



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

AUTORA: BENAVIDES M. NORMA E.

DIRECTOR: ING. WALTER JÁCOME V. PhD.

IBARRA, MARZO, 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad, determinar la factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pulpa de guanábana, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, por tal motivo se desarrolló diferentes estudios. Entre los hallazgos más importantes se obtuvo: El diagnóstico a los productores de guanábana de la zona de Lita y La Carolina, se puede manifestar que existe suficiente materia prima que puede aprovechar el proyecto, además es importante destacar la buena predisposición de los agricultores en colaborar con la microempresa, siendo proveedores de la fruta. Con el estudio de mercado se confirmó la aceptación del producto en la ciudad de Ibarra, debido a las propiedades nutritivas y la presentación de la fruta, en lo referente a la oferta a nivel local es mínima. El análisis técnico permitió definir los aspectos operativos del proyecto, en lo que tiene que ver a la localización, que será en el sector de El Milagro porque cuenta con aspectos positivos para su ubicación, como también se determinó que la inversión es alta, por tanto se necesita solicitar un préstamo. Dentro del estudio financiero se estableció que los ingresos generados por la venta de la pulpa de guanábana son buenos, los cuales responden a los egresos efectuados en la actividad, generando utilidades para los inversionistas. Aplicado los índices financieros se demostró la factibilidad del proyecto. Para la administración de la microempresa se estableció un direccionamiento estratégico, organizacional y legal, donde el principal aspecto a tomar en cuenta para el desarrollo eficiente de las actividades es el talento humano. El análisis realizado a cada uno de los impactos generados presenta un nivel medio positivo, debido a que su influencia mejorará en los ámbitos socioeconómicos, empresariales, comerciales y ambientales del sector y de la microempresa.

EXECUTIVE SUMMARY

This research aims to determine the feasibility of creating a micro-production and marketing of guava pulp, in the city of Ibarra, Imbabura Province, for this reason different studies were developed, the most important findings are : Done diagnosis producers soursop area Lita and La Carolina, you can say that there is enough raw material that can take advantage of the project, as it is also important to note the willingness of farmers to work with microenterprises, with the suppliers of fruit. The study of market acceptance of the product in the city of Ibarra was confirmed due to the nutritional properties and the presentation of the fruit, in terms of local supply is low. Technical analysis allowed to define the operational aspects of the project, you have to see the location, which will be in the area of El Milagro because it has positive aspects for your location, and it was determined that the investment is high, therefore need to apply for a loan. Within the financial study established that the revenue generated by the sale of soursop pulp are good, which meet the expenses incurred in the activity, generating profits for investors. Implemented financial indices project feasibility was demonstrated. Management microenterprise legal strategic direction, organization and where the main aspect to be considered for the efficient development of human activities is established talent. The analysis performed on each of the impacts has an average positive level, because its influence will improve in the socioeconomic, business, cultural and environmental areas of the microenterprise sector.



CERTIFICA AUTORÍA DIRECTOR

Yo, **Norma Elisa Benavides Montenegro**, portadora de la cédula de ciudadanía No. 1003021092, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA."**, y que no ha sido previamente presentado para ningún grado, y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

NORMA BENAVIDES

C.C 1003021092



CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **Norma Elisa Benavides Montenegro**, para optar por el Título de Ingeniera comercial, cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”** Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los 05 días del mes de marzo del 2014

ING. WALTER JÁCOME V. PhD.
DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



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

Yo, **Norma Elisa Benavides Montenegro**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003021092, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERA COMERCIAL 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.

Norma Elisa Benavides Montenegro

1003021092

Ibarra, a los 05 días del mes de marzo de 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003021092		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Norma Elisa Benavides Montenegro		
DIRECCIÓN:	Caranqui Princesa Paccha y Emperador Caccha		
EMAIL:	norelis58@live.com		
TELÉFONO FIJO:	062652380	TELÉFONO MÓVIL:	0987262189
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTOR (ES):	Norma Elisa Benavides Montenegro		
FECHA: AAAAMMDD	2014-03-05		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			

PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Walter Jácome V. PhD

2. AUTORIZACIÓN DE USO DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **Norma Elisa Benavides Montenegro**, con cédula de ciudadanía Nro. **1003021092**, en calidad de autor (a) (es) y titular (es) 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

El (La) autor (a) (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 05 días del mes de Marzo de 2014.

La Autora

Firma:.....

Nombre: Norma Elisa Benavides M.

Cédula: 1003021092

Facultado por resolución del Consejo Universitario.....

Aceptación

Firma:.....

Nombre: Ing. Betty Chávez

Cargo: Jefe de Biblioteca

DEDICATORIA

El presente Proyecto está dedicado a Dios, ya que gracias a él he logrado concluir mi carrera, a mis padres, por estar siempre a mi lado brindándome su apoyo y sus consejos para hacer de mí una mejor persona, a mis hermanos por sus palabras y su compañía, a mi esposo por sus ánimos y su confianza, por su amor y por brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente, y finalmente a mi pequeño milagrito mi hermoso hijo Geordano que es el motor de mi vida para que yo haya logrado culminar con este gran objetivo

Norma Benavides

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer principalmente a Dios porque ilumina siempre mi camino y me da fuerzas para seguir siempre adelante, y además por todo lo que me ha dado en mi vida, padres ejemplares, hermanos maravillosos, amigos incondicionales, y maestros que han sido parte de mi formación Universitaria. Además agradecer inmensamente a mis padres por todo el apoyo incondicional que me han dado y que hasta hoy lo siguen haciendo, a mi esposo por su perseverancia, credibilidad y empuje para que logre mis metas establecidas. Agradecer de manera muy especial a mi Director de Tesis Ing. Walter Jácome por su vital colaboración y apoyo en distintas fases de este crecimiento profesional

Norma Benavides

PRESENTACIÓN

El proyecto titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PULPA DE GUANÁBANA, EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, contiene los siguientes capítulos:

Capítulo I Diagnóstico Situacional: este estudio se lo efectuó al entorno donde se implementará la microempresa, la ciudad de Ibarra, como también al sector de la parroquia de Lita y La Carolina donde se cultiva la guanábana, para establecer los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que influenciaran en el desarrollo del proyecto.

Capítulo II Marco Teórico: Se tomó en cuenta bases teóricas de libros, internet con temas importantes que sirvieron como guías de información para el desarrollo del proyecto.

Capítulo III Estudio de Mercado: En este capítulo se efectuó una investigación tanto a los posibles demandantes y ofertantes de la pulpa de guanábana, para determinar la demanda potencial a satisfacer del producto en la ciudad de Ibarra, además se diseñó las estrategias a aplicarse para la comercialización del producto.

Capítulo IV Estudio Técnico: En el estudio técnico se definió el lugar donde se desarrollará el proyecto, los recursos tanto materiales como humanos que se necesitan para los trabajos de la microempresa, además el planteamiento del proceso que se utilizará para la producción y comercialización de la pulpa de fruta.

Capítulo V Estudio Financiero: Dentro de este capítulo se encuentra los ingresos, egresos, estados financieros y la respectiva evaluación de la inversión.

Capítulo VI Organización de la Microempresa: En esta parte se definió el modelo administrativo que la microempresa aplicará para poder desarrollar las actividades de manera eficiente.

Capítulo VII Impactos: Se analizó los impactos que generará el proyecto en los ámbitos: socioeconómico, empresarial, comercial y ambiental.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	II
EXECUTIVE SUMMARY	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	V
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	VII
DEDICATORIA	VIII
AGRADECIMIENTO	X
PRESENTACIÓN	XI
ÍNDICE GENERAL	XIII
ÍNDICE DE CUADROS.....	XXI
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XXVI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XXVII
INTRODUCCIÓN.....	XXVIII
JUSTIFICACIÓN.....	XXX
OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	XXXI
CAPÍTULO I	
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO	1
1.2.1. GENERAL.....	1
1.2.2. ESPECÍFICOS	1
1.3. VARIABLES	2
1.4. INDICADORES	2
1.4.1. ASPECTO SOCIOECONÓMICO	2
1.4.2. PRODUCCIÓN.....	3
1.4.3. COMERCIALIZACIÓN	3

1.4.4.	RENTABILIDAD Y COSTOS.....	3
1.4.5.	TALENTO HUMANO.....	3
1.5.	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA.....	3
1.6.	MECÁNICA OPERATIVA DEL DIAGNÓSTICO.....	5
1.6.1.	IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	5
1.6.2.	DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	6
1.7.	ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DIAGNÓSTICAS.....	6
1.7.1.	SOCIOECONÓMICO.....	6
1.7.2.	RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE GUANÁBANA UBICADOS EN LA PARROQUIA LITA Y LA CAROLINA.....	20
1.8.	DETERMINACIÓN DE ALIADOS, Oponentes, OPORTUNIDADES Y RIESGOS.....	36
1.8.1.	ALIADOS.....	36
1.8.2.	OPONENTES.....	36
1.8.3.	OPORTUNIDADES.....	36
1.8.4.	RIESGOS.....	37
1.9.	IDENTIFICACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN.....	37
 CAPÍTULO II		
2.	MARCO TEÓRICO.....	38
2.1.	LA MICROEMPRESA.....	38
2.1.1.	OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA.....	38
2.1.2.	CARACTERÍSTICAS GENERALES.....	39
2.1.3.	RECURSOS DE LA MICROEMPRESA.....	40
2.1.4.	CLASIFICACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	41
2.1.5.	VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA.....	42
2.1.6.	DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA.....	42
2.2.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	43
2.2.1.	LA ADMINISTRACIÓN.....	43
2.2.2.	OBJETIVOS DE LA ADMINISTRACIÓN.....	44
2.2.3.	PROCESO ADMINISTRATIVO.....	44
2.2.4.	NIVELES ADMINISTRATIVOS.....	45
2.2.5.	MISIÓN.....	46

2.2.6.	VISIÓN.....	47
2.3.	ASPECTOS DEL MERCADO	48
2.3.1.	EL MERCADO	48
2.3.2.	DEMANDA.....	48
2.3.3.	OFERTA	49
2.3.4.	PRODUCTO	49
2.3.5.	PRECIO	50
2.3.6.	PUBLICIDAD	50
2.3.7.	PROMOCIÓN	51
2.4.	ESTUDIO TÉCNICO	51
2.4.1.	MACROLOCALIZACIÓN.....	51
2.4.2.	MICROLOCALIZACIÓN.....	52
2.5.	ASPECTOS CONTABLE FINANCIEROS	52
2.5.1.	CONTABILIDAD.....	52
2.5.2.	OBJETIVOS DE LA CONTABILIDAD.....	53
2.5.3.	CARACTERÍSTICAS DE LA CONTABILIDAD	53
2.5.4.	LIBROS QUE SE UTILIZAN EN LA CONTABILIDAD.....	54
2.6.	ESTADOS FINANCIEROS.....	55
2.6.1.	ESTADO SITUACIÓN INICIAL.....	55
2.6.2.	ESTADO DE RESULTADOS	56
2.6.3.	ESTADO DE FLUJO DE CAJA	56
2.7.	EVALUADORES FINANCIEROS	57
2.7.1.	VALOR ACTUAL NETO	57
2.7.2.	TASA INTERNA DE RETORNO	57
2.7.3.	PERIODO DE RECUPERACIÓN	58
2.7.4.	COSTO BENEFICIO	59
2.7.5.	PUNTO DE EQUILIBRIO	59
2.8.	GUANÁBANA	60
2.8.1.	CARACTERÍSTICAS DE LA GUANÁBANA	61
2.8.2.	DESCRIPCIÓN BOTÁNICA DE LA GUANÁBANA.....	62
2.8.3.	CUALIDADES MEDICINALES	64
2.8.4.	USOS DE LA GUANÁBANA	65
2.8.5.	PULPA DE GUANÁBANA	65

2.8.6. CARACTERÍSTICAS FISICOQUÍMICAS, MICROBIOLÓGICAS, ORGANOLÉPTICAS Y DEFECTOS GENERALES	66
2.8.7. PAÍSES QUE HAN VALIDADO LA ACCIÓN MEDICINAL DE LA GUANÁBANA	67
2.8.8. LA GUANÁBANA CURA DIVERSAS ENFERMEDADES	67
2.8.9. PROPIEDADES MEDICINALES DE LA GUANÁBANA	68

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO	69
3.1. PRESENTACIÓN	69
3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	69
3.2.1. OBJETIVO GENERAL	69
3.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	70
3.3. VARIABLES	70
3.4. INDICADORES	70
3.4.1. DEMANDA	70
3.4.2. OFERTA	71
3.4.3. PRECIO	71
3.4.4. ESTRATEGIAS COMERCIALES	71
3.5. MATRIZ DE RELACIÓN ESTUDIO DE MERCADO	71
3.6. MECÁNICA OPERATIVA DEL ESTUDIO DE MERCADO	73
3.6.1. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	73
3.6.2. MUESTRA	73
3.6.3. FUENTES DE INFORMACIÓN	74
3.7. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO	75
3.7.1. ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA REPRESENTADA POR FAMILIAS DE ESTRATO SOCIAL MEDIO Y ALTO	75
3.7.2. ENTREVISTA EFECTUADA A SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA	85
3.7.3. CARACTERÍSTICAS GENERALES	93
3.7.4. COMPOSICIÓN NUTRICIONAL	94
3.7.5. USOS	94
3.7.6. PRODUCTOS SUSTITUTOS	95

3.8.	MERCADO META.....	95
3.9.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	95
3.9.1.	IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL.....	95
3.9.2.	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	96
3.10.	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	98
3.10.1.	IDENTIFICACIÓN DE LA OFERTA ACTUAL.....	98
3.10.2.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	98
3.11.	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER.....	100
3.12.	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO.....	101
3.13.	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	101
3.13.1.	DETERMINACIÓN DEL PRECIO.....	101
3.13.2.	PROYECCIÓN DEL PRECIO.....	102
3.14.	ESTRATEGIAS COMERCIALES.....	102
3.14.1.	ESTRATEGIAS DE PRODUCTO.....	102
3.14.2.	ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	103
3.14.3.	ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	103
3.14.4.	ESTRATEGIAS PLAZA O DISTRIBUCIÓN.....	104
3.15.	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	104

CAPÍTULO IV

4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	106
4.1.	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO.....	106
4.1.1.	MACROLOCALIZACIÓN.....	107
4.1.2.	MICROLOCALIZACIÓN.....	107
4.2.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	110
4.2.1.	EXISTENCIA DE MERCADO.....	110
4.2.2.	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA E INSUMOS.....	111
4.2.3.	TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.....	111
4.2.4.	FINANCIAMIENTO.....	113
4.2.5.	CAPACIDAD DE LA PLANTA.....	114
4.3.	DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA.....	114
4.3.1.	DISEÑO DE LAS INSTALACIONES.....	115
4.4.	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	117

4.4.1.	ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO.....	117
4.4.2.	FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE LA PULPA DE GUANÁBANA	124
4.4.3.	FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN	125
4.5.	INVERSIONES	126
4.5.1.	INVERSIÓN FIJA	126
4.5.2.	INVERSIÓN VARIABLE O CAPITAL DE TRABAJO.....	130
4.5.3.	INVERSIÓN TOTAL.....	131
4.5.4.	FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	131
4.5.5.	REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	131

CAPÍTULO V

5.	ESTUDIO FINANCIERO	132
5.1.	PRESENTACIÓN.....	132
5.2.	INGRESOS.....	132
5.3.	PROYECCIÓN DE INGRESOS	132
5.4.	EGRESOS	133
5.4.1.	COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	133
5.4.2.	GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	137
5.4.3.	GASTOS DE VENTAS	140
5.4.4.	FINANCIAMIENTO.....	142
5.4.5.	GASTOS FINANCIEROS.....	144
5.4.6.	DEPRECIACIONES	144
5.4.7.	GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN.....	144
5.4.8.	RESUMEN DE EGRESOS.....	145
5.5.	ESTADOS FINANCIEROS.....	146
5.6.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	148
5.6.1.	DETERMINACIÓN DEL COSTO DE OPORTUNIDAD Y TASA DE RENDIMIENTOS MEDIO (TRM)	148
5.6.2.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	148
5.6.3.	TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	149
5.6.4.	COSTO BENEFICIO	150
5.6.5.	DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	151

CAPÍTULO VI	151
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA.....	152
6.1. ASPECTO ESTRATÉGICO	152
6.1.1. NOMBRE DE LA MICROEMPRESA	152
6.1.2. MISIÓN	152
6.1.3. VISIÓN.....	152
6.1.4. OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA.....	153
6.1.5. POLÍTICAS	153
6.1.6. PRINCIPIOS	154
6.1.7. VALORES	156
6.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL	157
6.2.1. ESTRUCTURA ORGÁNICA.....	157
6.2.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	157
6.2.3. IDENTIFICACIÓN DE PUESTOS Y FUNCIONES	158
6.3. ASPECTO LEGAL	164
6.3.1. CONSTITUCIÓN LEGAL	164
6.3.2. PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	167
6.3.3. REQUISITOS PARA TRAMITAR LA PATENTE MUNICIPAL(ANUAL)	167
6.3.4. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO OTORGADO POR EL CUERPO DE BOMBEROS (ANUAL)	168
6.3.5. TRAMITE DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (R.U.C.) PARA OBTENER EL R.U.C. SE REQUIERE LOS SIGUIENTES REQUISITOS:.....	168
6.3.6. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA. REQUISITOS:	168
6.3.7. CERTIFICADO DE PERMISO SANITARIO DEL PROPIETARIO Y EMPLEADOS DEL ESTABLECIMIENTO.....	169
CAPÍTULO VII	170
7. IMPACTOS DEL PROYECTO	170
7.1. IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	171
7.2. IMPACTO EMPRESARIAL	172
7.3. IMPACTO COMERCIAL.....	173
7.4. IMPACTO AMBIENTAL	174

7.5. IMPACTO GENERAL.....	175
CONCLUSIONES	176
RECOMENDACIONES.....	178
BIBLIOGRAFÍA.....	179
LINCOGRAFÍA:	181
ANEXOS.....	182

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No. 1	MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	4
CUADRO No. 2	POBLACIONAL DE LA CIUDAD DE IBARRA.....	7
CUADRO No. 3	TASA DE CRECIMIENTO PROFESIONAL.....	7
CUADRO No. 4	PARRROQUIAS URBANAS Y RURALES	8
CUADRO No. 5	POBLACIÓN (5 AÑOS Y MÁS) SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.	10
CUADRO No. 6	ANALFABETISMO POR SEXO SEGÚN PARROQUIA.....	11
CUADRO No. 7	COBERTURA DE SERVICIO TELEFÓNICO FIJO.....	13
CUADRO No. 8	COBERTURA DE SERVICIO TELEFÓNICO - MÓVIL	14
CUADRO No. 9	COBERTURA DEL SERVICIO TELEFÓNICO MÓVIL CANTONAL.....	15
CUADRO No. 10	COBERTURA DEL SERVICIO ELÉCTRICO DEL CANTÓN IBARRA.....	16
CUADRO No. 11	ACTIVIDADES COMERCIALES DE LA CIUDAD DE IBARRA	17
CUADRO No. 12	POBLACIÓN (10 AÑOS Y MÁS) SEGÚN GRUPO DE OCUPACIÓN, POR SEXO DE LA CIUDAD DE IBARRA-PROVINCIA DE IMBABURA.....	19
CUADRO No. 13	POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA	20
CUADRO No. 14	TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	21
CUADRO No. 15	RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD.....	22
CUADRO No. 16	COSTOS DEL CULTIVO.....	23
CUADRO No. 17	PRESENTACIÓN.....	24
CUADRO No. 18	PESO DE COMERCIALIZACIÓN.....	25
CUADRO No. 19	DETERMINACIÓN DEL PRECIO.....	26
CUADRO No. 20	TIPO DE MERCADO	27
CUADRO No. 21	FORMA DE COMERCIALIZACIÓN.....	28
CUADRO No. 22	CANTIDAD PARA LA VENTA.....	29

CUADRO No. 23	PRECIO DEL KILO DE GUANÁBANA	30
CUADRO No. 24	FINANCIAMIENTO	31
CUADRO No. 25	CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD.....	32
CUADRO No. 26	ORGANIZACIÓN	33
CUADRO No. 27	TIEMPO DE CAPACITACIÓN.....	34
CUADRO No. 28	DISPONIBILIDAD PARA PROVEEDOR	35
CUADRO No. 29	CARACTERÍSTICAS FÍSICOQUÍMICAS, MICROBIOLÓGICAS, ORGANOLÉPTICAS Y DEFECTOS GENERALES	66
CUADRO No. 30	PAÍSES QUE HAN VALIDADO LA ACCIÓN MEDICINAL DE LA GUANÁBANA.....	67
CUADRO No. 31	GUANÁBANA CURA DIVERSAS ENFERMEDADES	67
CUADRO No. 32	PROPIEDADES MEDICINALES	68
CUADRO No. 33	MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO	72
CUADRO No. 34	PREFERENCIA DE SABOR EN FRUTAS	75
CUADRO No. 35	ADQUISICIÓN DE PULPA DE FRUTA	76
CUADRO No. 36	FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN.....	77
CUADRO No. 37	TIPO DE PRESENTACIÓN.....	78
CUADRO No. 38	ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	79
CUADRO No. 39	LUGAR DE COMPRA	80
CUADRO No. 40	DISPONIBILIDAD DE COMPRA.....	81
CUADRO No. 41	CANTIDAD DE ADQUISICIÓN	82
CUADRO No. 42	PRECIO DE COMPRA.....	83
CUADRO No. 43	MEDIOS DE COMUNICACIÓN.....	84
CUADRO No. 44	COMPOSICIÓN QUÍMICA DE LA PULPA DE GUANÁBANA	94
CUADRO No. 45	DEMANDA ANUAL DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr	96
CUADRO No. 46	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	97

CUADRO No.47 OFERTA ANUAL DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	98
CUADRO No. 48 PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	100
CUADRO No. 49 DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	100
CUADRO No. 50 DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	101
CUADRO No. 51 PRECIO PROYECTADO	102
CUADRO No. 52 MATRIZ DE FUERZAS LOCACIONALES.....	109
CUADRO No. 53 EXISTENCIA DE MERCADO.....	110
CUADRO No. 54 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	115
CUADRO No. 55 TERRENO	126
CUADRO No. 56 INFRAESTRUCTURA.....	126
CUADRO No. 57 VEHÍCULO.....	127
CUADRO No. 58 MAQUINARIA Y EQUIPO	127
CUADRO No. 59 EQUIPO DE COMPUTACIÓN.....	128
CUADRO No. 60 EQUIPO DE OFICINA.....	128
CUADRO No. 61 MUEBLES Y ENSERES.....	129
CUADRO No. 62 RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA	129
CUADRO No. 63 CAPITAL DE TRABAJO.....	130
CUADRO No. 64 INVERSIÓN TOTAL.....	131
CUADRO No. 65 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO.....	131
CUADRO No.66 REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO	131
CUADRO No. 67 PROYECCIÓN DE INGRESOS	132
CUADRO No. 68 COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS	133
CUADRO No. 69 PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO	134
CUADRO No. 70 PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA.....	134

CUADRO No. 71 EMPAQUES.....	135
CUADRO No. 72 SERVICIOS BÁSICOS.....	135
CUADRO No. 73 MENAJE	135
CUADRO No. 74 SUMINISTROS DE LIMPIEZA	136
CUADRO No. 75 VESTIMENTA	136
CUADRO No. 76 MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO.....	136
CUADRO No.77 RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	137
CUADRO No. 78 SUELDOS ADMINISTRATIVOS.....	137
CUADRO No.79 PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO.....	138
CUADRO No. 80 SERVICIOS BÁSICOS.....	138
CUADRO No. 81 SERVICIOS DE COMUNICACIÓN.....	138
CUADRO No.82 ÚTILES DE OFICINA	139
CUADRO No. 83 MANTENIMIENTO EQUIPO CÓMPUTO	139
CUADRO No. 84 RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS	139
CUADRO No. 85 SUELDOS DE VENTAS.....	140
CUADRO No. 86 PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS	140
CUADRO No. 87 PUBLICIDAD	141
CUADRO No. 88 COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO	141
CUADRO No. 89 RESUMEN DE GASTOS EN VENTAS.....	141
CUADRO No.90 TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	142
CUADRO No. 91 GASTOS FINANCIEROS	144
CUADRO No. 92 DEPRECIACIONES	144
CUADRO No. 93 GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN	144
CUADRO No. 94 RESUMEN DE EGRESOS.....	145
CUADRO No. 63 CAPITAL DE TRABAJO.....	145
CUADRO No. 95 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	146
CUADRO No. 96 ESTADO DE RESULTADOS	147

CUADRO No. 97 FLUJO DE CAJA.....	147
CUADRO No. 98 COSTO DE OPORTUNIDAD	148
CUADRO No. 99 VALOR ACTUAL NETO	149
CUADRO No. 100 TASA INTERNA DE RETORNO	149
CUADRO No. 101 TIEMPO DE RECUPERACION.....	150
CUADRO No. 102 COSTO BENEFICIO	150
CUADRO No. 103 SOCIOS QUE CONFORMARAN LA MICROEMPRESA ...	165
CUADRO No. 104 MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS	170
CUADRO No. 105 IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO	171
CUADRO No. 106 IMPACTO EMPRESARIAL	172
CUADRO No. 107 IMPACTO COMERCIAL.....	173
CUADRO No. 108 IMPACTO AMBIENTAL.....	174
CUADRO No. 109 IMPACTO GENERAL.....	175

