aditivos como vitamina C, colorantes y saborizantes artificiales. Entre esta definición se encuentran los citrus punch, algunas gaseosas y los té saborizados, entre otras.

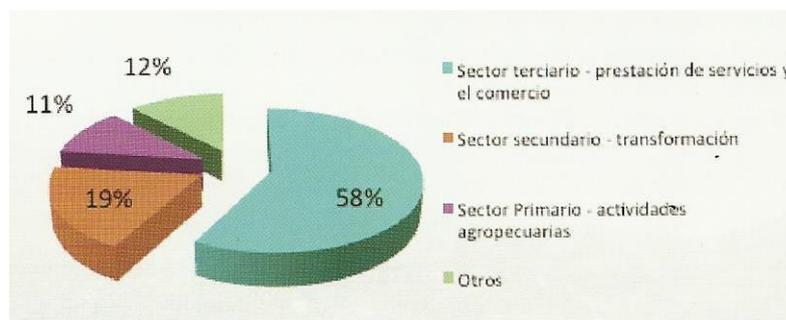
b. Néctar.- Es un producto no fermentado, pero fermentable, obtenido por la adición de agua y/o algún otro carbohidrato edulcorante a un jugo, o a una pulpa de frutas.

c. Jugo.- Como tal es el líquido obtenido al exprimir frutas frescas, maduras y limpias, sin diluir, concentrar o fermentar. También se consideran jugos los productos obtenidos a partir de jugos concentrados, clarificados, congelados o deshidratados a los cuales se les ha agregado solamente agua en cantidad tal que restituya la eliminada en su proceso.

3.4 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El producto que va a elaborar la microempresa está destinado al sector comercial, por lo tanto a continuación se presenta los criterios empleados para determinar el segmento de mercado:

Gráfico N° 11
PEA DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial del GAD - 2011

Elaborado por: La Autora

De acuerdo al último censo realizado en el 2010 por el INEC, el 58% de la PEA (población económicamente activa) del Cantón se dedica a las actividades relacionadas con la prestación de servicios y el comercio.

Gráfico N° 12
PERFIL ECONOMICO DEL CANTÓN IBARRA



Fuente: INEC, Censo Nacional Económico 2011

Elaborado por: La Autora

Los datos del Censo Económico 2011 nos muestran que 9485 establecimientos económicos de la ciudad de Ibarra generan 1700 millones de dólares por ventas de. Estos datos permiten determinar que Ibarra es una ciudad dedicada al comercio. Esta actividad genera el 30,40% del total de ingresos anuales, que bordean los USD 517 millones

De estos establecimientos económicos, 5360 se dedican a la actividad de comercio, de los cuales 1 384 son tiendas y abastos que se dedican a la venta al por menor. Estas tiendas representan el 26% de todas las actividades económicas que se desarrollan en el cantón y que están registradas por el Municipio.

El presente estudio está dirigido a este sector económico de la ciudad, las tiendas y abastos de productos básicos que son la principal fuente de abastecimiento de víveres para los ibarreños.

Ilustración N° 4

PRINCIPAL FUENTE DE CONSUMO DE LOS HOGARES



Fuente: INEC, Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos 2011-2012

Elaborado por: La Autora

3.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En esta época el mercado está encaminado hacia los productos el consumo de productos naturales altos en vitaminas, de manera que mientras menos utilización de químicos tenga los jugos mayor aceptación tendrán los productos por parte de los consumidores.

La producción del jugo de zanahoria es alentadora debido a que no hay una oferta en el mercado, razón por la cual existe un alto grado de demanda insatisfecha.

Para proyectar la demanda futura del jugo de zanahoria se utilizó como base el sondeo de mercado mediante al encuesta realizada a las tiendas y abasto y la información proporcionada por el comisariato municipal de la ciudad de Ibarra en cuanto a la tendencia de adquisición de jugos, el mismo que permite tener una idea clara sobre la configuración o tendencia del comportamiento en cuanto al consumo de otros jugos de frutas envasados, suponiendo que las diversas eventualidades o contingencias pasadas se repitan en el futuro.

Para proyectar la demanda se utilizó la siguiente fórmula:

$$Q_t = Q_0(1 + i)^n$$

En donde:

Qt: cantidad a pronosticar

Qo: cantidad inicial de partida

i: tasa de crecimiento

n: período de análisis

Al no existir en la provincia de Imbabura y en particular en el cantón Ibarra, datos históricos de producción de jugo de zanahoria, para la

proyección de la demanda se utiliza la información recopilada en las encuestas realizadas a los comerciantes de este cantón y se asume que existe un crecimiento sostenido.

3.5.1 DEMANDA ACTUAL DE LOS JUGOS ENVASADOS

Según la encuesta realizada a los comerciantes de jugos naturales se puede concluir que existe una demanda mensual la cual se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 20
ADQUISICIÓN MENSUAL DE JUGOS NATURALES

MUESTRA		TOTAL TIENDAS Y ABASTOS	ADQUISICIÓN MENSUAL		ADQUISICIÓN ANUAL
TIENDAS Y ABASTOS	%		UNIDADES DE JUGOS	TOTAL UNIDADES	
79	26,25	363	12	4.359	52.307
205	68,11	943	24	22.622	271.466
17	5,65	78	48	3.752	45.024
301	100,00	1.384		30.733	368.797

Fuente: Encuestas - 2012

Elaborado por: La Autora

Una vez aplicada la encuesta a las tiendas y abastos de la ciudad se puede determinar que un 68% de toda la población adquiere 24 unidades de este producto al mes.

Así también podemos ver que la tendencia de adquisición en uno de los principales supermercados de la ciudad como es el comisariato municipal.

Cuadro N° 21
COMISARIATO MUNICIPAL DE IBARRA
ADQUISICIÓN MENSUAL DE JUGOS NATURALES

ADQUISICIÓN QUINCENAL	ADQUISICIÓN MENSUAL	ADQUISICIÓN ANUAL
24	48	576

Fuente: Comisariato Municipal - 2012
Elaborado por: La Autora

3.5.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Fórmula $Q_t = Q_0(1 + i)^n$

Simbología:

Qt: cantidad a pronosticar

Qo: cantidad inicial de partida

i: tasa de crecimiento poblacional

n: período de análisis

$$Q_t = 368.979(1 + 0,0152)^1$$

$$Q_t = 374.403$$

Cuadro N° 22
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	CONSUMO FUTURO $Q_t = Q_0(1 + i)^n$
1	368.797
2	374.403
3	380.094
4	385.871
5	391.736

Fuente: Consumidores Potenciales

Elaborado por: La Autora

La demanda proyectada de los jugos envasados por parte de los consumidores potenciales resulta ser muy buena para el proyecto ya que en el período 1 se obtuvo una demanda de 368.797 unidades y en el último período, con un crecimiento poblacional del 1,5%, la demanda sería de 391.736 unidades, esto con un es decir el incremento en estos períodos resulta muy beneficioso para el desarrollo del presente proyecto.

3.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Existen diferentes empresas que ofrecen en el mercado nacional bebidas de frutas en diversas presentaciones y variados sabores como se describe en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 23
PRODUCTORES DE BEBIDAS DE JUGOS NATURALES

EMPRESA	UBICACIÓN	MARCA	TIPO DE JUGO
TONI S.A.	Guayaquil	Tampico	bebida
SUMESA	Guayaquil	Frutal	bebida
SUMESA	Guayaquil	Sumesa	bebida
REYSAHIWAL A.G.R. S.A.	Sangolquí	Reynéctar	nectar
REGASA	Guayaquil	All natural	bebida
QUICORNAC S.A.	Los Ríos	Sunny	nectar
P. LACTEOS SAN ANTONIO	Cuenca	NutriJugo	nectar
NORTHTOP	Guayaquil	Deli	nectar
NESTLÉ - ECUAJUGOS	Cayambe	Natura	nectar
LECOCEM-PARMALAT	Latacunga	Santal	bebida
LECHERA ANDINA S.A.	Pichincha	Supermaxi	bebida
LECHERA ANDINA S.A.	Pichincha	Andina	bebida
FADESA-ECUAVEGETAL	Babahoyo	Facundo	bebida
FADESA-ECUAVEGETAL	Babahoyo	Facundo	nectar
ALPINA	Alpina	Fruto	nectar
AJEGROUP	Guayaquil	Pulp	nectar

Fuente: Tesis Susana Espinoza - Determinación de los costos de calidad en la industria De los jugos envasados

Elaborado por: La Autora

En nuestro país existen muchos oferentes de jugos envasados tanto del tipo bebida como aquellos que tienen una textura más consistente, pero son pocos los que tienen calidad certificada.

Entre las marcas más conocidas en la ciudad de Ibarra tenemos Natura, Tampico, Sunny, Pulp, Deli, Del valle, de diferentes sabores. Otras marcas suplementarias a estos productos son los jugos en polvo para preparar en casa como Fresco Solo, Yupi, Jugos ya, Tang.

De estos productores de jugos ninguno produce jugo de zanahoria por lo que el producto a nivel local es totalmente nuevo y por ende no existe oferta de este producto.

3.7 PRONÓSTICO DE VENTAS

Para pronosticar las ventas se ha tomado como base los resultados de la pregunta número 7 de la encuesta realizada, (Cuadro N° 8) la cual nos muestra que el 62,5% de los encuestados aceptaron el producto, con esta referencia la microempresa proyecta cubrir el 30% de la demanda actual de los jugos existentes en el mercado que es de 368.797 unidades, en el primer año, con un crecimiento poblacional del 1,5% según el INEC.

Cuadro N° 24
PRONÓSTICO DE VENTAS

AÑO	UNIDADES
1	110.639
2	112.321
3	114.028
4	115.761
5	117.521

Fuente: Encuestas - 2011

Elaborado por: La Autora

3.8 DETERMINACIÓN DE LOS PRECIOS DEL PRODUCTO

Es importante hacer el análisis de los precios de los jugos considerados como competidores directos para el jugo de zanahoria ya que permitirá tener los costos referenciales para que se obtenga un precio competitivo en el mercado.

Cuadro N° 25
PRECIOS DE JUGOS EN EL MERCADO

MARCA	PRECIO DE VENTA	TAMAÑO (ml)
Sunny	0,60 USD	237
Deli	0,55 USD	250

Fuente: Encuestas – 2012.

Elaborado por: La Autora.

El precio de venta al público más alto corresponde a la marca Sunny de \$ 0,60 y Deli tiene un precio de \$0,55, de lo cual los distribuidores les entregan a un precio de \$ 0,43 por unidad.

Sin embargo para poder ser competitivos en el mercado el precio de venta que la empresa ha establecido es de \$ 0,40, con un crecimiento del 2,68% por la inflación al 30 de junio del 2013.

Cuadro N° 26
PROYECCIÓN DE PRECIOS

AÑO	PRECIO DE LA COMPETENCIA	PRECIO JUGO DE ZANAHORIA
1	0,43	0,40
2	0,44	0,42
3	0,45	0,43
4	0,47	0,44
5	0,48	0,45

Fuente: Investigación Directa

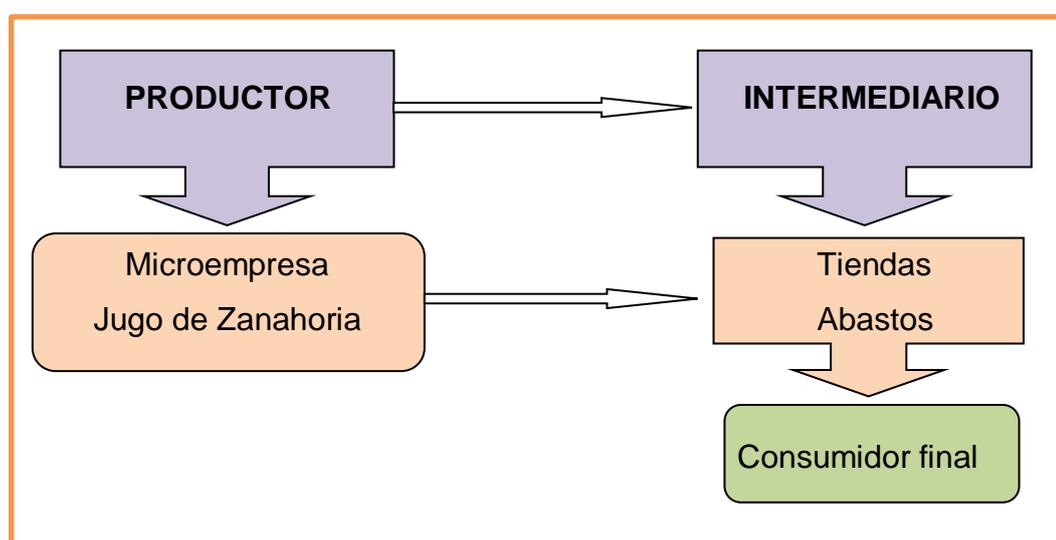
Elaborado por: La Autora

3.9 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

3.9.1 SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN

La microempresa ha considerado que el sistema que va a utilizar para hacer llegar el producto al consumidor final, es a través de las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra.

Ilustración N° 5
CANAL DE DISTRIBUCIÓN



Elaborado por: La Autora - 2013

3.9.2 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

El jugo de zanahoria tendrá una presentación en envases de plástico de 250 ml; con su logotipo que identifique a la marca y tipo de producto.

En el siguiente gráfico se muestra la presentación que tendrá el producto el cual se define de una manera clara en un envase de plástico convencional sellado con un capuchón termoencogible transparente, para una presentación más natural.

Ilustración N° 6
ENVASE DE JUGO DE ZANAHORIA



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Wilfrido Chamorro – Diseñador Gráfico

En la etiqueta se señalará la composición química del producto así como su fecha de envase y caducidad. Tendrá el respectivo registro sanitario, lo que viabilizará el consumo de este producto de la población en general.

Ilustración N° 7

ETIQUETA



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Wilfrido Chamorro – Diseñador Gráfico

Ilustración N° 8

INFORMACIÓN NUTRICIONAL

INFORMACIÓN NUTRICIONAL		
Porción 200mL. (1 vaso)		
	Cantidad por porción	%VD(*)
Valor energético	142kcal= 598kJ	7
Carbohidratos	35 g	12
Proteínas	0.7 g	1
Grasas totales	0 g	0
Grasas saturadas	0 g	0
Grasas trans	0 g	-
Fibra alimentaria	0 g	0
Sodio	90 mg	4

* % Valores diarios con base a una dieta de 2.000 kcal u 8.400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.

Fuente: Entrevista Ing. Lenin Alvear - 2013

Elaborado por: La Autora

3.9.3 MARCA

La marca del jugo será **ZANAJUICE**, que de esta forma se comercializará en los mercados meta que se identificó.

Ilustración N° 9 LOGOTIPO



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Wilfrido Chamorro – Diseñador Gráfico

3.9.4 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Las empresas que comercializan jugos normalmente hacen publicidad a través de la presentación de sus productos en afiches, vallas publicitarias, medio de comunicación como: radio, prensa y televisión, así como en eventos culturales y ferias que se desarrollan en la ciudad. La publicidad que aplican los comercializadores se basan con mensajes cortos que expresan la ventaja competitiva de sus productos.

Se aplicará estrategias publicitarias como:

- Promover el consumo de jugo de zanahoria, destacando su importancia y valores nutricionales, esto se lo hará en la presentación del producto y captación de mercado en las tiendas y abastos en los que se va a comercializar.
- Participación en las ferias artesanales y gastronómicas que se realicen en nuestra ciudad con el fin de dar a conocer el producto y establecer un sistema de degustación del jugo de zanahoria.
- Elaborar afiches publicitarios y ubicarlos en zonas estratégicas de gran movimiento comercial, y en las tiendas y abastos que adquieran el producto.
- Distribuir tarjetas de presentación en las tiendas, abastos y supermercados.
- Realizar un lanzamiento del producto buscando una alianza estratégica con otras instituciones que tienen relación con esta actividad gastronómica y agroindustrial.

3.10 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO

De acuerdo al análisis de la oferta y demanda de jugos envasados, establece que no existen competidores directos para el jugo de zanahoria, pero si productos sustitutos.

El estudio de mercado establece que si existe una demanda insatisfecha que el proyecto podría lograr cubrir. Del total de la demanda insatisfecha, el proyecto podrá el 35% de la demanda insatisfecha.

A pesar de que el precio del jugo de zanahoria no es muy competitivo, el comerciante lo podrá vender a un precio similar al del producto sustituto lo cual implica un factor favorable tanto para productores, así como para comercializadores. Este estudio determina la viabilidad favorable de que el proyecto logre alcanzar una rentabilidad no solo para el productor, sino para el comerciante, dedicado a esta actividad.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Todo proyecto, conservando sus características particulares, tiene una configuración individualizada para su producción, lo que hace casi imposible la existencia de proyectos similares desde el punto de vista técnico de su diseño, aunque la secuencia y las características de los procesos sean similares.

4.1 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Para determinar la localización del proyecto, se realizó un análisis de macro y micro localización a través de métodos cuantitativos y cualitativos; con el fin de escoger la opción más conveniente que contribuya a una mayor rentabilidad sobre el capital a invertir y una minimización de los costos de producción.

4.1.1 MACRO LOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en la Ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, perteneciente a la región sierra norte del país.

Se considera a esta ciudad con el fin de reactivar su producción económica y convertirla en una ciudad productiva de este tipo de jugos naturales.

Ilustración N° 10
MAPA DE UBICACIÓN DE IBARRA



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La autora

4.1.2 MICRO LOCALIZACIÓN

Para la realización de este proyecto, se ha considerado que la planta física estará constituida por el área de producción y su respectiva bodega y espacio administrativo, para lo cual después del respectivo análisis en diferentes sectores de la ciudad de Ibarra, se determinó ubicar a la planta productora en un terreno disponible que cuenta con cerramiento y de servicios básicos ubicado al sur de la ciudad.

Por lo tanto la microempresa estará ubicada en la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Caranqui, Calle Gral. Mihi 673 y Av. Atahualpa, tomando como referencia del sector la Iglesia principal de Caranqui.

Ilustración N° 11
CROQUIS DE MICRO LOCALIZACIÓN
CARANQUI



Fuente: Google Maps
Elaborado por: La autora

4.1.3 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN OPTIMA

Se utilizó el método de localización cualitativo por puntos con la finalidad de aplicar una herramienta técnica para la implantación del proyecto.

La metodología aplicada fue la siguiente:

Consistió en asignar factores cuantitativos a los indicadores ocasionales más relevantes considerados para el efecto. Esto derivó en una comparación cuantitativa de los tres sitios posibles donde se localizará el proyecto. Los factores seleccionados.

Cuadro N° 27
METODO CUALITATIVO POR PUNTOS

Factor Relevante	Peso	Calificación		Calificación Ponderada	
		A	B	A	B
Infraestructura Básica	0.30	10	6	3	1.8
Disponibilidad de materia prima	0.10	8	8	0.8	0.8
Facilidad de vías de acceso	0.10	10	10	1	1
Abastecimiento de servicios básicos	0.10	10	10	1	1
Disponibilidad de mobiliario y equipo	0.05	10	5	0.5	0.25
Mano de Obra disponible	0.10	8	6	0.8	0.6
Cercanía al mercado de consumo	0.25	9	7	2.25	1.75
TOTAL	1.00			9.35	7.20

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

A= Caranqui

B= Parque Industrial

La mayor puntuación alcanza Caranqui con 9.35 puntos, y es el sitio seleccionado para implementar el proyecto según la matriz. El factor más relevante y de mayor peso es la disponibilidad de la infraestructura básica con un peso ponderado de 0.30, siguiéndole la cercanía a los mercados internos locales donde se negociará el producto, factores que justifican dicha localización.

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño de la nueva unidad productiva se tomó en cuenta los siguientes factores, que son de gran importancia dentro del desarrollo de este estudio de factibilidad:

4.2.1 TAMAÑO DEL MERCADO

Para determinar el volumen de producción se consideró la información más relevante y significativa, de acuerdo con los datos obtenidos en el estudio de mercado del pronóstico de ventas del jugo de zanahoria se tiene:

Cuadro N° 28
VENTAS PRONOSTICADAS

AÑO	UNIDADES
1	110.639
2	112.321
3	114.028
4	115.761
5	117.521

Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La autora

Estos valores de la tabla determinan que en el primer año proyectado la capacidad operativa del proyecto podría ser de 110.639 unidades, para el quinto año proyectado se tendrá una capacidad operativa de 117.521 unidades.

4.2.2 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Se estima que la capacidad de producción de la microempresa será de 110.639 unidades en el primer año, en una jornada de 8 horas diarias, los 5 días laborales de la semana durante todo el año, para cubrir la demanda a satisfacer. La capacidad de producción se irá incrementando según el crecimiento del mercado.

De acuerdo a lo establecido se considera la capacidad de la microempresa así:

Capacidad= (110.639 unidades/ año) / (8 horas* 3 días * 48 semanas)

Capacidad= 96 unidades/hora

Significa que la microempresa tiene su capacidad de producir 96 unidades cada hora.

4.2.3 DISPONIBILIDAD DE LA MATERIA PRIMA

La calidad del producto depende en mayor parte de la zanahoria amarilla seleccionada para la producción del producto. El abastecimiento de materias primas se sustenta en el cultivo de la zanahoria amarilla que en nuestro país ha experimentado un importante crecimiento en la producción; ya que se trata de una de las hortalizas más conocidas en el mundo, considerada como un excelente alimento, fácil de cultivar y accesible a la economía familiar.

De otra parte, en lo referente a los otros insumos que se requieren para producir jugo de zanahoria como son los preservantes colorantes, y otros aditivos, así como los envases existen proveedores en la ciudad de Quito y en la provincia del Guayas.

4.2.4 DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA

La mano de obra es importante para la producción del jugo de zanahoria, la cual no necesita ser calificada, por lo que se afirma que en la ciudad de Ibarra si existe disponibilidad de esta mano de obra.

4.2.5 DISPONIBILIDAD DE CAPITAL

La inversión que requiere el proyecto será canalizada de dos formas.

- Aporte propio; que será el 30% del capital necesario para la ejecución del proyecto.
- Préstamo a una institución financiera de la provincia, que será el 70% restante.