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No. 1 TIEMPO EN LA ACTIVIDAD	21
GRÁFICO No. 2 RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD	22
GRÁFICO No. 3 COSTOS DEL CULTIVO	23
GRÁFICO No. 4 PRESENTACIÓN	24
GRÁFICO No. 5 PESO DE COMERCIALIZACIÓN	25
GRÁFICO No. 6 DETERMINACIÓN DEL PRECIO	26
GRÁFICO No. 7 TIPO DE MERCADO	27
GRÁFICO No. 8 FORMA DE COMERCIALIZACIÓN	28
GRÁFICO No. 9 CANTIDAD PARA LA VENTA	29
GRÁFICO No. 10 PRECIO DEL KILO DE GUANÁBANA	30
GRÁFICO No. 11 FINANCIAMIENTO	31
GRÁFICO No. 12 CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD	32
GRÁFICO No. 13 ORGANIZACIÓN	33
GRÁFICO No. 14 TIEMPO DE CAPACITACIÓN	34
GRÁFICO No. 15 DISPONIBILIDAD PARA PROVEEDOR	35
GRÁFICO No. 16 PREFERENCIA DE SABOR EN FRUTAS	75
GRÁFICO No. 17 ADQUISICIÓN DE PULPA DE FRUTA	76
GRÁFICO No. 18 FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN	77
GRÁFICO No. 19 TIPO DE PRESENTACIÓN	78
GRÁFICO No. 20 ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN	79
GRÁFICO No. 21 LUGAR DE COMPRA	80
GRÁFICO No. 22 DISPONIBILIDAD DE COMPRA	81
GRÁFICO No. 23 CANTIDAD DE ADQUISICIÓN	82
GRÁFICO No. 24 PRECIO DE COMPRA	83
GRÁFICO No. 25 MEDIOS DE COMUNICACIÓN	84

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN No. 1	GUANÁBANA	60
ILUSTRACIÓN No. 2	ÁRBOL GUANÁBANA	62
ILUSTRACIÓN No. 3	FLOR GUANÁBANA.....	63
ILUSTRACIÓN No. 4	RAIZ GUANÁBANA	64
ILUSTRACIÓN No. 5	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	93
ILUSTRACIÓN No. 6	CANAL DE COMERCIALIZACIÓN INDIRECTO	104
ILUSTRACIÓN No. 7	MAPA DEL CANTÓN IBARRA	107
ILUSTRACIÓN No. 8	CRÓQUIS DE LA MICROLOCALIZACIÓN.....	109
ILUSTRACIÓN No. 9	DESPULPADORA	111
ILUSTRACIÓN No. 10	MOLINO COLOIDAL	112
ILUSTRACIÓN No. 11	MARMITA.....	112
ILUSTRACIÓN No. 12	CONGELADOR	113
ILUSTRACIÓN No. 13	DISEÑO DE LAS INSTALACIONES.....	116
ILUSTRACIÓN No. 14	RECEPCIÓN MATERIA PRIMA	117
ILUSTRACIÓN No. 15	SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN	118
ILUSTRACIÓN No. 16	ALMACENAMIENTO	119
ILUSTRACIÓN No. 17	LAVADO.....	120
ILUSTRACIÓN No. 18	ESCALDADO	120
ILUSTRACIÓN No. 19	EXTRACCIÓN DE LA PULPA	121
ILUSTRACIÓN No. 20	FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE LA PULPA DE GUANÁBANA	124
ILUSTRACIÓN No. 21	FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN.....	125

INTRODUCCIÓN

La capital de la provincia es la ciudad de Ibarra conocida históricamente como "La Ciudad Blanca", fue fundada el 28 de septiembre de 1606, por el Capitán Cristóbal de Troya. Ubicada en una amplia y verde planicie a los pies del Volcán Imbabura está ubicada al Norte del país 115 km al noroeste de Quito y 125 km Al sur de Tulcán a 2.225 metros sobre el nivel del mar, cuenta con clima templado seco y una temperatura promedio de 18°, las parroquias urbanas son San Francisco (10,29 km²), La Dolorosa de Priorato (9,47 km²), Caranqui (6,53 km²), El Sagrario (10,68 km²), Alpachaca (4,71 km²).

Según el VII censo nacional, la población total del cantón Ibarra alcanza a 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden a mujeres y 87.786 a hombres. La población urbana es el 70.82%, y la población rural el 29.18%.

El comercio en la ciudad es la actividad que genera el mayor movimiento económico. Se cree que la cantidad de establecimientos publicada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC y con vendedores informales, en Ibarra se supera los 12 mil generadores de comercio en la ciudad. Las tiendas de productos básicos son la principal fuente de abastecimiento de víveres para los ibarreños. Los ibarreños se dedican a la compra y venta de bienes y no a la fabricación de los mismos. Esa actividad permite que el dinero de los ibarreños se vaya a otras urbes consideradas como polos de desarrollo.

El estudio tiene como finalidad aprovechar la producción de guanábana de excelente calidad de sectores muy cercanos al proyecto, como: la zona de Lita, La Carolina, aportando con el fortalecimiento del ciclo productivo, donde la comercialización se dinamizará y se cubrirá la alta demanda que existe por la fruta en la ciudad de Ibarra.

La fruta a procesarse y su pulpa que se comercializará presenta propiedades medicinales y nutritivas, que pueden ser aprovechadas tanto con el fruto en fresco como procesada en jugos, yogurth, pulpas, jarabes, entre otras.

El estudio de producción y comercialización de pulpa de guanábana servirá como un aporte para incentivar cultivo intensivo de la fruta en sectores geográficos cercanos al proyecto, dinamizando así la economía rural.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra

www.wikipedia.com

JUSTIFICACIÓN

El proyecto a realizarse en la ciudad de Ibarra es un emprendimiento de interés local y regional, está basado en la búsqueda de nuevas alternativas de desarrollo agrícola y agroindustrial.

Con la producción y comercialización de la pulpa de guanábana se estará contribuyendo al desarrollo de nuevos cultivos que favorecerán al crecimiento económico del sector, además se creará nuevas oportunidades de trabajo en donde se utilizará la mano de obra local.

Con el proyecto se mejorará la producción frutícola del sector con el propósito de incentivar a los agricultores a intensificar el cultivo de frutas de mayor rentabilidad. La microempresa propuesta aprovechará la producción de guanábana existente en Imbabura y en provincias cercanas, fortaleciendo así la cadena productiva en favor del agro y el consumidor.

El proyecto a realizarse presenta un interés local que favorece a sus habitantes y al sector porque genera un crecimiento comercial, que está encaminado a la búsqueda de nuevas alternativas para el desarrollo agrícola.

El proyecto de producción y comercialización de pulpa de guanábana garantiza su inversión, porque de acuerdo a investigaciones realizadas revelan resultados favorables que existen grandes expectativas en el mercado consumidor.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de pulpa de guanábana, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un diagnóstico situación al externo del entorno del proyecto para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puedan influenciar en el desarrollo del mismo.
- Contextualizar un marco teórico con temas relacionados con el proyecto utilizando la información bibliográfica y documentación actualizada.
- Realizar un estudio de mercado para conocer la demanda, la oferta, precios y comercialización de la pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra.
- Elaborar un estudio técnico que permita determinar los aspectos operativos y las inversiones que requiere el proyecto.
- Realizar un estudio financiero que permita establecer la factibilidad del proyecto.
- Elaborar una estructura organizativa y funcional para la administración eficiente de la microempresa.

- Analizar la influencia de los principales impactos que generará el proyecto a desarrollarse, en el ámbito socioeconómico, comercial, empresarial y ambiental.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. ANTECEDENTES

El presente diagnóstico situacional se efectuó con la finalidad de conocer la situación actual del lugar donde se llevará a cabo el proyecto, la Ciudad de Ibarra, como también se investigó a los productores de guanábana de la zona de Lita y La Carolina, tomando en cuenta que todo proyecto es incluyente y por tratarse del tema de la elaboración de pulpa de guanábana, esto permitirá determinar la existencia de materia prima. Para tal propósito se plantearon objetivos, diagnósticos, variables e indicadores, reflejados en la matriz de relación diagnóstica. Las fuentes utilizadas permitieron recabar información actual y real, cuyos datos ayudaron a identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá el proyecto en su gestión.

1.2. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional externo del entorno del proyecto para identificar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que puedan influenciar en el desarrollo del mismo.

1.2.2. Específicos

- Conocer el aspecto socioeconómico de la ciudad de Ibarra, lugar donde se desarrollará el proyecto.

- Analizar la producción de la guanábana en la zona de Lita y La Carolina.
- Investigar las formas de comercialización de la guanábana de los lugares de producción.
- Establecer la rentabilidad y costos del cultivo de la fruta.
- Identificar la calidad del talento humano que labora en el cultivo de la guanábana.

1.3. VARIABLES

- Aspecto socioeconómico
- Producción
- Comercialización
- Rentabilidad y costos
- Talento humano

1.4. INDICADORES

1.4.1. Aspecto socioeconómico

- Densidad poblacional
- División política
- Educación
- Salud
- Servicios básicos
- Actividades económicas
- Población económicamente activa

1.4.2. Producción

- Tiempo en la actividad
- Peso del producto
- Cantidad para la venta
- Precio de la fruta

1.4.3. Comercialización

- Tipo de mercado
- Presentación
- Forma de comercialización
- Disponibilidad para proveer

1.4.4. Rentabilidad y costos

- Nivel de rentabilidad
- Determinación del precio
- Financiamiento
- Costos del cultivo

1.4.5. Talento humano

- Experiencia
- Organización
- Capacitación
- Asistencia técnica

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

CUADRO No.1 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICA	INFORMANTE
Conocer el aspecto socioeconómico de la ciudad de Ibarra, lugar donde se desarrollará el proyecto.	Aspecto socioeconómico	<ul style="list-style-type: none"> • Densidad poblacional • División política • Educación • Salud • Servicios básicos • Actividades económicas • PEA 	Secundaria	Bibliográfica	Plan de Ordenamiento territorial del Cantón Ibarra INEC
Analizar la producción de la guanábana en la zona de Lita y La Carolina.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo en la actividad • Peso del producto • Cantidad para la venta • Precio de la fruta 	Primaria	Encuesta	Productores de la Guanábana
Investigar las formas de comercialización de la guanábana de los lugares de producción.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo de mercado • Presentación • Forma de comercialización • Disponibilidad para proveer 	Primaria	Encuesta	Productores de la Guanábana
Establecer la rentabilidad y costos del cultivo de la fruta.	Rentabilidad y costos	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de rentabilidad • Determinación del precio • Financiamiento • Costos del cultivo 	Primaria	Encuesta	Productores de la Guanábana
Identificar la calidad del talento humano que labora en el cultivo de la guanábana.	Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia • Organización • Capacitación • Asistencia técnica 	Primaria	Encuesta	Productores de la Guanábana

Elaborado por: La autora

1.6. Mecánica Operativa del Diagnóstico

Para realizar el diagnóstico se utilizó el siguiente procedimiento.

1.6.1. Identificación de la Población

La población objeto de estudio, son los productores de guanábana, que según datos proporcionados por el MAGAP de Imbabura, son 150 productores ubicados en la parroquia de Lita y la Carolina.

Cálculo de la Muestra

Para la población de productores, se obtuvo una muestra, por ser una población grande, para tal fin se aplicó la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

N = 150

$d^2 = 0,25$

Z = 95% 1,96

e = 5%

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)(150)}{(0,05)^2 (150 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

n= 108

1.6.2. Diseño de Instrumentos de Investigación

Para la realización del diagnóstico se aplicó las siguientes técnicas de investigación:

Información primaria:

- **Encuesta:** se la realizó a los productores de guanábana de la zona de Lita y La Carolina de la provincia de Imbabura.

Información secundaria: se la obtuvo principalmente del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón de Ibarra, INEC e internet.

1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas

1.7.1. Socioeconómico

Para el desarrollo de esta variable que permite caracterizar la ciudad de Ibarra, lugar donde se gestionará la microempresa, se utilizó como fuente de consulta, el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, INEC, SIISE.

- **Densidad población**

Según el censo realizado por el INEC en 2010, La ciudad de Ibarra tiene una población de 131.856 habitantes en su área administrativa urbana, pero en datos reales de aglomeración urbana, la ciudad tiene una población real de 139.721 habitantes, tanto que el cantón del mismo nombre con la población rural cuenta con una población total de 181.175 habitantes, de estos más 35.000 eran extranjeros, o inmigrantes en proceso de legalización, principalmente españoles, portugueses, griegos, argentinos, alemanes, chilenos, uruguayos, colombianos, peruanos,

cubanos, brasileños y británicos; en Ibarra como sucede en la mayoría de las ciudades imbabureñas, los mestizos son el grupo étnico mayoritario que en Ibarra corresponde al 65% de la población, seguido por los caucásicos (descendientes de europeos y argentinos) con un 22%, seguido por los castizos (unión de mestizos con blancos) 7%, atrás los asiáticos con un 3%, los negros con un 2% y el 1% restante lo constituyen mulatos, indígenas y otros grupos. La ciudad de Ibarra tiene una población bastante envejecida, más del 35% de la población pasa de los 45 años, un 25% son menores de 25 y el restante 40% son personas adultas de entre los 25 y los 45 años, el número de hijos por mujer es de 1,4 hijos x mujer, y la tasa de crecimiento poblacional baja dramáticamente, por ello para 2010 estaba en 1,8% de crecimiento anual.

**CUADRO No.2
POBLACIONAL DE LA CIUDAD DE IBARRA**

Sexo	Casos	%	Acumulado %
1. Hombre	67.165	48,07 %	48,07 %
2. Mujer	72.556	51,93 %	100,00 %
Total	139.721	100,00 %	100,00 %

Fuente: INEC

**CUADRO No.3
TASA DE CRECIMIENTO PROFESIONAL**

Sexo	T.C.
1. Hombre	2,01%
2. Mujer	2,03%
Total	2,02%

Fuente: INEC

- **División política**

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y las siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio; con una superficie total de 1.162,22 km², divididas en la siguiente forma:

**CUADRO No.4
PARRROQUIAS URBANAS Y RURALES**

URBANAS	RURALES
San Francisco	Angochagua
La Dolorosa del Priorato	La Esperanza
Caranqui	San Antonio
El Sagrario	Ambuqui
Alpachaca	Ibarra
	Salinas
	La Carolina
	Lita

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial

Ubicación

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra, entre las coordenadas 00° 20' 00" y 78° 06' 00", ubicada a 2.228 metros s.n.m; está estratégicamente ubicada al noreste de Quito, Capital de la República a 126 Km, a 135 Km, de la frontera con Colombia, y a 185 km de San Lorenzo, en el Océano Pacífico.

Extensión territorial

La zona urbana del cantón cubre la superficie de 41.68 km², la zona rural incluido la periferia de la cabecera cantonal cubre la superficie de 1.120,53 km².

Características del clima

Ibarra, ciudad blanca a la que siempre se vuelve, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 Km. al noroeste de Quito a 125 Km, al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m. Posee un clima seco templado y agradable, y una temperatura promedio de 18°C.

- **Educación**

La educación en Ibarra es considerada una de las mejores en el norte del país y el sur de Colombia, los centros de enseñanza son catalogados como los más modernos y académicamente prestigiosos, tal es el caso del Colegio Teodoro Gómez de La Torre, el cuarto colegio más antiguo del país, así mismo en Ibarra, dada su gran amplitud a la cultura española, heredaron como en casi todo el Ecuador Colegios religiosos de la Hermandad Católica, razón por la cual en Ibarra existen más colegios privados religiosos que públicos. Las Universidades en Ibarra son 4 principalmente, todas sujetas a un alto nivel de estudios y una gran oferta académica.

- Universidad Técnica del Norte UTN
- Pontificia Universidad Católica PUCESI
- Instituto Tecnológico Superior José Chiriboga (ITCA)
- Instituto Tecnológico Superior Liceo Aduanero (ITSLA)

Principales Colegios de Ibarra

- Teodoro Gómez de La Torre (TGT)
- Colegio Nacional Ibarra (CNI)
- Colegio Sagrado Corazón de Jesús "Bethlenmitas"
- Colegio Salesiano "Sánchez y Cifuentes"
- Colegio San Francisco
- Colegio La Inmaculada Concepción
- Colegio La Salle
- Colegio Oviedo
- Colegio Virgen de Fátima
- Colegio Mercedario San Pedro Pascual
- Colegio Juan Pablo II
- Colegio Diocesano Bilingüe
- Pensionado Atahualpa

- Pensionado La Victoria
- Colegio Los Arrayanes
- Colegio Los Álamos
- Liceo Aduanero
- Academia Militar San Diego

**CUADRO No.5
POBLACIÓN (5 AÑOS Y MÁS) SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCIÓN DE LA
CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA.**

NIVEL DE INSTRUCCIÓN MÁS ALTO AL QUE ASISTE O ASISTIÓ	CASOS
Ninguno	3.470
Centro de Alfabetización/(EBA)	364
Preescolar	1.313
Primaria	41.781
Secundario	29.886
Educación Básica	9.580
Bachillerato - Educación Media	9.651
Ciclo Pos bachillerato	1.145
Superior	26.008
Postgrado	1.906
Se ignora	2.083
Total	127.187

Fuente: INEC

La población en general posee un aceptable índice de educación primario con 41.781 casos, seguido de un nivel secundario con 29886 demostrando que muy pocos son los que tiene acceso al nivel secundario y en el nivel Superior alcanzan 26008 casos demostrándonos que son pocas las personas que continúan sus estudios de nivel superior y culminan sus carreras universitarias

CUADRO No.6

ANALFABETISMO POR SEXO SEGÚN PARROQUIA				
PARROQUIA	SEXO	PORCENTAJE	NUMERO	POBLACIÓN 15 AÑOS Y +
Lita	Hombres	10,23	79	772
	Mujeres	15,86	95	599
Carolina	Hombres	9,53	90	944
	Mujeres	13,93	113	811
Salinas	Hombres	5,68	31	546
	Mujeres	10,75	53	493
Ibarra	Hombres	3,64	1.378	37.866
	Mujeres	6,56	2.786	42.491
Ambuquí	Hombres	9,74	156	1.602
	Mujeres	16,73	278	1.662
San Antonio	Hombres	5,09	236	4.637
	Mujeres	8,80	428	4.862
La Esperanza	Hombres	15,75	311	1.975
	Mujeres	34,82	732	2.102
Angochagua	Hombres	19,16	210	1.096
	Mujeres	42,85	560	1.307
TOTAL		7,26	7.536	103.765

Fuente: SIISE

- **Salud**

La salud en Ibarra se halla garantizada por dos hospitales: San Vicente de Paúl (hospital público), Hospital del Seguro (Hospital del IESS), así como de más de 15 clínicas privadas y cerca de 300 consultorios privados, las principales clínicas privadas son: Instituto Medico de Especialidades IME, Clínica Ibarra, Clínica Moderna, Hospital Metropolitano, Clínica Mariano Acosta, Clínica del Norte, Clínica Médica Fértil, Diálisis Ibarra, etc. La

principal causa de muerte en Ibarra son los problemas cardio-cerebrales y los respiratorios, mientras la población goza de una alta calidad de vida y una esperanza de vida que se aproxima a los 78 años para los hombres y 83 para las mujeres.

- **Servicios básicos**

Agua

EL 64,6% de las viviendas a nivel cantonal cuentan con el servicio de agua potable de las cuales el 35,4% solo cuenta con el servicio de agua a través de pozo, de río o acequia, carro repartidor u otro. Siendo la parroquia más crítica Lita con el 64% de las viviendas que no cuentan con el servicio de agua potable.

Es importante destacar que el 95% de las viviendas en la cabecera cantonal cuentan con el servicio de agua potable, lo que es lamentable es la existencia de sectores urbanos que cuentan con este servicio y mantienen niveles muy bajos de ocupación de suelo.

Eliminación de aguas servidas

El 57% de las viviendas en el cantón no cuentan con alcantarillado, siendo la parroquia de Angochagua la más crítica ya que apenas el 13% de las viviendas cuentan con este servicio. En el área urbana la existencia de un sistema combinado de alcantarillado, que integra aguas servidas con aguas lluvias viene a ser un problema sobre todo en la época invernal donde la red tiende a colapsar.

Eliminación de basura

Apenas el 39,6% de las viviendas en el cantón cuentan con el servicio de recolección de basura siendo la cabecera cantonal con el 89% del servicio el área mejor servida y la parroquia de Angochagua por el contrario cuenta apenas con el 2% de las viviendas con el servicio de recolección de basura.

Acceso a teléfono fijo

El cantón Ibarra, según los datos del censo de Población y vivienda 2010, el acceso de los hogares a los servicios de teléfono residencial en la ciudad de Ibarra, tiene un 61,2 % de acceso, sin embargo en el sector rural, el mayor acceso es en las parroquias de San Antonio 49,32% y Salinas 48,39%. Tomando en cuenta que la población existente en estos dos espacios es muy diferente, San Antonio es 11 veces más poblado que Salinas. A su vez, las demás parroquias rurales tienen en promedio menor del 32,08 % que le corresponde a La Parroquia Carolina, el resto de las parroquias rurales, tienen un acceso menor a 30% donde están La Esperanza 25,23 % , Ambuquí 29,83 %, Angochagua 22,84 %, siendo la parroquia menos servida es Lita con un acceso del 8,09%. INEC 2010.

**CUADRO No.7
COBERTURA DE SERVICIO TELEFÓNICO FIJO**

Espacio Geográfico	Total de hogares	Hogares con acceso a teléfono convencional	Porcentaje
IBARRA	8391	5135	61,2
AMBUQUI	352	105	29,83
ANGOCHAGUA	416	95	22,84
CAROLINA	240	77	32,08
LA ESPERANZA	436	110	25,23
LITA	136	11	8,09
SALINAS	93	45	48,39
SAN ANTONIO	1170	577	49,32
INEC - CPV 2010			

A nivel cantonal, el 47% de las viviendas cuentan con el servicio de teléfono fijo ofertado por la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). De esta manera se pone en evidencia la carestía del servicio telefónico y por ende de las redes en todo el cantón. (INEC, 2010).

Acceso a telefonía celular

El acceso al servicio telefónico móvil es alto en el Cantón, el 82% de las residencias utilizan este servicio, frente al 47% que acceden al servicio telefónico convencional.

**CUADRO No.8
COBERTURA DE SERVICIO TELEFÓNICO - MÓVIL**

PARROQUIA		COBERTURA DE SERVICIO TELEFÓNICO – MÓVIL			
		SI		NO	
	Nº VIVIENDAS	Nº CASOS	%CASOS	Nº CASOS	%CASOS
Ambuquí	1478	940	64	538	36
Angochagua	925	468	51	457	49
Carolina	746	282	38	464	62
Ibarra	37981	32733	86	5248	14
La Esperanza	1709	994	58	715	42
Lita	738	415	56	323	44
Salinas	473	401	85	72	15
San Antonio	4616	3491	76	1125	24
CANTONAL	48666	39724	82	8942	18
FUENTE: INEC, 2010					
ELABORACIÓN: PDOT-IMI, 2011					

Las parroquias rurales utilizan más este servicio que el convencional, debido a la cobertura que ofrecen. El número de residencias en las parroquias rurales con el servicio de telefonía fija se ve duplicado con el de residencias que cuentan con el servicio celular, esto lo podemos observar en la parroquia de Ambuquí que apenas 389 casas cuentan con

teléfono convencional, frente a 940 residencias que al menos disponen de un teléfono celular (INEC, 2010).

Acceso a internet

De acuerdo al Censo de Población y Vivienda realizado en el 2010, apenas el 13% de las residencias acceden al servicio de internet, este fenómeno responde a dos circunstancias una de gestión y la otra económico – social, puesto que existe un déficit en la infraestructura de cableado para internet especialmente en el sector rural, así como también la baja capacidad económica de la población para comprar o acceder a un computador (INEC, 2010; IMI, 2011).

**CUADRO No.9
COBERTURA DEL SERVICIO TELEFÓNICO MÓVIL CANTONAL**

PARROQUIA		COBERTURA DE SERVICIO DE INTERNET			
		SI		NO	
	Nº VIVIENDAS	Nº CASOS	%CASOS	Nº CASOS	%CASOS
Ambuquí	1478	47	3	1431	97
Angochagua	925	16	2	909	98
Carolina	746	9	1	737	99
Ibarra	37981	5882	15	32099	85
La Esperanza	1709	33	2	1676	98
Lita	738	12	2	726	98
Salinas	473	23	5	450	95
San Antonio	4616	393	9	4223	91
CANTONAL	48666	6415	13	42251	87
FUENTE: INEC, 2011					
ELABORACIÓN: PDOT-IMI, 2011					

El Gobierno Provincial de Imbabura ha dotado de centros de informática con acceso a internet (INFOCENTROS) en todas las parroquias rurales del Cantón, lo que ha mejorado el acceso a este servicio.

Energía eléctrica

En el cantón Ibarra, el 99% de las viviendas acceden al servicio eléctrico. La parroquia de Lita presenta mayor porcentaje de residencias que no disponen de electricidad 85%.