4.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

4.3.1 DISEÑO DE INSTALACIONES

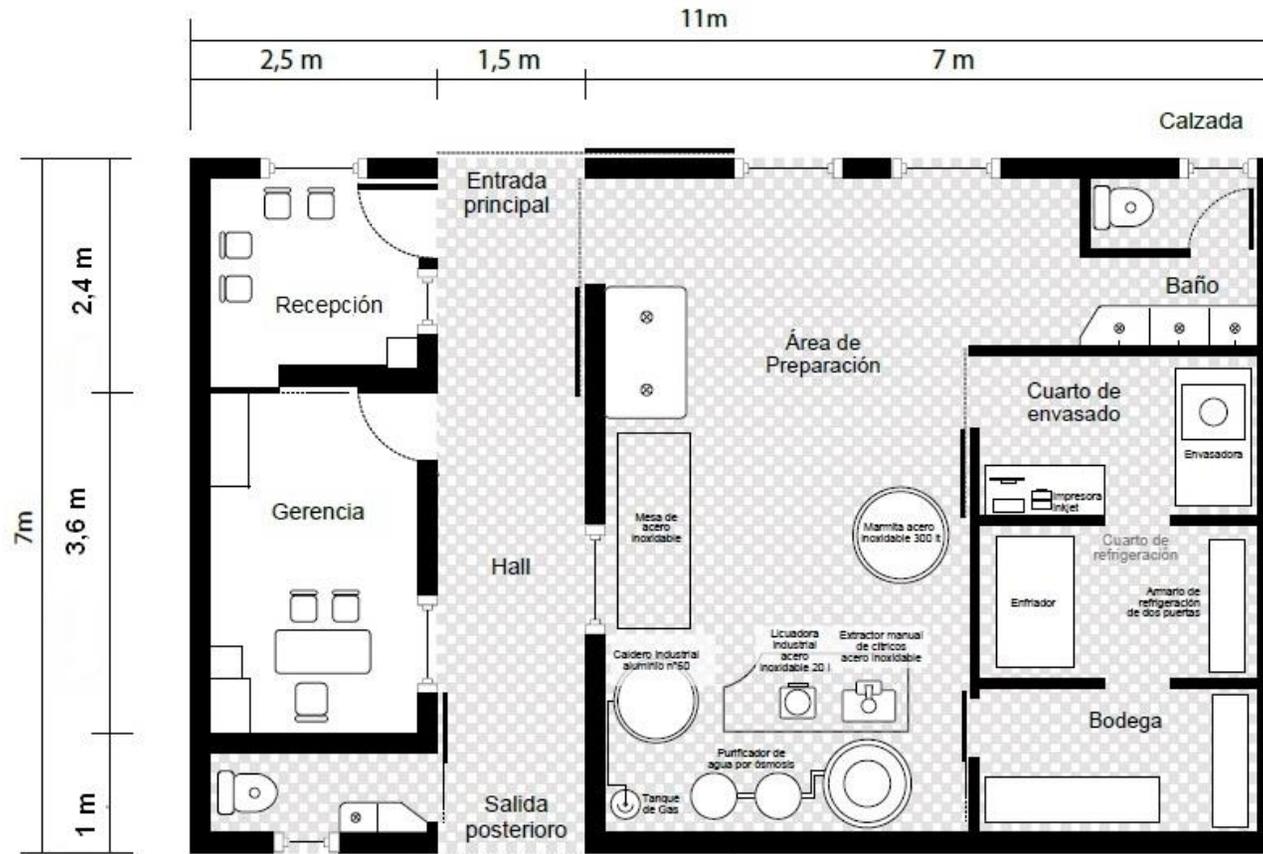
Cuadro N° 29
INFRAESTRUCTURA

Terreno 11 x 7 M ²		
ESPACIO	ÁREA (M ²)	%
ÁREA ADMINISTRATIVA 17,5 m²		
Recepción	6	7,8
Gerencia	9	11,7
½ Baño N° 1	2,5	3,2
ÁREA DE PRODUCCIÓN 49 m²		
Área de Preparación	28	36,4
Cuarto de Envasado	7	9,1
Cuarto de Refrigeración	7	9,1
Bodega	5	6,5
½ Baño N° 2	2	2,6
ÁREA COMÚN 10,5 m²		
Hall	10,5	13,6
TOTAL	77	100,0

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Ilustración N° 12
PLANO DE INSTALACIONES



Fuente: Arq. Jorge Rocha

Elaborado por: Wilfrido Chamorro – Diseñador Gráfico

4.3.2 REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA

Para los procesos productivos que implementará la microempresa para obtener jugo de zanahoria, se basará en tecnologías de tipo convencionales.

Cuadro N° 30
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANTIDAD
Marmita acero inoxidable 300 lt	1
Armario de refrigeración de dos puertas	1
Purificador de agua por ósmosis	1
Impresora Inkjet	1
Extractor manual de cítricos acero inoxidable	1
Licadora industrial acero inoxidable 20 lt	1
Tolva de alimentación acero inoxidable	1
Estufa de piso de hierro negro	2
Mesa de acero inoxidable	1
Caldero industrial aluminio n°60	2
Refractómetro escala = 0 - 30° Brix	1
Potenciómetro digital	1
Pistola industrial de secado	1
Tamiz acero inoxidable de 2 filtros	2
Cuchillos	4
Kit uniformes (guantes, mascarillas, overol)	2
Recipientes plásticos	4
Baldes de acero inoxidable	2
Coladores	4
Balanzas digital gramera	1
Báscula	1
Balanza de sustentación	1
Tanque de Gas	4

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

4.3.3 REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

La Mano de Obra que se requiere va a ser de un operario de producción, y su remuneración será en base a las leyes establecidas en nuestro país.

Cuadro N° 31

REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

N°	PUESTO	SUELDO NOMINAL	SUELDO MENSUAL
1	Operario	318,00	409,64

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

4.3.4 REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

La materia prima e insumos que se requieren los presentamos en la siguiente formulación técnica:

Cuadro N° 32

FÓRMULA PARA UN ENVASE DE 250 ml DE JUGO DE ZANAHORIA

INGREDIENTE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	%
Zanahoria Amarilla	Kg	0,21039	58,91
Naranja	Kg	0,03333	6
Agua	Lt	0,08000	32
Azúcar	Kg	0,00750	3
Ácido Cítrico	Kg	0,00013	0,05
Ácido Ascórbico	Kg	0,00003	0,01
Estabilizante	Kg	0,00003	0,01
Sorbato de Potasio	Kg	0,00003	0,01
Saborizante	Lt	0,00003	0,01
TOTAL			100

Fuente: Ing. Lenin Alvear, Ingeniero Agroindustrial

Elaborado por: La Autora

Con esta fórmula se producirán 250 ml de jugo de zanahoria, el cual será comercializado en un envase de plástico de 250 ml, con la tapa respectiva. Además tendrá la etiqueta y el capuchón termoencogible en la tapa.

Cuadro N° 33
MATERIA PRIMA E INSUMOS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO
Zanahoria Amarilla	Kg	1.939,81	0,08
Naranja	Kg	307,33	0,20
Agua tratada	Lt	737,59	0,0006
Azúcar	Kg	69,15	0,60
Ácido Cítrico	Kg	1,15	2,76
Ácido Ascórbico	Kg	0,23	34,74
Estabilizante	Kg	0,23	19,00
Sorbato de Potasio	Kg	0,23	8,00
Saborizante	Lt	0,23	20,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 34
ENVASES

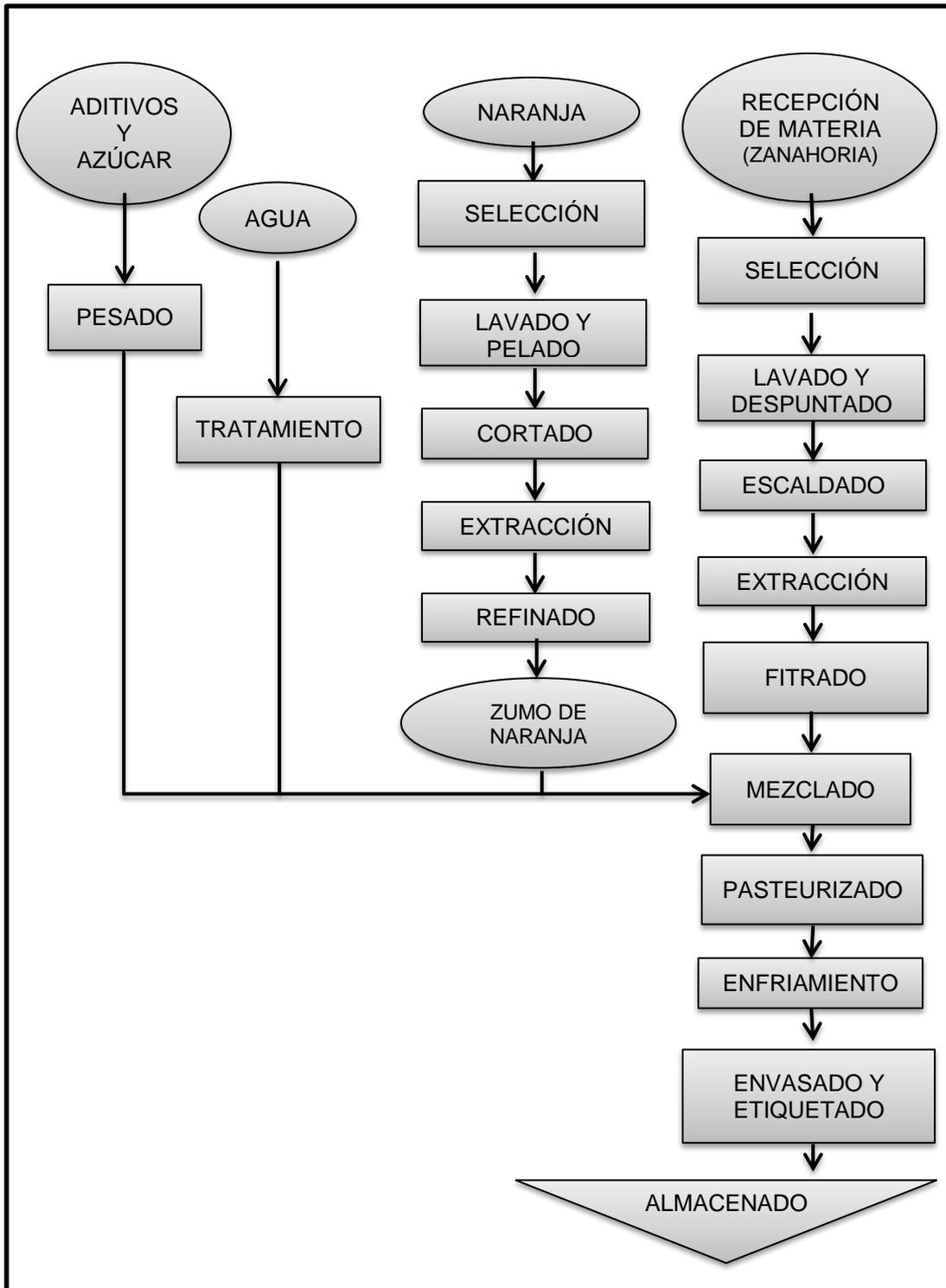
DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO
Envase	9.220	0,05
Capuchón	9.220	0,01
Etiqueta	9.220	0,01

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

4.3.5 PROCESO DE PRODUCCIÓN

A. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN

Ilustración N° 13



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

- **SIMBOLOGÍA DEL DIAGRAMA DE FLUJO**



Acción llevada a cabo en un proceso, representa cortes, cambios, modificaciones, ensambles.



Sirve para indicar puntos donde se toman decisiones: Si, No.



Cualquier acción que desplaza información, productos, objetos o personas.



Documentos generados en el proceso.



Materiales, partes o productos, se quedan en almacén o bodega.



Para marcar los extremos de un diagrama, podría implicar la actividad de inicio o fin.

B. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Ilustración N° 14
ÁREA DE PRODUCCIÓN



Fuente: Arq. Jorge Rocha

Elaborado por: Wilfrido Chamorro – Diseñador Gráfico

a. RECEPCIÓN DE MATERIAS PRIMAS EN BODEGA

En esta etapa se recibe la materia prima e insumos que se usarán durante la producción. Esta recepción incluye análisis químicos, microbiológicos y de control de cumplimiento de especificaciones según los materiales solicitados.

Ilustración N° 15 RECEPCIÓN DE MATERIA PRIMA



Fuente: Patricia Baca - Obtención de néctar a base de zumo de zanahoria
Elaborado por: La Autora - 2013

b. SELECCIÓN DE LA MATERIA PRIMA

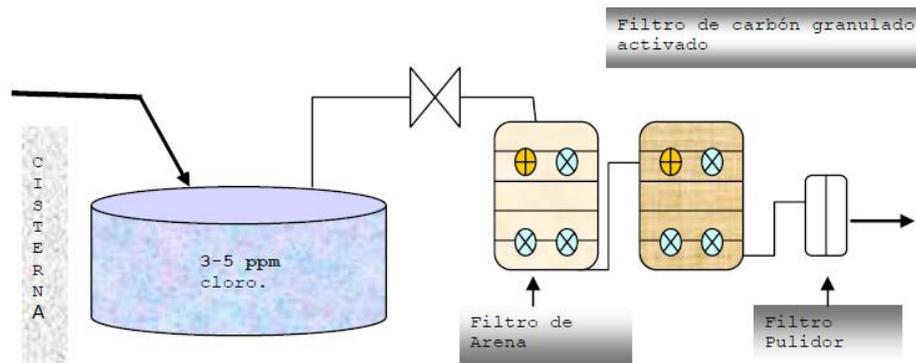
Como segundo paso se procede a la selección y verificación de la materia prima, en especial de la zanahoria que debe ser madura, sin hongos, insectos o magulladuras, en el color, tamaño y variedad adecuados.

c. TRATAMIENTO DE AGUA

El agua potable que llega desde la red pública se almacena en una cisterna, donde se desinfecta el agua, se retienen las impurezas, sirve de

purificador; éste a su vez tiene la función de permitir que el agua salga inodora, incolora e insípida. Esta es el agua tratada que necesitamos para utilizar dentro del proceso de producción.

Ilustración N° 16 TRATAMIENTO DE AGUA



Fuente: Tesis Susana Espinoza - Determinación de los costos de calidad en la industria de los jugos envasados

Elaborado por: La Autora

d. DESPUNTADO Y LAVADO

Para obtener un porcentaje de rendimiento del zumo, se pesa la zanahoria para luego entrar a la etapa de despunte, donde se corta las puntas de los dos lados, y se realiza el lavado.

Ilustración N° 17

DESPUNTADO



Ilustración N° 18

LAVADO



Fuente: Patricia Baca - Obtención de néctar a base de zumo de zanahoria

Elaborado por: La Autora

e. ESCALDADO O BLANQUEO DE VEGETALES

El escaldado consiste en una inmersión del producto en agua a una temperatura de 65°C por 10 minutos. La temperatura aplicada y la duración dependen de la especie, de su estado de madurez y de su tamaño. El escaldado se efectúa en una mamita de 300 litros para este caso, para retener vitaminas y minerales, y mejorar color y sabor e para inactivar las enzimas y no se produzca el proceso de descomposición.

Ilustración N° 19 ESCALDADO



Fuente: Patricia Baca - Obtención de néctar a base de zumo de zanahoria
Elaborado por: La Autora

f. EXTRACCIÓN Y FILTRADO DEL JUGO

Seguidamente se saca el zumo de zanahoria con la ayuda de una licuadora industrial y se filtra por medio del tamiz. De igual forma se exprime la naranja en el extractor de cítricos para obtener el zumo de naranja como complemento del jugo de zanahoria.

Ilustración N° 20

LICUADORA INDUSTRIAL



Fuente: www.mercadolibre.com.ec
Elaborado por: La Autora

Ilustración N° 21

EXTRACTOR DE CÍTRICOS



Fuente: www.reacsa.com
Elaborado por: La Autora

g. MEZCLADO

Una vez filtrado el jugo, es llevado hacia un balde de preparación donde se procede a la mezcla de las materias primas para la elaboración del jugo, el agua tratada, y aditivos para ser completamente mezclados.

h. PASTEURIZADO

Esta solución bien mezclada es llevada a la marmita que está en la estufa de piso para su pasteurización, por medio de un choque térmico que se logra incrementando la temperatura de 85° C por tiempo de 30 minutos para asegurarnos que no queden microorganismos que puedan dañar el producto.

Ilustración N° 22
PASTEURIZACIÓN



Fuente: Patricia Baca - Obtención de néctar a base de zumo de zanahoria
Elaborado por: La Autora

i. ENVASADO Y ETIQUETADO

Luego es llevado a la tolva de alimentación para proceder al llenado de los envases que deben estar previamente esterilizados.

Ilustración N° 23
TOLVA DE ALIMENTACIÓN



Fuente: es.shake-it.com
Elaborado por: La Autora

Para luego hacer la colocación de las tapas a las botellas y el capuchón termoencogible con la pistola de secado.

Ilustración N° 24
CAPUCHÓN
TERMOENCOGIGIBLE



Fuente: www.packsystem.mx
Elaborado por: La Autora

Ilustración N° 25
PISTOLA DE SECADO



Fuente: www.bigmatnicanormateu.com
Elaborado por: La Autora

Lo siguiente es colocar la etiqueta. Una vez etiquetado el producto, se lo codifica, en donde se le otorga una identificación al lote respectivo con su fecha de vencimiento con la impresora Inkjet.

Ilustración N° 26
IMPRESORA INKJET



Fuente: www.domino-printing.com
Elaborado por: La Autora

j. ALMACENADO

Finalmente el producto es almacenado en el armario de refrigeración, a una temperatura ambiente debido a los preservantes que tiene el producto hasta su posterior comercialización.

Ilustración N° 27
ARMARIO DE REFRIGERACIÓN



Fuente: www.estanteria.es
Elaborado por: La Autora

4.3.6 CONTROL DE CALIDAD

El control de calidad abarca todas las fases del proceso productivo desde los primeros análisis de la materia prima utilizada, hasta la revisión completa del producto listo para ser comercializado.

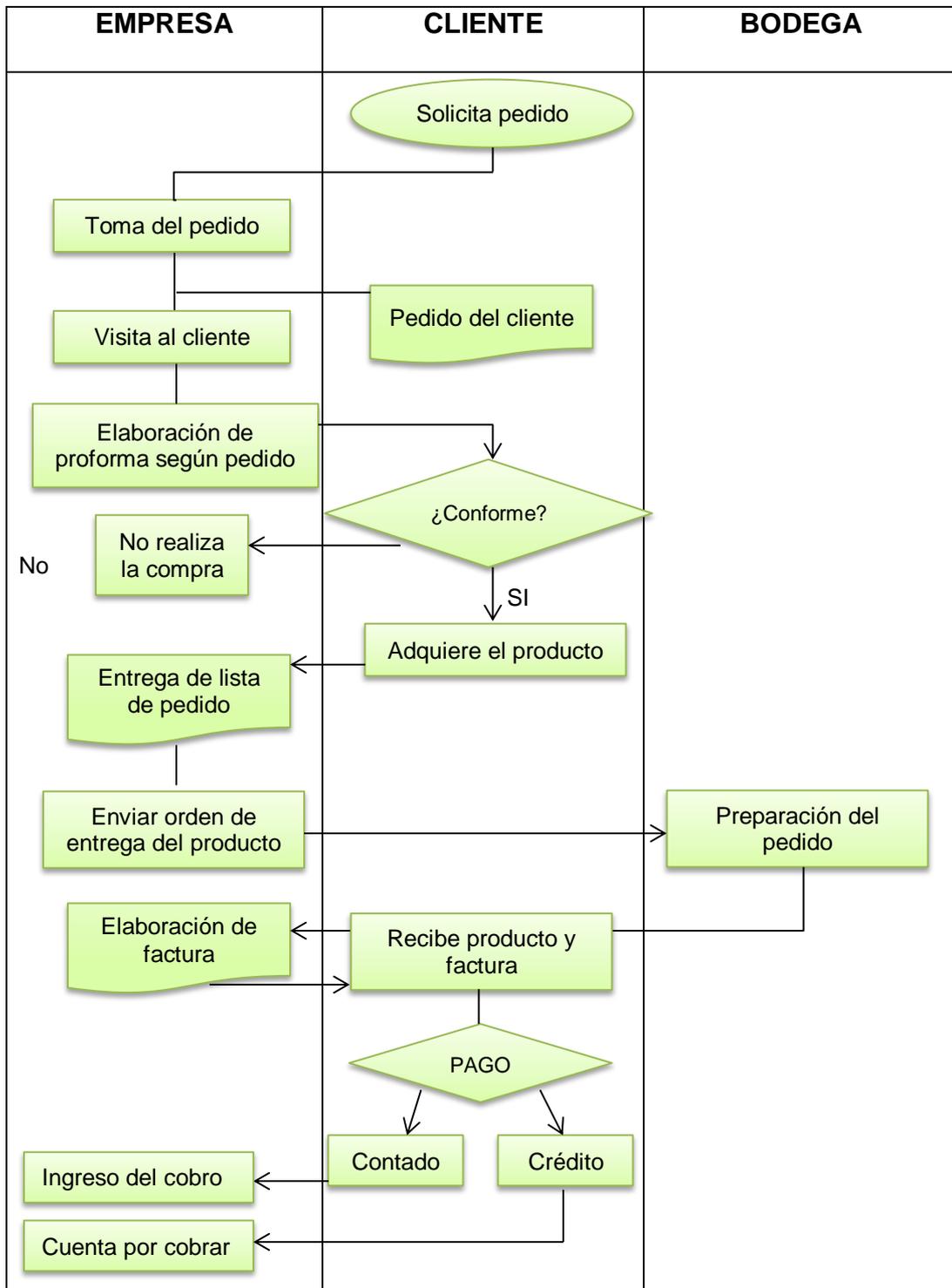
Cuadro N° 35
MEDIDAS DE CONTROL DE CALIDAD

ETAPAS DEL PROCESO	CONTROL DE CALIDAD
Selección de la fruta y la hortaliza.	Madura, sin hongos, insectos o magulladuras, en el color, tamaño y variedad adecuados.
Acondicionamiento de la fruta y la hortaliza	Lavada, retirada de la piel y las pepas y libre de insectos.
Filtrado	Se obtendrá zumo da apariencia cristalina.
Otros ingredientes	Se añadirán en la proporción exacta, libres de insectos o partículas de suciedad.
Escaldado – pasteurizado	A la temperatura apropiada y durante el tiempo indicado, evitando que el producto se queme y que se adhiera a la superficie del recipiente. Mover constantemente permitiendo que el jugo se caliente de manera uniforme. Con el uso de refractómetros para determinar el contenido adecuado de azúcar.
Llenado	En el peso exacto, manteniendo limpia la boca del envase para asegurar el perfecto sellado.
Envasado	Asegurando que los envases se encuentren esterilizados, sin rajaduras u otros daños y en el tamaño y la forma adecuados.
Producto final	De buena apariencia, libre de contaminación. Debidamente etiquetado y envasado.

Fuente: Tesis Patricia Baca - Obtención de néctar a base de zumo de zanahoria y naranja
Elaborado por: La Autora

4.3.7 ENTREGA DEL PRODUCTO

Ilustración N° 28
DIAGRAMA DE FLUJO DE ATENCIÓN AL CLIENTE



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

En este capítulo se desplegará el análisis económico y financiero para determinar si el presente proyecto de factibilidad es viable o no. Se procederá a realizar una presentación rigurosa de cada uno de los elementos que intervienen en este tipo de estudio.

5.1. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

El presupuesto de inversión será realizado así:

- 30% de recursos propios
- 70% con financiamiento.

Los rubros que forman parte de la inversión necesaria para la puesta en marcha del proyecto son:

- Inversión Fija
- Inversión Diferida
- Inversión Variable

5.1.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija está compuesta por los bienes de propiedad de la empresa y que se emplearán en el proceso de producción del producto o servirán para el funcionamiento del proyecto, llamados activos fijos. Este tipo de activos fijos, con excepción del terreno, están sujetos a depreciación.