**CUADRO No.10
COBERTURA DEL SERVICIO ELÉCTRICO DEL CANTÓN IBARRA**

PARROQUIA		COBERTURA DE SERVICIO ELÉCTRICO			
		SI		NO	
	Nº VIVIENDAS	Nº CASOS	%CASOS	Nº CASOS	%CASOS
Ambuquí	1466	1398	95	68	5
Angochagua	923	896	97	27	3
Carolina	738	695	94	43	6
Ibarra	36976	36784	99	648	2
La Esperanza	1697	1615	95	82	5
Lita	730	619	85	111	15
Salinas	463	459	99	4	1
San Antonio	4528	4453	98	75	2
CANTONAL	47521	46919	99	1058	2
FUENTE: INEC, 2010					
ELABORACIÓN: PDOT-IMI, 2011					

En seis de las parroquias rurales el acceso de las residencias al servicio eléctrico supera el 90%, lo cual demuestra una dotación eficiente del servicio eléctrico.

- **Actividades económicas**

**CUADRO No.11
ACTIVIDADES COMERCIALES DE LA CIUDAD DE IBARRA**

ACTIVIDADES COMERCIALES EN LA CIUDAD DE IBARRA			
PRINCIPALES ACTIVIDADES (según número de establecimientos)	TOTAL DE ESTABLECIMIENTOS	INGRESOS POR VENTAS	PERSONAL OCUPADO
Venta al por menor no especializada en alimentos, bebidas o tabaco.	1.308	73'408.982	1.964
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en puestos y mercados.	723	16'073.546	866
Venta al por menor de alimentos en comercios especializados.	461	11'506.745	589
Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero.	454	17'701.859	700
Mantenimiento y reparación de vehículos automotores.	359	10'370.317	829

Fuente: INEC/El Comercio

Elaborado por: La autora

La venta al por menor es la principal actividad económica en la capital imbabureña existen aproximadamente 1.308 locales que se dedican a esta rama de actividad. Según el último censo económico (2010) estos establecimientos generan alrededor de USD 73,4 millones de ingresos anuales por ventas, este sector representan el 16% de todas las actividades económicas que se desarrollan en el cantón y que están registradas por el Municipio, pero también es la principal actividad económica de comercio de Imbabura. En total hay 2.615 establecimientos, que generan USD 109,2 millones en ingresos anuales a la provincia.

- Los datos del Censo Económico permiten determinar que Ibarra es una ciudad dedicada al comercio. Esta actividad genera el 72 % del total de ingresos anuales, que bordean los USD 178 millones.
- Los ibarreños se dedican a la compra y venta de bienes y no a la fabricación de los mismos. Esa actividad permite que el dinero de

los ibarreños se vaya a otras urbes consideradas como polos de desarrollo.

- La actividad de venta al por menor en comercios se refiere a las tiendas de barrio, a los pequeños locales de venta de artículos, esos pequeños negocios que en mayor cantidad de establecimientos tiene Ibarra, bordean el 23% de un total de 5.682 establecimientos
- Pero esta actividad no genera tantos empleos ya que de 1.308 establecimientos existentes, hay apenas 1.964 trabajadores, siendo la relación de 1,5 empleados por local.

La concentración de actividades económicas en las parroquias y la eficiencia de los negocios en generar ingresos que aportan a la dinámica de la economía local, de esta manera podemos demostrar que tomados los ingresos declarados por los negocios obligados a llevar contabilidad y de acuerdo el CIIU (Clasificador Internacional de Actividades) se encuentran 6.215 actividades total catastro del cantón sin contar con las actividades de los mercados, esto permite observar que en la cabecera parroquial Ibarra se concentra el 92,1% de las actividades económicas (5.721 actividades) y generan el 96,6% de los ingresos totales (668.620.672 usd), de este total el 55,2% que representan a (3.175 actividades) se concentran en la Parroquia de San Francisco y generan el 54,5% de los ingresos conforme al siguiente mapa.

La ciudad se mantiene próspera gracias al sector terciario que supone el 70% de los empleos en la ciudad, la agroindustria y al procesamiento de alimentos como la cebada, la remolacha, la caña de azúcar, la patata, las legumbres, cítricos, viñedos y aceitunas son también crecientes, el sector artesano y secundario es ampliamente dedicado como otras ciudades imbabureñas a la moda, así mismo otro factor importante es la transformación de la cal y la

gastronomía, así pues el sector más próspero es el turismo, para 2010 Ibarra tenía en puesto 7 en ciudades económicas, su prosperidad se hace también importante gracias al sector financiero y bancario de Ibarra, el banco pichincha, banco del Guayaquil y más de 40 bancos y cooperativas mantienen sedes importantes aquí, el banco capital es originario de Ibarra.

**CUADRO No.12
POBLACIÓN (10 AÑOS Y MÁS) SEGÚN GRUPO DE OCUPACIÓN, POR SEXO DE LA CIUDAD DE IBARRA-PROVINCIA DE IMBABURA**

Grupo de ocupación (Primer nivel)	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Directores y gerentes	1139	688	1827
Profesionales científicos e intelectuales	3106	3593	6699
Técnicos y profesionales del nivel medio	1708	1137	2845
Personal de apoyo administrativo	2219	2739	4958
Trabajadores de los servicios y vendedores	6415	8529	14944
Agricultores y trabajadores calificados	1779	659	2438
Oficiales, operarios y artesanos	7463	2293	9756
Operadores de instalaciones y maquinaria	4436	238	4674
Ocupaciones elementales	4436	4687	9123
Ocupaciones militares	134	1	135
no declarado	2005	2205	4210
Trabajador nuevo	1070	1191	2261
Total	35910	27960	63870

Fuente: INEC

- **Población económicamente activa**

**CUADRO No.13
POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA**

POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA (PEA 10 AÑOS Y MÁS) DE LA CIUDAD DE IBARRA - PROVINCIA DE IMBABURA			
Condición de Actividad (10 y más años)	Área Urbana o Rural		
	Área Urbana	Área Rural	Total
PEA	60.951	2.919	63.870

Fuente: INEC

La población Económicamente Activa PEA, es aquella que intervienen en la producción de bienes y servicios estos se agrupan en los siguientes sectores, principalmente de las actividades agropecuarias, sector Industrial y servicio. Cada uno de estos sectores genera Producto Interno Bruto PIB, también denominado Valor Agregado, que no es otra cosa que la suma del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en la ciudad, en un determinado año y encontramos en nuestra ciudad, una condición de Actividad de 10 años o más con un total de 63.870 conformado con el Área Rural de 2.919 y el Área Urbana de 60.951.

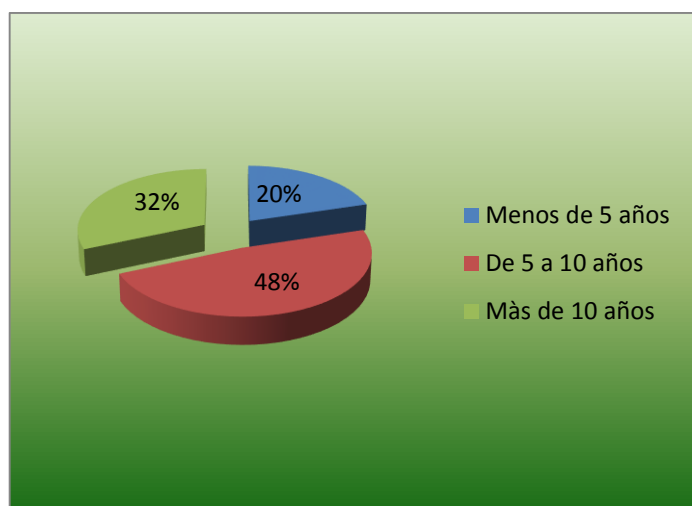
1.7.2. Resultados de la encuesta aplicada a los productores de guanábana ubicados en la parroquia Lita y La Carolina.

1. ¿Cuánto tiempo lleva en el cultivo de la guanábana?

CUADRO No.14
TIEMPO EN LA ACTIVIDAD

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 5 años	22	20
De 5 a 10 años	52	48
Más de 10 años	34	31
TOTAL	108	100

GRÁFICO No.1
TIEMPO EN LA ACTIVIDAD



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

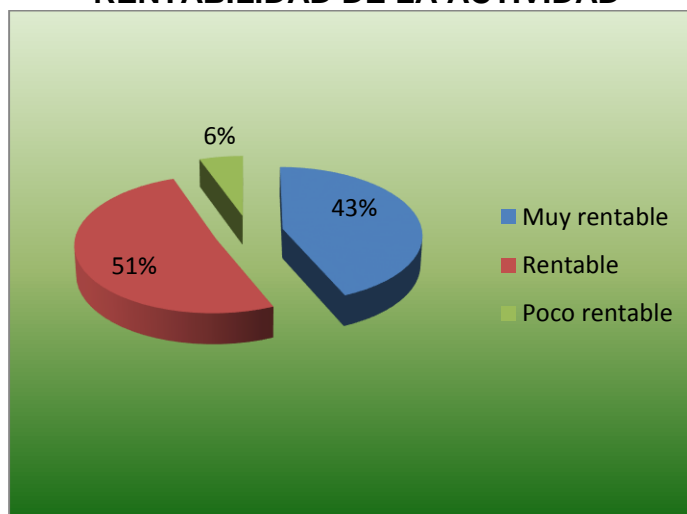
Según la investigación, la mayoría de los productores llevan en esta actividad de 5 a 10 años, porque el cultivo presenta estabilidad en los precios, seguido por quienes se dedican más de 10 años, debido a que desde hace mucho tiempo han diversificado la agricultura en cultivos alternativos, existen productores que tiene menos de 5 años trabajando en el cultivo de guanábana por la buena rentabilidad que arroja.

2. ¿La rentabilidad de la actividad es?

**CUADRO No.15
RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Muy rentable	47	44
Rentable	55	51
Poco rentable	6	6
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.2
RENTABILIDAD DE LA ACTIVIDAD**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

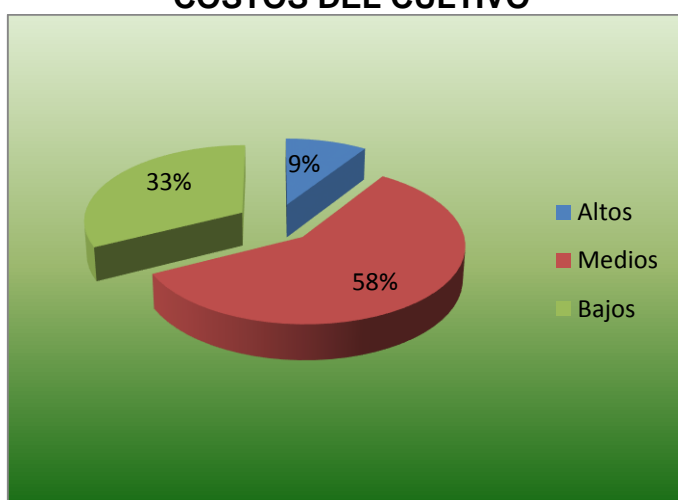
Los productores de la fruta en su mayoría consideran que la actividad es rentable, es decir se encuentra en un nivel medio, porque existen algunos inconvenientes que afecta conseguir mejores ingresos, un porcentaje casi similar consideran que la actividad es muy rentable, porque aplican técnicas agrícolas que les permiten minimizar costos, existe un porcentaje mínimo que manifiestan que la actividad es poco rentable, son quienes no poseen buenos cultivos por el mal mantenimiento.

3. ¿Cómo considera los costos de la producción de guanábana?

**CUADRO No.16
COSTOS DEL CULTIVO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Altos	10	9
Medios	63	58
Bajos	35	33
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.3
COSTOS DEL CULTIVO**



Fuente: Productores de guanábana

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

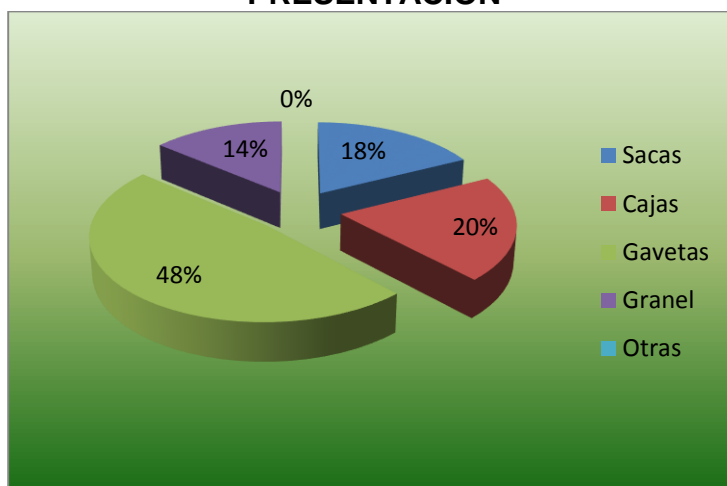
Según los casos investigados, la mayoría considera que los costos del mantenimiento del cultivo de guanábana son de un nivel medio, debido a que conocen acerca de la producción de la fruta, seguido de quienes manifiestan que los costos son bajos, porque poseen cultivos tecnificados, finalmente un porcentaje menor manifiesta que los costos son altos, debido a que poseen poca experiencia en el manejo del cultivo.

4. ¿Qué presentación utiliza para la comercialización de la guanábana?

**CUADRO No.17
PRESENTACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Sacas	19	18
Cajas	22	20
Gavetas	52	48
Granel	15	14
Otras	0	0
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.4
PRESENTACIÓN**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

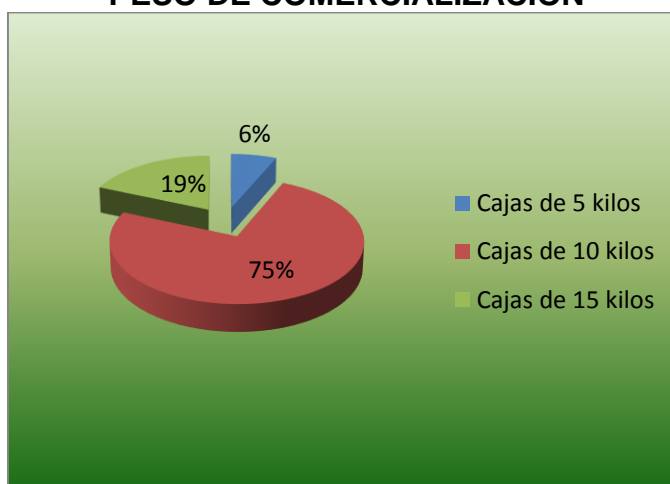
La mayoría de los productores de la guanábana realizan la comercialización en gavetas, porque el producto se mantiene seguro no se estropea ni sufre aplastamientos, garantizando así que la fruta llegue en perfecto estado a su destino final, también se encuentra en un porcentaje similar la presentación de cajas y sacas esto depende de la cantidad de guanábanas que se coloquen, finalmente en poca cantidad la realizan al granel cuando son ventas pequeñas.

5. ¿Cuál es el peso de comercialización de la guanábana?

**CUADRO No.18
PESO DE COMERCIALIZACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Cajas de 5 kilos	7	6
Cajas de 10 kilos	81	75
Cajas de 15 kilos	20	19
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.5
PESO DE COMERCIALIZACIÓN**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

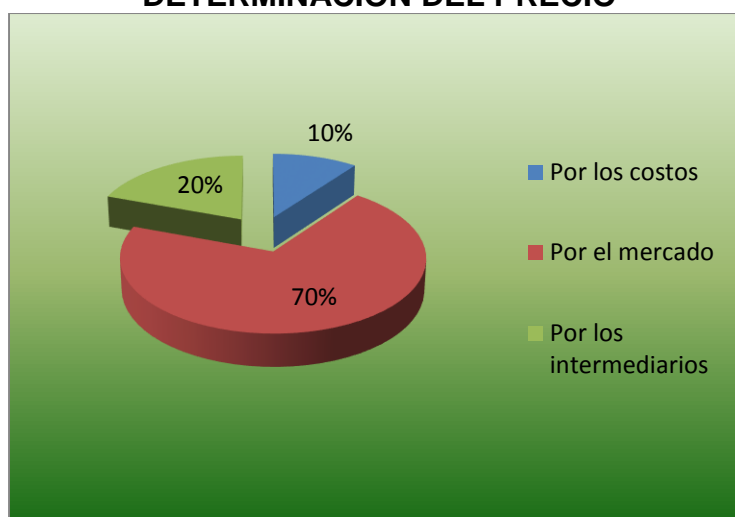
Según la información recopilada a través de encuestas, la mayoría de los casos investigados manifiestan que el peso de la fruta para la comercialización es de 10 kilos, esto garantiza que la fruta llegue en perfecto estado a los diferentes mercados de la provincia, también dependiendo de los pedidos que tengan en ocasiones el producto es comercializado en cajas de 15 kilos el mismo que requiere de cuidados para no afectar la fruta, finalmente existe una mínima parte de fruticultores que comercializan la fruta en cajas de 5 kilos.

6. ¿Cómo determina el precio de la fruta?

**CUADRO No. 19
DETERMINACIÓN DEL PRECIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Por los costos	11	10
Por el mercado	76	70
Por los intermediarios	21	19
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.6
DETERMINACIÓN DEL PRECIO**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

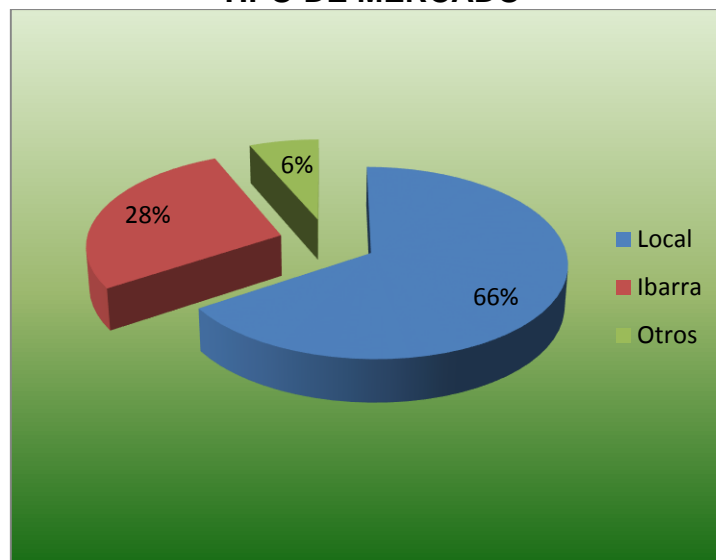
La mayor parte de los casos investigados manifiestan que el precio de la fruta se lo determina en base al mercado, debido a que el producto no es comercializado directamente al consumidor final, donde no intervenga un canal de distribución lleno de intermediarios, seguido de quienes afirman que el precio se encuentra en base a los intermediarios, porque la cosecha se la vende en la finca, existe un porcentaje menor que dice que el precio es fijado en base a los costos.

7. ¿Cuál es el mercado de comercialización de la fruta?

**CUADRO No.20
TIPO DE MERCADO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Local	71	66
Ibarra	30	28
Otros	7	6
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.7
TIPO DE MERCADO**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

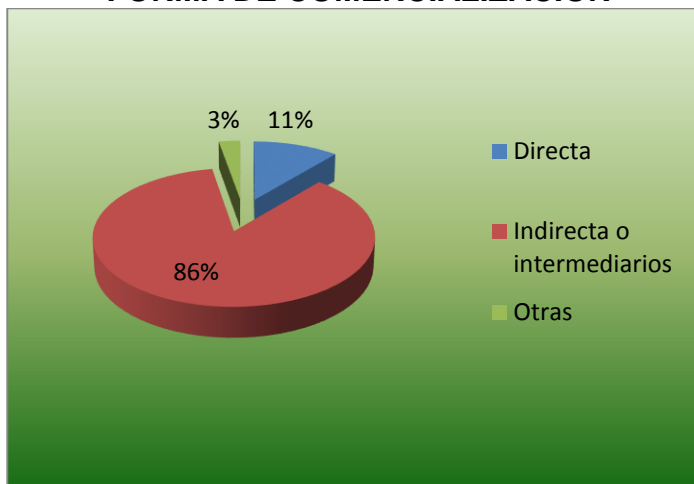
La mayoría de los productores comercializan la fruta en los mercados locales, debido a la cercanía del lugar de producción, esto permite minimizar los costos de transporte, seguido de una parte menor de productores que se desplazan a Ibarra, para comercializar la fruta con el propósito de incrementar el precio de venta, una mínima parte de casos investigados manifiestan que utilizan otro tipo de mercado.

8. ¿Cuál es la forma de comercialización de la fruta?

CUADRO No. 21
FORMA DE COMERCIALIZACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Directa	12	11
Indirecta o intermediarios	93	86
Otras	3	3
TOTAL	108	100

GRÁFICO No.8
FORMA DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

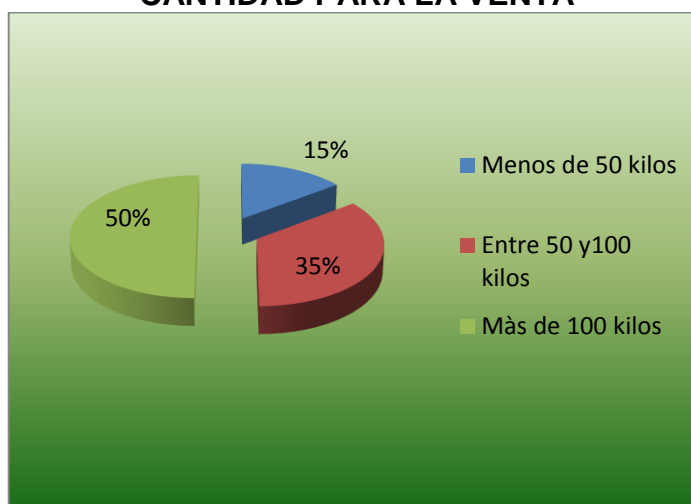
En base a la investigación a través de encuestas, la mayor parte de los productores de guanábana utilizan a los intermediarios para la comercialización del producto, debido a que llevan a los diferentes mercados de la localidad, seguido de productores que afirma que comercializan la fruta en forma directa, esto es con el método de pedidos, por última se encuentran los que utilizan otras formas de comercialización.

9. ¿Qué cantidad de producto vende semanalmente?

**CUADRO No.22
CANTIDAD PARA LA VENTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 50 kilos	16	15
Entre 50 y100 kilos	38	35
Más de 100 kilos	54	50
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.9
CANTIDAD PARA LA VENTA**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

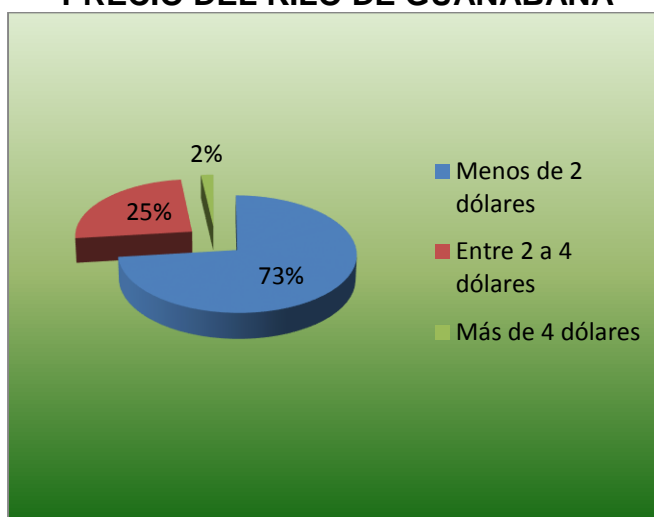
La mayor parte de productores manifiestan que venden semanalmente más de 100 kilos de guanábana, esta frecuencia depende del mercado y la calidad de cultivo, como también de la temporada, seguido de quienes manifiestan que comercializan semanalmente entre 50 a 100 kilos, porque poseen cultivos menos extensos, por último una parte menor sacan a la venta semanalmente menos de 50 kilos, esto se debe a la extensión del cultivo y a otros factores.

10. ¿El precio del kilo de la guanábana es?

**CUADRO No.23
PRECIO DEL KILO DE GUANÁBANA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 2 dólares	79	73
Entre 2 a 4 dólares	27	25
Más de 4 dólares	2	2
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No. 10
PRECIO DEL KILO DE GUANÁBANA**



Fuente: Productores de guanábana.

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

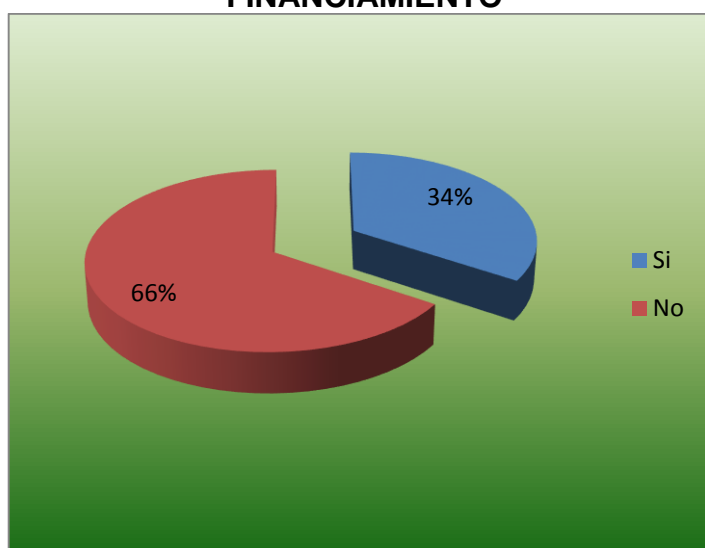
Según los casos investigados, la mayoría de los productores de la guanábana comercializan la fruta al precio de menos de 2 dólares, debido a que el producto es comercializado en mercados locales donde existen muchos intermediarios, seguido de fruticultores que afirman que el precio de la fruta se encuentra entre 2 a 4 dólares, eso depende de la temporada, finalmente una mínima parte la comercializan en más de 4 dólares en temporadas donde es escasa la producción.

11. ¿Cuenta con financiamiento para su actividad?

**CUADRO No. 24
FINANCIAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	37	34
No	71	66
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.11
FINANCIAMIENTO**



Fuente: Productores de guanábana.

Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

Tomando en consideración la información recopilada a través de encuestas, la mayor parte de productores de los sectores investigados no cuentan con financiamiento para su actividad, debido a los engorrosos trámites que manejan las instituciones para solicitar créditos, seguido de un porcentaje menor, los cuales manifiestan que si cuentan con financiamiento, porque al tener cultivos grandes necesitan de mayores recursos para invertir.

12. ¿El cultivo de guanábana que realiza usted, está basado en?

**CUADRO No. 25
CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
La experiencia	58	54
Por la capacitación	46	43
Otras	4	4
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.12
CONOCIMIENTO DE LA ACTIVIDAD**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

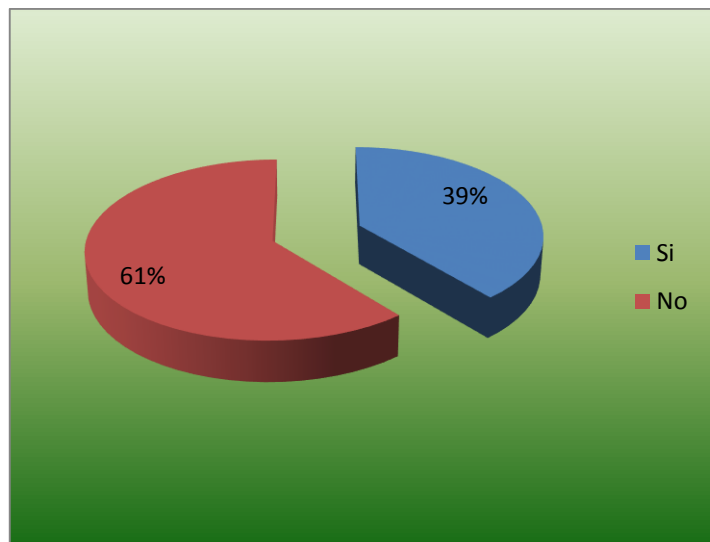
La mayor parte de los productores de guanábana de la zona de Lita y la Carolina, manifiestan que la actividad que realizan está basado por la experiencia del cultivo de muchos años, por tanto conocen el manejo agronómico de la planta, existe un porcentaje menor que afirma haber recibido capacitación por parte de organismos gubernamentales y no gubernamentales para el cultivo de frutas que generan mayores ingresos, finalmente un porcentaje mínimo afirman que son otros aspectos.

13. ¿Actualmente pertenece algún tipo de organización agrícola?

**CUADRO No. 26
ORGANIZACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	42	39
No	66	61
TOTAL	108	100

**GRÁFICO No.13
ORGANIZACIÓN**



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

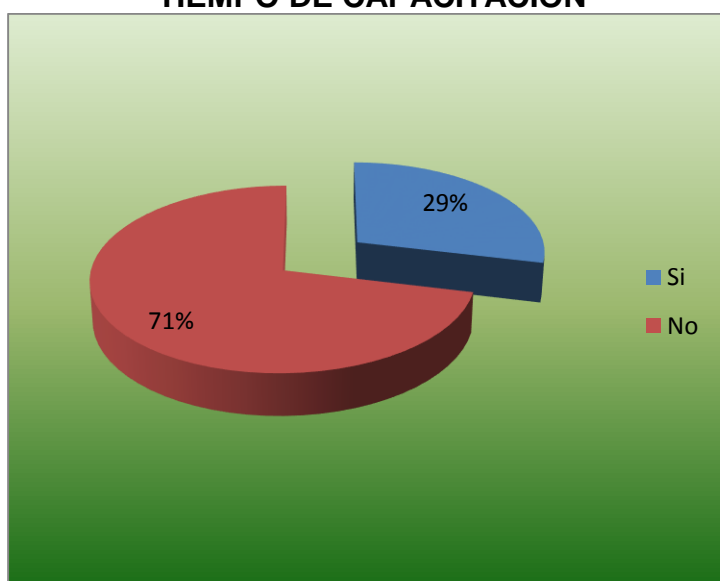
Mediante la información recopilada, la mayor parte de los casos investigados no pertenecen a ninguna asociación agrícola que se preocupen de mejorar la actividad, seguido de quienes afirman tener a organizaciones agrícolas, pero que no generan procesos de cambios relevantes para sus actividades.

14. ¿Recibe asistencia técnica de parte de alguna institución?

CUADRO No. 27
TIEMPO DE CAPACITACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	31	29
No	77	71
TOTAL	108	100

GRÁFICO No.14
TIEMPO DE CAPACITACIÓN



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

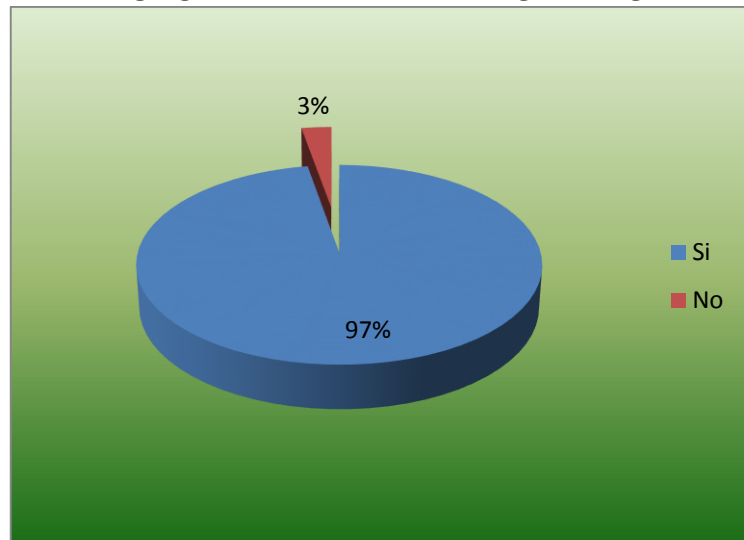
La gran mayoría de productores de guanábana manifiestan no haber recibido asistencia técnica para el cultivo de la fruta, ellos lo realizan en base a la experiencia y conocen desde hace mucho tiempo el manejo del cultivo, una parte menor afirma haber recibido asistencia técnica especialmente del MAGAP y de ONG's que existen por el sector, lo que ha permitido generar mayor productividad.

15. ¿Estaría dispuesto a proveer permanentemente guanábana a precios competitivos para la microempresa de producción y comercialización de pulpa de guanábana ubicada en la ciudad de Ibarra?

CUADRO No. 28
DISPONIBILIDAD PARA PROVEEDOR

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	105	97
No	3	3
TOTAL	108	100

GRÁFICO No.15
DISPONIBILIDAD PARA PROVEEDOR



Fuente: Productores de guanábana
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La mayoría de los productores de guanábana de la zona de Lita y La Carolina están dispuestos a convertirse en proveedores de fruta para la microempresa a crearse, porque consideran que mejorarían sus ingresos debido a la aplicación de precios competitivos, existe una mínima parte que no están de acuerdo, porque afirman que poseen cultivos muy pequeños que no están en condiciones de abastecer permanentemente.

1.8. Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos

1.8.1. Aliados

- Crecimiento constante de la población de la ciudad de Ibarra.
- Existe una buena producción de la guanábana en la zona de Lita y La Carolina.
- Los sectores donde se produce la fruta se encuentran cerca de la ciudad de Ibarra.
- Predisposición de los productores de la guanábana para proveer de la fruta a la microempresa.

1.8.2. Oponentes

- El sector de los productores de la guanábana en su mayoría no están organizados.
- La asistencia técnica a los productores de guanábana es muy reducida.
- Los precios de la fruta están establecidos en función del mercado y sus factores.
- Los productores de la guanábana no obtienen fácilmente créditos para sus cultivos.

1.8.3. Oportunidades

- Nuevas técnicas agrícolas para aplicar a la fruticultura y mejorar la productividad.

- La existencia de medios de comunicación alternativos para la publicidad del producto.
- Convenios para la comercialización de la guanábana con instituciones públicas y privadas.
- Comercializar el producto a nivel regional, aprovechando el Crecimiento de la población.
- Excelente Demanda en los mercados Internacionales

1.8.4. Riesgos

- Las instituciones financieras no facilitan el acceso a créditos a los agricultores.
- Inclemencias del tiempo generan incertidumbre en los cultivos.
- Aparecimiento de plagas y enfermedades generan pérdidas en las cosechas.

1.9. Identificación de la Oportunidad de Inversión

Una vez efectuado el diagnóstico situacional, se estableció que existe la suficiente materia prima en el sector de Lita y La Carolina que puede ser aprovechada por la microempresa en la elaboración de la pulpa, como también la buena predisposición por parte de los productores para abastecer del producto.

Bajo este antecedente, se plantea la creación de una microempresa de producción y comercialización de pulpa de guanábana ubicada en la ciudad de Ibarra, que genere empleo y aproveche la producción local para elaborar productos de gran acogida en el mercado.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se ha contextualizado los términos utilizados en la investigación a través de fuentes bibliográficas actualizadas e internet.

2.1. La microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012). Afirma: *“La microempresa es una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades, por lo que se convierte en el eje de la producción”*. Pág.38

La microempresa es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que está dirigido por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, su finalidad constituye en la generación de ingresos económicos para cubrir sus necesidades.

2.1.1. Objetivos de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 41. Presenta los objetivos de la microempresa.

Los objetivos son operativos y deben ser capaces de convertirse en metas y tareas específicas de todas las áreas de las que depende la supervivencia de la empresa. Para ello se tomara en cuenta los siguientes objetivos:

- **Objetivo de Innovación:** Debe ser capaz de innovar, de lo contrario no podrá permanecer en el mercado, siempre debe estar en constante cambio para mejorar el producto y servicio
- **Objetivo sobre Recursos Humanos:** Debe determinar objetivos relacionados con el suministro, empleo desarrollo de los recursos humanos.
- **Objetivo de Productividad:** Debe emplearse adecuadamente los recursos, y la productividad debe crecer para que la microempresa sobreviva.

2.1.2. Características generales

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 44. Manifiesta. Las características generales de microempresa.

- El propietario o propietarios de la microempresa laboran en la misma.
- El valor total anual de las ventas no excede de doce Unidades Impositivas tributarias
- Actividades de autoempleo o que tengan hasta diez colaboradores.
- Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.
- Su estructura jurídica se asemeja a las sociedades de personas y eventualmente a las sociedades anónimas.
- Tiene la tendencia a mantenerse en los sitios donde iniciaron su actividad originalmente.

- El objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional.
- Crece principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.
- Carecen de una estructura formal de organización.
- Son un soporte al desarrollo de grandes empresas.
- Generalmente no cuentan con personal capacitado.
- Existe una estrecha relación entre el microempresario y la comunidad.

2.1.3. Recursos de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 44. Presenta los recursos de la microempresa.

- **Materiales:** Los recursos materiales son los medios físicos y concretos que ayudan a conseguir algún objetivo.
- **Humanos:** Los gerentes utilizan muchas palabras para describir la importancia que las personas tienen en sus organizaciones.
- **Tecnológicos:** Una barrera de entrada que se presenta a los microempresarios, al querer desarrollar un proceso productivo, es el costo y la consecución de la maquinaria con la cual desean empezar su negocio.

2.1.4. Clasificación de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 44. Menciona la clasificación de la microempresa.

- **Producción:** Son aquellas que transforman materias primas en productos elaborados, dentro de esta actividad se encuentra la elaboración de artesanías cuya actividad del MICIP se regula en base a la ley de Fomento Artesanal.
- **Comercio:** Son las que tienen como actividad la compra –venta de bienes y productos elaborados. Su actividad se reduce a la reventa de productos elaborados por las empresas de producción.
- **Servicios:** La cualidad de estas microempresas es el hecho de ser inmateriales, es decir de consumo inmediato, es una acción que busca llenar o satisfacer una necesidad
- **De sobrevivencia:** Tiene la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos.
- **Subsistencia:** Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.
- **En crecimiento:** Tiene la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí la microempresa se convierte en empresas.

2.1.5. Ventajas de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 46. Menciona las ventajas que se presentan en una microempresa.

- Es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado.
- Se posee organización y estructura simple, lo que facilita el despacho de mercancía rápido y ofrecer servicios a la medida del cliente.
- Reducen las relaciones sociales a términos personales ya que, en general, sus orígenes son familiares.
- Presentan mayor adaptabilidad tecnológica a menor costo de infraestructura.
- Contribuye al empleo de personas incapacitadas físicamente, por edad o con dificultad para conseguir empleo.

2.1.6. Desventajas de la microempresa

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pág. 47. Menciona las desventaja que se generan al crear una microempresa.

- Las posibilidades de financiamiento no son tan accesibles como las de las grandes empresas.

- Tamaño poco atractivo para los sectores financieros ya que su capacidad de generar excedentes importantes con relación a su capital no consigue atrapar el interés.
- Dificultades para desarrollar planes de investigación que le permite el crecimiento microempresarial.
- Hacer frente a las complicadas y cambiantes formalidades administrativas y fiscales, todo lo cual le invierte costo de adecuación más alto.
- Las decisiones son tomadas de acuerdo a corazonadas o al gusto del empresario.

2.2. Estructura Organizacional

2.2.1. La administración

MUNCH Lourdes, (2010). Manifestaciones: *“La administración es una actividad indispensable en cualquier organización, de hecho es la manera más efectiva para garantizar su competitividad”*. Pág.23

Según ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Manifiesta: *“La administración consiste en todas las actividades que se emprenden para coordinar el esfuerzo de un grupo, es decir es el conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y los recursos. Para ello se vale de ciertas labores esenciales como la planeación, la organización, la dirección y el control”*. Pág.52

Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres

humanos y otros recursos. Se plantea entonces la definición de administración.

2.2.2. Objetivos de la administración

MUNCH Lourdes, (2010). Pag.25. Manifiesta los objetivos de la administración.

- Alcanza de forma eficiente y eficaz los objetivos de un organismo social donde se plantean planes de desarrollo.
- Conseguir de manera eficiente las metas con el mínimo de sus recursos
- Permite a la empresa tener una perspectiva más amplia del medio en el cual se desarrolla.
- Asegurar que la empresa produzca o preste sus servicios de calidad tomando en cuenta que el principal factor son los clientes.
- El objetivo principal de la Administración es aprovechar los recursos que posee la empresa para lograrlo de una manera eficiente y eficaz.

2.2.3. Proceso administrativo

MUNCH Lourdes, (2010). Pag.27. Presenta el proceso administrativo que se debe seguir.

La administración presenta cinco fases que constituye el proceso administrativo, pues son ejercidas en forma continua:

- **Planeación:** Planear incluye seleccionar misiones y objetivos, así como las acciones para lograrlos, requiere la toma de decisiones, es decir, elegir proyectos de acción futuros de entre alternativas
- **Organización:** Es la función administrativa que implica ensamblar y coordinar los recursos humanos, físicos, información y otros que se necesiten para alcanzar las metas.
- **Integración:** Requiere mantener cubiertas las posiciones en la estructura de la organización. Esto se logra al identificar los requisitos de fuerza de trabajo volver a inventariar a las personas
- **Dirección:** Es la función de administrar los recursos de la microempresa por parte de los administradores demostrando su eficiencia y responsabilidad en sus funciones.
- **Control:** Es el proceso de vigilar las actividades con el fin de asegurarnos que se realicen conforme a los planes y se corrijan las desviaciones importantes.

2.2.4. Niveles administrativos

Según el autor KOONTZ, (2008). Pag.34. Presenta los niveles administrativos que se desarrollan en la microempresa.

- **Nivel Directivo:** Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.

- **Nivel Asesor:** Agrupa a los empleados cuyas funciones consiste en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados públicos del nivel directivo.
- **Nivel Ejecutivo:** Comprende los empleados cuyas funciones consiste en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas.
- **Nivel Administrativo:** Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.
- **Nivel Operativo:** El nivel operativo comprende los empleados con funciones que implican el ejercicio de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.

2.2.5. Misión

Según WHEELLEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). dice: *“La misión de una organización es el propósito o razón de ella, declara lo que la empresa proporciona a la sociedad, el propósito exclusivo y fundamental que distingue a una empresa de otras de su tipo e identifica el alcance de sus operaciones con respecto a los productos que ofrece y los mercados que sirve”*. Pág. 12

La misión es la imagen actual que enfoca los esfuerzos que realiza la microempresa para seguir cumpliendo los objetivos fundamentales, indica de manera directa donde se radica el éxito de la organización.

La misión se la puede construir tomando en cuenta las siguientes preguntas:

- **¿Quiénes somos?** = Identidad, legitimidad
- **¿Qué buscamos?** = Propósitos
- **¿Por qué lo hacemos?** = Valores, principios, motivaciones
- **¿Para quienes trabajamos?** = Clientes

Es importante identificar y construir la misión sin confundir los fines que persigue.

2.2.6. Visión

Para D' ALESSIO, Ipinza Fernando (2008). Afirma: *“La visión de una organización es la definición deseada de su futuro responde a la pregunta ¿Qué queremos llegar a ser?, implica un enfoque de largo plazo”*. Pág. 61.

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la microempresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta la aplicación de nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes.

Para la realización de una buena visión se debe considerar las siguientes características:

- Promover el sentido de identificación y compromiso de todos los miembros de la microempresa.
- Ser coherente con los valores, principios y la cultura de la microempresa.
- Debe ser clara y comprensible para todos, debe ser entendible y fácil de seguir.

- Debe ser ambiciosa, pero factible de alcanzarla cumpliendo con todo lo planificado.
- Deber ser una aspiración posible, teniendo en cuenta el entorno, los recursos de la microempresa y sus reales posibilidades.

2.3. Aspectos del mercado

2.3.1. El mercado

KOTLER Philip, (2009). Manifiesta: *“Es el conjunto de todos los compradores reales que desean obtener un bien o servicio para satisfacer sus necesidades”*. Pág.312

El mercado es el lugar donde se siente la presencia de la oferta y la demanda, es un sentido amplio, en el mercado donde los compradores y vendedores realizan sus transacciones económicas.

2.3.2. Demanda

KOTLER Philip, (2009) manifiesta *“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”*. Pág. 217

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”*. Pág. 27.

A la demanda se la conoce como la cantidad de los bienes o servicios que la población pretende adquirir, para satisfacer sus necesidades o deseos. Estos bienes o servicios pueden estar representados por alimentos, medios de transporte, educación, medicamentos, entre muchas

otras cosas, por tal razón se considera que prácticamente todas las personas son demandantes.

2.3.3. Oferta

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”*. Pág. 50.

La oferta estará determinada por los siguientes factores: el precio que ostente el producto en el mercado, los costos de producción, el tamaño del mercado, la disponibilidad de factores, la competencia, son factores importantes que la oferta analiza.

2.3.4. Producto

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Manifiesta: *“El producto son combinaciones tangibles e intangibles, el producto es también un complejo símbolo que denota status, gusto, posición, logros y aspiraciones”*. Pág.296

PALAO Jorge, GOMEZ GARCIA Vicent, (2009). Afirma: *“El producto es todo aquello que la empresa o que la organización elabora o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores”*. Pág.68

El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades, además es conocido como un elemento físico, es una de las herramientas más importantes de la mezcla de mercadotecnia, tiene la finalidad de satisfacer las necesidades del mercado consumidor.

2.3.5. Precio

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: *“Es el conjunto de personas hacia quienes van dirigidos todos los esfuerzos de mercadotecnia, es decir, el que cumple con todas las características del segmento de mercado”*. Pág. 30.

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Menciona: *“El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Los precios que se asignan a los bienes o servicios contribuyen a formar la imagen de la empresa. Además en la mayoría de empresas el precio es determinado por el volumen de ventas”*. Pág. 171

El precio es definido como la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios.

2.3.6. Publicidad

Según, KOTLER, Philip (2009). Expresa: *“Es una buena manera de informar y persuadir, ya sea que el propósito sea vender y lograr que los consumidores prefieran el producto, ya que es una tarea específica de comunicación que se realiza con un público meta específico, durante un periodo determinado”*. Pág. 461

PALAO Jorge, GOMEZ GARCÍA Vicent, (2009). Menciona: *La publicidad es cualquier forma pagada de presentación no personal y de promoción de ideas, productos y servicios por un patrocinador identificado. Para implantar una campaña publicitaria se tiene que considerar varios elementos: los objetivos, el presupuesto, el mensaje, los medios de comunicación y la evaluación de la campaña*. Pág.104

La publicidad consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al mercado consumidor, a través de una comunicación

y medios que van dirigidos a varias personas al mismo tiempo, las mismas son quienes se transforman en consumidores.

El objetivo de la publicidad es explicar cómo funciona el producto, describir los servicios disponibles, corregir falsas impresiones, reducir los temores del consumidor y crear una imagen de la microempresa.

2.3.7. Promoción

MUNCH Lourdes, (2010). Menciona: " *La promoción incluye una serie de técnicas que se utilizan para estimular las preferencias de los consumidores, con el propósito de inducir las ventas, por ejemplo la entrega de muestras, degustaciones y regalos entre otros.* Pág.230

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Expresa: " *Es una herramienta de mercadotecnia diseñada para persuadir, estimular, informar y recordar al consumidor sobre la existencia de un producto o servicio, por medio de un proceso de comunicación, así como de ventas y de imagen de la empresa en un tiempo y lugar determinados.* Pág. 59

La promoción es una herramienta del marketing, aunque también se dice que es un elemento del mix de marketing, en todo caso, la promoción tiene objetivos de lograr sus propias herramientas para fortalecer la promoción de productos o servicios.

2.4. Estudio técnico

2.4.1. Macrolocalización

Según FLORES U. Juan A. (2007) en su obra afirma: " *El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como la macro localización, hasta identificar una zona urbana o rural, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.* Pag.49

La macrolocalización, es el estudio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto, determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes que favorezcan el desarrollo del proyecto. El estudio constituye en un proceso detallado como: Mano de obra, materias primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones sociales y culturales.

2.4.2. Microlocalización

Según FLORES U. Juan A. (2007). Afirma: *“Es el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso en donde se debe estudiar varias alternativas posibles, que una vez evaluadas, permitan la escogencia de aquella que integralmente incluya la gran mayoría de factores, considerados como los más relevantes e importantes”*. Pág. 36

La microlocalización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, que contribuya a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos que se generan en el proceso productivo del proyecto.

2.5. Aspectos contable financieros

2.5.1. Contabilidad

Para BRAVO VALDIVIESO Mercedes, 2009. Afirma: *“Es la ciencia el arte y la técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable”*. Pág.3

PALAO Jorge, GÓMEZ GARCÍA Vicent, (2009). *La contabilidad es un sistema que se encarga de recabar y registrar toda la*

información necesaria de las operaciones de una empresa, su objetivo principal es reunir datos necesarios que permitan posteriormente ser capaces de tomar buenas decisiones en la empresa. Pág.14

La contabilidad, como ciencia constituye un sistema informativo que emite datos de transacciones, estos datos, tras ser analizados e interpretados, son empleados por los sujetos económicos para controlar los recursos con los que cuentan y tomar las medidas oportunas para hacerlos más fructíferos, y en todo caso, para evitar una situación deficitaria que pondría en peligro su supervivencia empresarial.

2.5.2. Objetivos de la contabilidad

ZAPATA, S. Pedro. 2008, pàg.69. Presenta los objetivos de la contabilidad.

- Proporciona la situación financiera del negocio en el momento en que se solicite.
- Permite un conocimiento e interpretación adecuado a los usuarios de la información.
- Proyectar la ampliación de las actividades teniendo como base las realizadas en periodos contables.
- Registrar las operaciones realizadas por la empresa de una manera clara y precisa.
- Controlar eficientemente las actividades financieras de la empresa

2.5.3. Características de la contabilidad

ZAPATA, S. Pedro. 2008, pàg.73. Presenta las características de la contabilidad.

- Obtener en cualquier momento información ordenada y sistemática sobre el movimiento económico y financiero del negocio.
- Establecer en términos monetarios, la información histórica o predictiva, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que dispone la empresa.
- Registrar en forma clara y precisa, todas las operaciones de ingresos y egresos.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo económico.
- Servir como comprobante fidedigno, ante terceras personas de todos aquellos actos de carácter jurídico en que la contabilidad puede tener fuerza probatoria conforme a la Ley.
- Proporcionar oportunamente información en términos de unidades monetarias, referidas a la situación de las cuentas que hayan tenido movimiento hasta la fecha de emisión.
- Suministrar información requerida para las operaciones de planeación, evaluación y control, salvaguardar los activos de la institución y comunicarse con las partes interesadas y ajenas a la microempresa.

2.5.4. Libros que se utilizan en la contabilidad

ZAPATA, S. Pedro. 2008, pàg.73.Presenta los libros que se utilizan en la contabilidad.

- **Diario general:** El diario general es un libro contable donde se recogen, día a día los hechos económicos de una empresa. La

anotación de un hecho económico en el libro diario se llama asiento, es decir en él se registra todas las transacciones realizadas por una empresa.