Cuadro N° 36
BIENES INMUEBLES

DETALLE	CANT.	UNIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	77	m ²	60,00	4.620,00 *
Edificio	77	m ²	250,00	19.250,00
TOTAL				23.870,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

* Valor Catastral – Municipio de Ibarra 2012

Cuadro N° 37
MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Marmita acero inoxidable 300 lt	1	2.000,00	2.000,00
Armario de refrigeración de dos puertas	1	1.500,00	1.500,00
Purificador de agua por ósmosis	1	1.000,00	1.000,00
Impresora Inkjet	1	3.500,00	3.500,00
Extractor manual de cítricos acero inoxidable	1	400,00	400,00
Licadora industrial acero inoxidable 20 lt	1	700,00	700,00
Tolva de alimentación acero inoxidable	1	500,00	500,00
Estufa de piso de hierro negro	2	80,00	160,00
Mesa de acero inoxidable	1	500,00	500,00
Caldero industrial aluminio n°60	2	130,00	260,00
Refractómetro escala = 0 - 30° Brix	1	350,00	350,00
Potenciómetro digital	1	250,00	250,00
Pistola industrial de secado	1	80,00	80,00
Tamiz acero inoxidable de 2 filtros	2	1.000,00	2.000,00
Cuchillos	4	2,00	8,00
Kit uniformes (guantes, mascarillas, overol)	2	50,00	100,00
Recipientes plásticos	4	2,00	8,00
Baldes de acero inoxidable	2	80,00	160,00
Coladores	4	1,00	4,00
Balanzas digital gramera	1	30,00	30,00
Báscula	1	500,00	500,00
Balanza de sustentación	1	50,00	50,00
Tanque de Gas	4	50,00	200,00
TOTAL			14.260,00

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 38
EQUIPO DE COMPUTACIÓN

DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadoras Intel Celeron	1	358,40	358,40
Impresoras multifunción	1	160,00	160,00
TOTAL			518,40

Fuente: Servicios Informáticos PCBYTE Av. Jaime Rivadeneira 2-71 – Ibarra 2013

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 39
MUEBLES Y ENSERES

DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Estación de trabajo	1	150,00	150,00
Sillas clientes	6	20,00	120,00
Sillas giratorias	1	60,00	60,00
Archivador	1	110,00	110,00
Materiales de oficina	1	50,00	50,00
TOTAL			490,00

Fuente: www.mercadolibre.com.ec

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 40
VEHÍCULO

DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Furgoneta Hyundai 1994 (1,5 ton)	1	10.000,00	10.000,00
TOTAL			10.000,00

Fuente: Agente Vendedor – Sr. Marcelo Manosalvas

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 41
INVERSIÓN FIJA

DETALLE	VALOR
Terreno	4620,00
Edificio	19.250,00
Vehículo	10.000,00
Equipo de Computación	518,40
Muebles y Enseres	490,00
Maquinaria y Equipo	14.260,00
TOTAL	49.138,40

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

5.1.2 INVERSIÓN DIFERIDA

La inversión diferida son los activos fijos intangibles que constituyen el grupo de activos que son susceptibles de amortización.

Cuadro N° 42
GASTOS DE CONTITUCIÓN

DETALLE	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Registro sanitario	1	1.800,00	1.800,00
Código de barras	1	600,00	600,00
Permiso de funcionamiento	1	45,00	45,00
TOTAL			2.445,00

Fuente: Entrevista Ing. Lenin Alvear 2013
Elaborado por: La Autora

5.1.3 INVERSIÓN VARIABLE

La inversión variable es el capital de trabajo, son los recursos necesarios, en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto,

hasta que los ingresos generados por el mismo cubran los gastos de operación durante un ciclo productivo.

El capital de trabajo del proyecto corresponde a un mes, al término del cual el proyecto empezará a generar ingresos.

El capital de trabajo está formado por los Costos de Producción, Gastos Administrativos y Gastos de Ventas que se generan en el mes.

A. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Estos costos se identifican en el proceso productivo, como es la materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación.

a. MATERIA PRIMA DIRECTA

De acuerdo a la formulación para la producción del jugo de zanahoria realizada en el estudio técnico en el Cuadro N° 32, se requiere 1939,81 kg de zanahoria amarilla mensualmente.

Cuadro N° 43
MATERIA PRIMA DIRECTA

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Zanahoria Amarilla	Kg	1.939,81	0,08	155,18	1.862,21
Total					1.862,21

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

a. MANO DE OBRA DIRECTA

La fuerza de trabajo que interviene directamente en la transformación de la materia prima en producto terminado de forma manual y manejo de máquinas, será una persona que será el operario de la producción.

Cuadro N° 44
MANO DE OBRA DIRECTA

1 Operario de Producción		
DETALLE	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Sueldo	318,00	3.816,00
Aporte Patronal	38,64	463,64
Fondos de Reserva	-	-
Décimo Tercero	26,50	318,00
Décimo Cuarto	26,50	318,00
TOTAL	409,64	4.915,64

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

b. COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Para el proyecto, los costos indirectos de fabricación que tendrá con la materia prima indirecta, los servicios básicos y gas.

- **Materia Prima Indirecta**

Cuadro N° 45
MATERIA PRIMA INDIRECTA

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD MENSUAL	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Naranja	kg	307,33	0,20	61,47	737,59
Agua tratada	lt	737,59	0,00	0,42	5,05
Azúcar	kg	69,15	0,60	41,49	497,88
Ácido Cítrico	kg	1,15	2,20	2,54	30,43
Ácido Ascórbico	kg	0,23	24,00	5,53	66,38
Estabilizante	kg	0,23	9,00	2,07	24,89
Sorbato de Potasio	kg	0,23	8,00	1,84	22,13
Saborizante	lt	0,23	20,00	4,61	55,32
Envase		9.220	0,04	368,80	4.425,56
Capuchón		9.220	0,01	46,10	553,20
Etiqueta		9.220	0,01	92,20	1.106,39
				Total	7.524,81

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: La Autora

- **Servicios Básicos**

Cuadro N° 46
SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN

CANTIDAD	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
300	Energía Eléctrica	Kw	0,06	18,00	216,00
30	Agua Potable	m ³	0,57	17,10	205,20
TOTAL				35,10	421,20

Fuente: Planillas de consumo 2013
Elaborado por: La Autora

- Otros costos indirectos de fabricación

Cuadro N° 47
OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gas	9,72	116,64
TOTAL		116,64

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 48
COSTOS DE PRODUCCIÓN

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	155,18	1.862,21
Mano de Obra Directa	409,64	4.915,64
Materia Prima Indirecta	627,07	7.524,81
Servicios Básicos	35,10	421,20
Otros costos indirectos de fabricación	9,72	116,64
TOTAL	1.236,71	14.840,51

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

B. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son todos los egresos incurridos en la planificación, organización, dirección y control general de la empresa, teniendo como finalidad primordial el mejor desenvolvimiento y desarrollo en la administración de las operaciones.

a. SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Para el desarrollo del proyecto, el Gerente Propietario se encargará de todas las funciones administrativas con un sueldo de \$600,00 dólares mensuales.

Cuadro N° 49
SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Gerente Propietario		
Detalle	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
Sueldo	600,00	7.200,00
Aporte Patronal	72,9	874,80
Fondos de Reserva	-	-
Décimo Tercero	50,00	600,00
Décimo Cuarto	26,50	318,00
TOTAL	749,40	8.992,80

Elaborado por: La Autora

b. SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN

La microempresa cuenta, además de energía eléctrica y agua potable, con línea telefónica fija e internet fijo.

Cuadro N° 50
SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN

CANTIDAD	DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
60	Energía Eléctrica	Kw	0,09	5,40	64,80
10	Agua Potable	m ³	0,31	3,08	36,96
300	Teléfono	min	0,05	15,00	180,00
1	Internet	mes	20,00	20,00	240,00
TOTAL				43,48	521,76

Fuente: Planillas de consumo 2013

Elaborado por: La Autora

a. MATERIALES DE OFICINA

Cuadro N° 51
MATERIALES DE OFICINA

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Libretines de facturas	63,00	756,00
Resma de Papel	3,75	45,00
Carpetas	0,83	10,00
Esferos y lápices	0,83	10,00
Tinta impresora	3,33	40,00
Otros	0,83	10,00
TOTAL	72,58	871,00

Fuente: Librería Popular - Ibarra 2013

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 52
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos	749,40	8.992,80
Servicios Básicos	43,48	521,76
Materiales de Oficina	72,58	871,00
TOTAL	865,46	10.385,56

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

C. GASTOS DE VENTA

Son todos los gastos ocasionados por la ejecución de la función de ventas, tales como promoción y publicidad y combustible del vehículo que será utilizado para la distribución del producto.

Cuadro N° 53
GASTOS DE VENTA

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Afiches	16,67	200,00
Tarjetas de presentación	6,67	80,00
Combustible	80,00	960,00
TOTAL	103,33	1.240,00

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 54
CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Costos de Producción	1.236,71	14.840,51
Gastos Administrativos	865,46	10.385,56
Gastos Ventas	103,33	1.240,00
Total Anual		26.466,07
Capital de Trabajo para un mes	2.205,51	

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

5.1.4 RESUMEN DE LA INVERSIÓN

Cuadro N° 55
ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN

DETALLE	VALOR	%
Inversión Fija	49.138,40	91%
Inversión Diferida	2.445,00	5%
Inversión Variable	2.205,51	4%
Total	53.788,91	100%

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

5.2. PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos está representado por el dinero recibido por concepto de las ventas del producto.

El presupuesto del proyecto está basado en la capacidad operativa que posee la microempresa para satisfacer la demanda.

Para la proyección de los ingresos, se emplea la tasa de crecimiento poblacional del 1,52% correspondiente al año 2013 para la cantidad, y para el precio la tasa de inflación del 2,68% al 30 de junio del 2013.

Cuadro N° 56
INGRESOS PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cantidad (envases)	110.639	112.321	114.028	115.761	117.521
Precio de Venta	0,40	0,42	0,43	0,44	0,45
Total	44.797,76	46.697,52	48.677,83	50.742,13	52.893,97

Elaborado por: La Autora

5.3. PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Este presupuesto encierra todos los costos y gastos que el proyecto generará por los siguientes cinco años.

Para realizar la proyección de costos y gastos se aplican los mismos porcentajes de la proyección de ingresos, la tasa de crecimiento poblacional del 1,52% correspondiente al año 2013 para la cantidad, y para el precio la tasa de inflación del 2,68% al 30 de junio del 2013.

5.3.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Cuadro N° 57

MATERIA PRIMA DIRECTA PROYECTADA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Zanahoria Amarilla	23.277,67	23.631,49	23.990,69	24.355,35	24.725,55
Precio Unitario	0,08	0,08	0,08	0,09	0,09
Total	1.862,21	1.941,19	2.023,51	2.109,32	2.198,77

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 58

MANO DE OBRA DIRECTA PROYECTADA

DETALLE	SUELDO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	318,00	3.816,00	3.918,27	4.023,28	4.131,10	4.241,82
Aporte Patronal	38,64	463,64	476,07	488,83	501,93	515,38
Fondos de Reserva			326,52	335,27	344,26	353,48
Décimo Tercero	26,50	318,00	326,52	335,27	344,26	353,48
Décimo Cuarto	26,50	318,00	326,52	335,27	344,26	353,48
TOTAL	409,64	4.915,64	5.373,91	5.517,93	5.665,81	5.817,65

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 59
MATERIA PRIMA INDIRECTA PROYECTADA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Naranja	3.687,97	3.744,03	3.800,94	3.858,71	3.917,36
Precio	0,20	0,21	0,21	0,22	0,22
Subtotal	737,59	768,87	801,48	835,47	870,90
Agua tratada	8.851,13	8.985,66	9.122,25	9.260,90	9.401,67
Precio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subtotal	5,05	5,26	5,48	5,71	5,96
Azúcar	829,79	842,41	855,21	868,21	881,41
Precio	0,60	0,62	0,63	0,65	0,67
Subtotal	497,88	518,99	541,00	563,94	587,86
Ácido Cítrico	13,83	14,04	14,25	14,47	14,69
Precio	2,20	2,26	2,32	2,38	2,45
Subtotal	30,43	31,72	33,06	34,46	35,92
Ácido Ascórbico	2,77	2,81	2,85	2,89	2,94
Precio	24,00	24,64	25,30	25,98	26,68
Subtotal	66,38	69,20	72,13	75,19	78,38
Estabilizante	2,77	2,81	2,85	2,89	2,94
Precio	9,00	9,24	9,49	9,74	10,00
Subtotal	24,89	25,95	27,05	28,20	29,39
Sorbato de Potasio	2,77	2,81	2,85	2,89	2,94
Precio	8,00	8,21	8,43	8,66	8,89
Subtotal	22,13	23,07	24,04	25,06	26,13
Saborizante	2,77	2,81	2,85	2,89	2,94
Precio	20,00	20,54	21,09	21,65	22,23
Subtotal	55,32	57,67	60,11	62,66	65,32
Envase	110.639	112.321	114.028	115.761	117.521
Precio	0,04	0,04	0,04	0,04	0,04
Subtotal	4.425,56	4.613,24	4.808,87	5.012,81	5.225,39
Capuchón	110.639	112.321	114.028	115.761	117.521
Precio	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Subtotal	553,20	576,65	601,11	626,60	653,17
Etiqueta	110.639	112.321	114.028	115.761	117.521
Precio	0,01	0,01	0,01	0,01	0,01
Subtotal	1.106,39	1.153,31	1.202,22	1.253,20	1.306,35
Total M.P.I.	7.524,81	7.843,92	8.176,56	8.523,31	8.884,76

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 60
SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica (kw)	3600	3655	3710	3767	3824
Precio	0,06	0,06	0,06	0,06	0,07
Subtotal	216,00	225,16	234,71	244,66	255,04
Agua Potable (m ³)	360	365	371	377	382
Precio	0,57	0,59	0,60	0,62	0,63
Subtotal	205,20	213,90	222,97	232,43	242,29
Total	421,20	439,06	457,68	477,09	497,32

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 61
COSTOS INDIRECTOS DE FABRIACIÓN
PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Indirecta	7.524,81	7.843,92	8.176,56	8.523,31	8.884,76
Servicios Básicos	421,20	439,06	457,68	477,09	497,32
Otros costos indirectos de fabricación	116,64	119,77	122,98	126,27	129,66
TOTAL	8.062,65	8.402,75	8.757,22	9.126,67	9.511,74

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 62
COSTOS DE PRUDUCCIÓN PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	1.862,21	1.941,19	2.023,51	2.109,32	2.198,77
Mano de Obra	4.915,64	5.373,91	5.517,93	5.665,81	5.817,65
CIF	8.062,65	8.402,75	8.757,22	9.126,67	9.511,74
Total	14.840,51	15.717,84	16.298,65	16.901,79	17.528,16

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 63

COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIO PROYECTADO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima	0,017	0,017	0,018	0,018	0,019
Mano de Obra	0,044	0,048	0,048	0,049	0,050
CIF	0,073	0,075	0,077	0,079	0,081
Total	0,134	0,140	0,143	0,146	0,149

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

5.3.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Cuadro N° 64

SUELDOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS

DETALLE	SUELDO MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo	600,00	7.200,00	7.392,96	7.591,09	7.794,53	8.003,43
Aporte Patronal	72,90	874,80	898,24	922,32	947,04	972,42
Fondos de Reserva	-	-	616,08	632,59	649,54	666,95
Décimo Tercero	50,00	600,00	616,08	632,59	649,54	666,95
Décimo Cuarto	26,50	318,00	326,52	335,27	344,26	353,48
TOTAL	749,40	8.992,80	9.849,89	10.113,86	10.384,92	10.663,23

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 65

MATERIALES DE OFICINA PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Libretines de facturas	756,00	776,26	797,06	818,43	840,36
Resma de Papel	45,00	46,21	47,44	48,72	50,02
Carpetas	10,00	10,27	10,54	10,83	11,12
Esferos y lápices	10,00	10,27	10,54	10,83	11,12
Tinta impresora	40,00	41,07	42,17	43,30	44,46
Otros	10,00	10,27	10,54	10,83	11,12
TOTAL	871,00	894,34	918,31	942,92	968,19

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 66

SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Energía Eléctrica (kw)	720	731	742	753	765
Precio	0,09	0,09	0,09	0,10	0,10
Subtotal	64,80	67,55	70,41	73,40	76,51
Agua Potable (m ³)	120	122	124	126	127
Precio	0,31	0,32	0,32	0,33	0,34
Subtotal	36,96	38,53	40,16	41,86	43,64
Teléfono (min)	3600	3655	3710	3767	3824
Precio	0,05	0,05	0,05	0,05	0,06
Subtotal	180,00	187,63	195,59	203,88	212,53
Internet	12	12	12	12	12
Precio	20,00	20,54	21,09	21,65	22,23
Subtotal	240,00	246,43	253,04	259,82	266,78
Total	521,76	540,14	559,20	578,97	599,46

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 67

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	8992,80	9849,89	10113,86	10384,92	10663,23
Servicios Básicos	521,76	540,14	559,20	578,97	599,46
Materiales de Oficina	871,00	894,34	918,31	942,92	968,19
TOTAL	10385,56	11284,37	11591,38	11906,80	12230,89

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

5.3.3 GASTOS DE VENTAS

Cuadro N° 68
GASTO PUBLICIDAD PROYECTADA

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Afiches	200,00	205,36	210,86	216,51	222,32
Tarjetas de presentación	80,00	82,14	84,35	86,61	88,93
TOTAL	280,00	287,50	295,21	303,12	311,24

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 69
GASTOS DE VENTA PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Publicidad	280,00	287,50	295,21	303,12	311,24
Combustible	960,00	985,73	1012,15	1039,27	1067,12
TOTAL	1240,00	1273,23	1307,35	1342,39	1378,37

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

5.3.4 GASTOS FINANCIEROS

Para que la microempresa inicie sus actividades requiere de \$ 53.788,91, de los cuales el 30% será financiado con capital propio y el 70% será financiado por el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés del 11% anual a cinco años plazo, la amortización de la deuda se la realizará anualmente.

Cuadro N° 70
FINANCIAMIENTO

DETALLE	VALOR	%
Capital Propio	16.136,67	30%
Financiamiento	37.652,23	70%
Inversión	53.788,91	100%

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 71
TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO DEL PRESTAMO:	37.652,23			
INTERES (Anual):	11%			
PLAZO:	5			
CUOTA FIJA:	10.187,58			
AÑO	PRINCIPAL	INTERESES	CUOTA FIJA	CAPITAL REDUCIDO
1	6.045,83	4.141,75	10.187,58	31.606,40
2	6.710,87	3.476,70	10.187,58	24.895,53
3	7.449,07	2.738,51	10.187,58	17.446,46
4	8.268,47	1.919,11	10.187,58	9.178,00
5	9.178,00	1.009,58	10.187,58	0,00
TOTAL	37.652,23	13.285,65	50.937,88	

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

5.3.5 GASTOS DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Los activos fijos pierden su valor por el uso, para compensar esta pérdida contable se deprecian de la siguiente forma:

Cuadro N° 72
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	%	VALOR
Edificio	19.250,00	20	5	962,50
Maquinaria y Equipo	14.260,00	10	10	1.426,00
Equipo de Computación	518,40	3	33,33	172,78
Muebles de Oficina	490,00	10	10	49,00
Vehículo de Ventas	10.000,00	5	20	2.000,00
Gastos de Constitución	2.445,00	5	20	489,00
TOTAL				5.099,28

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 73
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN PROYECTADOS

DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR RESIDUAL
Edificio	19.250,00	962,50	962,50	962,50	962,50	962,50	14.437,50
Maquinaria y Equipo	14.260,00	1.426,00	1.426,00	1.426,00	1.426,00	1.426,00	7.130,00
Equipo de Computación	518,40	172,78	172,78	172,78			0,05
Muebles de Oficina	490,00	49,00	49,00	49,00	49,00	49,00	245,00
Vehículo de Ventas	10.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	0,00
Gastos de Constitución	2.445,00	489,00	489,00	489,00	489,00	489,00	0,00
TOTAL	46.963,40	5.099,28	5.099,28	5.099,28	4.926,50	4.926,50	21.812,55

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

5.3.6 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

Cuadro N° 74

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS PROYECTADOS

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de Producción	14.840,51	15.717,84	16.298,65	16.901,79	17.528,16
Gastos Administrativos	10.385,56	11.284,37	11.591,38	11.906,80	12.230,89
Gastos de Ventas	1.240,00	1.273,23	1.307,35	1.342,39	1.378,37
Gastos Financieros	4.141,75	3.476,70	2.738,51	1.919,11	1.009,58
TOTAL	30.607,82	31.752,15	31.935,89	32.070,10	32.146,99

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

5.4. BALANCE DE ARRANQUE

Cuadro N° 75

EMPRESA "ZANAJUICE" ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
ACTIVO CIRCULANTE		Préstamo por pagar	<u>37.652,23</u>
Bancos	2.205,51	TOTAL PASIVOS	37.652,23
ACTIVO FIJO NO DEPRECIABLE			
Terreno	4.620,00		
ACTIVO FIJO DEPRECIABLE		PATRIMONIO	
Edificio	19.250,00	Aporte de Capital	<u>16.136,67</u>
Vehículo	10.000,00	TOTAL PATRIMONIO	16.136,67
Equipo de Computación	518,40		
Muebles y Enseres	490,00		
Maquinaria y Equipo	14.260,00		
ACTIVO DIFERIDO			
Gastos de Constitución	<u>2.445,00</u>		
TOTAL ACTIVOS	53.788,91	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	53.788,91

Fuente: Estudio Económico

Elaborado por: La Autora

5.5. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de resultados que tendrá el proyecto en su fase operacional. Los valores se refieren a los ingresos totales y costos totales de los periodos o ejercicios económicos proyectados.

Cuadro N° 76
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	44.797,76	46.697,52	48.677,83	50.742,13	52.893,97
(-) Costo de Producción	14.840,51	15.717,84	16.298,65	16.901,79	17.528,16
Utilidad Bruta en Ventas	29.957,25	30.979,68	32.379,18	33.840,34	35.365,82
Gasto Administrativo	10.385,56	11.284,37	11.591,38	11.906,80	12.230,89
Gasto de Ventas	1.240,00	1.273,23	1.307,35	1.342,39	1.378,37
Gasto Financiero	4.141,75	3.476,70	2.738,51	1.919,11	1.009,58
Gasto Depreciación y Amortización	5.099,28	5.099,28	5.099,28	4.926,50	4.926,50
Utilidad Operacional	9.090,66	9.846,09	11.642,66	13.745,53	15.820,48
15% Utilidad Trabajadores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de Impuestos	9.090,66	9.846,09	11.642,66	13.745,53	15.820,48
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD NETA	9.090,66	9.846,09	11.642,66	13.745,53	15.820,48

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Según el Reglamento para la aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno Art. 37, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los USD 60.000 o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a USD 100.000 o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad

empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a USD 80.000. Por lo que la microempresa no es obligada a llevar contabilidad y no paga el 15% de participación trabajadores. Además no supera la base imponible del 2013 que es de 10.180,00 para el pago del Impuesto a la Renta.

5.6. FLUJO DE CAJA

El flujo de efectivo que tendrá el proyecto en su fase de inversión y operación establece las entradas por concepto de ingresos por ventas de los años proyectados y los recursos financieros obtenidos por concepto del aporte personal y el crédito solicitado.

Cuadro N° 77
FLUJO DE CAJA

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Utilidad Neta		9090,66	9846,09	11642,66	13745,53	15820,48
Crédito	37652,23					
Depreciación y Amortización		5099,28	5099,28	5099,28	4926,50	4926,50
Pago Préstamo		-6045,83	-6710,87	-7449,07	-8268,47	-9178,00
Valor Residual						21812,55
TOTAL INVERSIÓN	-53788,91					
FLUJO NETO DE CAJA	-16136,67	8144,11	8234,50	9292,88	10403,57	33381,54

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

5.7. EVALUACIÓN FINANCIERA

La tarea de evaluar consiste en medir objetivamente ciertas magnitudes resultantes de la formulación del proyecto y convertirlas en cifras financieras al fin de obtener indicadores útiles para medir su viabilidad.

5.7.1. COSTO DE OPORTUNIDAD (CK)

También conocido como tasa de interés para la evaluación financiera, tasa de descuento, se obtuvo considerando el tipo de inversión, valor de la tasa de ponderación (4,53% tasa pasiva y 8,17 tasa activa).

$$\begin{aligned} \text{Tasa Ponderada 1} &= 0,30 * 0,0453 \\ &= 0,01359 * 100 \\ &= 1,36\% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Tasa Ponderada 2} &= 0,70 * 0,0817 \\ &= 0,0572 * 100 \\ &= 5,72\% \end{aligned}$$

$$\text{CK} = 1,36\% + 5,72\%$$

$$\text{CK} = 7,08\%$$

Cuadro N° 78
COSTO DE OPORTUNIDAD (CK)

	RUBROS	VALOR	%	TASA REF.	TASA POND.
1	Inversión propia	16.136,67	30,00%	4,53%	1,36%
2	Inversión financiada	37.652,23	70,00%	8,17%	5,72%
	Inversión total	53.788,91	100,00%		7,08%

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Para calcular la tasa de redescuento se utilizó los valores del costo de oportunidad de la inversión y el promedio de la inflación de los últimos 5 años, al 2009 con 4,31%, 2010 con 3,33, 2011 con 5,41%, 2012 con 4,16% y al 30 de junio del 2013 con 2,68%.

Tasa de Redescuento = 7,08% + 3,98% = 11,06%

Cuadro N° 79
TASA DE REDESCUENTO

COSTO DE OPORTUNIDAD	INFLACIÓN	TASA
7,08%	3,98%	11,06%

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

5.7.2. VALOR PRESENTE NETO (VAN)

Este indicador muestra el monto de beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero, como su costo de oportunidad.

Cuadro N° 80
CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (11,06%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	16.136,67		
1	8.144,11	1,11056	7.333,34
2	8.234,50	1,233343514	6.676,56
3	9.292,88	1,369701972	6.784,60
4	10.403,57	1,521136223	6.839,34
5	33.381,54	1,689313043	19.760,42
Σ Flujos Netos Actualizados			47.394,26

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

VAN= Σ Flujos Netos Actualizados – Inversión

$$\text{VAN} = \left(\frac{8.144,11}{(1,1106)^1} + \frac{8.234,50}{(1,1106)^2} + \frac{9.292,88}{(1,1106)^3} + \frac{10.403,57}{(1,1106)^4} + \frac{33.381,54}{(1,1106)^5} \right) - 16.136,67$$

VAN= 47.394,26 – 16.136,67

VAN= 31.257,59

En los flujos traídos a valor presente, el VAN corresponde a \$ 31.257,59; lo que significa que el proyecto es viable considerando que el VAN es mayor que cero.

5.7.3. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

El criterio de la tasa interna de retorno es evaluar un proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos iniciales (inversión) actualizados a la tasa de rentabilidad.

Cuadro N° 81
VAN CON TASA INFERIOR

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (11,06%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	16.136,67		
1	8.144,11	1,11056	7.333,34
2	8.234,50	1,233343514	6.676,56
3	9.292,88	1,369701972	6.784,60
4	10.403,57	1,521136223	6.839,34
5	33.381,54	1,689313043	19.760,42
Σ Flujos Netos Actualizados			47.394,26
VAN TASA INFERIOR			31.257,59

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 82
VAN CON TASA SUPERIOR

AÑOS	FLUJOS NETOS	TASA DE REDESCUENTO (57,017%)	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	16.136,67		
1	8.144,11	1,57017	5.186,77
2	8.234,50	2,465433829	3.339,98
3	9.292,88	3,871150235	2.400,55
4	10.403,57	6,078363965	1.711,57
5	33.381,54	9,544064746	3.497,62
Σ Flujos Netos Actualizados			16.136,49
VAN TASA SUPERIOR			-0,18

Fuente: Estudio Económico
Elaborado por: La Autora

DATOS

Tasa Inferior 11,06%
Tasa Superior 57,017%
VAN Tasa Inferior 31.257,59
VAN Tasa Superior -0,18

$$TIR = Tasa Inferior + (Tasa Superior - Tasa Inferior) \left(\frac{VAN \text{ tasa inferior}}{VAN \text{ tasa inferior} - VAN \text{ tasa superior}} \right)$$

$$TIR = 11,06 + (57,017 - 11,06) \left(\frac{31.257,59}{31,527,59 - (-0,18)} \right)$$

TIR = 57,02%

La TIR que se obtiene es de 57,02%, la cual es mayor a la tasa del costo de oportunidad. Por lo tanto se puede concluir que el proyecto es aceptable.

5.7.4. BENEFICIO / COSTO (B/C)

$$\text{B/C} = \frac{\Sigma \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{B/C} = \frac{47.394,26}{16.136,67}$$

$$\text{B/C} = \quad \quad \quad \mathbf{2,94}$$

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos, determinándose una relación de 2,94 lo que supera a uno, es significa que por cada dólar invertido se recupera 2,94 por lo tanto el proyecto si es aceptable.

5.7.5. PUNTO EQUILIBRIO

Es el nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, por ende no existe utilidad. Para la determinación del punto de equilibrio se necesita la existencia de tres elementos básicos, ingresos, costos variables y costos fijos.

$$PE \$ = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})}$$

$$PE u = \frac{PE \$}{\text{Precio de Venta Unitario}}$$

$$PE \$ = \frac{20.866,59}{1 - (14840,51 / 44797,76)}$$

$$PE u = \frac{31.203,68}{0,40}$$

$$PE \$ = 31.203,68$$

$$PE u = 77.065$$

Cuadro N° 83
PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	44.797,76	46.697,52	48.677,83	50.742,13	52.893,97
COSTOS FIJOS					
Gastos Administrativos	10.385,56	11.284,37	11.591,38	11.906,80	12.230,89
Gastos de Venta	1.240,00	1.273,23	1.307,35	1.342,39	1.378,37
Gastos Financieros	4.141,75	3.476,70	2.738,51	1.919,11	1.009,58
Depreciaciones	5.099,28	5.099,28	5.099,28	4.926,50	4.926,50
TOTAL COSTOS FIJOS	20.866,59	21.133,59	20.736,52	20.094,81	19.545,33
COSTOS VARIABLES					
Materia Prima Directa	1.862,21	1.941,19	2.023,51	2.109,32	2.198,77
Mano de Obra Directa	4.915,64	5.373,91	5.517,93	5.665,81	5.817,65
Costos Indirectos de Fabricación	8.062,65	8.402,75	8.757,22	9.126,67	9.511,74
TOTAL COSTOS VARIABLES	14.840,51	15.717,84	16.298,65	16.901,79	17.528,16
PUNTO DE EQUILIBRIO (\$)	31.203,68	31.855,92	31.174,63	30.131,30	29.232,47
PUNTO DE EQUILIBRIO (u)	77.065	76.623	73.027	68.740	64.949

Elaborado por: La Autora

5.7.6. PERIODO DE RECUPERACIÓN

Es el número de períodos que se necesita para recuperar el desembolso inicial del capital del proyecto. Es decir, es el periodo que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto.

Cuadro N° 84
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

AÑO	FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJOS NETOS ACUMULADOS
1	7.333,34	7.333,34
2	6.676,56	14.009,90
3	6.784,60	20.794,50
4	6.839,34	27.633,84
5	19.760,42	47.394,26

Elaborado por: La Autora

Cálculos:

$$16.136,67 = \text{Inversión}$$

$$14.009,90 = \Sigma \text{ 2do año} = 2 \text{ años}$$

$$16.136,28 - 14.009,90 = 2.126,77$$

$$6.784,60 / 12 = 565,38 \text{ (mes)}$$

$$2.126,77 / 565,38 = 3,76 = 3 \text{ meses}$$

$$0,76 * 30 = 22,80 = 23 \text{ días}$$

El periodo de recuperación de la inversión que tendrá el proyecto será de 2 años, 3 meses y 23 días.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL

6.1. LA EMPRESA

ZANAJUICE es una empresa 100% ecuatoriana creada para la elaboración de Jugo de Zanahoria en envase de vidrio para su mejor conservación; tratando de ofrecer a todos y cada uno de nuestros consumidores la más alta calidad en nuestro producto.

Nuestra empresa se encarga de satisfacer las necesidades del cliente desarrollando, fabricando y comercializando productos de excelente calidad alimentaria, con un personal capacitado para dar soluciones integrales que generen bienestar, compromiso y el mejor producto, para así generar oportunidades de negocios rentables.

Ser vistos como la empresa líder, utilizando los mejores ingredientes, en las áreas de nutrición, salud, rendimiento físico, manteniendo un alto nivel de permanencia, para ser identificados como símbolo de excelencia, generando en el cliente confianza y seriedad en el rubro de jugo concentrado de zanahoria.

“ZANAJUICE” se compromete, como elaborador del jugo de zanahoria, a generar la confianza y satisfacción de sus clientes al mantener un sistema de seguridad alimentaria.

Brindarles a los clientes seguridad en el momento de comprar este producto, demostrando la calidad del producto. Ofrecer un producto al cliente enriquecido de proteínas, vitaminas y minerales. Llegar al público con seguridad y confianza. La maximización del beneficio. Como mucho, y

en el mejor de los casos, se habla, además, de la satisfacción y conservación del cliente. Ser beneficiados por la venta de este producto.

6.2. NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Ilustración N° 29 RAZÓN SOCIAL



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Wilfrido Chamorro – Diseñador Gráfico

6.3. MISIÓN

“Nuestra misión consiste en producir y distribuir un producto de excelente calidad alimentaria que contemple las necesidades de nuestros clientes, desarrollando una actividad en forma eficiente y rentable que generen bienestar a nuestros consumidores.”

6.4. VISIÓN

2013 – 2016

“Ser una empresa que se adelante a los desafíos del cambio del entorno, comprometida en la búsqueda de la excelencia, en estrecho contacto con clientes, proveedores y trabajo en equipo con su personal.”

6.5. PRINCIPIOS Y VALORES

6.5.1. SERVICIO

- Servir a los clientes de la mejor forma.
- El servicio debe ser con eficiencia.
- Servicio personalizado.

6.5.2. MEJORAMIENTO CONTINUO

- Implementar calidad que genera confianza.
- Estar preparados para afrontar retos.
- Brindar a nuestros colaboradores y clientes un entorno estimulante y motivador.

6.5.3. TRABAJO EN EQUIPO

- Impulsar como un solo equipo el desarrollo de la Organización.
- Generando valor.
- Comprometidos con resultados de excelencia.

6.5.4. INNOVACIÓN

- Pensando diferente.
- Hacer cosas nuevas y creativas.
- Contribuir a la mejora de la Organización.

6.5.5. PRODUCTIVIDAD

- Trabajando de forma eficaz y eficiente.
- Agregando valor en cada resultado.
- Fomentar una sana nutrición en nuestros clientes.

- Garantizando en forma permanente a nuestros clientes productos y servicios de excelencia.

6.5.6. HONESTIDAD, INTEGRIDAD

- Cumpliendo con los deberes de forma ética.
- Generando credibilidad dentro y fuera de la Organización.
- Implica rectitud, bondad, honradez, alguien en quien se puede confiar.
- Expresar respeto por uno mismo y por los demás.

6.6. POLITICAS

- Realizar monitoreo de mercado a través de encuestas y degustación a nuestros clientes.
- Utilización de tecnología en el proceso de producción.
- Prácticas acordes a estándares de higiene y seguridad que aseguren la calidad de nuestros productos alimenticios, destacando nuestro compromiso con la calidad, el cumplimiento con los requisitos legales y reglamentarios, la preservación del medio ambiente y la mejora continua.
- Desarrollo de un ambiente laboral motivacional y apuntar a la formación continua de su personal.

6.7. OBJETIVOS ESTRATEGICOS

- Incentivar a las personas a consumir productos naturales para el cuidado de la salud de la familia ofertando un producto que cumpla con los estándares de calidad y precio para la aceptación en el mercado.

- Ofertar un producto de menor precio que el de la competencia, que se lo puede encontrar en cualquier tienda de la ciudad y que satisfaga los requerimientos del cliente y poder reemplazar las bebidas con bajo contenido de fruta por una bebida concentrada de las vitaminas que ofrece la zanahoria agregado solamente agua en cantidad tal que restituya la eliminada en su proceso.
- Promocionar el producto a los potenciales clientes, para que la demanda se incremente y se pueda incrementar la productividad, aprovechando los cambios en las políticas del Estado con respecto a las facilidades de financiamiento a los comerciantes para que exista mayor inversión.
- Satisfacer a los clientes ofreciendo un producto de calidad, sano y natural, sin riesgos de causar enfermedades, por medio de la venta directa a los distribuidores, tiendas, abastos y supermercados.

6.8. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

Ilustración N° 30
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: La Autora

6.9. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Cuadro N° 85
FUNCIONES DEL GERENTE

GERENTE – PROPIETARIO
<p>El propietario e impulsador del proyecto será el Gerente, el representante legal de la microempresa en todos los actos judiciales y extrajudiciales, gozará de las facultades constantes en la ley en todos los asuntos relacionados con su giro en operaciones comerciales o civiles, con las limitaciones establecidas por la ley.</p> <p>Además se encargará de la administración, finanzas, ventas adquisiciones de mercadería y distribución del producto.</p>
Requisitos para el Cargo
<ul style="list-style-type: none">• Experiencia mínima 2 años en puestos afines.• Educación superior en administración de empresas o carrera a fin.• Manejo de software que utiliza la microempresa.• Liderazgo.• Buenas relaciones interpersonales.• Capacidad de análisis.• Poseer licencia profesional de manejo.• Honorabilidad, responsabilidad.
Funciones
<ul style="list-style-type: none">• Ser el representante legal de la microempresa.• Comunicar a los empleados de la microempresa los objetivos y valores de la organización.• Dirigir a los empleados de la organización para el cumplimiento

de los objetivos.

- Resolver problemas de tipo operativo dentro de la organización.
- Manejar efectivamente los recursos de la microempresa.
- Cumplir y hacer cumplir con todas las disposiciones legales y tributarias a las que esté sujeta la microempresa.
- Asegurar la gestión de cada una de las áreas.
- Atender al público y clientes, personal y telefónicamente, para proporcionar información de la microempresa.
- Administrar los fondos de la microempresa.
- Realizar las facturas correspondientes a la venta de nuestros productos.
- Llevar y mantener actualizada la contabilidad de todas las actividades de la empresa con sus respectivos registros.
- Realizar los pagos mensuales y beneficios de nómina de la empresa.
- Realizar la toma física de inventarios cada tres meses por muestreo y a fin de año total, para cierre del ejercicio.
- Manejo de Kárdex.
- Cumplir puntualmente con los pedidos realizados por los clientes de la empresa.
- Prospección y captación de otros clientes.
- Entregar toda la información requerida para satisfacer las preguntas del cliente.
- Especificar rutas de venta.
- Cronograma de visita a clientes

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 86
FUNCIONES DEL OPERARIO

OPERARIO DE PRODUCCIÓN
<p>Aplicar todas las funciones, procesos, subprocesos y actividades referentes al programa de producción.</p>
Requisitos para el Cargo
<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia en producción de jugos o afines. • Bachiller • Buen estado de salud. • Buenas relaciones interpersonales.
Funciones
<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de la calidad de todos los materiales primarios. • Envasado, pasteurizado del jugo de zanahoria y verificación del producto terminado. • Notificar cualquier anomalía de seguridad industrial y mantenimiento. • Colocación del producto terminado en el camión para la distribución. • No permitir la entrada a personas ajenas a la bodega. • Coordinar con su superior el transporte. • Garantizar el adecuado y buen uso del material de trabajo. • Coordinar inventarios generales físicos de bodega. • Velar por el mantenimiento y uso adecuado de los equipos, insumos y materiales que se utilizan en el proceso de producción. • Cumplir con los rendimientos de producción que espera la empresa. • Realizar el aseo de las instalaciones. • Ser apoyo al gerente en actividades extraordinarias. • Estar pendiente del mantenimiento del vehículo.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: La Autora

6.10. ASPECTOS LEGALES

Para la creación y funcionamiento de una Microempresa en la ciudad de Ibarra, Provincia de Imbabura, se debe cumplir con requisitos que son tramitados en el Municipio de la Ciudad de Ibarra, el Servicio de Rentas Internas y la Dirección Provincial de Salud de Imbabura.

6.10.1. OBTENER EL RUC

En el Servicio de Rentas Internas (SRI), obtenemos el Registro Único de Contribuyentes (RUC) presentando los siguientes requisitos:

- Original y copia a color de la cédula de identidad y certificado de votación vigente.
- Para registrar la dirección domiciliaria de la actividad económica se debe presentar el original y copia de la planilla de agua, luz o teléfono de máximo tres meses atrás o pago del Impuesto Predial (año actual o anterior).

6.10.2. PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Este documento lo emite un representante del cuerpo de bomberos después de la inspección correspondiente.

6.10.3. INSCRIPCION EN EL REGISTRO DE ACTIVIDADES ECONOMICAS

Este trámite se lo realiza en el Municipio de la Ciudad de Ibarra, presentando los siguientes documentos:

- RUC
- Cédula de identidad y certificado de votación actualizado.
- Nombre completo del dueño de casa donde funciona la actividad económica, o el pago del impuesto predial; este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica, en caso de que tenga local comercial.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.

6.10.4. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

En la Dirección Provincial de Salud de Imbabura se presenta la siguiente documentación:

- Copia del RUC
- Copia de cédula y certificado de votación vigente.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos.
- Certificado de salud de los trabajadores emitido por el Centro de Salud de Ibarra.
- Ficha de inspección que se entrega luego de hacer la evaluación al local emitido por un representante del Centro de Salud.
- El costo de la tasa para obtener el permiso corresponde al tipo de establecimiento y la categoría.

CAPÍTULO VII

7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

En este capítulo se presenta la herramienta metodológica para validar los impactos positivos y negativos que posiblemente generará la empresa de producción de jugo de zanahoria.

Esta herramienta es el análisis de impactos que se realiza mediante el empleo de una matriz, la misma que actúa con la asignación de una calificación a los componentes del entorno, en el que se está trabajando, para lo cual se emplea la siguiente tabla de valoración:

Cuadro N° 87
TABLA DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

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

Elaborado por: La Autora

A continuación se asigna un nivel de impacto a cada uno de los indicadores, se determina el nivel de impacto de área o ámbito matemáticamente.

Una vez realizado las matrices de cada área o ámbito se plantea una matriz general de impactos que utilizando los ítems mencionados anteriormente, permiten establecer el impacto global del proyecto.

7.1 IMPACTO ECONÓMICO

Cuadro N° 88

IMPACTO ECONÓMICO							
Indicadores	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ingresos por ventas						x	
Costo de producción							x
Rentabilidad del proyecto					x		
Incentivo al consumo							X
Total					1	2	6
						Σ	9

$$NI = \frac{9}{4} = 2,3 \quad \text{Medio Positivo}$$

ANÁLISIS

El resultado de la matriz indica que el impacto económico es positivo, ya que la producción del jugo de zanahoria requiere poca inversión durante todo el proceso, ya que la una microempresa no requiere de maquinaria costosa.

Como se apreció en el estudio económico se puede establecer que en el proyecto sus costos de producción no son muy altos, con respecto a sus ingresos.

Debido a que los consumidores no tienen el hábito de adquirir este tipo de productos, el mercado a satisfacer no es muy extenso, para lo cual a través de la comercialización de este producto se va a lograr que los consumidores decidan adquirirlo por su calidad y el beneficio nutricional, de esta forma se logrará incrementar las ventas para que el proyecto sea más rentable.

7.2 IMPACTO SOCIAL

Cuadro N° 89

IMPACTO SOCIAL							
Indicadores	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Hábitos de consumo						x	
Mejorar la nutrición familiar							x
Incentivo micro empresarial						x	
Generar fuentes de trabajo			x				
Total			-1			4	3
						Σ	6

$$NI = \frac{6}{4} = 1,5 \quad \text{Medio Positivo}$$

El consumo de jugos envasados industrialmente frente a los preparados en el hogar, en concordancia con los cambios en los hábitos de consumo, han hecho aumentar las comidas y bebidas fuera del hogar.

Las propiedades nutritivas y curativas de la zanahoria son de gran impacto en la población en general, lo cual mejoran la salud física y mental de la familia.

La realización de este proyecto es de gran ayuda ya que los alienta a otros microempresarios a invertir, a mejorar su negocio, a trabajar mejor para enfrentar a la competencia con productos de calidad, que obligue a la gente a apreciar lo nuestro.

Debido a que el proceso productivo no es muy complejo y la demanda a satisfacer no es muy grande, la microempresa no requiere de mucho personal, por lo cual no es generadora de muchas fuentes de trabajo.

7.3 IMPACTO COMERCIAL

Cuadro N° 90

IMPACTO COMERCIAL							
Indicadores	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mercado meta fijo						x	
Volumen de producción						x	
Canales de distribución					x		
Total					1	4	
						Σ	5

$$NI = \frac{5}{3} = 1,6 \quad \text{Medio Positivo}$$

El proyecto tiene establecido el mercado meta que son las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra, de esta forma el mercado no es muy amplio y se puede prestar una mejor atención para incentivar a los comerciantes a vender nuestro producto.

Estos negocios con la ayuda de una publicidad de la empresa subirán sus ventas y por ende en la empresa subirá el volumen de producción, para así poder mejorar la política de fijación de precios para tener productos altamente competitivos.

El canal de distribución no lleva directamente a los consumidores finales, sino por medio de intermediarios que son los ya mencionados tiendas y abastos de la ciudad.

7.4 IMPACTO AMBIENTAL

Cuadro N° 91

IMPACTO AMBIENTAL							
Indicadores	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Aprovechamiento de recursos							x
Contaminación del ambiente			x				
Total			-1				3
						Σ	2

$$NI = \frac{2}{2} = 1 \quad \text{Bajo Positivo}$$

El impacto ambiental del presente proyecto es bajo positivo, la producción del jugo de zanahoria no generará desperdicios tóxicos, buscando la utilización de los desechos comunes como abonos para plantas, y fomentando el respeto a las ordenanzas municipales y en sí el medio ambiente.

Los envases plásticos utilizados en la comercialización de este producto son desechables, después de su uso estos plásticos son enviados a los tachos de basura o se acumulan en las calles, parques, carreteras, bosques, ríos, playas, desagües, entre otros. La alternativa a este problema sería reusar estos envases, algo que ya se está haciendo.

7.5 IMPACTO GENERAL

Cuadro N° 92

IMPACTO GENERAL							
Indicadores	Niveles						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Económico						x	
Impacto Social						x	
Impacto Comercial						x	
Impacto Ambiental					x		
Total					1	6	
						Σ	7

$$NI = \frac{7}{4} = 1,8 \quad \text{Medio Positivo}$$

El Impacto General del presente proyecto tiene una calificación de Impacto Medio Positivo, esto quiere decir que nuestro proyecto genera en el área económica, social, comercial y ambiental un impacto positivo y que con su puesta en marcha no afectará a ningún sector, sino más bien beneficiaría a la población en general.

CONCLUSIONES

1. De los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los comerciantes de tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra se concluye que en estos negocios se comercializa varias marcas de jugos envasados de diferentes sabores, sin embargo hay una amplia aceptación de este nuevo producto.
2. En el estudio de mercado se verificó que no existen empresas productoras de jugo de zanahoria en la ciudad de Ibarra, por la cual nuestra empresa tiene una gran oportunidad dentro del segmento hacia el cual se dirige, al ser pionera en la producción de este jugo en la ciudad, siendo esto una ventaja para ser una empresa líder en el mercado.
3. En la ingeniería del proyecto se establece que los procesos de producción del jugo de zanahoria son aplicables a la microempresa ya que no requiere de altas tecnologías para su elaboración, también se dispone de la infraestructura, servicios básicos, materia prima y recursos financieros apropiados y necesarios para el éxito del proyecto. La presentación del producto será en botella de plástico de 250 ml, con su respectiva tapa, sello de seguridad y etiqueta.
4. Del análisis económico se determina mediante el cálculo del VAN que el proyecto es viable. De la misma forma los resultados de la TIR se puede concluir que el proyecto es aceptable. Así también se determina el periodo de recuperación de la inversión.
5. El personal de producción se encuentra capacitado, para el manejo de la maquinaria, ya que su proceso no es complejo y se encuentra bien definido.