- **Mayor general:** Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que movilizan la organización de sus activos, pasivos y patrimonio, para que estos registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado.
- **Balance de comprobación:** Es un documento contable elaborado por el empresario que le permite hacerse una idea sobre la situación de su empresa, y las operaciones realizadas en el periodo, su objetivo es comprobar que no existe asientos descuadrados en la contabilidad.

2.6. Estados financieros

2.6.1. Estado situación inicial

ZAPATA, S. Pedro. (2008). Manifiesta: *“Es un informe contable que presenta ordenada y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado”*. Pág. 62

El estado de situación patrimonial, es un informe financiero contable que refleja la situación de una empresa en un momento determinado.

A través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

2.6.2. Estado de resultados

Según, El Autor ZAPATA, S. Pedro. (2008), Expone: *“Es un informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el fin de medir los resultados económicos durante un periodo determinado.”* Pág. 306.

Para GITMAN, Laurence J. (2007). Afirma: *“El balance de Resultados proporciona un resumen financiero de los resultados operativos de la empresa durante un periodo específico.”* Pág. 41.

El estado de resultados es aquel que se encarga de mostrar la utilidad o la pérdida obtenida por la empresa o negocio en su gestión económica durante un periodo contable establecido, además es un balance dinámico, porque toma en cuenta el factor tiempo, para sus respectivos análisis.

2.6.3. Estado de flujo de caja

Para GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: *“El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado.”* Pág. 45

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNÁNDEZ CHÁVEZ Gisel, (2010). Manifiesta: *El flujo de caja o el flujo del efectivo es un documento que nos permite dejar en claro cómo se moverán los recursos financieros del proyecto, es decir los ingresos y los egresos, durante su ejecución. Puede determinarse por semana, mes u otro periodo convencional.* Pág.165

El estado de flujo de caja muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Es decir toma en cuenta las entradas y salidas de dinero en un periodo determinado. El

objetivo principal es conocer la cantidad de efectivo que requiere el negocio para operar durante un período determinado.

2.7. Evaluadores financieros

2.7.1. Valor actual neto

Según SAPAG Nassir (2008). Manifiesta: *“El VAN plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor anual es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos expresados en moneda actual”*. Pág. 321

Es el indicador financiero que mide flujos de futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar si luego de descontar la inversión inicial nos quedaría alguna ganancia

La fórmula que se aplica es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

2.7.2. Tasa interna de retorno

Según FONTAINE R. Ernesto, (2008). Manifiesta: *“Es aquella tasa de interés que hace igual a cero el valor actual de un flujo de beneficios netos hace que el beneficio al año cero sea exactamente igual a cero”*. Pág.100

Para, DÍAZ M. Ángel. (2008). Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.”* Pág. 174.

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. El término interno se refiere al hecho de que su cálculo no incorpora factores externos. Corresponde al porcentaje de retorno que genera un proyecto.

La fórmula a utilizarse es:

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

2.7.3. Periodo de recuperación

Según los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2008). Manifiestan: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”*. Pág. 329.

Según, FLORES U. Juan A. (2007). *Expresa: “Que la recuperación se da cuando dentro de un año el resultado obtenido del Flujo de Fondos totalmente netos se recupera la inversión.”* Pág. 119

El periodo de recuperación mide en cuanto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente, es decir, revela la fecha en la cual se cubre la inversión inicial.

Para su cálculo se utiliza la siguiente Fórmula:

$$PRI = a + \frac{(b-c)}{d}$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

2.7.4. Costo beneficio

El escritor SAPAG, CH. Nassir (2008). Manifiesta: *“Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión”*. Pág. 256.

El costo-beneficio es un conjunto de procedimientos analíticos que permiten evaluar y ofrecer alternativas diferentes para tomar la mejor decisión para tratar un problema.

Se utiliza la siguiente formula:

$$\text{BENEFICIO} - \text{COSTO} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{GASTOS ACTUALIZADOS}}$$

2.7.5. Punto de equilibrio

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manifiesta: *“El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”*. Pág. 85.

ACHING, Guzmán C. (2007). Expone: *“Permite calcular la cuota inferior o mínima de unidades a producir y vender para que un negocio no incurra en pérdidas”*. Pág. 197.

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores, porcentaje y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o caen por debajo de este punto.

2.8. Guanábana

<http://www.rediaf.net.do/publicaciones/guias/download/guanabana.pdf>. Manifiesta: *“La guanábana es un fruto muy apreciado por el productor y el consumidor no solo por su aceptación en el gusto, sino también por su valor alimenticio al aportar diferentes vitaminas a la dieta diaria, también por el enorme potencial que ella posee como producto de exportación”*.

ILUSTRACIÓN No.1 GUANÁBANA



Fuente: Fotografía

La guanábana es una fruta con un aspecto peculiar. Crece en climas tropicales y su piel está cubierta de una especie de salientes que asemejan a una granada. Suele ser de color verde y tiene un tamaño considerable. Sobre todo es muy apreciada por su carne interna y por la

cantidad de pulpa que nos ofrece, y que suele utilizarse en la elaboración de zumos, sorbetes y demás postres que adquieren un sabor especial con el uso de esta fruta.

2.8.1. Características de la guanábana

<http://www.agroecostasat.jimdo.com/la-guanabana-caracter-y-beneficios/>.

Presenta las características de la guanábana.

- Alcanza de 10 a 30 cm. de longitud, es de forma acorazonada ovoide, y en algunas irregular, asimétrica curvada debido a su desarrollo inapropiado del carpelo o vacíos producidos por insectos.
- El peso de la fruta es de 1 a 10 Kg., su corteza es de color verde y cuando madura este se vuelve verde mate y adquiere una consistencia blanda, de sabor agridulce.
- También tiene un número indefinido de espinas blandas, las mismas que se dirigen hacia el ápice, las que se rompen cuando el fruto llega a su madurez.
- La pulpa interna de la corteza es granular y se separa fácilmente de la masa dividida de segmentos jugosos y fibrosos de color blanco puro como la nieve, con su corazón meduloso blanco del centro.
- Su líquido es aromático de sabor agradable ácido y dulce.
- Dentro de la pulpa se encuentra un sinnúmero de semillas de color negro brillante.

- La cosecha se la realiza cuando esta ha alcanzado su madurez fisiológica para facilitar las labores de cosecha sin dañar a la misma.

2.8.2. Descripción botánica de la guanábana

<http://www.jmarcano.com/mipais/recursos/alimentos/guanabana.html>

Manifiesta la descripción botánica de la guanábana.

- **El árbol:** Es un árbol casi siempre verde, solo pierde las hojas al florecer que mide de 3 a 7 mt. de altura con crecimiento erecto. La hojas son alternadas, simples, enteras, de superficie exterior cariácea y color verde brillante.

ILUSTRACIÓN No.2 ÁRBOL GUANÁBANA



Fuente: Fotografía

- **Flores:** La flor consta de tres sépalos, de tres a seis pétalos y numerosos estambres. Tiene varios pistilos y un solo ovulo, el fruto es compuesto es la unión de varios ovarios que contiene una semilla cada uno.

ILUSTRACIÓN No.3 FLOR GUANÁBANA



Fuente: Fotografía

- **Raíces:** Su sistema radicular extensivo le permite a la guanábana soportar periodos relativamente largos de sequía, ya que explora y cubre una amplia franja de terreno.

ILUSTRACIÓN No.4 RAIZ GUANÁBANA



Fuente: Fotografía

2.8.3. Cualidades medicinales

<http://www.vitonica.com/wellness/guanabana-una-fruta-amiga-de-nuestra-salud#>. Presenta. La guanábana es una fruta a la que se le atribuyen una serie de cualidades medicinales.

- Es considerada un potente regulador de las distintas funciones del organismo, ya que ayuda a combatir la hipertensión.
- Además es una potente defensa a la hora de combatir los resfriados y enfermedades respiratorias
- Sirve de ayuda a la hora de depurar el hígado y mantener una correcta salud
- Regular los niveles de azúcar en sangre, algo muy beneficioso para las personas que padecen diabetes.

- Sobre todo, por lo que se ha considerado siempre a esta fruta es por sus cualidades a la hora de prevenir la aparición del cáncer.
- Se considera un protector natural de las células del organismo. Por eso es muy considerado en la dieta de muchos países

2.8.4. Usos de la guanábana

<http://www.encolombia.com/economia/Cultivos/Varietadesusoscomerguanabana.htm>. Manifiesta los diferentes usos de la guanábana.

- **Alimentación:** La pulpa fresca del fruto se consume directamente; con ella se preparan helados, jugos, néctares, dulces, mermeladas y yogures. Los frutos inmaduros se someten a cocción y se consumen como verdura.
- **Medicina:** Se utiliza contra el raquitismo, diabetes, catarros, indigestión, parasitosis intestinal y el cáncer. También se le usa como antiespasmódico, antidisentérico, antipirético y vulnerario.
- **Pesticida:** Las hojas se usan para eliminar piojos y las semillas reducidas a polvo como insecticida.
- **Ebanistería:** Para preparar jugos.

2.8.5. Pulpa de guanábana

<http://colfruits.8m.com/guanabana.htm>. Menciona que la pulpa es blanda, generalmente de color blanco puede ser ligeramente amarillenta, de una textura carnosa y jugosa y un sabor marcadamente ácido, es un producto 100% natural, pastoso no diluido, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de fruta de Guanábana fresca, sana, madura y limpia. La pulpa es refinada en malla

de 0.5 mm. Homogeneizada, esterilizada y empacada asépticamente para su conservación.

- La pulpa no contiene preservantes.
- La pulpa no contiene azúcar
- La pulpa contiene vitamina c

2.8.6. Características fisicoquímicas, microbiológicas, organolépticas y defectos generales

<http://colfruits.8m.com/guanabana.htm>. Presenta las Características fisicoquímicas, microbiológicas, organolépticas y defectos generales

**CUADRO No.29
CARACTERÍSTICAS FISICOQUÍMICAS, MICROBIOLÓGICAS,
ORGANOLÉPTICAS Y DEFECTOS GENERALES**

CARACTERÍSTICAS FISICOQUIMICAS	ESPECIFICACION
Brix mínimo	12
% Sólidos en suspensión mínimo	40
% Acidez como Ácido Cítrico	0.35-0.55
Ratio	21-34
Viscosidad (100 r.p.m. - SP3)	Max. 1000 cps
Ph	4.0-4.3
CARACTERÍSTICAS MICROBIOLÓGICAS	ESPECIFICACION
Recuento total de mesofilos (U.F.C/g.)	0
Recuento de Hongos (U.F.C/g.)	0
Recuento total de levaduras (U.F.C/g.)	0
coliformes totales (100 ml)	Ausencia
Recuento total de termófilos (U.F.C/g.)	0
CARACTERÍSTICAS ORGANOLEPTICAS	ESPECIFICACION
Sabor, color, aroma y apariencia	75% mínimo
DEFECTOS GENERALES	ESPECIFICACION
Sustancias Agro químicas	Ausencia
Fragmentos de insectos o cualquier animal	Ausencia
Tamaño máximo de partícula	0.5 mm

Elaborado por: La autora

2.8.7. Países que han validado la acción medicinal de la guanábana

<http://www.tlahui.com/medic/medic29/guanabana.htm>. Menciona a los varios países del mundo que han realizado diversos estudios a la Anona muricata fundamentados con pruebas de laboratorio, estos países son:

**CUADRO No.30
PAÍSES QUE HAN VALIDADO LA ACCIÓN MEDICINAL DE LA
GUANÁBANA**

• Brasil	• Trinidad y Tobago
• Colombia	• República Dominicana
• Indonesia	• Estados Unidos de Norteamérica
• China	• Filipinas
• Puerto Rico	• Surinam

Elaborado por: La autora

2.8.8. La guanábana cura diversas enfermedades

<http://www.tlahui.com/medic/medic/guanabana.htm>. Presenta un listado de las diferentes enfermedades que se pueden combatir como:

**CUADRO No.31
GUANÁBANA CURA DIVERSAS ENFERMEDADES**

• Cáncer de colón.	• Cura las reumas las mejora muchísimo.
• Cáncer de próstata	• Cicatriza y cura úlceras de colón.
• Cáncer mamario.	• Cura el cáncer linfático.
• Cáncer de riñón.	• Cura el estreñimiento crónico
• Cáncer gástrico.	• Regula la temperatura del estómago.
• Cáncer de páncreas.	• Cura la sinusitis.
• Cura la gripe.	• Acaba con los piojos y las liendres.
• Cura el catarro.	• Cura el cáncer tiroideo.

Elaborado por: La autora

2.8.9. Propiedades medicinales de la guanábana

<http://www.monografias.com/guanabana-usos-beneficios-cura-cancer.shtml>. Presenta un cuadro donde detalla las propiedades medicinales de la guanábana.

**CUADRO No.32
PROPIEDADES MEDICINALES**

Anticancerígeno:	Hojas y brotes tiernos
Antibacteriana:	Corteza
Antiparasitario:	Semillas y corteza
Antiulceroso:	Corteza
Galactogogo:	Fruto
Antiespasmódico:	Hojas
Sedativo:	Hojas
Antimalárico:	Hojas
Antidiabético:	Hojas
Vasodilatador:	Hojas
Pectoral:	Flores
Amebicida:	Corteza
Vermífugo:	Corteza y hojas
Insecticida:	Hojas y raíz

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

En la actualidad la producción y comercialización de productos y servicios cada vez es más compleja, debido a diferentes aspectos que intervienen en el proceso tales como: tecnología, talento humano, comunicación, tipo de mercado entre otros. Para el éxito de un producto o servicio en el mercado es importante efectuar una investigación detallada de la demanda, oferta, precios y comercialización.

El presente capítulo tiene como propósito determinar la factibilidad de mercado, para la producción y comercialización de pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra. Por tal motivo se efectuó una investigación de campo en la ciudad para cuantificar y cualificar las variables del estudio de mercado utilizando información recopilada a través de encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Ibarra, como también entrevistas a los establecimientos donde se comercializa pulpas de frutas, esta investigación permitió establecer: la descripción del producto, la caracterización del consumidor, los productos sustitutos, beneficios del producto, identificar competidores, precios y estrategias comerciales.

3.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

3.2.1. Objetivo General

Efectuar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, precios y comercialización de la pulpa de guanábana existente en el mercado, mediante la investigación de campo en la Ciudad de Ibarra.

3.2.2. Objetivos Específicos

- Analizar la demanda de pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra para cuantificar el consumo.
- Conocer la oferta de pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra.
- Realizar un análisis y determinación del precio de pulpa de guanábana que se comercializa en la ciudad.
- Diseñar las estrategias de comercialización para la venta de pulpa de guanábana.

3.3. Variables

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Estrategias de Comercialización

3.4. Indicadores

3.4.1. Demanda

- Preferencia de sabor
- Adquisición de pulpa
- Frecuencia de adquisición
- Tipo de presentación
- Aspectos para la adquisición
- Lugar de compra
- Disponibilidad de compra
- Cantidad de adquisición
- Medios de comunicación

3.4.2. Oferta

- Pulpa de mayor comercialización
- Peso de la pulpa
- Comercialización de pulpa de guanábana
- Promedio de ventas
- Lugar del proveedor
- Medio de comunicación

3.4.3. Precio

- Precio de compra
- Precio de venta
- Análisis del precio
- Determinación del precio

3.4.4. Estrategias Comerciales

- Producto
- Precio
- Publicidad
- Plaza

3.5. Matriz de Relación Estudio de Mercado

CUADRO No. 33 MATRIZ DE RELACIÓN DEL ESTUDIO MERCADO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
Analizar la demanda de pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra para cuantificar el consumo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> • Preferencia de sabor • Adquisición de pulpa • Frecuencia de adquisición • Tipo de presentación • Aspectos para la adquisición • Lugar de compra • Disponibilidad de compra • Cantidad de adquisición • Medios de comunicación 	Primaria	Encuesta	Consumidores del producto
Conocer la oferta de pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> • Pulpa de mayor comercialización • Peso de la pulpa • Comercialización de pulpa de guanábana • Promedio de ventas • Lugar del proveedor 	Primaria	Encuesta Observación directa	Supermercados
Realizar un análisis y determinación del precio de pulpa de guanábana que se comercializa en la ciudad.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> • Precio de compra • Precio de venta • Análisis del precio • Determinación del precio 	Primaria	Encuesta Observación directa	Consumidores del producto Supermercados
Diseñar las estrategias de comercialización para venta de pulpa de guanábana.	Estrategias Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Producto • Precio • Publicidad • Plaza 	Secundaria	Bibliográfica	Libros especializados

Elaborado por: La Autora

3.6. Mecánica Operativa del Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado se aplicó la siguiente metodología:

3.6.1. Identificación de la Población

Para el estudio de mercado se tomó en cuenta la población de la ciudad de Ibarra, de estrato social medio y alto representado por familias, para obtener el número de familias se dividió para cuatro a la población total que pertenece a los estratos antes mencionados (97.805/4), por tanto el número de familias a investigar son 24.451. Datos respaldados por el INEC.

La segunda población a investigar fueron 5 supermercados de la ciudad de Ibarra, entre los que se encuentran: Supermaxi, Santa María, Gran Aki, Tía, y Aki; donde se comercializa pulpa de frutas con mayor frecuencia, según observación directa y respaldado por las patentes municipales del Cantón Ibarra.

3.6.2. Muestra

Tomando en cuenta que el número de familias a investigar es significativo, se aplicó el muestreo. Utilizando la siguiente fórmula:

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

Simbología:

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra

e = Error máximo admisible del tamaño de la muestra (0,05)

σ = Varianza 0,25

Z = Nivel de Confianza

Datos:

$$N = 24.451$$

$$d^2 = 0,25$$

$$Z = 95\% \quad 1,96$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,25)(24.451)}{(0,05)^2(24.451-1)+(1,96)^2(0,25)}$$

$$e = 5\%$$

$$n = 378$$

Efectuada la operación da como muestra 378 familias a las que se debe aplicar la encuesta.

3.6.3. Fuentes de información

Información Primaria:

- **Encuesta:** se realizó encuestas a la población de la ciudad de Ibarra representada por familias de estrato social medio y alto
- **Entrevista:** se aplicó a los representantes de los supermercados de la ciudad de Ibarra
- **Observación directa:** Consistió en visitar los lugares donde se oferta el producto.

Información secundaria: se la obtuvo de libros, revistas especializadas, INEC, e internet.

3.7. Resultados de la Investigación de Campo

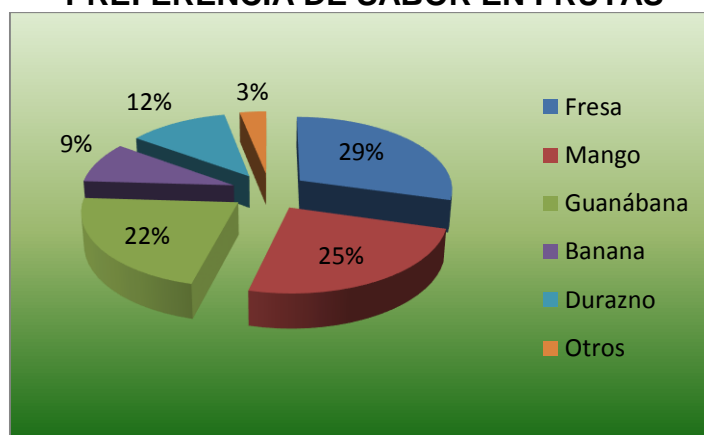
3.7.1. Encuesta realizada a la población de la ciudad de Ibarra representada por familias de estrato social medio y alto.

1. ¿Cuál de los siguientes sabores de fruta es de su preferencia?

**CUADRO No.34
PREFERENCIA DE SABOR EN FRUTAS**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Fresa	111	29
Mango	93	25
Guanábana	83	22
Banana	34	9
Durazno	45	12
Otros	12	3
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.16
PREFERENCIA DE SABOR EN FRUTAS**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

La fruta de mayor preferencia por las familias es la fresa, consideran que su sabor es muy agradable en cada presentación del producto, seguido por el mango y la guanábana, estas frutas son muy consumidas en el mercado, ya que son procesadas para la obtención de distintos productos

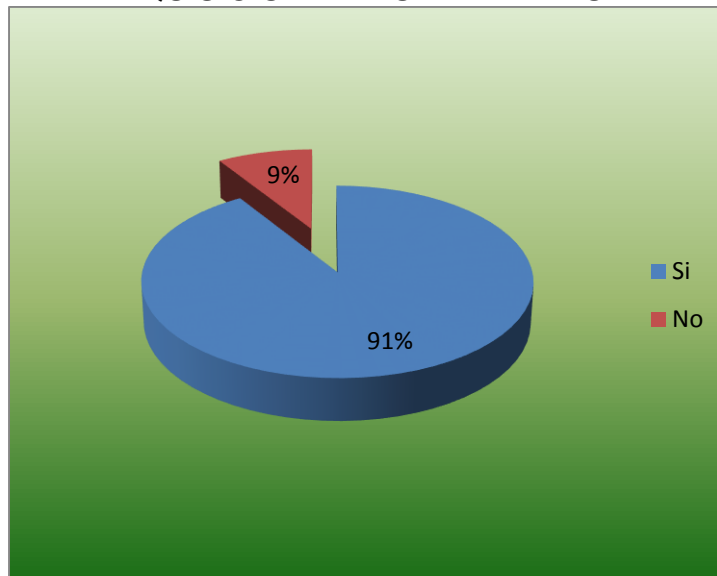
como jugos, yogurth, mermeladas, pulpas, además también se encuentra entre las preferidas en menor porcentaje, el durazno, banana.

2. ¿Adquiere pulpa de fruta para el consumo familiar?

**CUADRO No.35
ADQUISICIÓN DE PULPA DE FRUTA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	344	91
No	34	9
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.17
ADQUISICIÓN DE PULPA DE FRUTA**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

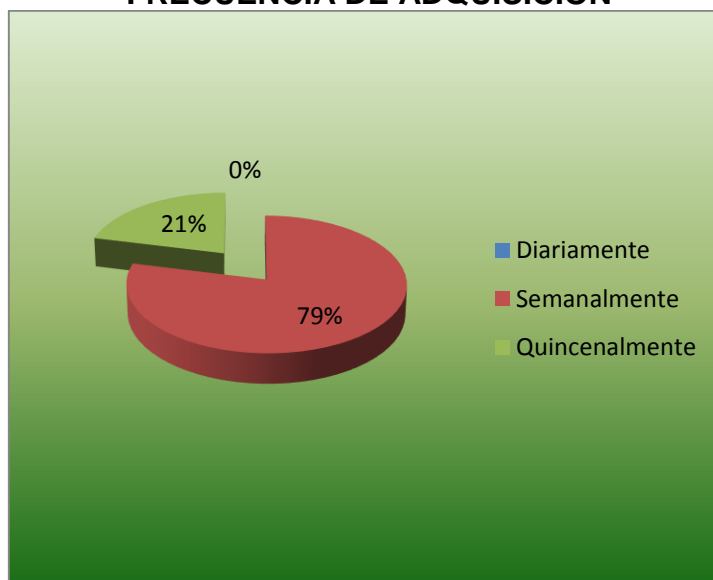
Existe un alto porcentaje de casos investigados que adquieren la pulpa de fruta, porque consideran que la presentación es más práctica para su consumo, además su sabor es más concentrado y garantiza la pureza de la pulpa, en un menor porcentaje mencionan que no compran pulpa, ellos prefieren obtener la fruta en estado natural.

3. ¿Cuál es la frecuencia de adquisición de pulpa de fruta?

**CUADRO No.36
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Diariamente	0	0
Semanalmente	298	79
Quincenalmente	80	21
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.18
FRECUENCIA DE ADQUISICIÓN**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

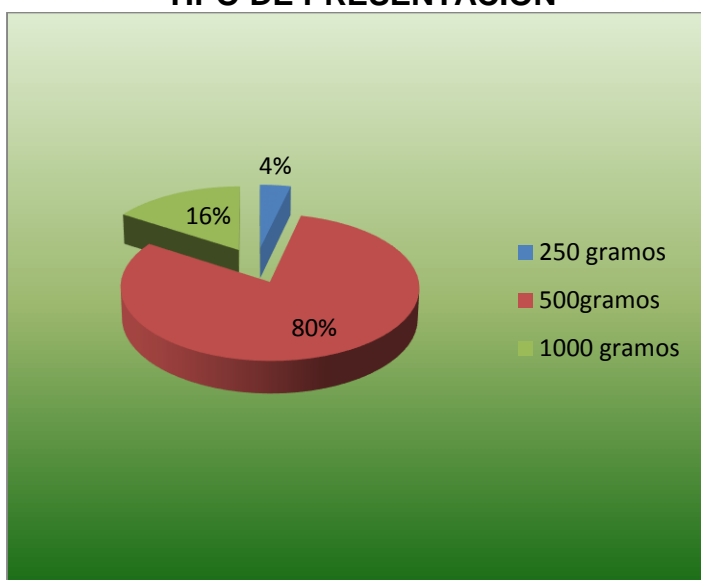
Según los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a las familias sobre la frecuencia de adquisición de la pulpa de fruta se obtuvo como resultado que los realizan semanalmente, porque al igual utilizan otro tipo de presentación de frutas, también existe quienes lo compran quincenalmente esto depende de la forma de consumo de cada familia.

4. ¿Qué tipo de presentación de pulpa prefiere?