RECOMEDACIONES

1. Captar y mantener la demanda insatisfecha captada por el jugo de zanahoria, mediante la aplicación e incremento de las estrategias de comercialización, en el estudio de mercado.
2. La aplicación de una estructura organizacional permite trabajar con altos niveles de eficiencia y eficacia lo que influirá a futuro de un alto porcentaje de utilidades.
3. Se necesita implementar calidad en los procesos de producción para ser competitivo, es una herramienta indispensable que genera confianza en las relaciones empresa y consumidores, que además genera valor agregado a sus productos.
4. Se recomienda documentar las variaciones obtenidas para realizar los estudios comparativos y determinar la verdadera utilidad de dicha implementación.
5. Será importante que la inversión inicial se mantenga para que no altere la rentabilidad propuesta así como el periodo de recuperación de la inversión.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: McGraw Hill.
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. Mexico D.F.: McGraw Hill - Sexta Edición.
- Bravo Valdiviezo, M. (2003). *Contabilidad General*. Quito-Ecuador: Quinta Edición.
- Brighan, E., & Houston, J. (2005). *Fundamentos de Administración Financiera*. Mexico: Thomson Editores, Decima Edición.
- Chiliquinga, M. (2004). *Costos por Órdenes de Producción*. Ibarra-Ecuador.
- Córdova P., M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe ediciones Ltda.
- Dávalos, N. (2002). *Diccionario Contable*. Editorial Ábaco.
- Fernández Marcos, A. (2009). *Monografias.com*. Recuperado el 01 de 06 de 2013, de <http://www.monografias.com/trabajos82/la-contabilidad-de-costos/la-contabilidad-de-costos2.shtml#ixzz2WrjLk585>
- Friend, G. (2008). *Plan de Negocios*. Cuatro Media.
- Gitman, L. J. (2007). *Principios de Administración Financiera*. México: Pearson Educación, Decimo Primera Edición.
- Hargadon, B. (1993). *Principios de Contabilidad*. Colombia: Tercera Edición.
- Horfres. (s.f.). *Trazabilidad de Hortalizas*. Recuperado el 01 de 06 de 2013, de Empresa Aernor: <http://www.horfres.com/zanahoria.htm>.
- Jacobs F, R., Aquilano, N., & Chase, R. (2005). *Administración de la Producción y Operaciones para una Ventaja Competitiva*. Mexico D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V.
- Jacome, W. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación ed Priyectos Productivos y de Inversión*. Ibarra-Ecuador: CUDIC Editorial Universitaria.

- Kotler, P. (2008). *Principios de Marketing*. Mexico: Prentice Hall - Doceava Edición.
- Martinez, P. (1999). *Diccionario Económico Básico*. Quito - Ecuador: Autores Varios - Primera Edición.
- Nassir Sapag, C. (2007). *Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson Educación.
- Santesmases, M. (2001). *Marketing Conceptos y Estrategias*.
- Sarmiento, R. (2005). *Contabilidad General*. Ecuador.
- Soto, R. (2002). *Pequeña Empresa*. Perú: Editora Palomino - Primera Edición.
- Staton, W. (2000). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGraw-Hill - Undécima.
- Tecnológica, D. G. (s.f.). *Guías Empresariales*. Recuperado el 06 de 2013, de <http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?ins=784&s=14>
- Torres, L. (1995). *La Microempresa en el Ecuador*. Mexico: Segunda Edición.
- Vasquez, V. (2002). *Organización Aplicada*. Segunda Edición Ecuador.
- Zapata, P. (2002). *Contabilidad General*. Quito-Ecuador: McGraw-Hill - Segunda Edición.

ANEXOS

ANEXO 1: TIENDAS DE LA CIUDAD DE IBARRA

CIIU CIIU Descripción		5220.08 Tiendas
Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
2	TIENDA	LA FLORIDA LOS CLAVELES Y AMAPOLAS
1	TERC.EDAD TIENDA	A CORDERO 05-098
1	TIENDITA DIEGO	RAFAEL CARVAJAL 3-11
1	TIENDA	PUERTO RICO Y BRASIL
1	TIENDA	AV M ACOSTA 12-009
1	TIENDA.	CHICA NARVAEZ 06-082
1	ABACERIA	RIOBAMBA 2-31
1	TERC. EDAD TIENDA VIVERES SANTA ELENA	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIMAN Y PIÑAN
1	TIENDA JORDAY	RAFAEL LARREA 03-58
1	TIENDA Y FRITURAS	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 1-098 LINEA FERREA
1	TIENDA	URUGUAY 1-25
1	TIENDA	LUIS FERNANDO VILLAMAR 7-25
1	TIENDA	QUITO 13-94
1	TIENDA	PUYO 08-40
1	TIENDA	OLIMPIA GUDIÑO Y GALO PLAZA
1	TIENDA VIVERES LUCITA	S ANT E RIVADENEIRA 2-110
1	TIENDA ELY	B GARCIA 04-118
1	TERC EDAD TIENDA	QUIS QUIS 01-26
1	TIENDA	OLMEDO 01-09
1	TIENDA	B GARCIA 05-066
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 05-006
2	TERC.EDAD TIENDA	J ATABALIPA 17-026
1	TIENDA DE SUSY	BELLAVISTA DE CARANQUI 1-50
1	TIENDA TERCERA EDAD	AMBUQUI S/N
1	TIENDA TERCERA EDAD	RAMON ALARCON 3-170
1	VIVERES HILDITA	AV M ACOSTA 11-066
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 5-110
1	TIENDA	LA PRIMAVERA N MANDELA 4-22
1	TIENDA	LA ESPERANZA MANUEL FREIRE S/N FRENT ESC M ACOSTA
1	TIENDA	AV JOSE M VACA 6-47
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	LATACUNGA 06-31
1	TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE PARQUE SOL LOS CEIBOS C06
1	TIENDA	PUGACHO ALTO S/N
1	TIENDA	AV CARCHI 1-045
1	TIENDA VIVERES OLGUITA	J ESPINOZA D M 05-042
1	TIENDA	RIO AMBI 2-60
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 2 DE AGOSTO SN
1	TIENDA VIVERES DAVID	AV RETORNO 17-105
1	TIENDA	ZUMBA 13-42
1	TERC.EDAD TIENDA	TUNGURAHUA 08-75
1	ABACERIA Y CABINAS(2)	LA VICT A ALBUJA G 4-06
1	TIENDA	RIOBAMBA 5-62
1	TIENDA	RIO PASTAZA 4-26
1	TIENDA	13 DE ABRIL 15-236
1	TIENDA	AV T GOMEZ 13-012
1	TIENDA VIVERES FERNANDITO	L TOROMORENO 6-27
1	TIENDA	EMPERADOR CACHA 4-103
1	TIENDA	OLMEDO 04-22
1	TIENDA	LA VICT PN MZ72 2-38 1 ETAPA
1	TIENDA/COMIDAS	AV M ACOSTA 13-012

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA VIVERES JULITA	S ANT SUCRE 07-080
1	TIENDA VIVERES ENMITA	L BENALCAZAR 01-034
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 18-097
1	TIENDA	LUIS F BORJA 07-130
1	TERC.EDAD TIENDA MICROMERCADO KARITO	B GARCIA 06-059
1	VIVERES PAOLITA	AV J ROLDOS 04-040
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y AZUAY
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 2 DE AGOSTO 4-142
1	TIENDA VIVERES MARISELA	LA VICT PM MZ71 5-43 1 ETAPA
1	TIENDA	LUIS VARGAS T 5-41
2	TIENDA	AV J ROLDOS 05-051
1	TIENDA	J F BONILLA 18-38
1	TIENDA	RIO AGUARICO 2-20
1	TIENDA	CISNE 1-141 Y PUYO
1	TIENDA ABASTOS DIANITA	AZOGUEZ 03-09
1	TIENDA	FLORES 03-031
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO 3-102
1	TIENDA	AZOGUES 02-09
1	VIVERES VERONICA	JUAN MONTALVO 09-016
1	TIENDA	NAZACOTA PUENTO S/N (1) IZQ.
2	MINIMARKET ALEXANDER(MASCARILLA 2)	AV E ESPEJO TERM TERR A 18
1	VIVERES GLORITA	C E GRIJALVA 19-23
1	TIENDA	MEJIA 7-034
1	TIENDA HELADERIA LA VICTORIA	LA VICT C BARAHONA M 07-010
1	TIENDA	SALINAS SAN LUIS
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 5 DE JUNIO
1	TIENDA	QUITO 18-15
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA
1	TIENDA	AV R MIRANDA 02-26
1	TIENDA	13 DE ABRIL 29-124
1	TIENDA	J F BONILLA 17-11
1	TIENDA	LITA S/N
1	TIENDA	PABLO ANIBAL VELA SN
1	TIENDA VIVERES OSWALDITO	LA FLORIDA LAS BUGANVILLAS 3-22
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	BRASIL 4-17
1	TIENDA NELICITA	RIO CHIMBO 6-086
1	TIENDA	LA VICT C BARAHONA M 14-024
1	TIENDA	DEL TUCAN 05-046
4	TIENDA	J F CEVALLOS 2-30
1	TIENDA	SECUNDINO PEÑAFIEL
1	TIENDA	DEL PAVO REAL 04-38
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 300M IZQ.FINAL ADOQUINADO
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 6-007 LINEA FERREA
1	TIENDA	RUFO SIMBAÑA Y NELSON DAVILA EL OLIVO
2	TIENDA	PRINCESA PACCHA 11-021
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N BELLAVISTA 100M IZQ.P S/N (1)
1	VIVERES	13 DE ABRIL JUNTO AL MAYORISTA
1	TIENDA	PUYO 11-70
1	TIENDA	PASTORA ALOMIA 2-46
1	TIENDA	ISLA FERNANDINA H F AZAYA CONDOM CASA NRO 7
1	TIENDA	A MONCAYO 3-007
1	TIENDA LA NUEVA ESQUINA	JUAN MONTALVO 10-312
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 12-157
1	TIENDA MARCELA	COLOMBIA 2-103

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y GUAYAS
1	TIENDA Y PANADERIA	LA PRIMAVERA M T D CALCUTA 4-82
1	TIENDA	PUYO 09-81
1	TIENDA	LUIS CRISTOBAL TOBAR 7-02
1	TIENDA	SALINAS PANAMERICANA NORTE LA Y
1	TIENDA	LITA
1	TERC EDAD TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 7-057
1	TIENDA	LA CAMPIÑA LA CAROLINA 5-70
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA
1	VIVERES LORENITA	LA VICT H GUZMAN L 06-77
1	TIENDA	J VINUEZA 1-80
1	TIENDA	QUITO C06 Y AV JOSE M VACA
1	TIENDA/CABINA	JUANA DE LA CRUZ
2	TIENDA	BOLIVAR 01-079
1	TIENDA	AMBATO 03-062
1	TIENDA	AV R MIRANDA 01-49
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA
1	TIENDA	AMBUQUI
1	ABACERIA	AMBATO 08-058
1	TIENDA	EL JUNCAL
1	VIVERES SAMY JHON	AV V M GUZMAN 03-011
1	TIENDA	AMBATO 11-036
1	TERCERA EDAD TIENDA	J SALINAS 04-007
2	TIENDA	CAMINO AL MIRADOR QUINTA DEL OLIVO
1	TIENDA MINIMARKET DOMENICA	LA ESPERANZA 60M DER.FIN AV RETORNO
1	TIENDA	LA VICT H GUZMAN L 10-28 Y 10-30
1	TERC. EDAD.TIENDA	TENA 04-20
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS 50M DER.MINIMARKET SAN LUIS
1	TIENDA	C GOMEZ JURADO 05-067
1	TIENDA	SEGUNDO LUIS MORENO 5-91 E IBARRA
3	TIENDA	LA VICT ROSA ANDRADE 1-48
1	TIENDA	EL MILAGRO EL DURAZNO 5-09
1	TIENDA	LA VICT H GUZMAN L 10-55
1	TIENDA	AV RETORNO S/N 100M ANTES DE ACADEMIA MILITAR
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS CONJ.SAN JORGE C 05
1	TIENDA VIVERES GLORITA	H GONZALEZ DE 18-004
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS DIAGONAL ASOPRAN
1	TIENDA	FLORES 10-083
1	TIENDA	S ANT SUCRE 08-079 Y EZEQUIEL RIVADENEIRA
1	TIENDA	CUENCA 01-226
1	TIENDA VIVERES GABY	TOBIAS MENA 18-64
1	TIENDA	LITA
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 09-017
1	TIENDA	LATACUNGA 07-30
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 9-069
1	TIENDA YANNY	AV ATAHUALPA 20-006
1	TIENDA LA MILAGREÑITA	BRASIL 9-18
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 7-041
1	TIENDA	MACAS 12-23 Y PELICANO
1	TIENDA/CABINAS	CAMINO DE LOS GALEANOS JUNTO COMPLEJO LOS FICUS
1	TIENDA	VENEZUELA 4-49
1	TIENDA TATIANA	AV ATAHUALPA 20-012
1	TIENDA	SALINAS CUAMBO SN
1	TIENDA TERCERA EDAD	ABELARDO GUERRERO 5-90
1	TIENDA	BABAHOYO 6-45
1	TIENDA	BABAHOYO 8-12

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	FLORES 04-066
2	TIENDA	OTO TORRES 5-15
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 1-163 LINEA FERREA
1	TIENDA VIVERES PETER'S	AV T GOMEZ 08-032
1	TIENDA	ZAMORA 05-17
1	TIENDA	PRIORATO PURUHANTA 2-44
1	TIENDA	YAHUARCOCHA 100M NORTE DER.PARADA DE BUS
1	TIENDA	PORTOVIEJO 09-36
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 11-04
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES CARMENCITA	EJIDO CARANQUI S/N ENTRADA IZQ.
1	TIENDA D'MARIOS	AV T GOMEZ 08-041
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 39-026 L IZQ.
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA SAN FRANCISCO
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 27-034
1	TIENDA MARIELY	L BENALCAZAR 02-048
1	TIENDA	CAMINO PALMAS 2-020
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES ANITA	AV RIC SANCHEZ 05-036
1	TIENDA	SAN CRISTOBAL ALTO FRENTE A CAPILLA
1	TERC.EDAD TIENDA	DEL PINZON 2-09 Y DEL PELIKANO
1	TERC.EDAD TIENDA SU DESPensa	MIGUEL ALBAN 1-129 Y T MENA
1	TIENDA	AMBUQUI LA PLAYA FRENTE A GASOLINERA AMBUQUI
1	TIENDA SAN AGUSTIN	PANA SUR
1	TERC.EDAD TIENDA	MIGUEL SANCHEZ 3-065
1	TIENDA	RIO DAULE 2-22
1	TERC EDAD TIENDA	10 DE AGOSTO 01-043
1	TIENDA	YAHUARCOCHA S/N
1	TIENDA VIVERES MAGOLITA	LA VICT J M LARREA 3-25
1	VIVERES LAURITA	ZAMORA 08-58
1	TIENDA	RIOBAMBA 4-06
2	TIENDA	EL TEJAR (ROMERILLO ALTO) 50M DER.IGLESIA
1	TIENDA	RIOBAMBA 4-06
1	TIENDA VIVERES	AV ATAHUALPA 19-007
1	TERC.EDAD TIENDA	O MOSQUERA 02-047
1	VIVERES KAROLINA TIENDA	PADRE RAIMUNDO DE SANTA CRUZ 1-63 EL VERGEL
1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA S/N
1	TIENDA	URB PILANQUI PA MZ07 C01
1	ABACERIA	CHICA NARVAEZ 08-097
1	TIENDA	ZAMORA 10-31
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 300M IZQ.ESCUELA
1	TERC.EDAD TIENDA	EMPERADOR CACHA 4-095
2	TIENDA	S ANT GUILLON Y PONTON 3-39
1	TIENDA VIVERES MARTITHA	LA FLORIDA EL ROSAL (AL FINAL)
1	VIVERES MARIA	S ANT R TEANGA 8-012
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT BOLIVAR 06-63
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 31-079
1	TERC.EDAD TIENDA	J F BONILLA 19-16
1	TERC.EDAD TIENDA	COLON 3-014
1	TIENDA VIVERES ROSITA	ROCAFUERTE 13-036
1	TIENDA SU DESPensa	PRINCESA PACCHA 04-098
1	TIENDA DOÑA CECY	J ATABALIPA 06-077
1	TIENDA	AV RIC SANCHEZ 06-029
1	TIENDA	CAÑAR Y LUCIANO SOLANO
1	TIENDA	SUCRE 01-36
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 09-015

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	AV A PEREZ G 08-116
1	TERC EDAD TIENDA	FLORES 04-018
1	TERC.EDAD TIENDA	GENERAL PINTAG 7-136
1	TIENDA	MALDONADO 03-017
1	TIENDA TERCERA EDAD	JUAN MONTALVO 06-081
1	TIENDA TERCERA EDAD	MACHALA 03-47
1	TIENDA	ROCAFUERTE 12-118
1	TIENDA	LATACUNGA 03-74
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA SAN FRANCISCO
1	TIENDA MARIANITA	J N HIDALGO 2-18
1	TERC EDAD TIENDA	EL ALPARGATE 3-125
1	TIENDA VIVERES EL MACAREÑO	AV RIC SANCHEZ 07-019
1	CABINAS/TIENDA	C MIRANDA 2-114
1	TIENDA	LA FLORIDA EL ROSAL FRENT.CASA 6-97
1	TIENDA	BABAHOYO 3-11
1	TIENDA	ROCAFUERTE 05-108
2	TIENDA	AV M ACOSTA 23-075
1	TIENDA	AV PEÑAHERRERA 3-041
1	TIENDA DOÑA EDILVA	S ANT BARRIO MORAS TRAS EL ESTADIO (CS)
1	TIENDA	13 DE ABRIL S/N
1	TIENDA VIVERES LICORES	AV T GOMEZ 12-011
1	TIENDA	PEDRO MONCAYO 07-83
1	TERC EDAD TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA 120M DER.MOLINO
2	TIENDA	S ANT CDL J T LOS LAURELES 1-16
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 05-026
1	TERC.EDAD.TIENDA	J D ALBUJA 2-094
1	TIENDA LOS GEMELOS	TOBIAS MENA 01-31
1	TIENDA	LATACUNGA 02-86
1	TIENDA	SECUNDINO PEÑAFIEL 03-068
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 02-025
1	TIENDA	TENA 04-44
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N (FRENTE LOT.FARINANGO)
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT R TEANGA 7-023
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO BOLIVAR 5-230 Y ATAHUALPA
1	TERC EDAD TIENDA	PRIORATO PURUHANTA 2-216
1	TIENDA	MALDONADO 09-047
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO FERNANDO PEREZBUSES FERNANDO PEREZ
1	TERC.EDAD TIENDA AIDITA	SANCHEZ Y C 20-131
1	TIENDA	AV ELOY ALFARO 2-162
1	TIENDA	SUCRE 29-026
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO
1	TIENDA	CHOTA S/N CALLE 1
1	TIENDA	GUAYAQUIL 5-33
1	TIENDA	AV T GOMEZ 04-086
1	TERC EDAD TIENDA	AV RETORNO S/N 100M ANTES DE ACADEMIA MILITAR
1	TIENDA	AV ELOY ALFARO 4-024
1	TIENDA VIVERES CARMITA	AV RIC SANCHEZ 06-015
1	TIENDA	ZULETA 50M IZQ.ANTES HDA.ZULETA
1	TIENDA	EL OLIVO ALTO
1	TIENDA	TANGUARIN IMBABURA 1-044 50 M PUENTE AMARILLO SUR DER.
1	TIENDA	CHICA NARVAEZ 04-090
1	TIENDA	TOBIAS MENA 02-13
1	TIENDA	PRIORATO EL CUNRRO SN
1	TERC.EDAD TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE DIAGONAL PARQUE SOL
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT S DOMINGO J F CEVALLOS 2-023 FRENTE COMPLEJO DEP.

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	LA ESPERANZA DIAGONAL A TERRA ESPERANZA
1	TIENDA SU TIENDA	S ANT 10 DE AGOSTO Y HNOS MIDEROS
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO CALLEJON S/N Y 17 DE JULIO
1	TIENDA	BORRERO 10-22
1	TIENDA	MEJIA 2-047
1	TERC.EDAD TIENDA	PUGACHO BAJO
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO MIGUEL ANGEL VENEGAS 2-182 Y CALLE S/N
1	TIENDA	LA ESPERANZA GALO PLAZA
1	VIVERES GABY	ABELARDO MONCAYO 1-21 Y LUIS VARGAS TORRES
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO J F CEVALLOS 4-053 Y GONZALO LOPEZ
1	TIENDA	AGUSTIN ROSALES Y 3 DE NOVIEMBRE
1	TIENDA LUISITA	AV ATAHUALPA 22-087
1	TIENDA VIVERES MARYURI	AV M ACOSTA 26-200
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA BAJO FRENT HOSTERIA TIN DELGADO (CS)
1	TIENDA	LA PRIMAVERA E GUEVARA 2-18
1	MI TIENDA	MALDONADO 14-238
1	TIENDA	CHILE 4-36
1	TIENDA	LITA S/N
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE IGLESIA
1	TIENDA	PASTORA ALOMIA 5-43
1	TIENDA VIVERES Y VERDURAS	LA PRIMAVERA E GUEVARA 2-43
1	TIENDA	MANUEL TERAN 19-52
1	TIENDA	SAN LORENZO 1-70
1	TIENDA PAPELERIA B & H Y CABINA	A CORDERO 09-139
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 40M DER. PUENTE
2	TIENDA	RIO TUMBEZ 1-22 Y J D ALBUJA
1	TIENDA VIVERES MARTITHA	AV ATAHUALPA 22-115
1	TIENDA LICORERIA VIVERES	A CORDERO 08-120
1	VIVERES LUPITA	SAN FRANCISCO DE AZAYA CALLE B Y P15 50M ORIENTE DEL CENTRO MEDICO
1	TIENDA	NAZACOTA PUENTO 10-014
1	TERC.EDAD TIENDA	AV F VACAS G 05-002
1	TIENDA EL PINGUINO	MALDONADO 15-093
1	TIENDA	DEL TUCAN 02-011
1	TIENDA	O MOSQUERA 13-011
1	VIVERES FANISITA	RIO CHINCHIPE 7-211
1	TIENDA	PASTORA ALOMIA 5-74
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 12-074
1	TERC EDAD TIENDA	S ANT 200M IZQ.DE LA "Y" CALLE A LA COMPANIA
1	TIENDA VIVERES CELIANITA	S ANT 27 NOVBR 09-027
1	TIENDA/CABINAS	AV M ACOSTA 29-052
1	ABASTOS CHARITO	IBARRA 3-369
1	TIENDA	HUIRACOCCHA 4-004
1	TIENDA	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TIENDA	O MOSQUERA 03-015
2	TIENDA	J D ALBUJA 4-001
1	TIENDA	J ATABALIPA A 50M IZQ H GONZALEZ
1	VIVERES ALBITA	CAMINO DE LOS GALEANOS 300M DER.ANTES "Y" FLORESTA
1	TIENDA	LA PRIMAVERA M T D CALCUTA 5-04
1	TIENDA GALAXIA RS	LA VICT P MONTUFAR 6-24
1	TIENDA	ZAMORA 02-72
1	TERC. EDAD TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA 100M IZQ.TERRA ESPERANZA
1	TERC EDAD TIENDA	LA ESPERANZA DOLORES GOMEZ DE LA TORRE
1	TIENDA MICRO LOS CEIBOS	RIO JUBONES 3-042