CUADRO No.37
TIPO DE PRESENTACIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
250 gramos	14	4
500gramos	304	80
1000 gramos	60	16
TOTAL	378	100

GRÁFICO No.19
TIPO DE PRESENTACIÓN



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

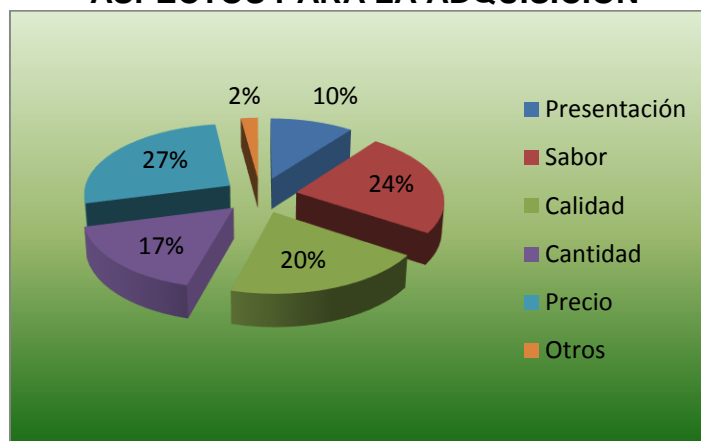
El tipo de presentación de pulpa que prefiere en su mayoría es de 500 gramos, consideran que es un contenido adecuado para el consumo de la familia, además el contenido tiene un valor razonable que permita ser adquirido por los consumidores, seguido por otras personas quienes prefieren el contenido de 1000 gramos, ya que lo utilizan en diferentes formas.

5. ¿Al momento de adquirir pulpa de fruta que aspectos toma en cuenta?

CUADRO No.38
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Presentación	39	10
Sabor	91	24
Calidad	75	20
Cantidad	63	17
Precio	102	27
Otros	8	2
TOTAL	378	100

GRÁFICO No. 20
ASPECTOS PARA LA ADQUISICIÓN



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

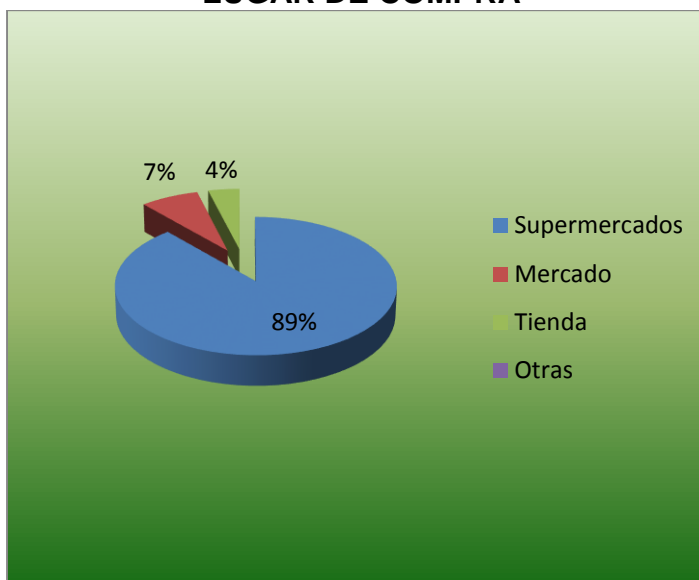
Para la compra de la pulpa de fruta los aspectos más importantes que toman en cuenta son el precio, consideran que esta variable define mucho la cantidad que adquieren del producto, seguido por el sabor que presenta la pulpa, como también la calidad del producto, es decir que la pulpa haya sido elaborada de fruta totalmente fresca, finalmente la cantidad y la presentación del producto.

6. ¿Cuál es el lugar donde adquiere la pulpa de fruta?

**CUADRO No.39
LUGAR DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Supermercados	335	89
Mercado	28	7
Tienda	15	4
Otras		0
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.21
LUGAR DE COMPRA**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

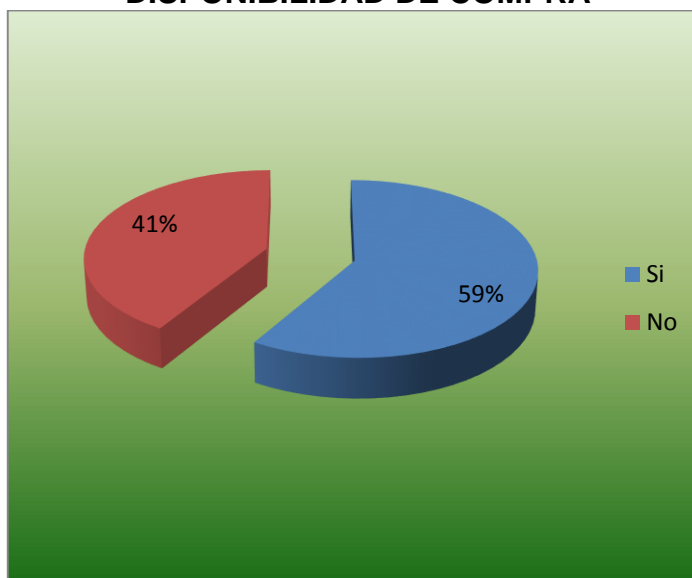
En su mayoría la pulpa de fruta es adquirida en los diferentes supermercados de la ciudad, ya que son lugares estratégicos que brindan mejores garantías de los productos, variedad y porque existe mayor confianza para su consumo, son pocos quienes compran en los mercados, en ocasiones lo realizan por encontrarlo a menor precio.

7. ¿Estaría dispuesta adquirir pulpa de guanábana, elaborada sin componentes que perjudican la salud?

**CUADRO No.40
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Si	222	59
No	156	41
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.22
DISPONIBILIDAD DE COMPRA**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

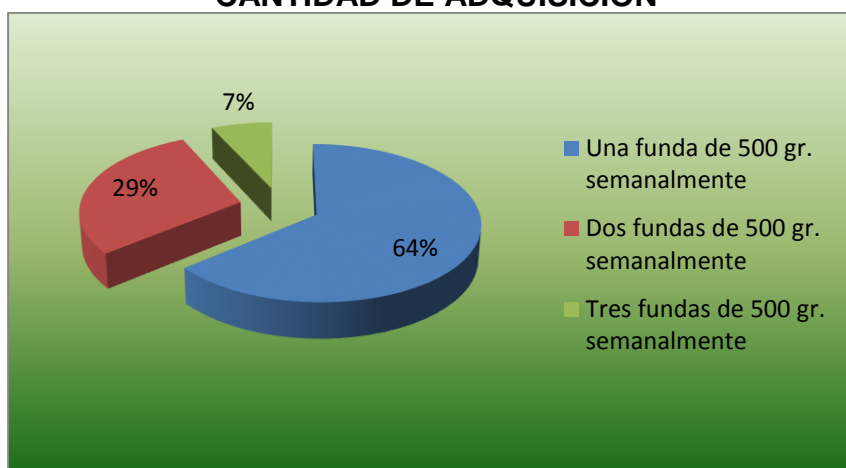
Existe una predisposición medianamente alta para la compra de la pulpa de guanábana elaborada sin componentes que puedan perjudicar la salud, manifiestan que es la mejor propuesta en el mercado de un producto libre de químicos, en un porcentaje menor existe quienes consideran que no comprarían este tipo de productos.

8. ¿Qué cantidad de pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos está dispuesta a adquirir semanalmente?

**CUADRO No.41
CANTIDAD DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Una funda de 500 gr. semanalmente	242	64
Dos fundas de 500 gr. semanalmente	110	29
Tres fundas de 500 gr. semanalmente	26	7
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.23
CANTIDAD DE ADQUISICIÓN**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

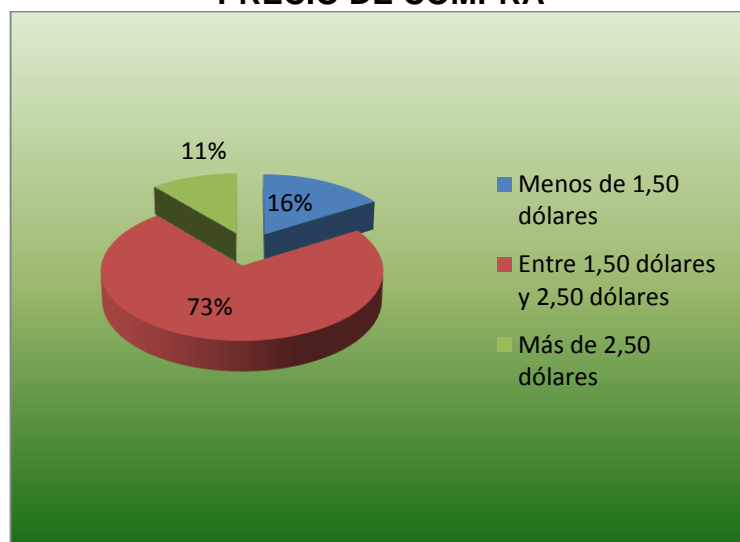
La cantidad de pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos que están dispuestos a adquirir semanalmente en la mayoría de los casos investigados es una funda, la misma que utilizan como un complemento alimenticio en cada una de las familias, seguido por quienes necesitan mayor cantidad del producto los mismos que se ven en la necesidad de adquirir dos fundas semanalmente, y finalmente existe una mínima parte que están dispuestos a adquirir la cantidad de tres fundas.

9. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por la pulpa de guanábana en presentaciones de 500 gramos?

**CUADRO No.42
PRECIO DE COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Menos de 1,50 dólares	61	16
Entre 1,50 dólares y 2,50 dólares	275	73
Más de 2,50 dólares	42	11
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.24
PRECIO DE COMPRA**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

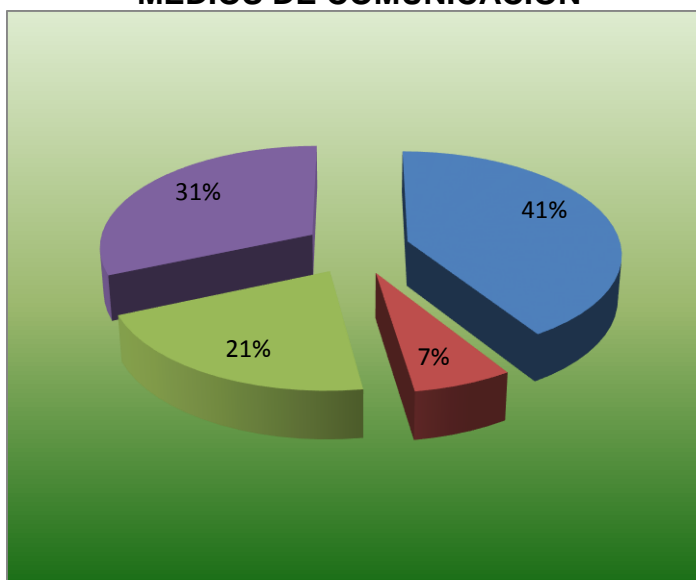
Existe una predisposición de pago por la pulpa de guanábana en presentaciones de 500 gramos entre 1,50 dólares y 2,50 dólares, consideran que este valor es el adecuado porque está dentro del rango de las posibilidades de cada familia, en una minoría manifiesta que pagarían menos de 1,50 dólares son quienes desconocen los diferentes procesos que se aplican para su adquisición.

10. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación prefiere?

**CUADRO No.43
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	%
Radio	155	41
Prensa	25	7
Internet	79	21
Material publicitario	119	31
TOTAL	378	100

**GRÁFICO No.25
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**



Fuente: Familias de estrato social medio y alto
Elaborado por: La autora

ANÁLISIS:

El medio de comunicación de mayor preferencia es la radio, consideran que es un medio de publicidad que tiene mayor acogida y cobertura, seguido por el material publicitario que es realizado en base a las necesidades de información del mercado consumidor.

3.7.2. Entrevista efectuada a supermercados de la ciudad de Ibarra.

SUPERMERCADO SUPERMAXI

1. ¿Qué sabor de pulpa de fruta tiene más demanda?

La fruta que mayor demanda presenta es la fresa, es notoria la preferencia por parte de los clientes, seguido por la guanábana y el durazno, son productos que por un largo periodo se han destacado por ser los más demandados.

2. ¿Cuál es el peso de la pulpa de fruta de mayor comercialización?

El peso de la pulpa de fruta de mayor comercialización es de 500 gr, este contenido ha sido el más preferido entre las diferentes presentaciones que se ha puesto a disposición de los clientes.

3. ¿En su establecimiento comercializa pulpa de fruta de guanábana?

En el establecimiento si se comercializa la pulpa de guanábana, porque desde un inicio se tuvo una gran aceptación por parte de los clientes, este producto es garantizado para su consumo, ya que se realiza un control constante de calidad.

4. ¿Cuál es el promedio diario de ventas de la pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos?

Se puede decir que existe un promedio de ventas de la pulpa de guanábana de 350 unidades, estos datos son obtenidos de acuerdo a los resultados de ventas de cada día del producto.

5. ¿El precio de la pulpa de guanábana en la presentación de 500 gramos es?

La pulpa de guanábana se la comercializa a un precio entre 2,25 dólares a 2,75 dólares, este precio ha sido aplicado tomando en cuenta ciertos factores que interviene en su adquisición.

6. ¿De qué lugar es su proveedor de fruta?

Existe dos lugares de donde proveen el producto tanto de Pichincha como del Guayas, estos proveedores presentan variaciones en el costo del producto en ciertas temporadas.

7. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?

Los medios de comunicación que constantemente se utilizan son las hojas volantes donde se anuncia los nuevos productos que se están ofertando, como también afiches y la televisión, son medios de información que se utilizan en temporadas especiales.

SUPERMERCADO SANTA MARIA

1. ¿Qué sabor de pulpa de fruta tiene más demanda?

La pulpa que mayor demanda tiene nuestro local es la fresa, este producto es muy adquirido por las personas, ya que presenta un agradable sabor, seguido por el mango y la guanábana que al igual son utilizados para la realización de varios productos.

2. ¿Cuál es el peso de la pulpa de fruta de mayor comercialización?

Existe una demanda de la pulpa de fruta en la presentación del contenido de 500 gr, es la que mayormente se vende, esto se debe que es una presentación familiar.

3. ¿En su establecimiento comercializa pulpa de fruta de guanábana?

El objetivo principal de la empresa es brindar variedad de productos a los clientes, por tal razón en el establecimiento si se comercializa la pulpa de guanábana en las distintas presentaciones que las personas necesitan.

4. ¿Cuál es el promedio diario de ventas de la pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos?

El promedio ventas de este producto que contiene la presentación de 500 gramos es de 250 unidades, porque se ha visto entre la compras que los clientes realizan siempre llevan el producto.

5. ¿El precio de la pulpa de guanábana en la presentación de 500 gramos es?

El precio con el que se comercializa la pulpa de guanábana esta entre 2,25 dólares a 2,75 dólares, este costo está relacionado con el precio que aplica la competencia.

6. ¿De qué lugar es su proveedor de fruta?

Los proveedores que abastecen de este producto son de la provincia de Pichincha y de las diferentes ciudades del centro del país, los mismos se dedican a proporcionar frutas de excelente calidad.

7. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?

Constantemente se utiliza hojas volantes, para promocionar los productos que se está ofertando, al igual se contrata el servicio de comunicación radial y tv, donde permite informar con más aceptación los productos.

SUPERMERCADO GRAN AKI

1. ¿Qué sabor de pulpa de fruta tiene más demanda?

Es la pulpa de mango, sobre todo en las temporadas donde existe mayor producción de la fruta, seguida por la pulpa de fresa y guanábana que al igual son compradas por su buen sabor.

2. ¿Cuál es el peso de la pulpa de fruta de mayor comercialización?

Para la comercialización del producto se está ofertando una variedad en peso, pero la más comprada por los clientes es el contenido de 500 gr es la que presenta mayor demanda en la actualidad.

3. ¿En su establecimiento comercializa pulpa de fruta de guanábana?

Por supuesto que sí, en el establecimiento se comercializa todo tipo de pulpa, con la finalidad de brindar un buen servicio al cliente sobretodo darle la oportunidad de elegir su producto.

4. ¿Cuál es el promedio diario de ventas de la pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos?

Actualmente el promedio de ventas que se ha obtenido de la pulpa de guanábana de 500 gramos es de 250 unidades, claro está que en

ocasiones existen variedades en las ventas sobre todo en temporadas especiales.

5. ¿El precio de la pulpa de guanábana en la presentación de 500 gramos es?

El precio que se está manejando de la pulpa de guanábana en la presentación de 500 gramos es de 2,25 dólares a 2,75 dólares, su variación depende mucho de la marca del producto.

6. ¿De qué lugar es su proveedor de fruta?

Los proveedores que actualmente tenemos son de la provincia de pichincha y de las distintas partes de Guayas que son los principales puntos de producción.

7. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?

El medio de comunicación que se utiliza para promocionar los productos de la empresa es realizado a través de los distintos materiales publicitarios.

SUPERMERCADO TIA

1. ¿Qué sabor de pulpa de fruta tiene más demanda?

Los principales sabores de pulpa preferidos por los clientes se encuentran en el siguiente orden: la fresa, mango, guanábana, durazno, son los productos que más se venden.

2. ¿Cuál es el peso de la pulpa de fruta de mayor comercialización?

El cliente tiene mayor preferencia por el contenido de pulpa de 500 gramos, este contenido es el que más demanda presenta en comparación a las demás presentaciones.

3. ¿En su establecimiento comercializa pulpa de fruta de guanábana?

En el establecimiento se comercializa la pulpa de guanábana y de otras frutas, el principal objetivo de la empresa es cubrir todas las necesidades de los clientes con respecto a los productos.

4. ¿Cuál es el promedio diario de ventas de la pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos?

Existe un promedio de ventas de pulpa de 500 gramos de 250 unidades, ya que el producto es muy requerido por los clientes, como se puede observar el consumo es bastante representativo.

5. ¿El precio de la pulpa de guanábana en la presentación de 500 gramos es?

El precio que está establecido a este producto en dicha presentación es de 2,25 dólares a 2,75 dólares, esto depende según la preferencia de marcas de los clientes.

6. ¿De qué lugar es su proveedor de fruta?

Actualmente los proveedores de la fruta son de Pichincha y el Guayas son quienes abastecen a la empresa de los productos, para poder cubrir las necesidades de los consumidores.

7. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?

Los medios de comunicación que la empresa utiliza para promocionar el producto son las hojas volantes, donde se detalla todos los aspectos de los productos, como también los afiches y en ciertas ocasiones se contrata la tv.

SUPERMERCADO AKI

1. ¿Qué sabor de pulpa de fruta tiene más demanda?

El sabor de pulpa que presenta mayor aceptación es la fresa, seguido por la guanábana, son estos dos productos que mayor incremento de venta presentan.

2. ¿Cuál es el peso de la pulpa de fruta de mayor comercialización?

Se ha visto que los clientes prefieren comprar la pulpa de fruta de 500 gr, por tal razón es la que más se comercializa.

3. ¿En su establecimiento comercializa pulpa de fruta de guanábana?

En el establecimiento si se comercializa la pulpa de guanábana, debido a que es una fruta de un alto poder nutritivo, por tal razón los consumidores la prefieren.

4. ¿Cuál es el promedio diario de ventas de la pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos?

El promedio de ventas que se presentan en la empresa de este tipo de productos es de 150 unidades, en pocas ocasiones suben y bajan las ventas, pero el promedio establecido es el mencionado anteriormente.

5. ¿El precio de la pulpa de guanábana en la presentación de 500 gramos es?

El precio de la pulpa de guanaba es de 2,25 dólares a 2,75 dólares, no existe un incremento de precio actualmente se mantiene estos costos mencionados.

6. ¿De qué lugar es su proveedor de fruta?

Son dos los lugares de donde proveen la fruta tanto de la provincia de Pichincha como de los distintos lugares del Guayas, ofreciendo un producto de calidad para el consumo humano.

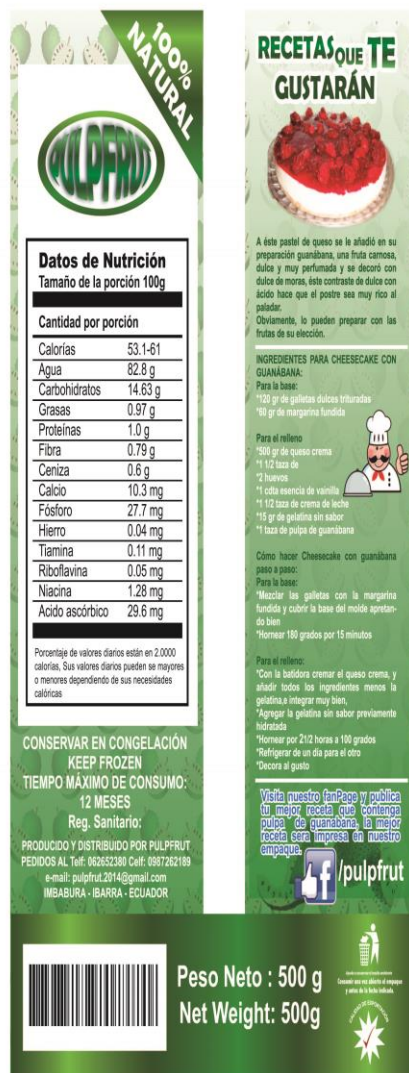
7. ¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?

Los medios de comunicación que utilizan para promocionar el producto son afiches, hojas volantes, los cuales contienen la información necesaria que necesita el cliente.

3.7. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

La guanábana es un arbusto, cuyo fruto es un sincarpio grande de forma ovoide, acorazonada o irregular, de color verde oscuro. Mediante el proceso de separación de la corteza y la materia comestible se obtiene la pulpa.

ILUSTRACIÓN No.5 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Fotografía

Elaborado por: La Autora

3.7.3. Características generales

- La pulpa de guanábana es blanda, de color blanco, muy jugosa, con suave aroma, agradable sabor (agridulce).

- El color y olor son semejantes a los de la fruta fresca de la cual se ha obtenido.
- La pulpa de guanábana a elaborarse llevará la frase 100% natural, porque al producto no se le agregaran aditivos, con la excepción del ácido ascórbico.
- La pulpa elaborada presenta los siguientes niveles promedio; pH: 3.8 a 4.0. Sólidos solubles: 14 a 16 ° Brix. Asides titulable: 0.8 a 2.0.

3.7.4. Composición nutricional

Composición nutricional: 100 gramos pulpa tienen la siguiente composición:

**CUADRO No. 44
COMPOSICIÓN QUIMICA DE LA PULPA DE GUANÁBANA**

COMPUESTO	CANTIDAD
Calorías	53.1 – 61.3
Agua	82.8 g
Carbohidratos	14.63 g
Grasas	0.97 g
Proteínas	1.0 g
Fibra	0.79 g
Cenizas	0.6 g
Calcio	10.3 mg
Fósforo	27.7 mg
Hierro	0.64 mg
Tiamina	0.11 mg
Riboflavina	0.05 mg
Niacina	1.28 mg
Acido ascórbico	29.6 mg

Elaborado por: La autora

3.7.5. Usos

- Se preparan helados, batidos y una variedad de dulces y postres.

- Es un buen ingrediente para ensaladas de frutas y vegetales además de variados platos gourmet.
- Medicinales: Se recomienda para el estreñimiento y para aumentar la flora intestinal, reduce la hiperacidez. La pulpa de la guanábana tiene efectos digestivos y se atribuye propiedades diuréticas, además de ser un remedio para la hematuria y uretritis.

3.7.6. Productos sustitutos

En el mercado se encuentran pulpas de diferentes sabores como: fresa, durazno, mango, plátano, arazá, entre otras; las cuales se convierten en productos sustitutos o alternativos de la pulpa de guanábana.

3.8. MERCADO META

El mercado meta para la pulpa de guanábana será la población de la ciudad de Ibarra de estrato social medio y alto, considerados consumidores potenciales, a futuro se planea introducir el producto hacia zonas cercanas al proyecto.

3.9. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.9.1. Identificación de la demanda actual

Para establecer la demanda actual de pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra, se tomó en cuenta la investigación efectuada a través de encuestas a la población representada por familias a las cuales se les indagó en la pregunta No. 7, acerca de la disponibilidad para la compra, como también la cantidad y frecuencia de consumo, específicamente en la pregunta No. 8. En el cuadro siguiente se presenta los resultados.

CUADRO No. 45
DEMANDA ANUAL DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr

No. DE FAMILIAS DISPUESTAS A CONSUMIR	FRECUENCIA DE COMPRA EN %	DISPONIBILIDAD DE CONSUMO POR FAMILIAS	CANTIDAD DE COMPRA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	PERIODO DE COMPRA	DEMANDA ANUAL DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.
14.426	64	9.233	1	52	480.097
	29	4.184	2		435.088
	7	1.010	3		157.532
TOTAL	100	14.426			1.072.717

Fuente: Encuesta a consumidores

Elaborado por: La Autora

3.9.2. Proyección de la demanda

Para proyectar la demanda de la pulpa de guanábana se utilizó el índice de crecimiento de la población de la ciudad de Ibarra que se ubica en el 2,02% anual según INEC. Aplicando la siguiente fórmula:

Fórmula

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

D_n= Demanda Futura

D_o= Demanda determinada en las encuestas

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

AÑO 2014

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 1.072.717(1 + 0,0202)^1$$

$$D_n = 1.094.386$$

AÑO 2015

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

$$D_n = 1.072.717(1 + 0,0202)^2$$

$$Dn = 1.116.493$$

AÑO 2016

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

$$Dn = 1.072.717(1 + 0,0202)^3$$

$$Dn = 1.139.046$$

AÑO 2017

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

$$Dn = 1.072.717(1 + 0,0202)^4$$

$$Dn = 1.162.055$$

AÑO 2018

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

$$Dn = 1.072.717(1 + 0,0202)^5$$

$$Dn = 1.185.528$$

CUADRO No. 46
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE
GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.
2014	1.094.386
2015	1.116.493
2016	1.139.046
2017	1.162.055
2018	1.185.528

Elaborado por: La Autora

3.10. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.10.1. Identificación de la oferta actual

La oferta actual se la estableció en base a la entrevista aplicada a los supermercados de la ciudad de Ibarra, específicamente en la pregunta No.4, donde se indaga acerca de la cantidad ofertada de pulpa de guanábana. A continuación los resultados.

CUADRO No.47
OFERTA ANUAL DE PULPA DE GUANÁBANA
EN UNIDADES DE 500 gr.

COMERCIALIZADORES DE PULPA DE GUANÁBANA	CANTIDAD PROMEDIO DE VENTAS DIARIA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	PERIODO DE VENTA Días	OFERTA ANUAL DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.
SUPERMAXI	350	365	127.750
SANTA MARIA	250		91.250
GRAN AKI	250		91.250
TÍA	250		91.250
AKI	150		54.750
TOTAL	1.250	365	456.250

Fuente: Ofertantes del producto

Elaborado por: La Autora

3.10.2. Proyección de la oferta

Para obtener la oferta futura de la pulpa de guanábana, se aplicó un crecimiento paralelo a la demanda del 2,02% anual, considerando que al crecer el número de consumidores, crecen las necesidades de adquirir el producto. Para esto se utilizó la siguiente fórmula.

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

Dónde:

O_n= Oferta Futura

O_o= Oferta determinada en la investigación

i= Tasa de Crecimiento

n= Año Proyectado

AÑO 2014

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

$$O_n = 456.250(1 + 0,0202)^1$$

$$O_n = 465.466$$

AÑO 2015

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

$$O_n = 456.250(1 + 0,0202)^2$$

$$O_n = 474.869$$

AÑO 2016

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

$$O_n = 456.250(1 + 0,0202)^3$$

$$O_n = 484.461$$

AÑO 2017

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

$$O_n = 456.250(1 + 0,0202)^4$$

$$O_n = 494.247$$

AÑO 2018

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

$$O_n = 456.250(1 + 0,0202)^5$$

$$O_n = 504.231$$

CUADRO No. 48
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PULPA DE
GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.

AÑO	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.
2014	465.466
2015	474.869
2016	484.461
2017	494.247
2018	504.231

Elaborado por: La Autora

3.11. DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER

La demanda potencial a satisfacer se la obtuvo mediante la diferencia entre la demanda y la oferta.

CUADRO No. 49
DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PULPA DE GUANÁBANA EN
UNIDADES DE 500 gr.

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.
2014	1.094.386	465.466	628.920
2015	1.116.493	474.869	641.624
2016	1.139.046	484.461	654.585
2017	1.162.055	494.247	667.808
2018	1.185.528	504.231	681.297

Elaborado por: La Autora

Como se puede observar en el cuadro anterior existe una demanda potencial a satisfacer significativa que puede ser aprovechada por el proyecto.

3.12. DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO

La demanda a captar fue establecida partiendo de la capacidad de producción de la microempresa y la existencia de mercado para la pulpa de guanábana. Por tanto el proyecto satisface al mercado en un 50% aproximadamente $(312.100/628.920 \times 100)$, en el primer año de actividades.

CUADRO No. 50
DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE PULPA DE GUANÁBANA
EN UNIDADES DE 500 gr.

AÑO	DEMANDA A CAPTAR POR EL PROYECTO DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.
2014	312.000
2015	327.600
2016	343.980
2017	361.179
2018	379.238

Elaborado por: La Autora

3.13. ANALISIS DE PRECIOS

En el mercado se encuentran diferentes presentaciones de pulpa de guanábana pero las más comercializada es la de 500 gr, cuyo precio fluctúa por cada unidad entre 2,25 dólares a 2,75 dólares, esta variabilidad depende de algunos factores entre los que se puede mencionar: la marca, procedencia, entre otras.

3.13.1. Determinación del precio

El precio que aplicará la microempresa a la pulpa de guanábana que entregará al mercado, fue establecido en base al análisis de costos y gastos más un margen de utilidad, tomando en cuenta la competencia

para poder introducir el producto, por tanto se ubica en 1,85 dólares cada unidad de 500 gr.

3.13.2. Proyección del Precio

Para la proyección del precio de la pulpa de guanábana en presentación de fundas de 500 gr., se utilizó la inflación del 2,7% anual registrada en el año 2013.

**CUADRO No. 51
PRECIO PROYECTADO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018
Precio por cada funda de pulpa de guanábana de 500 gr.	1,85	1,90	1,95	2,00	2,05

Elaborado por: La Autora

3.14. ESTRATEGIAS COMERCIALES

Las estrategias que se utilizarán para comercializar el producto en el mercado de la ciudad de Ibarra son las siguientes:

3.14.1. Estrategias de producto

- El producto que se comercializará tendrá una presentación de 500 gr. en un envase tipo funda esterilizada.
- Se agregará al envase una etiqueta en la cual se detalla el nombre del producto, la microempresa productora, en la parte posterior la composición nutricional e ingredientes, y finalmente datos para pedidos y recomendaciones.
- Se publicara en nuestro empaque la mejor receta elaborada a base de pulpa de guanábana, que nos enviaran nuestros consumidores mediante nuestro correo electrónico.

- Se diseñará un logotipo para darle identidad al producto y a la microempresa y así poder generar una buena imagen.

3.14.2. Estrategias de precio

- La determinación del precio del producto se la efectuará en base al análisis de costos y gastos más un margen de utilidad, tomando en cuenta la competencia presente en el mercado.
- El precio del producto será inferior al precio de los productos de la competencia como táctica de persuasión.
- Existirán precios diferenciados por épocas de promoción según la cantidad adquirida por los distribuidores.

3.14.3. Estrategias de publicidad y promoción

Para la publicidad y promoción del producto se aplicará las siguientes estrategias:

- Se realizará publicidad a través de la radio.
- Se diseñará afiches con información del producto, que se entregaran a los puntos de comercialización del producto.
- Se diseñará una página web para la microempresa con la finalidad de hacer conocer el producto en otros lugares.
- Se realizara degustaciones de las recetas magistrales a base de pulpa de guanábana, en los diferentes puntos de venta.

3.14.4. Estrategias plaza o distribución

El canal de comercialización para la venta de la pulpa de guanábana será indirecto, debido a que interviene el productor, intermediario y finalmente el consumidor final

ILUSTRACIÓN No.6
CANAL DE COMERCIALIZACIÓN INDIRECTO



Elaborado por: La Autora

Productor: Microempresa de producción y comercialización de pulpa de guanábana.

Intermediarios: Supermercados, mercados, micromercados, tiendas.

Consumidor final: Familias de la ciudad de Ibarra.

3.15. CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Finalizado el estudio de mercado se ha obtenido los principales hallazgos de las variables analizadas.

- La demanda de la pulpa de guanábana es significativa por parte de las familias de la ciudad de Ibarra, mantienen un consumo semanal por tanto el proyecto planteado es atractivo.
- En lo referente a la oferta se encuentra representada por 5 supermercados que comercializan pulpas de frutas, los cuales no satisfacen la demanda actual.
- En el mercado se encuentran diferentes presentaciones de pulpa de guanábana pero la más comercializada es la de 500 gr, cuyo

precio fluctúa por cada unidad entre 2,25 dólares a 2,75 dólares, esta variabilidad depende de varios factores entre los que se puede mencionar: la marca, procedencia, entre otras.

- Las estrategias planteadas tienen como finalidad introducir y posicionar la pulpa de guanábana en el mercado, su principal característica competitiva es la calidad de la materia prima y la no utilización de sustancias que perjudican la salud.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

En este capítulo se presenta el análisis de los aspectos técnicos para la operatividad de la microempresa, los cuales permitirán utilizar los recursos que están al alcance en forma eficiente para maximizar las utilidades. Los aspectos a investigar son:

- Localización óptima
- Tamaño del proyecto
- Distribución física
- Proceso de producción
- Presupuesto de inversiones

El análisis a los puntos antes mencionados tiene como finalidad responder a las siguientes interrogantes:

- ¿Dónde estará ubicado el proyecto?
- ¿Qué tamaño tendrá el proyecto?
- ¿Cuál es la distribución física?
- ¿Qué proceso se aplica en la producción?
- ¿A cuánto asciende las inversiones?

Contestadas las preguntas, se establecerá técnicamente la parte operativa del emprendimiento, que permitirá generar réditos a los inversionistas.

4.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

Para determinar la localización óptima del proyecto se analizó la macro localización y microlocalización.

4.1.1. Macrolocalización

La macrolocalización del proyecto será:

País: Ecuador

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Ciudad: Ibarra

**ILUSTRACIÓN No.7
MAPA DEL CANTÓN IBARRA**



Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Ibarra

Elaborado por: La autora

4.1.2. Microlocalización

Para establecer exactamente la ubicación estratégica del proyecto, se analizó tres lugares de la ciudad de Ibarra como posibles alternativas, los cuales son: Sector de Caranqui, Sector de El Milagro, Sector de Priorato.

Los factores relevantes que se analizaron fueron:

- Restricción legal
- Costo del terreno
- Cercanía al mercado
- Servicios básicos
- Vías de acceso

Restricción legal: corresponde en analizar las restricciones legales de cada uno de los lugares en estudio, para evitar futuros problemas en el desarrollo de las actividades.

Costo del terreno: el análisis de este aspecto permite identificar el menor costo del área donde se instalará la microempresa, para amortiguar la inversión fija.

Cercanía al mercado: la microempresa deberá estar situada en un lugar estratégico para poder atender oportunamente al mercado meta, esto generará eficiencia en el desarrollo de las actividades.

Servicios básicos: Es un aspecto muy importante en el análisis, debido a que la energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono, son recursos indispensables para la operatividad de la microempresa.

Vías de acceso: el análisis de este aspecto determina que el lugar escogido, presente las condiciones de accesibilidad para el transporte del producto.

Los aspectos antes mencionados influyen de distinta forma en el desenvolvimiento normal de las actividades de la microempresa, los cuales se los analizará a través del método de localización por puntos ponderados, para poder escoger el lugar idóneo.

CUADRO No. 52 MATRIZ DE FUERZAS LOCACIONALES

FACTORES	PESO	Sector de Caranqui		Sector de El Milagro		Sector de Priorato	
		Punt.	Pond.	Punt.	Pond.	Punt.	Pond.
Restricción legal	0,50	8	4	8	4	8	4
Costo del terreno	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2
Cercanía al mercado	0,15	8	1,2	9	1,35	9	1,35
Servicios básicos	0,10	9	0,9	9	0,9	9	0,9
Vías de acceso	0,10	9	0,9	9	0,9	9	0,9
TOTAL	1		8,2		8,5		8,35

Elaborado por: La autora

Después de haber realizado el análisis de factores, se establece que la microlocalización del proyecto será: el Sector de El Milagro, Calle El Limonal, y El Capulí.

A continuación se muestra el croquis de microlocalización en el cual se puede observar en forma exacta el lugar donde se ubicará microempresa.

ILUSTRACIÓN No. 8 CRÓQUIS DE LA MICROLOCALIZACIÓN



Fuente: Fotografía Google

Elaborado por: La autora

4.2. TAMAÑO DEL PROYECTO

Para definir el tamaño del proyecto se consideró importante analizar ciertos factores.

- Existencia de Mercado
- Disponibilidad de Materia Prima e Insumos
- Tecnología y Equipos
- Financiamiento

4.2.1. Existencia de mercado

La existencia de mercado está representada por la demanda potencial a satisfacer de pulpa de guanábana en la ciudad de Ibarra, de acuerdo a la investigación de campo efectuada al mercado meta, existe una demanda potencial a satisfacer muy significativa que puede ser aprovechada por el proyecto.

**CUADRO No. 53
EXISTENCIA DE MERCADO**

AÑO	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER DE PULPA DE GUANÁBANA EN UNIDADES DE 500 gr.
2014	628.920
2015	641.624
2016	654.585
2017	667.808
2018	681.297

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: La autora

4.2.2. Disponibilidad de Materia Prima e Insumos

Para elaborar la pulpa de guanábana se requerirá como materia prima a la fruta como tal, para el abastecimiento, en la provincia de Imbabura existen zonas de producción tales como: Lita y la Carolina, en caso de ser necesario se adquirirá la fruta en San Lorenzo, las condiciones climáticas de estas zonas permiten abastecer a la microempresa durante todo el año con un intervalo de tres meses entre cada cosecha, sin embargo es importante anotar que los cultivos bien manejados pueden generar fructificación todo el año. Por consiguiente la materia prima estará cerca del lugar de elaboración de la pulpa, con respecto a insumos (ácido ascórbico) se lo adquirirá en la ciudad de Ibarra.

4.2.3. Tecnología y Equipos

Es importante contar con maquinaria fabricada especialmente para la extracción de la pulpa de frutas, los equipos que se necesitan son:

Despulpadora: ésta máquina es la que interviene en el proceso de despulpado y refinado, será una despulpadora con cortadora y refinadora incorporada, con paletas mecánicas, de fibra o caucho y cepillos de nylon, de acero inoxidable.

ILUSTRACIÓN No. 9 DESPULPADORA



Fuente: Fotografía

Molino Coloidal: se lo utiliza para el proceso de la homogenización que está formado por dos conos que trabajan a altas revoluciones por minuto.

ILUSTRACIÓN No. 10 MOLINO COLOIDAL



Fuente: Fotografía

Marmita: se la utiliza en el proceso de escaldado, desaireado y pasteurización, la marmita es la más indicada, es una olla de metal con tapa ajustada con dos asas.

ILUSTRACIÓN No. 11 MARMITA



Fuente: Fotografía

Congelador: permite mantener la fruta o la pulpa congelada para que se conserve fresca y en buen estado por más tiempo.

ILUSTRACIÓN No. 12 CONGELADOR



Fuente: Fotografía

4.2.4. Financiamiento

Para la ejecución del proyecto el financiamiento se lo realiza con dos tipos de fuentes: Recursos propios y crédito bancario.

En la ciudad de Ibarra existen entidades financieras que ofrecen préstamos a plazos razonables y con tasas de interés moderadas.

NOMBRE	TASAS	MONTOS
CFN	10.35%	DESDE 50000
PROCREDIT	11.07%	MAYORES DE 20000

REQUISITOS:

1. Copia de Cédula y papeleta de votación
2. Carta de Servicios Básicos
3. Registro Único de Contribuyentes (RUC)
4. Plan de Negocios
5. Declaración del Impuesto a la Renta del último ejercicio fiscal
6. Carta de pago de los Impuestos
7. Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda
8. Planos aprobados de construcción en caso de obras civiles

4.2.5. Capacidad de la planta

Para la capacidad de la planta se consideró los siguientes aspectos:

- Talento humano de producción: 4 personas
- Producción anual 312.000 unidades de 500 gramos.
- Horas de trabajo diario: 8 horas

$$\text{Capacidad de la planta} = \frac{312.000 \text{ Unidades/año}}{8 \text{ horas} * 5 \text{ días} * 52 \text{ semanas}}$$

$$\text{Capacidad de la planta} = 150 \frac{\text{unidades}}{\text{hora}} \text{aproximadamente}$$

4.3. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES DE LA PLANTA.

Para la gestión de la microempresa se diseñará y construirá una infraestructura con todas las comodidades y seguridades.

A continuación se muestra la distribución y las medidas de cada área de la planta.

**CUADRO No. 54
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

No.	AREA	m²
1	GERENCIA	12
2	RECEPCIÓN	16
3	CONTABILIDAD	12
4	PRODUCCIÓN	44
5	ALMACENAMIENTO	22
6	BAÑOS	10
7	PARQUEADERO	48
TOTAL		164

Elaborado por: La autora

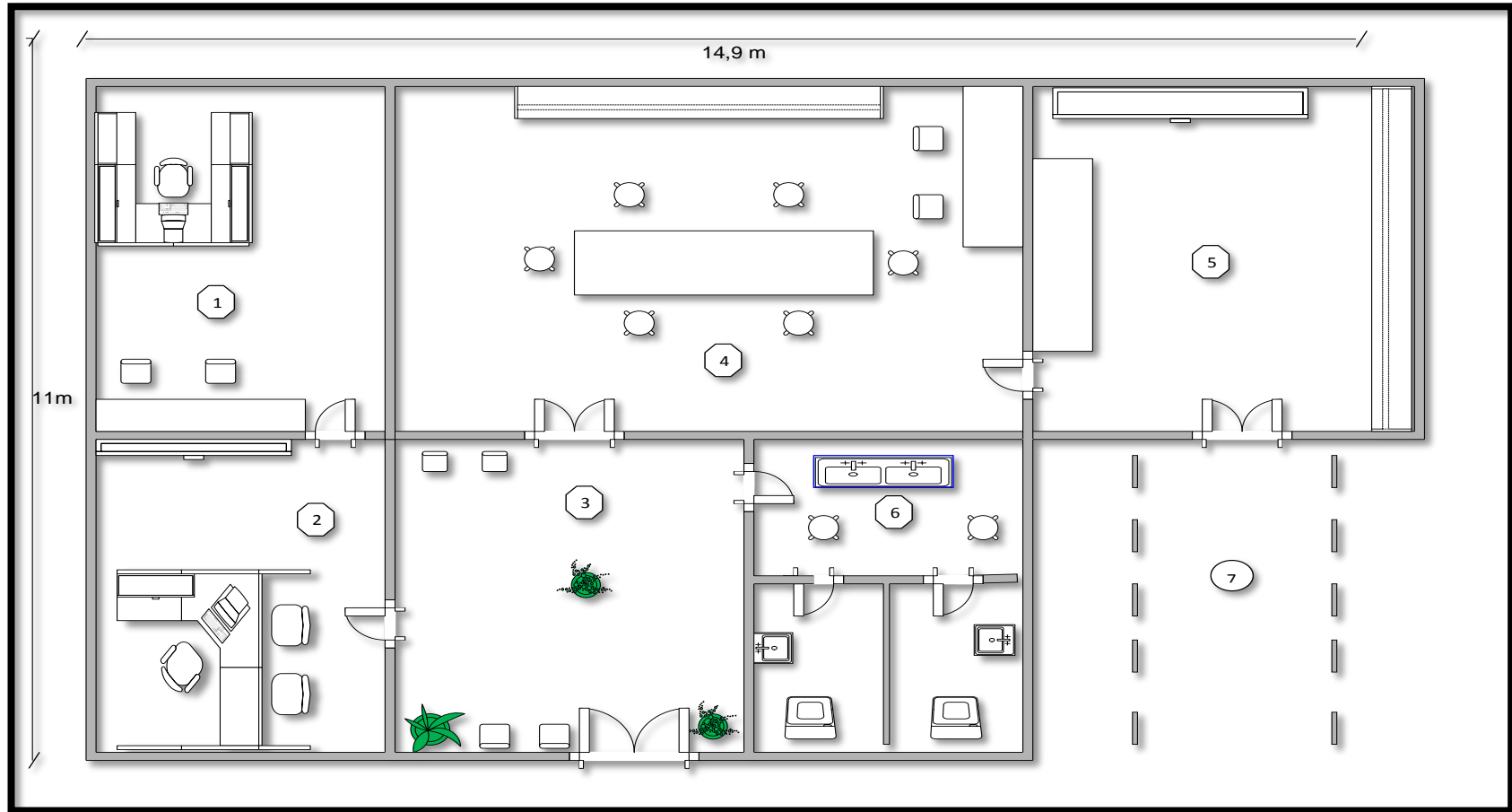
4.3.1. Diseño de las instalaciones

Las instalaciones están diseñadas en base a lo que establece las ISO 9001, donde hace referencia, que la organización debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto. La infraestructura incluye, cuando sea aplicable:

- a) Edificios, espacio de trabajo y servicios asociados,
- b) Equipo para los procesos (tanto hardware como software), y
- c) Servicios de apoyo (tales como transporte, comunicación o sistemas de información).

ILUSTRACIÓN No. 13 DISEÑO DE LAS INSTALACIONES

116



Elaborado por: Arquitecto

4.4. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Para obtener el producto final se debe seguir el procedimiento que se detalla a continuación.

4.4.1. Etapas del proceso productivo

- **Recepción de la materia prima**

ILUSTRACIÓN No. 14 RECEPCIÓN MATERIA PRIMA



Fuente: Fotografía

La materia prima, desde la plantación, debe ser transportada en cubetas o tinas plásticas rígidas de embalaje, para evitar que se estropee por el transporte; además, así no se deteriora. En el momento de la recepción, debe ser pesada y verificar que se encuentre en buen estado, para garantizar su calidad. Posteriormente, será almacenada en el centro de acopio de las instalaciones.

- Selección y clasificación

ILUSTRACIÓN No. 15 SELECCIÓN Y CLASIFICACIÓN



Fuente: Fotografía

La selección se efectúa para separar las frutas sanas de las ya descompuestas. Se puede efectuar sobre mesas y disponiendo de recipientes donde los operarios puedan colocar la fruta descartada. Los instrumentos para decidir cuáles frutas rechazar son en principio la vista y el olfato de un operario. Él debe ser muy consciente de la responsabilidad de su trabajo e influencia en la calidad de la pulpa final.

La clasificación permite separar entre las frutas que pasaron la selección, aquellas que están listas para proceso, en razón de su grado de madurez y las verdes o aún pintonas que deben ser almacenadas. Aquí también los instrumentos más ágiles y económicos son los sentidos de los operarios. El color, aroma o dureza de las frutas permiten elegir las frutas adecuadas.

- Almacenamiento

ILUSTRACIÓN No. 16 ALMACENAMIENTO



Fuente: Fotografía

Se lo realiza para acelerar o retardar la maduración de las frutas en la fábrica, se pueden someter a la primera, frutas sanas que han llegado a la fábrica pintona, para que maduren. Otras veces es conveniente retardar la maduración un determinado tiempo a fin de procesar paulatinamente la fruta que por razones de cosecha se adquirió en grandes cantidades.

La aceleración de la maduración o retardo se logra generalmente ajustando la temperatura y humedad del lugar de almacenamiento.

- **Lavado**

ILUSTRACIÓN No. 17 LAVADO



Fuente: Fotografía

Las frutas seleccionadas se llevan a una tina para su limpieza y deben ser lavadas con abundante agua hasta que no existan residuos de tierra y demás sustancias orgánicas.

- **Escaldado**

ILUSTRACIÓN No. 18 ESCALDADO



Fuente: Fotografía

Consiste en someter a la guanábana a un calentamiento corto y luego se procede a enfriarlo. Esto se realiza con el fin de ablandar un poco la fruta y aumentar el rendimiento de la pulpa; también se reduce un poco la carga microbiana, además de ayudar a volver inactivas las enzimas que producen cambios tanto en el color, como en el aroma y sabor de la pulpa.

El escaldado por vapor se lo realiza en marmita, agregando una mínima cantidad de agua, como para que genere vapor y luego colocando la guanábana para producir una mezcla, tratando de desintegrar la fruta hasta obtener una consistencia cremosa, que se cocina a una temperatura de 70 a 75° C, antes de sacarla del fuego.

- **Extracción de la pulpa**

ILUSTRACIÓN No. 19 EXTRACCIÓN DE LA PULPA



Fuente: Fotografía

Para extraer la pulpa, se procede a poner la guanábana en la máquina despulpadora, la cual separa la pulpa de los demás residuos, como semillas y cáscaras. Este proceso se realiza básicamente para separar la pulpa y la semilla a través de una malla que gira y, al ponerse en contacto con las paletas, ejerce presión, obteniendo de esta forma la pulpa y las semillas por separado.

El proceso de despulpado se inicia introduciendo la fruta entera en la despulpadora perfectamente higienizada. La máquina arroja por un orificio los residuos como semilla, cáscaras y otros materiales duros que no pudieron pasar entre los orificios de la malla.

Se recomienda exponer lo menos posible la pulpa al medio ambiente para evitar contaminación; inmediatamente luego de obtener la pulpa, ésta se cubre o se envía por tubería, desde la salida de la despulpadora hasta un tanque de almacenamiento.

- **Refinado**

La refinación no es más que el proceso por el cual la pulpa extraída es pasada por un tamiz más fino; esta reducción del tamaño permite tener una pulpa más homogénea y, por lo tanto, con mejor apariencia y mayor calidad. Para este proceso no se requiere maquinaria específica, pues se realiza en la misma máquina despulpadora, por lo cual solamente se procede al cambio de tamiz de orificios más finos.

- **Pasteurizado**

La pasteurización es un proceso térmico que se realiza a la pulpa, con la intención de disminuir los microorganismos y de desactivar las enzimas que modifican el sabor. Para el procedimiento se utiliza la marmita para calentar la pulpa a una temperatura de 72° C durante 15 segundos.

- **Desaireado**

Esta etapa permite eliminar parte del aire involucrado en las operaciones anteriores. Y se logra cuando se deja caer poca pulpa por las paredes de una marmita o se logra hacer una lluvia de pulpa dentro de un recipiente que se halle vacío. Mientras más pronto se efectúe el desaireado, menores serán los efectos negativos del oxígeno involucrado en la pulpa, evitando así la formación de espuma, que afecta al proceso de llenado.