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	ABASTOS SAN PEDRO	CARPUELA
1	TERC.EDAD VIVERES ROSITA	J SALINAS 10-019
1	TIENDA	YAHUARCOCHA JUNTO CANCHA INDOFUTBOL
1	TERC.EDAD TIENDA SAN ANTONIO	S ANT 27 NOVBR 03-069
1	TERC.EDAD TIENDA	J D ALBUJA 3-020
1	TIENDA	ELIAS ALMEIDA 08-104
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO RIO AMAZONAS 4-009 Y 17 DE JULIO 150 MTS PUENTE
1	TIENDA	ESMERALDAS C-3
1	TIENDA KARLITA	IBARRA 9-96
1	TIENDA LUCERITO	AV ATAHUALPA 25-018
1	TIENDA	SUCRE 08-14
1	TIENDA	TUCAN PASAJE QUELZAL 1-133
1	TIENDA	AV C DE TROYA 07-091
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 04-111
1	TIENDA	S ANT LOT.S AGUSTIN POMPILLO MIDEROS Y VENEZUELA
1	TIENDA	12 DE MAYO
1	TIENDA VIVERES ANDREA	AV M ACOSTA 27-044
1	TIENDA	CARPUELA
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR SN
1	TIENDA	CARPUELA MILTON TADEO S/N
1	TERC.EDAD VIVERES DON GUSTAVO	CDLA ANDREA TOBAR (CS)
1	TIENDA	LAS MALVINAS LA CAMPIÑA
1	TIENDA	LA ESPERANZA 50M DER.FIN AV RETORNO
1	TIENDA	NAZACOTA PUENTO S/N (2) DER.
1	TERC EDAD TIENDA	LAS MALVINAS LA CAMPIÑA
1	TIENDA	CUENCA 02-048
1	TIENDA ZOILITA	HONDURAS Y URUGUAY 10-51
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA 3-68
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA VIVERES FERNANDITA	H GONZALEZ DE 26-037
1	TIENDA VIVERES GABY	RIO DAULE 1-17
1	TIENDA	VICTOR GOMEZ JURADO 2-50
1	SU TIENDA HOME STORE	CDLA MUNICIPAL NARCISA DE J MARTILLO 1-31
1	TIENDA VIVERES LAURITA	AV ATAHUALPA 19-084
1	TIENDA	TUNGURAHUA 03-27
1	TIENDA	CDLA MUNICIPAL PADRE PIO DE PIETRELCINA 1-50
1	TIENDA CASA COMUNAL ZULETA	ZULETA CASA COMUNAL
2	TIENDA BLANQUITA	J DE LA ROCA 5-061
1	TIENDA Y CABINAS	CDLA MUNICIPAL VICTOR M CIFUENTES Y H GONZALEZ
1	TIENDA	LITA S/N
1	TIENDA/CABINAS	CDLA ROSITA PAREDES LA FLORIDA
1	TIENDA	BABAHOYO 1-30
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 3-053
1	TIENDA	CARLOS PROAÑO Y SECUNDINO PEÑAFIEL
1	TIENDA Y SALCHIPAPAS	GUALLUPE 2-16
1	TIENDA	PEDRO MONCAYO 12-20
1	TIENDA	LA PRIMAVERA D DE ALMAGRO 3-85 Y RENE DESCARTES
1	TIENDA	AV M ACOSTA 32-111
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA BACHITA	J ESPINOZA D M 07-035
1	TIENDA	CAMINO PALMAS 2-244
1	TIENDA ABASTOS ROSITA	J DE LA ROCA 3-035
1	TIENDA MICRO MERCADO EXPRESS	LUIS F BORJA 09-149
1	TIENDA	AV C DE TROYA 02-022
1	TIENDA BLANQUITA	SANGOLQUI Y EL CARMEN

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	AV T GOMEZ 01-041
1	TIENDA	LA FLORIDA LAS BUGANVILLAS 4-39
1	TIENDA	PARAGUAY 5-71 Y BRASIL
1	TIENDA	S ANT R TEANGA 6-106
1	TIENDA	V FIERRO 1-030
1	TIENDA	LA ESPERANZA MANUEL FREIRE
1	TIENDA LICORERIA	CHICA NARVAEZ 03-007
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA CASA 13
1	TIENDA Y CABINAS	LA VICT PH MZ47 2-49
1	MINI MARKET MARIA ESTHER	S ANT 27 NOVBR 03-059
1	TIENDA	ESMERALDAS 02-66
1	TIENDA	BRASIL 5-07
1	TIENDA	PANA NORTE S/N
1	TIENDA	BRASIL Y GUAYANAS
1	TIENDA	AV A PEREZ G 08-114
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT S DOMINGO JUAN FRANCISCO LEORO 3-026
1	TIENDA	DIAGONAL A PARADA BUS
1	TIENDA	LITA
1	MICRO SAN FRANCISCO	J SALINAS 06-098
1	TIENDA	LOS SOLES SAN ANTONIO
2	TIENDA	YAHUARCOCHA ASOC.STA MARIANITA
1	TIENDA DE TODITO	PEDRO PABLO PEREZ 1-69
1	TIENDA	ZUMBA 02-52
1	MINIMARKET LOS CEIBOS	AV RETORNO 19-042
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 19 DE ABRIL
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 19 DE ABRIL Y DAQUILEMA
1	TIENDA	ROCAFUERTE 03-041
1	TERC.EDAD VIVERES KAREN	AV ATAHUALPA 26-122
1	TIENDA	TANGUARIN LEONIDAS PROANO 4-031 100M
1	VENTA DE VIVERES	IZQ.ANTES 15 DE MAYO
1	VENTA DE VIVERES	AV 17 DE JULIO 02-128
1	TIENDA VIVERES ROCAFUERTE	LA CAROLINA ROCAFUERTE
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 36-081 L DER.
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 2 DE AGOSTO 05-06
1	TIENDA	BOLIVAR 03-033
1	TIENDA BACHITA	BORRERO 01-20
1	TIENDA VIVERES	AV RETORNO 13-074
1	TIENDA VIVERES Y LICORES ALEJANDRO	AV PEÑAHERRERA 2-011
1	TIENDA	OBISPO JESUS YEROVI Y QUITO
1	TER.EDAD TIENDA VIVERES INESITA	CAMINO DE LOS GALEANOS LA FLORESTA
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 24 DE JULIO 5-77
1	TIENDA	MACAS 07-12
1	TIENDA VIVERES JOSUE	H GONZALEZ DE 24-145
1	TIENDA	EL JUNCAL
1	TIENDA	PRIORATO EL CUNRRO
1	TIENDA	MANTA 9-04
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO S/N
1	TIENDA	EL MILAGRO LAS UVILLAS 100 ANTES ESTANQUES DE AGUA
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 6-023
1	TIENDA	HUIRACOCCHA 7-110
1	TIENDA	COLINAS DEL SUR 5 DE JUNIO SN
1	TIENDA	A GOMEZ JAIME 1-075
1	TIENDA	CDLA MUNICIPAL MARCO TULIO HIDROVO 11-18
1	TIENDA	TOBIAS MENA 04-57
1	TIENDA	S ANT BOLIVAR 10-11
2	TIENDA CECI	COLINAS DEL SUR FERNADO DAQUILEMA Y 2 DE AGOSTO
1	TIENDA MICROMERCADO FAMILIAR	AV ATAHUALPA 28-049

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 06-075
2	TIENDA	COLINAS DEL SUR FERNANDO DAQUILEMA 5-13
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 07-117
1	TIENDA	EL ALPARGATE 4-120
1	VIVERES SU CONFIANZA	AV 17 DE JULIO 07-231
1	TIENDA VIVERES PAULINA	J F BONILLA 10-23
1	TIENDA	COLON 1-097
1	TIENDA	FLORES 08-027
1	TIENDA VIVERES ANDREITA	COLON 1-111
1	TIENDA	PUYO Y CISNE ESQUINA
1	TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE PARQUE SOL LOS CEIBOS
1	TIENDA	TANGUARIN IMBABURA 5-191
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 09-103
1	TIENDA VIVERES DON CHUCHO	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TIENDA TERCERA EDAD	A MOSQUERA N 01-173
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 08-011
1	TIENDA MICROMERCADO	AV 17 DE JULIO 08-169
1	TIENDA	OVIEDO 10-80
1	TIENDA Y RESTAURANTE	PUYO 05-111
1	TIENDA	A MOSQUERA N 01-131
1	TIENDA	J ATABALIPA 07-057
1	TIENDA	J MARTINEZ DE ORBE 01-015
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 09-65
1	TIENDA	IMBABURA SAN ANTONIO
1	TIENDA	AV CARCHI 1-227
1	TIENDA SU DESPENSA	TUNGURAHUA 05-27
1	TIENDA VIVERES ALEX	TOBIAS MENA 08-35
1	TIENDA	TUNGURAHUA 07-92
1	TIENDA VIVERES PAOLITA	A CORDERO 10-061
1	TIENDA VIVERES MARGARITA	RIO CHAMBO 3-050
1	TIENDA	LA ESPERANZA MANUEL FREIRE
1	TIENDA VIVERERES AIDITA	AV A PEREZ G 06-051
1	TIENDA Y CABINAS TELEFONICAS	PRIORATO ABDON CALDERON
1	ALQUILER INMUEBLES	ZENON VILLACIS 3-28
1	TIENDA	TULCAN 3-007
1	TIENDA	L C BORJA 03-07
1	TIENDA	2 DE AGOSTO 5-06
1	TIENDA CASA BLANCA	LOS GLADIOLOS 2-15 Y LOS GIRASOLES LA FLORIDA
1	TIENDA	ANA LUISA LEORO 2-73
1	TIENDA, CABINA, INTERNET(1)	AV LUIS TAFUR 03-065
1	TIENDA	TUNGURAHUA 11-37
1	TIENDA VIVERES CARMITA	LA VICT E GARZON F 7-06
1	TERC EDAD TIENDA	GONZALO GOMEZ J 2-089
1	ABACERIA	PANA NORTE S/N
1	TIENDA	ZULETA SN JURAPANGO BAJO
1	TIENDA Y BILLAS	S ANT BELLAVISTA (CS)
1	TIENDA	LA VICT C BARAHONA M 06-010
1	TIENDA	GONZALO GOMEZ J 1-026
1	TIENDA VIVERES MARTHA	GENERAL PINTAG 7-043
1	TERC.EDAD TIENDA	LUIS C TOBAR 06-015
1	TIENDA	COLOMBIA 4-026
1	TIENDA	S ANT LAS PARCELAS CALLE S/N Y EL PROGRESO
1	VIVERES ALEXIS	PUYO 10-75 Y DEL TUCAN
1	MICROMERCADO CHARLYS	TULCAN 1-530
1	TIENDA VIVERES	S ANT BOLIVAR 04-29
1	TIENDA	LUIS C TOBAR 06-065
1	TIENDA/LICORERIA	TUNGURAHUA 12-20

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	LUIS C TOBAR 3-43
1	TIENDA	AV M ACOSTA 25-086
1	TIENDA VIVERES BLANQUITA	LUIS E DAVILA P 4-058
1	TIENDA	TUNGURAHUA 13-147
1	TIENDA TERCERA EDAD	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	TUNGURAHUA 02-81
1	TIENDA	LA VICT PA MZ38 C06 LOS LAURELES
1	TIENDA VIVERES JOSUE	LUIS F BORJA 01-221
2	TIENDA SANDRA	LA VICT C BARAHONA M 03-030
1	TIENDA	ZOILA TAFUR DE PAZ SN Y ESTHER CEVALLOS
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA 500M (CS)
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO (CS)
1	TIENDA VIVERES VIVIANITA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	BABAHOYO 7-123
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO (ENTRADA)
1	TIENDA	SAN JOSE DE CHORLAVI
1	SU TIENDA NANCY	TOBIAS MENA 18-37
1	TIENDA	10 DE AGOSTO S/N
1	TIENDA	LITA PANAMERICANA
1	TIENDA	TUNGURAHUA 13-78
1	TIENDA	AV J ROLDOS 08-032
1	TIENDA	RAFAEL ROSALES 1-037
1	TIENDA	EL MILAGRO EL CEREZO 04-11
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 34-011 EJIDO CARANQUI
1	TIENDA	PABLO ANIBAL VELA S/N
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA DER.ENTRADA YAGUACHI
1	TIENDA DOÑA ROCIO	AV ATAHUALPA 39-036 (FREN.COND.COLINAS DE CARANQUI)
1	TIENDA Y CABINA	J D DIOS NAVAS 1-125
1	TIENDA	J F BONILLA 07-12
1	TIENDA VIVERES MARIFER	H GONZALEZ DE 23-083
1	TIENDA	J MARTINEZ DE ORBE S/N
1	TIENDA ABASTOS JHOANITA	J MARTINEZ DE ORBE Y COLOMBIA
1	TIENDA	TUNGURAHUA SN
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 22-082
1	TIENDA	LA ESPERANZA GALO PLAZA S/N
1	TIENDA SAMANTHA	TUCAN 1-05
1	TIENDA Y ARTICULOS PAPELERIA	S ANT 27 NOVBR 04-007
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 03-010
1	ABACERIA	L C BORJA 03-25
1	TERC EDAD TIENDA VIVERES DON SALOMON	H GONZALEZ DE 19-038
1	TERC.EDAD.TIENDA	B GARCIA 01-050
1	TIENDA VIVERES MARISOL	H GONZALEZ DE 19-033
1	TIENDA SOMOS LOS CEIBOS	RIO AGUARICO 4-40
1	TIENDA	STA LUCIA S/N VIA SAN FRANCISCO DEL TEJAR
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	GRIJALVA 4-36
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA VIVERES DANIELITA	YAHUARCOCHA CALLE LA HUERTA
1	TIENDA	EL MILAGRO EL CEREZO 01-23
1	TIENDA	LUIS F BORJA 07-124
1	TIENDA	SALINAS
1	TIENDA	AV J ROLDOS 08-046
1	VIVERES JHENAY	J N HIDALGO 4-35
1	TERC.EDAD.TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 16-094

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	J ATABALIPA 03-053 Y L TOROMORENO
1	TIENDA	LITA S/N
1	TIENDA	CAMINO DE LOS GALEANOS DIAGONAL ASOPRAN
1	TIENDA	BOLIVAR 01-007
1	TIENDA	EL ALPARGATE 3-346
1	TIENDA Y CABINAS	J ATABALIPA S/N Y AV H GONZALEZ
1	TIENDA VIVERES SALOME	A MOSQUERA N 03-020
1	TIENDA	GRIJALVA 4-58
1	TIENDA	TUNGURAHUA 10-50
1	TIENDA MINI MARKET SILVIA	AV RETORNO 12-012
1	TIENDA	J SALINAS 04-041
1	TIENDA VIVERES KARINA	STA ROSA DEL TEJAR FRENT. CAPILLA
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 02-094
2	TIENDA VIVERES ZULY	LA ESPERANZA STA MARIANITA 120M DER.ENTRADA SAN CLEMENTE
1	TIENDA	JOSE MARIA CORDOVA 2-045
1	TIENDA VIVERES CASANOVA	TOBIAS MENA 09-22
1	VIVERES ANGELICA	AV M ACOSTA 28-088
1	TERC.EDAD.TIENDA	J SALINAS 05-007
1	TIENDA	AV M ACOSTA 25-064
1	TIENDA	GUAYAQUIL S N
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA SN
2	TIENDA	GUARANDA 2-61
1	TIENDA	SALINAS 10 DE AGOSTO 3-07 Y BOLIVAR
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	J SALINAS 06-008
1	TIENDA VIVERES ESTHELITA	LUIS F BORJA 09-165
1	TIENDA	J SALINAS 06-044
1	TIENDA	LA RINCONADA ANGOCHAGUA
1	TIENDA KATHERIN	LITA 200M ANTES GASOLINERA
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 07-108 Y ELOY ALFARO
1	TERC.EDADTIENDA	EL ALPARGATE 4-294
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 28-052 EJIDO CARANQUI
1	VIVERES Y ALGO MAS MARIVI	13 DE ABRIL 20-129 Y QUITO FRENTE P JUDICIAL
1	TIENDA	URB PILANQUI P08 MZ26 C11
1	TIENDA VARIEDADES ARIEL	GARCIA MORENO 03-52
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIÑAN 4-55
1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA 5-018
1	TERC.EDAD TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO CALLE 09
1	TIENDA	DE LAS GOLONDRINAS S/N Y DEL CISNE
1	TIENDA	RIO CURARAY 6-22
1	TIENDA VIVERES MARIA	LA VICT P MONTUFAR 3-19
1	TIENDA VIVERES ROSITA	S ANT C POMPEYO 5-06
1	SU TIENDA	AV V M GUZMAN 08-039
1	TIENDA	GORRION S/N
1	TIENDA	GALO PLAZA SN
1	TIENDA	EL ALPARGATE 4-060
1	VIVERES NORMITA Y SALA DE BELLEZA YEPEZ	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA JANETHCITA	COLON 6-079
1	TIENDA VIVERES LA ESQUINA	J SALINAS 10-008
1	TIENDA	URB PILANQUI PD MZ22 2-53
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO 4-011
1	VIVERES	H GONZALEZ DE 07-053
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE ESTADIO
1	TIENDA LOS LAURELES MINI MERCADO	LA VICT PA MZ38 C16 LOS LAURELES
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA TERCERA EDAD	TOBIAS MENA 12-39

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	LUIS F BORJA 14-075
1	TIENDA VIVERES JAONITA	TOBIAS MENA 15-12
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO S/N Y EL AGUACATE
1	TERC EDAD TIENDA	H GONZALEZ DE 07-013
1	TIENDA	RIOBAMBA 9-15
1	TIENDA	AV RIVADENEIRA 3-23
1	TIENDA	J D DIOS NAVAS 1-67
1	TIENDA	ROCAFUERTE 05-019
3	TIENDA	LATACUNGA 11-70
1	TIENDA	ROCAFUERTE 13-138
1	TIENDA LULITA	DEL TUCAN 10-038
1	TIENDA	EL MILAGRO EL LIMONAL 03-78
1	TIENDA VIVERES DIEGUITO	FRAY B DE LAS CASAS 5-89
1	TIENDA	J SALINAS 12-025
1	VIVERES	LUIS F BORJA 16-067
1	TERC EDAD TIENDA 13713	H GONZALEZ DE 33-061 EJIDO CARANQUI
1	TIENDA	CHILE 2-07
1	TIENDA VIVERES ISABELITA	TOBIAS MENA 17-15
1	TIENDA ZOILITA Y VENTA GAS	SALINAS BOLIVAR 5-024 Y SALINAS
1	TIENDA	S ANT E RIVADENEIRA 5-010
1	TIENDA	12 DE MAYO
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 34-075
1	TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO 10M DER.PARADA BUS
1	TIENDA	J ATABALIPA Y H GONZALEZ DE SAA
1	TIENDA	GABRIELA MISTRAL 5-044
1	TIENDA	GUAYAS H. F. AZAYA
1	TIENDA JANETH NAYELI	AV RIC SANCHEZ 04-090
1	TIENDA	SALINAS ROCAFUERTE 4-078 Y GONZALEZ SUAREZ
1	TERC EDAD TIENDA	ROCAFUERTE 08-097
1	TIENDA	ZULETA 50M SUR HDA.ZULETA IZQ.
1	TIENDA	LUIS F BORJA 16-040
1	TIENDA	PANAMA 1-059
1	TIENDA	GUAYAS 01-523
1	TIENDA ABASTOS	BORRERO 09-52
1	TIENDA	ROCAFUERTE 02-015
1	TIENDA	BABAHOYO 10-88 Y DEL PELIKANO
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE IGLESIA
1	TIENDA	SALINAS V ROCAFUERTE 7-020 Y GONZALEZ SUAREZ
1	TIENDA NICOLES	COLINAS DEL SUR SIMON RODRIGUEZ 5-39
1	TIENDA	J DE LA ROCA 9-025
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 06-07
1	TIENDA	S ANT H MIDEROS 8-25
1	TERC.EDAD TIENDA	ZULETA DER.SECTOR CARLOSAMA
1	TIENDA	CHICA NARVAEZ 08-028
1	TIENDA	LA VICT C BARAHONA M 02-048
1	TIENDA	REMIGIO ROMERO 1-10
1	TIENDA	GUAYAQUIL 11-42
1	TIENDA	LITA
1	VIVERES PAOLITA	TOBIAS MENA 20-28
1	MINIMARKET BLANQUITA	AV E ESPEJO TERM TERR A 20
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA 100M ANTES ENTRADA SAN CLEMENTE
1	TIENDA VIVERES TERESITA	RIO AGUARICO 1-36
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO
1	TIENDA	LUIS F BORJA 16-022
1	TIENDA	EJIDO CARANQUI EL NARANJAL 450M NORTE IZQ.1º PUENTE
1	TERC.EDAD TIENDA PEPITA	C E GRIJALVA 09-27

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA TERCERA EDAD	RIO AGUARICO 3-14
1	TIENDA	YAHUARCOCHA CALLE PRINCIPAL FONDO CALLEJON DERECHA SUR
1	TIENDA	EL MILAGRO EL NARANJAL 3-20
1	TIENDA	RIO BLANCO Y LUIS MIDEROS
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES LUCHITO	S ANT C POMPEYO 4-67
1	K'SITODO	CDLA ROSITA PAREDES LA FLORIDA
1	TIENDA	OBISPO JESUS YEROVI S/N
1	TIENDA TERCERA EDAD	AV 17 DE JULIO 10-037
1	TIENDA	LA PRIMAVERA D DE ALMAGRO 3-50
2	TIENDA	EL MILAGRO LOS GUAYABOS 1-12
1	TIENDA VIVERES ROSITA	RIO AGUARICO 5-20
1	TIENDA LA ESPAÑOLITA	LA PRIMAVERA M T D CALCUTA 3-90
1	TIENDA	CORINA PARRAL DE VELASCO
1	TIENDA	CHORLAVI A 100M PISCINA
1	TIENDA	AMBUQUI
1	TIENDA	ISLA SAN CRISTOBAL 2-004
1	TIENDA	GUAYAQUIL 7-33
1	TIENDA	ZULETA S/N FRENT.VENT.TRUCHAS
1	TIENDA VIVERES SAFARY	YAHUARCOCHA FINAL CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	YAHUARCOCHA FRENT.CANCHA INDOR
2	TIENDA	QUITO 16-31
1	TIENDA	ABELARDO GUERRERO 1-127
1	TIENDA	C E GRIJALVA 20-23
1	TIENDA	EDUARDO ALMEIDA 2-109
1	TIENDA	TUNGURAHUA 07-79
1	TIENDA	CHORLAVI CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	J MARTINEZ DE ORBE 03-063
1	TIENDA	EL MILAGRO LOS MANZANOS 1-20
1	TIENDA	GUALLUPE 3-30
1	TIENDA	EL MILAGRO VIA A URCUQUI
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y CAÑAR JUNTO A LA COLINA
1	TIENDA	BARRIO BOLA VERDE VIA STA ROSA
1	TIENDA MINIMARKET ISABEL	LA MAGADALENA FRENTE ENTRADA RINCONADA
1	TIENDA	EL MILAGRO EL NARANJAL 3-30
1	TIENDA	ZULETA S/N FRENTE ESTADIO
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA	CUAMBO S/ N (CS)
1	TIENDA	CHORLAVI MORAS
1	TIENDA	ROMERILLO ALTO
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 300M DER.COL.RUMIPAMBA
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 13-017
1	TIENDA	CHOTA S/N
1	TIENDA	RIOBAMBA 3-48
1	TIENDA	RIO QUININDE 06-036 Y RIO AMBI
1	TIENDA	EL OLIVO ALTO
1	VIVERES	S ANT E RIVADENEIRA 5-018
1	TIENDA	ISLA SAN CRISTOBAL 2-100
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO FRENTE ESC.17 DE JULIO
1	TIENDA	PRIORATO SAN PABLO S/N
1	TIENDA VIVERES RUTH	RIO QUININDE 10-093
1	TIENDA	EL TEJAR S/N A 100 MTS ALPARGATE
1	TIENDA	AMBUQUI
1	TIENDA	CUENCA 04-030
1	TIENDA VIVERES MICHAEL	PRINCESA PACCHA 05-047
1	TIENDA	TENA 05-78
1	VIVERES STEVEN	MALDONADO 14-033

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	TENA 01-06
1	TIENDA BRYAN	HONDURAS 03-48
1	TIENDA	ISLA SAN SALVADOR 4-006
1	TIENDA	YAHUARCOCHA 100M NORTE IZQ.PARADA BUS
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 02-126
1	TIENDA	EL MILAGRO EL GUABO 4-013
1	TIENDA Y CABINAS DEYANEIRA	FRAY B DE LAS CASAS Y P1 MZ4
1	TIENDA	LITA CACHACO
1	TERC EDAD TIENDA	URB LOS GIRASOLES VIA STA ROSA
1	TIENDA	EL OLIVO ALTO SN
1	TIENDA	AV ELOY ALFARO 2-062
1	TIENDA	J I CANELOS 4-54
2	TIENDA	OVIEDO 11-12
1	TIENDA	CHORLAVI MORAS A 200M PANAMERICANA DER.(CS)
1	TIENDA Y BILLAS	LA CAROLINA EL LIMONAL FRENTE ESC. SAN DANIEL COMBONI
1	MERCA TIENDA	CUENCA 06-055
1	TIENDA MINIMARKET	FRAY B DE LAS CASAS FRENTE PARQUE
1	TIENDA TERCERA EDAD	ISLA SAN SALVADOR 5-058
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	A MOSQUERA N 01-116
1	TERCERA EDAD TIENDA	A MOSQUERA N 02-157
1	TIENDA	LITA
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 29-019
1	TIENDA	LA PRIMAVERA MONS B ECHEVERRIA 2-46
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 29-025
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA CASA 33
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES JANETH	AV ATAHUALPA 29-027
1	TIENDA	JOSE MARIA CORDOVA 2-097
1	VIVERES JANCARLO	AV ATAHUALPA 29-035
1	VIVERES LUISITA	S ANT BELLAVISTA (CS)
1	TIENDA	CUENCA S/N
1	TIENDA	AV J ROLDOS 002
1	TIENDA	CALLE S/N Y RIO CHINCHIPE DIAGONAL PARQUE SOL
1	TIENDA	LA ESPERANZA LA CADENA SAN JUAN
1	VIVERES PILACUAN	AGUSTIN ROSALES Y 12 DE MAYO
1	TIENDA	RIO QUININDE 14-046
1	TIENDA	NICOLAS GOMEZ TOBAR GALO LARREA SN
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA S/N
1	TIENDA ANGELONI	AV ATAHUALPA 27-012
1	TERC.EDAD TIENDA	PRINCESA PACCHA 01-098
1	TIENDA VIVERES DOÑA MARIA	RIO VINCES 1-63
1	TIENDA	DANIEL REYES 02-123
1	TIENDA	J DE LA ROCA 4-042
1	TIENDA	ROCAFUERTE 08-051
1	TIENDA	DEL BUHO Y DEL JILGUERO
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT SUCRE 02-113
1	TIENDA	J ESPINOZA D M 09-063
1	TIENDA	AV C DE TROYA 09-172
1	VIVERES EL CALLEJON TIENDA	S ANT CALLE S/N Y L E CEVALLOS STA CLARA
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 33-015
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES CALLE PRINCIPAL
1	TIENDA	EL TEJAR
1	TIENDA	AV JOSE TOBAR 09-01 Y PASAJE C
1	TIENDA	CALLE S/N DIAGONAL A TALLER DEL SR. FLORES CANSINO
1	LEOS	AV RIVADENEIRA Y ELIAS ALMEIDA

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA VIVERES SARITA	RIO YAZUNI 1-226
1	MINI MARKET CRUZ VERDE	AV T GOMEZ 02-089
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES S/N
1	VIVERES ANDREA	AV F VACAS G S/N
1	TIENDA	TROYA 1-56
1	TEINDA	AV C DE TROYA 06-108
1	TIENDA SANTA TERESITA	DE LAS GOLONDRINAS S/N Y DEL MARABU
1	TERC. EDAD MINI TIENDA ESTERCITA	RIO CHAMBO 4-012
1	VIVERES DOÑA IMELDA	AV ATAHUALPA 35-036
1	TIENDA BELLAVISTA	AV ATAHUALPA 35-041
1	TIENDA VIVERES JOSELLYN	RIO CHIMBO 1-070
1	TIENDA	GALO PLAZA SN
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 35-079
1	TIENDA	AV JOSE M VACA
1	TERC.EDAD TIENDA	AV ATAHUALPA 35-194 L IZQ.
1	TIENDA	AV M ACOSTA 16-051
1	TIENDA	RIO CHIMBO 2-043
1	TIENDA VIVERES DANSHELY	AV ELOY ALFARO 4-034
1	TIENDA	GUAYAQUIL 7-33
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 17-108
1	TIENDA	PEDRO RODRIGUEZ 1-23
1	TIENDA	S ANT CALLE S/N STA CLARA (JC)
1	TIENDA	JUAN MONTALVO 07-083
1	SOL Y LUNA TIENDA	PASAJE A 1-54 Y RIO CHIMBO CONJUNTO EL RETORNO
1	TIENDA	AMBUQUI PANA NORTE
1	TIENDA	ARMANDO HIDROVO S/N
1	TIENDA	S ANT CDL J T LOS LAURELES 3-41
1	TIENDA VIVERES ENID	LA ESPERANZA STA MARIANITA FRENTE IGLESIA
1	TIENDA	SUCRE 02-65
1	TIENDA	B GARCIA 02-070
1	TIENDA	J ATABALIPA 02-053
1	VIVERES PATY	CHICA NARVAEZ 03-090
1	TIENDA	S ANT CALLE SN MORAS (CS)
1	TIENDA ABARROTES JARAMILLO	HUIRACOCCHA 200M IZQ PASAJE
1	TERC EDAD TIENDA	A MOSQUERA N 02-097
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 04-272
1	TIENDA VIVERES LAURITA	RIO QUININDE 16-071
1	TIENDA	RIO QUININDE 13-29 Y RIO CENEPA
1	TIENDA	10 DE AGOSTO Y 15 DE ENERO
1	TIENDA MARIASOL	AV E ESPEJO TERM TERR A 17
1	TIENDA	MACHALA 11-53
1	MINIMARKET S Y R	GRIJALVA 2-04
1	TIENDA	A GOMEZ JAIME 2-007
1	TIENDA	RIO QUININDE 06-027
1	TIENDA TERCERA EDAD	CHOTA S/N
1	TIENDA MARTITHA	24 DE DICIEMBRE SN
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 150M DER.FINAL ADOQUINADO
1	TIENDA	CUENCA 07-047
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 50M DER. ANTES CONDOMINIOS ATAHUALPA
1	VIVERES PABLITO	J ESPINOZA D M 08-054
1	TIENDA	DEL CANARIO 02-71
1	TIENDA	AV ATAHUALPA S/N 60M DER.ANTES CONDOMINIOS ATAHUALPA
1	TIENDA	DEL CARDENAL
1	TIENDA	COMPAÑIA DE JESUS SN
1	VIVERES SU TIENDA	AV ATAHUALPA 35-125
1	VIVERES ROSITA	AV JOSE TOBAR 07-31

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
3	VIVERES GABRIELITA	J ATABALIPA Y J ESPINOZA D M
1	TIENDA VIVERES MARTHITA	RIO CHIMBO JARDINES DEL RETORNO C09
1	TIENDA	ZAMORA 06-95
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO J F CEVALLOS 2-009 Y HERMANO MIGUEL
1	TIENDA	EL TEJAR A 250M IZQ. ESTADIO PJM
1	TERC.EDAD TIENDA	RAFAEL SANCHEZ 08-078
1	TIENDA	ANTONIO ANTE Y GUARANDA
1	ABACERIA VIVERES ELSY	SUCRE 13-072
1	TIENDA Y VENTA EMPANADAS	O MOSQUERA 06-094
1	TIENDA	EL JUNCAL
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 10-009
1	TIENDA	PIMAN S/N PRIORATO
1	TIENDA AL PASITO	5 DE JUNIO 3-14
1	VIVERES LA DOLOROSA	VENANCIO GOMEZJURADO 3-44
1	TIENDA	ANTONIO ANTE 01-116
1	TIENDA	BARRIO BOLA VERDE VIA STA ROSA
1	TERC EDAD SU DESPENSA TIENDA Y CABINA	RIO CHINCHIPE 1-111
1	TIENDA	S ANT PUCAHUAICO
1	TIENDA	OTTO TORRES 2-155
1	TIENDA	PIMAN S/N PRIORATO
1	VIVERES JSB	RIO CHAMBO 2-029
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 02-050
1	TIENDA	JACINTO EGAS 07-081
1	TIENDA MINIMARKET ANDREITA	AV AURELIO ESPINOZA P 4-039
1	MINI MARKETIN	VICTOR MIDEROS 2-35
1	TIENDA	GORRION 8-47
1	TIENDA	PIMAN 3-90 PRIORATO
1	TIENDA	ARTURO HIDALGO
1	VIVERES VICKY	EL TEJAR COOP CONS PROVINCIAL
1	TIENDA LA PROVIDENCIA	DEL HALCON 1-38
1	TIENDA	LA CAROLINA SAN PEDRO JUNTO IGLESIA
1	TIENDA	S ANT CDL J T LOS NOGALES 3-11
1	TIENDA	ZAMORA 06-14
1	TIENDA	URB PILANQUI P08 MZ5 2-43
2	TIENDA	LOS TULIPANES 2-09 Y LAS VIOLETAS LA FLORIDA
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA 350M DER.ESCUELA
1	TIENDA	PLUTARCO LARREA 2-33
1	TIENDA TERCERA EDAD	GORRION 8-33
1	TIENDA	EL EMPALME Y GALAPAGOS
1	TIENDA ISSAMAR	J SALINAS 01-164
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	TIENDA	GALO LARREA S/N
1	TIENDA	AV ATAHUALPA 44-187 100M DER.ANTES CONDOMINIOS BELLAVISTA
1	TIENDA VIVERES VILLALBA	TANGUARIN CALLE IMBABURA 300M IZQ.
1	TIENDA	ROCAFUERTE 08-007
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	VIVERES Y LICORERIA ALEXANDRA	AV J ROLDOS 09-042
1	TIENDA ZOILITA	MALDONADO 05-039
1	TIENDA MORE	ROCAFUERTE 10-095
2	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	TIENDA	S ANT H MIDEROS 5-51
1	TIENDA	PORTOVIEJO 05-03
1	TIENDA	S ANT H MIDEROS 7-38
1	VIVERES ROSITA	DEL PINZON 3-46
1	TIENDA SU ECONOMIA	DEL PINZON Y DEL TUCAN

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	AV C DE TROYA 02-010
1	TIENDA	PORTOVIEJO S/N Y PASAJE SAN JOSE
1	TIENDA	DEL CANARIO 02-37
1	TIENDA	YAHUARCOCHA FRENTE ASOC.19 DE MARZO
1	TIENDA	MALDONADO 07-057
1	TIENDA VIVERES SANCHEZ	NAZACOTA PUENTO 10-055
1	TIENDA	ISLA FERNANDINA 06-18
2	TIENDA	DEL TUCAN 12-132 Y DE LAS GOLONDRINAS CASA COMUNAL
1	TIENDA	PRINCESA PACCHA 02-037
1	TIENDA	EL MILAGRO VIA A URCUQUI
1	TIENDA	MALDONADO 10-008
1	TIENDA	DUCHICELA 1-038
2	TIENDA/VENTA POLLO	AV J ROLDOS 09-057
1	TIENDA	VICTOR GOMEZ JURADO 1-07
1	TIENDA LAS GOLOSINAS DE SANTI	AV C DE TROYA 02-112
1	TERC.EDAD TIENDA	RIO QUININDE 10-100
1	TIENDA ABASTOS GABYS	TANGUARIN 15 DE MAYO 5-194 SECTOR NORTE
1	TIENDA	J ATABALIPA 05-076
1	TERC.EDAD TIENDA	EL ALPARGATE 4-016
1	TIENDA VIVERES CECI	ISLA FERNANDINA 08-06
1	TIENDA	ISLA STA ISABEL 10-078
1	TIENDA TERCERA EDAD	A GOMEZ JAIME 1-008
1	TIENDA	TANGUARIN LA COMPANIA 200M DER.CAPILLA AMERICA E IMBABURA
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 06-027
1	TIENDA	AV F VACAS G 05-091
1	TIENDA	LATACUNGA 02-57
1	TIENDA	DUCHICELA 2-193
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR A 200M RIELES IZQ.
1	VIVERES JOSUE	EL TEJAR (ROMERILLO ALTO) DIAGONAL IGLESIA
1	TIENDA MARIA ELENA	EL TEJAR SAN FRANCISCO FRENT.ESC.4 DE OCTUBRE
1	TIENDA	TOBIAS MENA 02-37
1	TIENDA	A CORDERO 02-046
1	TIENDA	BABAHOYO 7-81
1	TIENDA	PRINCESA PACCHA 03-018 C07
1	TIENDA VIVERES JUNIOR	TOBIAS MENA 11-37
1	TIENDA	IBARRA Y SEGUNDO L MORENO
1	TIENDA VIVERES DOÑA ELVITA	PRINCESA PACCHA 05-024
1	TIENDA	STA LUCIA S/N VIA SAN FRANCISCO DEL TEJAR
1	TIENDA	STA ROSA DEL TEJAR
1	TIENDA	SAN FRANCISCO DEL TEJAR
1	TIENDA DESPENSA RICHARD'S	RIO QUININDE 13-046
1	TIENDA VIVERES PATY	S ANT CDL J T LOS CEDROS 1-26
1	VIVERES AMIGUITOS	LUCIO TARQUINO PAEZ 3-15
1	VIVERES NICOLE	PRINCESA PACCHA 05-214
1	TIENDA	PRIORATO SAN PABLO 1-106
1	TIENDA	PRIORATO VIA ALOBURO
1	TIENDA	PRIORATO S/N
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 05-004
1	TIENDA	LAS VIOLETAS 1-70 LA FLORIDA
1	TIENDA	MALDONADO 11-033
1	TIENDA DIVIÑO NIÑO	J MARTINEZ DE ORBE 11-015
1	VENTA DE FRUTAS	YAHUARCOCHA ASOC.19 DE MARZO 18
1	TERC.EDAD TIENDA	MALDONADO 11-049
1	TERC EDAD TIENDA	PRINCESA PACCHA 05-233
1	TIENDA	AV C DE TROYA 08-187
1	TIENDA	AMBUQUI FRENT.HOSTERIA KIBUTZ

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA Y VENTA DE COMIDA	AMBUQUI J MONTALVO
1	TIENDA	SALINAS BOLIVAR 3-28 ENTRE ROCAFUERTE Y ANGEL AGUIRRE
1	TIENDA SU MINIMERCADO	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA REINA DEL CISNE	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	SALINAS 25 DE JUNIO DIAGONAL POLLOS LA PRADERA
1	TIENDA	SALINAS 25 DE JUNIO FRENT.POLLOS LA PRADERA
1	TIENDA	SALINAS GONZALEZ SUAREZ 3-11 Y 7 DE JUNIO
1	TIENDA ALISON	MACHALA 04-40
1	TIENDA	GUAYAS Y 13 DE ABRIL
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 120M IZQ. C3 CALLE A LA COMPAÑIA
2	TIENDA	RIO GUAYLLABAMBA SN
1	TIENDA JB	GUARANDA 1-31
1	TIENDA	ISLA SANTA MARIA 4-83
3	TIENDA	URB PILANQUI PD MZ28 3-10
1	TERC.EDAD TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO CARRERA E
1	TIENDA TERCERA EDAD	MEJIA 7-026
1	TIENDA VIVIANITA	SANCHEZ Y C 21-055
1	TERC.EDAD TIENDA	URB PILANQUI PE MZ29 3-68
1	TIENDA	S ANT L E CEVALLOS 1-173
2	TIENDA EL GOLOSO BRYAN	GARCIA MORENO 03-11
2	TIENDA	EDUARDO ALMEIDA 2-044
1	TIENDA	S ANT L E CEVALLOS 3-031
1	TIENDA	LA VICT P MONTUFAR 6-57
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 22-024
1	TIENDA	GUAYAQUIL 2-27
1	TIENDA	ISLA FERNANDINA 05-07
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 01-126
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y LATACUNGA
1	TIENDA	PRIORATO PURUHANTA 1-68
1	TIENDA	SAN PABLO Y JOSE MARIA VELASCO IBARRA
1	TIENDA MICRO BACHITA	EDUARDO ALMEIDA 2-095
1	TIENDA SU ECONOMIA	RIO CHINCHIPE 3-085
1	TIENDA	AV RETORNO DIAGONAL A LA UNEDI
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 08-052
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 5-007
1	TIENDA	RAMON ALARCON 3-209
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 05-040
1	TIENDA	10 DE AGOSTO S/N
1	TIENDA	CARLOS ALMEIDA 1-51
1	TIENDA	EL ALPARGATE 2-117
1	TIENDA ROSITA	H GONZALEZ DE 08-073
1	VIVERES LIZBETH	S ANT BELLAVISTA BAJO (CS)
1	TIENDA	LA ESPERANZA PANIQUINRRA
1	TIENDA	LA ESPERANZA RUMIPAMBA FRENTE DER.COL.RUMIPAMBA
1	TIENDA	PRIORATO SAN PABLO Y VELASCO SN
1	VIVERES JOSTHYN	MIGUEL ENDARA 2-18
1	VIVERES LUCI	AMBUQUI AV LEONARDO CEVALLOS
1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA 5-031
1	TIENDA	ISLA STA CRUZ 5-010
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 06-030
1	TERC EDAD TIENDA Y LICORERIA	RIO LITA 1-22
1	TIENDA - BODEGA	J HERNANDEZ 2-277
1	TIENDA MI TIENDA	LAS LAJAS 2-216
1	TIENDA	SUCRE 26-045
2	TIENDA	MALDONADO 14-104

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA/CABINAS	S ANT 27 NOVBR 05-012
1	TIENDA Y BAZAR	LA ESPERANZA DIAGONAL A TERRA ESPERANZA
1	TIENDA	MANABI 03-033
1	TIENDA	CHILE 3-24
1	TIENDA	S ANT L E CEVALLOS 5-036
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES CALLE PRINC (CS)
1	VIVERES EL ZITIO	JUAN MONTALVO 09-179
1	TIENDA	YAHUARCOCHA
1	TIENDA	AV RETORNO 16-014
1	VIVERES TERESITA	RAFAEL LARREA 04-18
1	TERC.EDAD TIENDA DON BOSCO	MALDONADO 14-170
1	TIENDA	TUNGURAHUA 14-41
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 02-07
1	TIENDA	AV C DE TROYA 06-090
1	TIENDA	URUGUAY 2-62
1	TIENDA	S ANT LOT. G PAREJA POMPILLO MIDEROS Y URUGUAY FRENTE AL ESTADIO
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA SN
1	TIENDA EL RINCONCITO	ROCAFUERTE 29-100
1	TIENDA	EL ALPARGATE 4-105
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 09-008
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 03-30
1	TIENDA	AV F VACAS G S/N PARQUE INDUST
1	TIENDA	CHOTA S/N CALLE 1
1	TIENDA VIVERES MAILY	ISLA STA CRUZ 5-10
1	TIENDA SERVI - FE	S ANT 27 NOVBR 06-064
1	TIENDA	URUGUAY Y ATUNTAQUI
1	TIENDA	V FIERRO 2-071
1	TIENDA	ROBERTO POSSO 2-20
1	TIENDA	PRIORATO
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES IRENE	JOSE M LEORO 05-19
1	TIENDA MICROMERCADOS NUEVO HOGAR 2	MEJIA 4-030
1	VIVERES YOLITA	A CORDERO 03-046
1	TERC.EDAD.TIENDA	VELASCO 3-38
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO
1	TIENDA/ARTI.PAPELERIA	S ANT LOT.S AGUSTIN PERU Y VENEZUELA
2	TIENDA MAYBELLINE	ISLA STA ISABEL 03-057
1	TERC EDAD TIENDA	ISLA STA ISABEL 03-101
1	TIENDA	ISLA STA ISABEL 05-072
1	TIENDA	SECUNDINO PEÑAFIEL 1-101
1	TIENDA	SAN JOSE DE CHORLAVI
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 05-007
1	TIENDA/CABINAS	AV ATAHUALPA 20-048
1	TIENDA	ISLA STA ISABEL 09-010
2	TIENDA	LUCIO TARQUINO PAEZ 3-15
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO M ANGEL VENEGAS 3-020 Y
1	VIVERES VEVITA	PRINCESA PACCHA 10-029 FRENTE IGLESIA PRINCESA PACCHA Y H GONZALEZ 20M ANTES DEL PUENTE
1	TIENDA SU TIENDA	
1	TIENDA	AV CARCHI 1-429
1	TIENDA	JOSE M LEORO 08-24
1	TERC.EDAD TIENDA	S ANT 27 NOVBR 06-078
1	DISTRIBUIDORA GABY	PEDRO MONCAYO 09-030
1	TERC.EDAD TIENDA VIVERES SILVIA	AV T GOMEZ 01-076
2	TIENDA MINIMARKET DE TODO	AV HELEODORO AYALA 1-060
1	TIENDA	MARCO NICOLALDE Y MIGUEL ANGEL BUONAROTI
1	TIENDA	S ANT 27 NOVBR 11-126
1	TIENDA	TANGUARIN 15 DE MAYO 5-33 SECTOR NORTE

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	LA CAROLINA EL LIMONAL 100M ESC. SAN DANIEL COMBONI
1	TIENDA SUSANITA	SANCHEZ Y C 04-99
1	TIENDA	CHORLAVI MORAS
1	TIENDA MICROMERCADO PAOLY'S	RAFAEL SANCHEZ 05-074
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIMAN
1	TIENDA VIVERES BLANQUITA	J ANDRADE 1-038
1	TIENDA ANYVI	RIO SANTIAGO 02-29
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 01-105
1	TIENDA	EJIDO CARANQUI EL NARANJAL 250M NORTE DER.1ª PUENTE
1	TIENDA VIVERES ANALY	AV RETORNO 28-098 Y RIO QUILAGO
1	MINI MARKET YAQUELINE	GUAYAS 15-37
1	TIENDA	CHORLAVI ANT CARRETERA
1	TIENDA	H GONZALEZ DE 33-086 M DER.2 PUENTE
1	VIVERES Y LACTEOS GENESIS	RIO SANTIAGO 05-11
1	TIENDA	AMBUQUI EUGENIO ESPEJO Y CALLE S/N
1	TIENDA	LUCIANO SOLANO DE LA SALA
1	TIENDA VIVERES Y HELADOS	AV M ACOSTA 12-040
1	TIENDA	OVIEDO 11-65
1	TERC.EDAD. SU TIENDA TERESITA	AV T GOMEZ 04-072
1	TIENDA VIVERES	RIO SANTIAGO 05-32
1	TIENDA	O MOSQUERA 9-11
1	TIENDA	10 DE AGOSTO S/N
1	TIENDA TERC EDAD	A MONCAYO 3-029
1	TIENDA	LUIS VARGAS T 5-15
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIMAN 2-2
1	TIENDA	MANUEL PASQUEL MONGE 4-063
1	TIENDA	BRASIL 1-83
1	TIENDA	MANUEL TERAN 19-73
2	TIENDA	AV ATAHUALPA 800M DER.FINAL ADOQUINADO
1	TIENDA	PRIORATO CALLE PIÑAN 2-39
1	TIENDA	10 DE AGOSTO 04-139
1	TIENDA	1 DE MAYO
1	VIVERES JUAN CARLOS	TANGUARIN 15 DE MAYO 4-037 Y REINALDO VENEGAS SECTOR NORTE
1	TIENDA	AV F VACAS G 07-031
1	TIENDA	JORGE E VILLACIS Y PABLO A VELA
1	MI DESPENSA	CALIXTO MIRANDA 5-13
1	TIENDA LA IBARREÑITA	OLMEDO 07-45
1	TIENDA CARLITA	PORTOVIEJO 05-79
1	TIENDA	13 DE ABRIL SN
1	TIENDA	BARRIO 19 DE ENERO 16A
1	TIENDA	JUAN GENARO JARAMILLO 5-81 Y ALFONSO ALMEIDA
1	TIENDA	MANUELA ESPEJO
1	TIENDA DE LA CRUZ	JOSE M LEORO 13-46
1	TIENDA	PRIORATO CALLE SN
2	TIENDA	PRIORATO CRISTOCOCHA 1-195
1	TIENDA	AV F VACAS G Y CUBA
1	TIENDA	BELLAVISTA DE CARANQUI
1	TIENDA	TROYA 2-41
1	TIENDA CABINAS INTERT	SUCRE 06-70
1	TERC.EDAD TIENDA DOÑA VICKY	VELASCO 7-44
1	TIENDA	PRIORATO CUNRRO SN Y MOJANDA
1	TIENDA	CALLE 11 Y CARRERA E
1	TIENDA	S ANT S DOMINGO 17 DE JULIO 2-008 Y 10 DE AGOSTO
1	TIENDA	JARDINES DE ODILA LA FLORIDA
1	VIVERES KEVIN ISRAEL/COMIDAS	MANUELITA SAENZ Y MARIA ESTHER LEON

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	J ANDRADE 2-100
1	TIENDA	AV V M GUZMAN 06-027
1	TIENDA	AV AURELIO ESPINOZA P Y CALLE S/N
1	TIENDA	MANUELA CAÑIZAREZ S/N Y PC
1	TIENDA	LA ESPERANZA STA MARIANITA
1	TIENDA	LUIS F BORJA 14-087
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA S N
1	MICRO CHARLY	AV RIVADENEIRA 1-78
1	TIENDA	JUAN L MERA 01-083
1	TIENDA	J ANDRADE 3-085
1	TIENDA	AV CARCHI 1-103
1	TIENDA	LA VICT J M LARREA 4-27
1	TIENDA	LUIS F BORJA 16-055
1	TIENDA VIVERES MAGREY	H GONZALEZ DE 26-168 EJIDO CARANQUI 50MTS ANTES 1º PUENTE
1	TIENDA	13 DE ABRIL Y LATACUNGA
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES
1	TIENDA Y VENTA DE COMIDA	GALO PLAZA SN
1	TIENDA	AV 17 DE JULIO 02-230
1	TERC.EDAD TIENDA	LA ESPERANZA FRENTE BARRIO BATALLON YAGUACHI
1	TIENDA	LUIS VARGAS T 4-29
1	TIENDA MINIMARKET EL TREBOL	DARIO E GRIJALVA 7-27
1	TIENDA	PUYO 06-67 Y ANTIGUA VIA URCUQUI
1	TIENDA MINIMARKET SAN LUIS	CAMINO DE LOS GALEANOS IZQ.Y LAS DALIAS
1	TIENDA SU DESPENSA	A CORDERO 08-066
1	TIENDA	RIO TAHUANDO 2-106 COND.EL RECREO PA C10
1	TIENDA	EL ORO 2-310
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES VIA GUAYLLABAMBA
1	TIENDA	AV F VACAS G Y SALVADOR DALI
1	TIENDA	RIO TAHUANDO 2-128 Y JOSE DOMINGO ALBUJA
1	TIENDA	LUIS F BORJA 10-105
1	TIENDA	YAHUARCOCHA S N
2	TIENDA	LA ESPERANZA SAN FRANCISCO 60M IZQ.PARQUE INFANTIL
1	TIENDA	AV PEÑAHERRERA 3-043
1	TIENDA	PRIORATO S/N
1	TIENDA	PURUHANTA
1	TIENDA	GUAYAQUIL 11-85 Y DEL PELIKANO
1	TERC EDAD TIENDA VIVERES FABIOLITA	AV T GOMEZ 02-022
1	TIENDA	PRIORATO SAN MARCOS 1-60
1	TIENDA CHOCOBANANAS	H GONZALEZ DE 30-040 EJIDO CARANQUI
1	TIENDA	BORRERO 06-81
1	TIENDA	LA CAROLINA SAN GERONIMO CORAZON DE GUADUAL
1	TIENDA	S ANT LOT.S AGUSTIN VENEZUELA ENTRE POMPILLO MIDEROS Y COLOMBIA
1	TIENDA	LA VICT PJ MZ21 4-03 3 ETAPA
1	TIENDA	TANGUARIN LA COMPANIA 30M IZQ.1 PUENTE LA COMPANIA
1	TIENDA	PORTOVIEJO
1	TIENDA	COLON 7-061
1	TIENDA	PRIORATO UNA CUADRA BOMBA GASOLINA
1	TIENDA	NELSON DAVILA 3-55
1	TIENDA MICROMERCADO DON CHUCHO	PANA NORTE SAN ALFONSO AMBUQUI
1	TIENDA	AV T GOMEZ 02-026
1	TIENDA Y SALCHIPAPAS	RIO TAHUANDO 3-022
1	TIENDA LA PROVIDENCIA DE DIOS	DE LAS GAVIOTAS 2-84 Y ZUMBA
1	TIENDA	S ANT LAS ORQUIDEAS

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	TIENDA	ANTIGUA VIA URCUQUI
2	TIENDA	AV T GOMEZ 02-030
1	TIENDA	AV R MIRANDA 02-39
1	TIENDA CABAÑITA DE OBATALA	AMBUQUI SIMON BOLIVAR
1	TIENDA	IBARRA 32-99
1	TIENDA	JUAN DE DIOS NAVAS 2-33
1	TIENDA	MANUELA ESPEJO
1	TIENDA	PUGACHO ALTO LAS LAJAS
1	TIENDA	A GOMEZ JAIME 6-129
1	TIENDA	EL ALPARGATE 3-318
1	TIENDA	AV F VACAS G 09-028
1	TIENDA	PUGACHO ALTO S/N
1	TIENDA	ELIAS ALMEIDA 03-028
1	TIENDA MARCO	S ANT BELLAVISTA S/N (JC) PANA SUR
1	TIENDA	RIO PALORA 1-73
1	TIENDA	PURUHANTA SN
1	TIENDA SUPERMARKET EL OLIVO	AV 17 DE JULIO 03-150
1	TIENDA	YAHUARCOCHA FRENTE A ESTADIO
1	TIENDA	ZULETA 200M ANTES ENTRADA HACIENDA ZULETA
1	TIENDA	PANA SUR
1	TIENDA VIVERES MARIA	S ANT 27 NOVBR 02-022
1	TIENDA	OLMEDO 03-24
1	TIENDA	RIO TAHUANDO SN
1	TIENDA	PANA NORTE Y PAS
1	TIENDA	AV F VACAS G Y JUAN MARTINEZ
1	VIVERES CHARITO	LOJA 02-423 TRAS COLEGIO YAHUARCOCHA
1	TIENDA E INTERNET 1 CABINA TELF	19 DE ENERO
1	TIENDA	CORINA PARRAL DE VELASCO
1	TIENDA	PUYO 08-103
1	TIENDA	MACHALA 03-13
1	TIENDA Y MECANICA	LA CAROLINA EL LIMONAL
1	TIENDA	BARRIO BATALLON YAGUACHI CALLE 1
1	TIENDA	LUIS F BORJA 11-21
1	TIENDA	YAHUARCOCHA ASOC STA MARIANITA
1	TIENDA	SALINAS ESMERALDAS 04-31
1	TIENDA	20 DE OCTUBRE LUCIANO ANDRADE 03-30
1	TIENDA	20 DE OCTUBRE LUCIANO ANDRADE 03-05
1	TIENDA	20 DE OCTUBRE JORGE CARRERA 01-79
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 08-42
1	TIENDA	JUNCAL
1	TIENDA MIS ANGELITOS	AV ATAHUALPA 35-016
1	TIENDA	OLMEDO 03-07
1	TIENDA	LUIS F BORJA 08-018
1	TIENDA VIVERES RUBY	MALDONADO 16-022 Y OBANDO LUNA
1	TIENDA	URB LOS GIRASOLES VIA STA ROSA
1	TIENDA ERAZO	TENA 2-90
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 4-006 LINEA FERREA
1	VIVERES MARY	JOAQUIN SANDOVAL MONGE 14-16
1	TIENDA	AV C DE TROYA 07-181
1	TIENDA	DE LAS GARZAS 1-128 Y DEL TUCAN
1	TIENDA	ZAMORA SN
1	TIENDA Y CABINAS TELEFONICAS	J N HIDALGO 7-25
1	TERC.EDAD.TIENDA	C MIRANDA 2-041
1	TIENDA	EL TEJAR
1	TIENDA	AV J GUZMAN RUEDA 8-35
1	TIENDA	CHICA NARVAEZ 01-057
1	TIENDA	J ATABALIPA 02-017
1	TIENDA	MACHALA 06-66

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	VIVERES YOLITA	S ANT LOT. G PAREJA POMPOLLO MIDEROS Y VENEZUELA
1	TIENDA	ZUMBA 6-25
1	TIENDA	PORTOVIEJO S/N
1	TIENDA	JORGE DAVILA MEZA Y VIRGINIA PEREZ LARA
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO (CS)
1	TIENDA DOÑA TERE	GALO PLAZA 6-73
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 26-006 Y ULPIANO BENITEZ
1	TIENDA DOÑA BERTHITA	BOLIVAR 12-044
1	TIENDA	TANGUARIN ALEJANDRO LOPEZ 5-018 Y LEONIDAS PROAÑO
1	TIENDA	S ANT LOS NOGALES POMPILLO MIDEROS Y CALLE S/N
1	TIENDA	PANA NORTE
1	TIENDA	DEL CONDOR 2-59
1	TIENDA VIVERES EL RECREO	AV RETORNO 14-009
1	TIENDA	TANGUARIN CALLE IMBABURA 3-063
1	VIVERES ANDREITA	PRIORATO VIA ALOBURO BARRIO
1	TIENDA	S ANT LOS SOLES
1	TIENDA VIVERES ALEXANDER	LA PRIMAVERA R DESCARTES
1	TIENDA	SEGUNDO LUIS MORENO 5-82
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA 4-01
1	TIENDA	PRIORATO MOJANDA Y P S/N FRENTE COLEGIO
1	TIENDA	AV J ROLDOS 04-015
1	TIENDA	S ANT BELLAVISTA ALTO 300M HOSTERIA TIN DELGADO(CS)
1	TIENDA	URB PILANQUI PD MZ19 2-36
1	TIENDA	MARIANA DE JESUS PAREDES Y CALLE S/N
1	MINI MARKET JY V	JOSE NICOLAS V 03-69 Y JUAN JOSE F
1	TIENDA	13 DE ABRIL SN
1	TIENDA	AV J ROLDOS 04-029
1	TIENDA	GRAL JOSE M CORDOVA Y P S/N 1-69
1	TIENDA VIVERES JAVIER	PRIORATO PURUHANTA 2-248
1	TIENDA	ARTURO HIDALGO 2-033 Y LATACUNGA
1	TIENDA	SANANTONIO LOS SLOES CALLE IMBAYA
1	TIENDA	AV J ROLDOS 10-041
1	TIENDA	AV JAIME ROLDOS 10-041
1	TIENDA	PRIORATO PIÑAN Y SAN PABLO
1	TINDA	J F CEVALLOS 2-71
1	VIVERES ROCIO	ISLA FERNANDINA 10-90
1	TIENDA	SUCRE 3-43 Y GRIJALVA
1	TIENDA	MIRADOR LITA
1	TIENDA	RAFAEL LARREA 07-08 CC PASEO MILANO
1	VIVERES FANNY	SANTA ISABEL 2-59
1	TIENDAS	PASAJE A PIMAN
1	VIVERES LAS PALMAS	JUAN MARTINEZ DE ORBE 8-29 Y COLOMBIA
1	ELABOR CHOCOLATE, RECICLAJE Y OTROS	AV M ACOSTA 14-27
1	TIENDA	MANTA 7-18 Y MACHALA
1	VIVERES ANGEL ANDRES	AV V M GUZMAN 04-28 Y 13 DE ABRIL
1	TIENDA	SANCHEZ Y C 20-087
1	TIENDA	EL JUNCAL S/N
1	TIENDA	EL TEJAR
1265	TOTAL TIENDAS	

Fuente: Municipio de Ibarra – 2011

Elaborado por: La Autora

ANEXO 2: ABASTOS DE LA CIUDAD DE IBARRA

CIIU CIIU Descripción		5211.02 Abastos
Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	ABACERIA Y SALON AIDITA	AV AURELIO ESPINOZA P 5-024
1	SU COMISARIATO	AV RETORNO 18-094
1	ABASTOS CASANOVA (BOD)	O MOSQUERA 10-019
1	ABACERIA Y PANADERIA	J F BONILLA 14-20
1	ABASTOS YEPEZ	J F CEVALLOS 1-43
1	ABASTOS	LA VICT H GUZMAN L 02-13
2	VENTA ALIMENTO EN GENERAL	S ANT BELLAVISTA
1	IMBAMARKET	AV ATAHUALPA 18-043
1	ABACERIA ACOSTA	OLMEDO 07-91
1	ABARROTOS MI TIO	AV E ESPEJO 04-070
1	TERC EDAD ABASTOS LARA	J ATABALIPA 01-059
1	DESPENSA ESTRELLA ABASTOS	SANCHEZ Y C 14-112
1	VENTA DE AZUCAR	FLORES 14-105
1	BODEGA DE AZUCAR	PEDRO MONCAYO 13-16
1	ABACERIA Y CABINAS SUPER PICHINCHA	JOSE M LEORO 11-28
1	MICROMERCADO	MALDONADO 04-088
1	ABASTOS JR	SANCHEZ Y C 12-103
1	STORE GALILEO ABASTOS	J F CEVALLOS 4-43
1	ABASTOS	AV J ROLDOS 11-027
1	VENTA DE HUEVOS Y ALIMENTOS EN GENWRAL	AV F VACAS G 02-020
1	VENTA DE PANELA	AV M ACOSTA 26-121 Y 26-125
1	BODEGA	J ESPINOZA D M 06-041
1	MICRO EL SURTIDO	AV M ACOSTA 27-050
1	ABARROTOS COMERCIAL AGUIRRE	RAFAEL SANCHEZ 01-008
2	ABASTOS MARY	AV E ESPEJO TERM TERR
1	ABASTOS SUPERPICHINCHA	AV ATAHUALPA 15-045
1	VIVERES MARIA MORALES	RAFAEL LARREA 10-08
1	SUPERMERCADO LA VICTORIA	LA VICT H GUZMAN L 10-37
1	ABACERIA	RAFAEL SANCHEZ 01-097
1	ABACERIA MINI MARKET	AV RIVADENEIRA 2-08
1	PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD POR MAYOR	AV A PEREZ G 08-112 P ALTA
1	ABASTOS	ZENON VILLACIS 2-32
1	VIVERES ADRIANITA	O MOSQUERA 09-007
1	ABASTOS XM	J ANDRADE 2-054
1	SANTA TERESITA TIENDA DE ABARROTOS	RAFAEL SANCHEZ 02-056
1	ABARROTOS FAMIARIATO SION	AV E ESPEJO CC FERRONORTE 23 24
1	TERC.EDAD ABACERIA	ZENON VILLACIS 3-05
1	VIVERES SU ECONOMIA	LA VICT MARQUEZ DE SAN JOSE 1-30
1	COMERCIAL SELVA ALEGRE COMSA	AV JOSE TOBAR 05-22 Y J G JARAMILLO
1	MINI MARKET ISRAEL	ABELARDO MORAN MUÑOZ 6-56
1	ABACERIA	AV C DE TROYA 10-020
3	DISALTOB	ANGEL MENESES 01-80
1	ABACERIA Y BODEGA ORDOÑEZ	B GARCIA 01-053
1	MINI MARKET	AV T GOMEZ 05-064
1	ABACERIA	J ATABALIPA 02-021 Y ZENON VILLACIS
1	ABASTOS ORDOÑEZ/BODEGA	B GARCIA 01-053

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	ABARROTOS COMERCIAL MARROQUIN	O MOSQUERA 10-003
1	SU CASA ABASTOS LICORERIA	AV ATAHUALPA 14-082
2	VIVERES	AV ATAHUALPA BELLAVISTA 100M DER.P S/N
1	ABASTOS MICROMERCADO LA REBAJA	ALEJANDRO PASQUEL MONGE CC FERRONORTE 06 07
1	MICRO MERCADO ATAHUALPA	AV ATAHUALPA 15-016
1	ABASTOS ROSITA	SANCHEZ Y C 14-081
1	DISTRIBUIDORA CASANOVA	SANCHEZ Y C 14-069
1	ABASTOS	RAFAEL SANCHEZ 01-052
1	MINI MARKET MASCARILLA	MASCARILLA ENTRADA PRINCIPAL
1	COMISARIATO LUCITA	AV V M GUZMAN 03-016
1	ABACERIA MICROMERCADO SU ECONOMIA	LA VICT MARQUEZ DE SAN JOSE 1-30
1	ABASTOS TITUAÑA	S ANT SUCRE 04-015 Y F TERAN
1	ABASTOS NATHALIA	J ATABALIPA 02-007
1	ABASTOS	J ATABALIPA 01-043
1	ABASTOS DON PATO	J F CEVALLOS 1-52
1	COMERCIAL BRIONES	A CORDERO 02-057
1	COMERCIAL SANTA MARIA ABASTOS	O MOSQUERA 12-015
1	COMERCIAL SAN MARTIN	J ANDRADE 1-012
1	ABASTOS	LA ESPERANZA CHIRIHUASI CAMINO 40M DER.PUENTE YAHUACHI
1	DISTRIBUCION PRODUCTOS DIVERSOS	JACINTO EGAS 01-072
1	VENTA DE AZUCAR	FLORES 14-105
1	ABASTOS KATHERYN	A CORDERO 01-050
1	ABASTOS DON PANCHITO	AV A PEREZ G 08-120
1	ABACERIA Y VENTA DE GAS	AMBUQUI PLAYAS S/N
1	TERC EDAD ABASTOS VIVERES LUCITA	A CORDERO 01-006
1	ABASTOS PINEDA	RAFAEL LARREA 11-44
1	ABASTOS	A CORDERO 01-021
1	ABARROTOS	AV E ESPEJO S/N (08) OBELISCO
2	ABARROTOS	ANIBAL GUZMAN 1-27
1	BODEGA DE ARROZ	SANCHEZ Y C 14-134
1	ABACERIA CINCO ESTRELLAS	A CORDERO 01-056
1	ABACERIA	A CORDERO 01-064
1	ABACERIA	A CORDERO 02-008
1	ABACERIA	URB PILANQUI PD MZ19 2-36
1	ABASTOS PEREZ Y BODEGA	SANCHEZ Y C 13-026
1	INACTIVO VENTA DE HARINA	MEJIA 8-021
1	MULTICARNES Y DELICATESEN	A CORDERO 02-080 Y RAFAEL LARREA
1	INACTIVO LA CASA DEL REGALO ABARROTOS	O MOSQUERA 08-011
1	PITS ZONA DEL TANKEO MINIMARKET	AV ATAHUALPA 16-131
1	ABASTOS SU AHORRO	O MOSQUERA 08-011
1	ABARROTOS COMERCIAL MARY	J ANDRADE 1-024
1	VENTA POR MENOR DE ABASTOS	GUAYAS 01-220
1	VENTA AL POR MAYOR DE PRODUCTOS DIVERSOS	RIO SANTIAGO 02-15
1	ABASTOS MI ABUELITA REGALONA	J ANDRADE 1-030
1	VENTA DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	IBARRA COND PACARI 2 CASA 24
1	MINIMARKET RG	AV ATAHUALPA 14-076

Nro Local	Nombre Del Local	Dirección
1	VENTA DE ARROZ Y AZUCAR	AV E ESPEJO S/N (08) OBELISCO
1	AGROINDUSTRIAS DAJAHU S.A	A CORDERO 02-070
1	ABASTOS SAN FRANCISCO	RAMON ALARCON 3-079
1	ABARROTOS	J ANDRADE 2-008
4	ABASTOS	J ANDRADE 2-008 Y RAFAEL LARREA
2	COMERCIAL LOZA HIDALGO	A CORDERO 02-026 Y ZENON VILLACIS
1	ABACERIA VIVERES ANITA	A CORDERO 03-063
1	ABACERIA MICRO ROSITA	H GONZALEZ DE 27-143 EJIDO CARANQUI
1	ABASTOS	PEDRO MONCAYO 13-016
1	ABASTOS	J ATABALIPA 01-011
1	PILANCENTER	J DE LA ROCA 7-002 Y C E GRIJALVA
1	DISTRIBUIDORA ZUMBA	JUAN HERNANDEZ 4-20 Y RAFAEL TROYA
1	ABASTOS	RAFAEL SANCHEZ 01-060
1	ABARROTOS MI REY	O MOSQUERA 11-029
1	ABASTOS AMAZONAS	O MOSQUERA 12-025
1	COMERCIAL IBARRA	O MOSQUERA 08-025
1	DIMARCAS CIA LTDA	PEDRO RODRIGUEZ 1-23
1	ABARROTOS	J ATABALIPA 01-073
1	VENTA PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD	JUAN GENARO JARAMILLO 1-06
1	ABASTOS	CHICA NARVAEZ 08-015
1	ABASTOS ROSITA	O MOSQUERA 10-031
2	CORPORACION AZENDE	A MOSQUERA N 03-073
1	ABACERIA BODEGUITA DE ERIK	O MOSQUERA 13-019
1	ABASTOS Y DISTRIBUIDORA DE HUEVOS	O MOSQUERA 09-023
1	ABASTOS MULTICOMERCIO ROSERO ZAMBRANO	S ANT LOS SOLES
1	VENTA PRODUCTOS PRIMERA NECESIDAD	ABELARDO MORAN 1-30
2	SUPERMERCADO UNIVERSAL	OVIEDO 09-26
119	TOTAL ABASTOS	

Fuente: Municipio de Ibarra – 2011

Elaborado por: La Autora

ANEXO 3: ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIALIZADORES



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

1. ¿Con qué frecuencia los consumidores adquieren jugos envasados?

Diario ()
Semanal ()
Mensual ()

2. ¿Qué tipo de bebida adquieren los consumidores?

Jugos ()
Energizantes ()
Gaseosas ()
Agua ()

3. ¿Qué marca de jugos prefiere el consumidor?

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

4. ¿Qué precio tienen los siguientes productos?

Tampico	_____	Sunny	_____
Deli	_____	Pulp	_____
Del Valle	_____	Natura	_____

ANEXO 4: ENTREVISTA DIRIGIDA A UN EXPERTO

Se solicitó el punto de vista de un Ingeniero Agroindustrial con experiencia en la producción de néctares. Quien nos ayudó con el siguiente cuestionario.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

1. ¿Qué maquinaria e implementos se requiere para la producción de un jugo de zanahoria para ser envasado?
2. ¿Cuál es la Materia Prima que se requiere para la producción de un jugo de zanahoria envasado para su comercialización?
3. ¿Qué tipo de mano de obra se requiere para este proceso de producción de jugo de zanahoria?
4. ¿Qué tipo de costos indirectos se generación en este proceso de producción?

5. ¿Cómo realiza el control de calidad en el proceso de producción del jugo de zanahoria envasado?

6. ¿Cómo planificaría el volumen de producción de este producto?

7. ¿En qué condiciones se debe comercializar el jugo de zanahoria?

8. ¿Qué porcentaje de ganancia es recomendable en este tipo de producto?

9. ¿Cuál es la vida útil de este producto?

10. ¿Cuál es su opinión acerca de la producción y comercialización del jugo de zanahoria envasado?