- **Envasado, pesado, y termo sellado**

La pulpa obtenida debe ser aislada del medio ambiente, a fin de mantener sus características hasta el momento de su envasado, que debe contener el mínimo de aire; para esto, se introduce la pulpa de guanábana en la máquina envasadora, lo que permite que el envasado no tenga ningún contacto en su proceso, y ser lo más higiénico posible. Las fundas de envasado son plásticas, de polietileno transparente y pre impresas. Luego se procede a pesar las fundas, que contendrán 500 gramos y, a continuación, al sellado, que se realiza en forma manual.

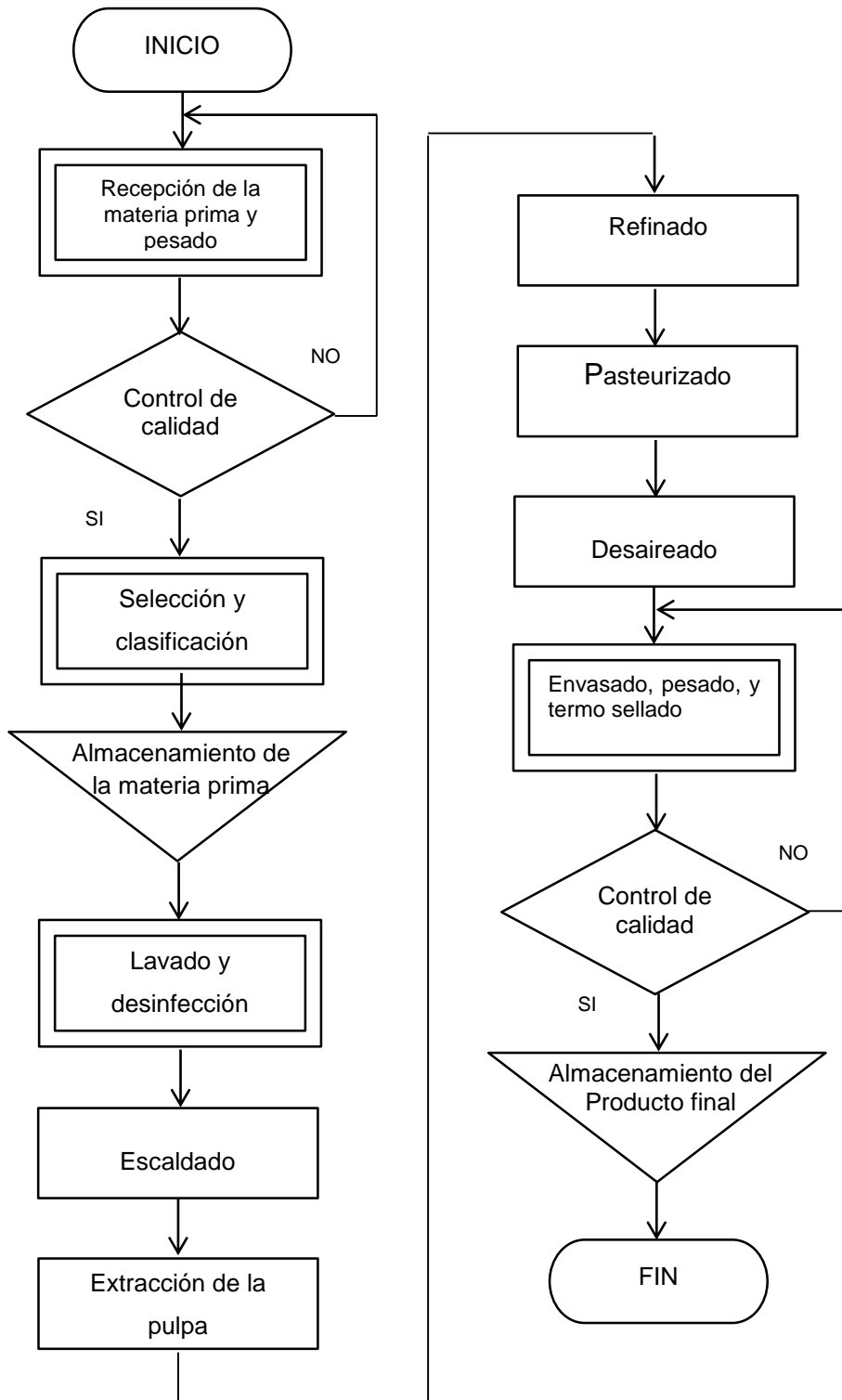
- **Almacenamiento en cuartos fríos**

El proceso de almacenamiento se realiza en el área de congelación o enfriamiento, a una temperatura ambiente de 10-20° C, para conservar las propiedades organolépticas de la fruta.

4.4.2. Flujograma de producción de la pulpa de guanábana

ILUSTRACIÓN No. 20

FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN DE LA PULPA DE GUANÁBANA

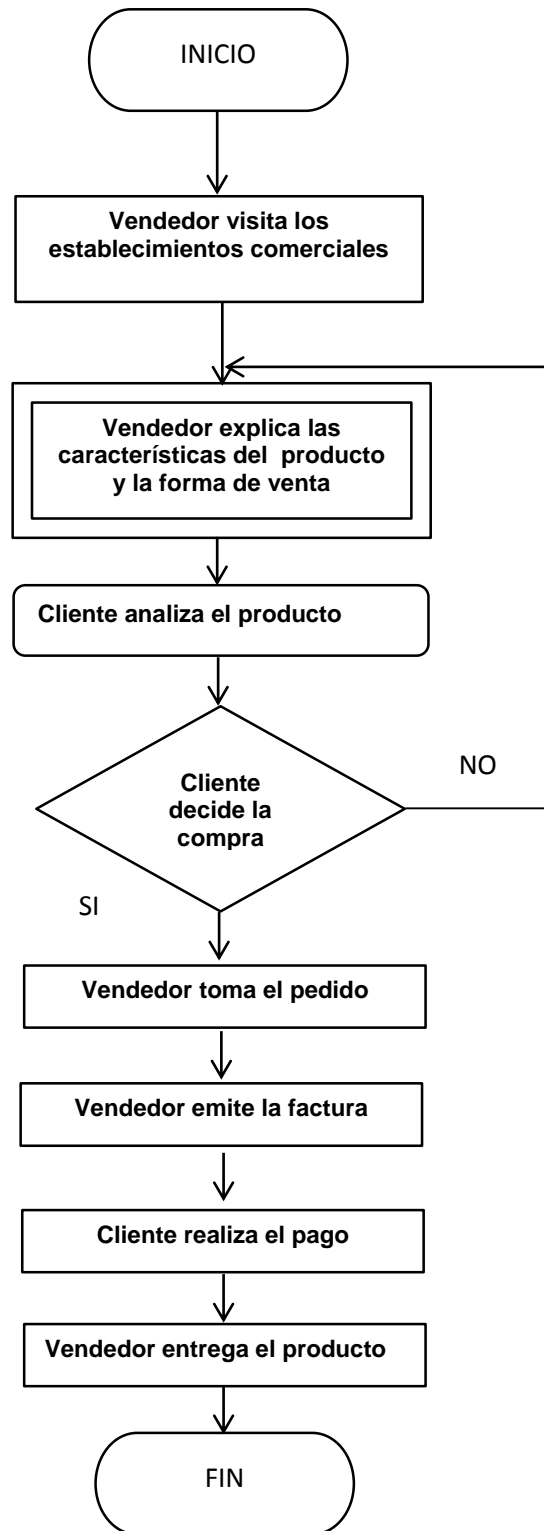


Fuente: MUNCH Lourdes, (2010).

Elaborado por: La autora

4.4.3. Flujoograma de comercialización

ILUSTRACIÓN No. 21
FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: MUNCH Lourdes, (2010).
Elaborado por: La autora

4.5. Inversiones

Las inversiones del presente proyecto están representadas por activos fijos y capital de trabajo, como se detallan a continuación:

4.5.1. Inversión Fija

La inversión fija corresponde a los activos tangibles que se necesitan para la producción y comercialización de la pulpa de guanábana

- **Terreno**

El área donde se ubicará la microempresa será de 225 m²

**CUADRO No.55
TERRENO**

Detalle	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Terreno	225	40	9.000

Fuente: Avalúos y Catastros Municipio de Ibarra
Elaborado por: La autora

- **Infraestructura**

Para efectuar las actividades, es importante realizar inversiones para construir las instalaciones donde funcionará la microempresa.

**CUADRO No.56
INFRAESTRUCTURA**

Detalle	m2	Valor Unitario m2	Valor Total
Área administrativa	42	145	6.090
Área de producción	74	135	9.990
Parqueadero	48	40	1.920
TOTAL			18.000

Fuente: Arquitecto
Elaborado por: La autora

- **Vehículo**

Para la adquisición de la materia prima, comercialización del producto, y demás actividades de la microempresa se adquirirá un vehículo de segunda mano.

**CUADRO No. 57
VEHÍCULO**

VEHICULO	AÑO	TOTAL
Vehículo NH 2,5 Toneladas	año 2007	17.000
TOTAL		17.000

Fuente: Patios de venta de vehículos

Elaborado por: La autora

- **Maquinaria y Equipo**

La maquinaria y equipo que se utilizará para la elaboración de la pulpa de guanábana será:

**CUADRO No. 58
MAQUINARIA Y EQUIPO**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Despulpadora	1	2.500	2.500,00
Marmita	1	2.300	2.300
Molino coloidal	1	1.200	1.200
Congelador	3	950	2.850
Envasadora	1	1.400	1.400
Brixometro	3	35	105
Balanza electrónica	1	130	130
Báscula	1	340	340
Etiquetadora	1	120	120
TOTAL			10.945

Fuente: IMPORTADO FRIAS

Elaborado por: La autora

- **Equipo de Computación**

Se adquirirá equipo de computación, para las actividades cotidianas de la microempresa:

**CUADRO No. 59
EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador fijo	2	720	1.440,00
TOTAL			1.440,00

Fuente: Almacén MOVICOM

Elaborado por: La autora

- **Equipo de Oficina**

El equipo de oficina está compuesto por:

**CUADRO No. 60
EQUIPO DE OFICINA**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Impresora multifunción	1	170	170
Teléfono	2	90	180
Sumadora	2	30	60
TOTAL			410

Fuente: Almacén ASTRA

Elaborado por: La autora

- **Muebles y Enseres**

Los muebles y enseres de las dependencias de producción y administración son:

**CUADRO No. 61
MUEBLES Y ENSERES**

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
ÁREA ADMINISTRATIVA			
Escritorio ejecutivo	2	140	280
Sillón ejecutivo	2	45	90
Sillas de visitantes	8	20	160
Papeleras	3	7	21
ÁREA DE PRODUCCIÓN			
Mesa de selección y lavado	1	380	380
Mesa sencilla	1	80	80
Sillas	6	20	120
Taburetes	8	15	120
Estanterías	2	110	220
TOTAL			1.471

Fuente: Almacén AMOBLAR

Elaborado por: La autora

- **Resumen de Inversión Fija**

En resumen la inversión fija está compuesta por:

**CUADRO No.62
RESUMEN DE LA INVERSIÓN FIJA**

DESCRIPCIÓN	VALOR
Terreno	9.000
Infraestructura	18.000
Vehículo	17.000
Maquinaria y Equipo	10.945
Muebles y Enseres	1.471
Equipo de Cómputo	1.440
Equipo de Oficina	410
TOTAL ACTIVOS FIJOS	58.266

Elaborado por: La autora

4.5.2. Inversión Variable o Capital de Trabajo

El capital de trabajo esta presupuestado para un mes, corresponde al dinero en efectivo, que se necesita para cubrir las erogaciones del proyecto hasta que adquiera independencia operativa.

**CUADRO No. 63
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima directa	36.562,50	
Mano de obra directa	1.945,69	
Empaques	2.080,00	
Servicios Básicos	80,00	
Menaje	39,92	
Suministros de limpieza	25,17	
Vestimenta	20,00	
Mantenimiento de equipo	15,00	
SUBTOTAL		40.768,27
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	1.153,59	
Servicios básicos	30,00	
Servicios de comunicación	60,00	
Útiles de oficina	15,70	
Mantenimiento computación	15,00	
SUBTOTAL		1.274,29
GASTOS DE VENTAS		
Sueldos	502,00	
Publicidad	141,67	
Combustible y mantenimiento	215,00	
SUBTOTAL		858,67
TOTAL		42.901,23
Imprevistos 2%		858,02
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		43.759,25

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: La autora

4.5.3. Inversión Total

La inversión total del proyecto está compuesta de: activos fijos y capital de trabajo.

CUADRO No. 64 INVERSIÓN TOTAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Activos Fijos	58.266,00
Capital de Trabajo	43.759,25
TOTAL	102.025,25

Elaborado por: La autora

4.5.4. Financiamiento del Proyecto

Para dar inicio a las actividades de la microempresa se necesita una inversión inicial que asciende a 102.025,25 dólares, de los cuales 42.025,25 dólares será de origen propio, y el financiado será de 60.000 dólares, el cual se lo obtendrá a través de la Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO No. 65
FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
Capital Propio	42.025,25	41,19
Capital Financiado	60.000,00	58,81
TOTAL	102.025,25	100,00

Elaborado por: La autora

4.5.5. Requerimiento de Talento Humano

Para efectuar las actividades de la microempresa, en sus diferentes áreas se necesita el siguiente talento humano:

**CUADRO No.66
REQUERIMIENTO DE TALENTO HUMANO**

DESCRIPCIÓN	No.
Gerente	1
Contadora	1
Técnico de Producción	1
Operarios	3
Vendedor	1
TOTAL	7

Elaborado por: La autor

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1. Presentación

Para determinar la factibilidad financiera del proyecto fue necesario efectuar un análisis de los siguientes aspectos: ingresos, egresos, estados financieros, y la evaluación de la inversión; cuyos resultados permitirán la toma de decisión de los inversionistas.

5.2. Ingresos

Los ingresos que generará la microempresa se encuentran representados por la venta de pulpa de guanábana en fundas de 500 gramos.

5.3. Proyección de Ingresos

Para establecer la proyección de los ingresos se tomó en cuenta el estudio de mercado y la capacidad instalada de la microempresa. El precio del producto se lo determinó en base a un análisis de costos y gastos más un margen de utilidad y tomando en cuenta la competencia (Ver en anexos), para la proyección del precio se utilizó la inflación del 2,7% que corresponde al año 2013.

CUADRO No. 67
PROYECCIÓN DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
No. Fundas de pulpa de guanábana de 500 gr.	312.000	327.600	343.980	361.179	379.238
Precio unitario	1,85	1,90	1,95	2,00	2,06
Ingresos proyectados	577.200,00	622.423,62	671.190,51	723.778,29	780.486,42

Fuente: Estudio de mercado y técnico
Elaborado por: La autora

5.4. Egresos

En los egresos se encuentran las salidas de recursos que se efectuará para la elaboración y comercialización de la pulpa de guanábana.

5.4.1. Costos de Producción

Estos costos son los que están relacionados específicamente con la elaboración del producto.

- **Materia Prima e Insumos**

Para determinar el costo de materia prima e insumos, se realizó un análisis sobre la cantidad necesaria en kilos de guanábana natural que se necesita para elaborar el producto final. El costo unitario crece en base a la inflación del 2013 que es del 2,7% anual.

CUADRO No. 68
COSTO MATERIA PRIMA E INSUMOS

PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Guanábana en kilos	195.000	204.750	214.988	225.737	237.024
Costo unitario	2,25	2,31	2,37	2,44	2,50
Subtotal	438.750,00	473.126,06	510.195,49	550.169,31	593.275,15
Ácido ascórbico en m3	488	512	537	564	593
Costo unitario	0,037	0,038	0,039	0,040	0,041
Subtotal	18,04	19,45	20,97	22,62	24,39
Costo total de materia prima e insumos	438.768,04	473.145,51	510.216,46	550.191,92	593.299,54

Elaborado por: La autora

- **Mano de Obra**

En este rubro, se encuentra el Técnico de producción y los operarios, estos costos crecen en base al 9% según la tendencia del sueldo básico de los últimos 5 años.

**CUADRO No. 69
PROYECCIÓN DEL SALARIO BÁSICO UNIFICADO**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Técnico de producción	450,00	490,50	534,65	582,76	635,21
3	Operarios	1020,00	1111,80	1211,86	1320,93	1439,81
	MENSUAL	1470,00	1602,30	1746,51	1903,69	2075,02
	ANUAL	17640,00	19227,60	20958,08	22844,31	24900,30

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 70
PROYECCIÓN DEL COSTO TOTAL DE MANO DE OBRA DIRECTA**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	17.640,00	19.227,60	20.958,08	22.844,31	24.900,30
Aporte Patronal	2.143,26	2.336,15	2.546,41	2.775,58	3.025,39
Fondos de Reserva		1.602,30	1.746,51	1.903,69	2.075,02
Vacaciones	735,00	801,15	873,25	951,85	1.037,51
Décimo Tercero	1.470,00	1.602,30	1.746,51	1.903,69	2.075,02
Décimo Cuarto	1.360,00	1.482,40	1.615,82	1.761,24	1.919,75
Total costo de mano de obra	23.348,26	27.051,90	29.486,57	32.140,37	35.033,00

Elaborado por: La autora

- **Costos Indirectos de Fabricación**

Los costos indirectos necesarios para elaborar el producto son:

- **Empaques**

Los empaques que se utilizaran para la pulpa de guanábana serán fundas para un contenido de 500 gramos.

**CUADRO No.71
EMPAQUES**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Empaques					
Cantidad (unidades)	312.000	327.600	343.980	361.179	379.238
Precio	0,080	0,082	0,084	0,087	0,089
TOTAL	24.960,00	26.915,62	29.024,45	31.298,52	33.750,76

Elaborado por: La autora

- **Servicios Básicos**

Para el proceso de producción se necesitan energía y agua. A continuación se presenta los rubros de consumo.

**CUADRO No. 72
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Luz	600,00	616,20	632,84	649,92	667,47
Agua	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
TOTAL	960,00	985,92	1.012,54	1.039,88	1.067,96

Elaborado por: La autora

- **Menaje**

Entre el menaje a utilizarse en la elaboración de la pulpa, se encuentra:

**CUADRO No. 73
MENAJE**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Cuchillos	24,00	24,65	25,31	26,00	26,70
Valdez	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81
Gavetas	320,00	328,64	337,51	346,63	355,99
Tinas	80,00	82,16	84,38	86,66	89,00
Utensilios	12,00	12,32	12,66	13,00	13,35
Guantes	18,00	18,49	18,99	19,50	20,02
TOTAL	479,00	491,93	505,22	518,86	532,87

Elaborado por: La autora

- **Suministros de Limpieza**

Para mantener el lugar limpio son necesarios los suministros de limpieza.

**CUADRO No. 74
SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Escobas de nylon	10,00	10,27	10,55	10,83	11,12
Trapeadores grandes	25,00	25,68	26,37	27,08	27,81
Detergente	90,00	92,43	94,93	97,49	100,12
Desinfectante	40,00	41,08	42,19	43,33	44,50
Basureros grandes	80,00	82,16	84,38	86,66	89,00
Basureros pequeños	12,00	12,32	12,66	13,00	13,35
Jabón líquido	21,00	21,57	22,15	22,75	23,36
Cloro	16,00	16,43	16,88	17,33	17,80
Fundas para basura (100)	8,00	8,22	8,44	8,67	8,90
TOTAL	302,00	310,15	318,53	327,13	335,96

Elaborado por: La autora

- **Vestimenta**

**CUADRO No. 75
VESTIMENTA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Trajes para la producción	240	246,48	253,13	259,97	266,99
TOTAL	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99

Elaborado por: La autora

- **Mantenimiento Maquinaria y Equipo**

**CUADRO No. 76
MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento equipo	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La autora

- **Resumen de Costos de Producción**

**CUADRO No.77
RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos directos					
Materia prima e insumos	438.750,00	473.126,06	510.195,49	550.169,31	593.275,15
Mano de obra directa	23.348,26	27.051,90	29.486,57	32.140,37	35.033,00
Costos indirectos					
Empaques	24.960,00	26.915,62	29.024,45	31.298,52	33.750,76
Servicios básicos	960,00	985,92	1.012,54	1.039,88	1.067,96
Menaje	479,00	491,93	505,22	518,86	532,87
Suministros de limpieza	302,00	310,15	318,53	327,13	335,96
Vestimenta de trabajo	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99
Mantenimiento de equipo	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	489.219,26	529.312,93	570.985,79	615.949,00	664.462,92

Elaborado por: La autora

5.4.2. Gastos Administrativos

Los gastos administrativos corresponden a los sueldos, servicios básicos, servicios de comunicación, útiles de oficina, mantenimiento de computación, los cuales crecen al ritmo de la inflación, excepto los sueldos que crecen según la tendencia del sueldo básico

- **Sueldos Administrativos**

**CUADRO No. 78
SUELDOS ADMINISTRATIVOS**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Gerente	500,00	545,00	594,05	647,51	705,79
1	Contadora	380,00	414,20	451,48	492,11	536,40
	MENSUAL	880,00	959,20	1045,53	1139,63	1242,19
	ANUAL	10560,00	11510,40	12546,34	13675,51	14906,30

Elaborado por: La autora

**CUADRO No.79
PROYECCIÓN DEL SUELDO ADMINISTRATIVO**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	10.560,00	11.510,40	12.546,34	13.675,51	14.906,30
Aporte Patronal	1.283,04	1.398,51	1.524,38	1.661,57	1.811,12
Fondos de Reserva		959,20	1.045,53	1.139,63	1.242,19
Vacaciones	440,00	479,60	522,76	569,81	621,10
Décimo Tercero	880,00	959,20	1.045,53	1.139,63	1.242,19
Décimo Cuarto	680,00	741,20	807,91	880,62	959,88
Total sueldos administrativos	13.843,04	16.048,11	17.492,44	19.066,76	20.782,77

Elaborado por: La autora

- **Servicios Básicos**

Los gastos por servicios básicos que a continuación se presentan corresponden a la parte administrativa de la empresa.

**CUADRO No. 80
SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	120,00	123,24	126,57	129,98	133,49
Luz	240,00	246,48	253,13	259,97	266,99
TOTAL	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48

Elaborado por: La autora

- **Servicios de Comunicación**

Es indispensable asignar recursos para los gastos en comunicación.

**CUADRO No. 81
SERVICIOS DE COMUNICACIÓN**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Teléfono	420,00	431,34	442,99	454,95	467,23
Internet	300,00	308,10	316,42	324,96	333,74
TOTAL	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97

Elaborado por: La autora

- **Útiles de Oficina**

Los útiles de oficina a utilizarse en las actividades de la microempresa son:

CUADRO No.82 ÚTILES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Papel resma	42,00	43,13	44,30	45,49	46,72
Carpetas	3,60	3,70	3,80	3,90	4,00
Esferográfico	3,00	3,08	3,16	3,25	3,34
Tinta impresora	65,00	66,76	68,56	70,41	72,31
Cuaderno	10,50	10,78	11,07	11,37	11,68
Lápiz	8,80	9,04	9,28	9,53	9,79
Borrador	1,50	1,54	1,58	1,62	1,67
Libretines (facturas)	54,00	55,46	56,96	58,49	60,07
TOTAL	188,40	193,49	198,71	204,08	209,59

Elaborado por: La autora

- **Mantenimiento Equipo de Cómputo**

CUADRO No. 83 MANTENIMIENTO EQUIPO CÓMPUTO

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24

Elaborado por: La autora

- **Resumen Gastos Administrativos**

**CUADRO No. 84
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos administrativos	13.843,04	16.048,11	17.492,44	19.066,76	20.782,77
Servicios básicos	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
Servicios de comunicación	720,00	739,44	759,40	779,91	800,97
Útiles de oficina	188,40	193,49	198,71	204,08	209,59
Mantenimiento computación	180,00	184,86	189,85	194,98	200,24
TOTAL	15.291,44	17.535,62	19.020,11	20.635,68	22.394,05

Elaborado por: La autora

5.4.3. Gastos de Ventas

Los gastos de ventas corresponden a los sueldos, publicidad, combustible y mantenimiento del vehículo. Estas erogaciones crecen tomando en cuenta la inflación del 2013 que es el 2,7%, excepto los sueldos que crecen al 9% que corresponde a la tendencia del sueldo básico.

- **Sueldo en Ventas**

**CUADRO No. 85
SUELDOS DE VENTAS**

No.	PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	Vendedor	380,00	414,20	451,48	492,11	536,40
	MENSUAL	380,00	414,20	451,48	492,11	536,40
	ANUAL	4560,00	4970,40	5417,74	5905,33	6436,81

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 86
PROYECCIÓN DEL SUELDO DE VENTAS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Salario Básico Unificado	4.560,00	4.970,40	5.417,74	5.905,33	6.436,81
Aporte Patronal	554,04	603,90	658,25	717,50	782,07
Fondos de Reserva		414,20	451,48	492,11	536,40
Vacaciones	190,00	207,10	225,74	246,06	268,20
Décimo Tercero	380,00	414,20	451,48	492,11	536,40
Décimo Cuarto	340,00	370,60	403,95	440,31	479,94
Total sueldos de ventas	6.024,04	6.980,40	7.608,64	8.293,42	9.039,83

Elaborado por: La autora

- **Publicidad**

Para introducir y posicionar el producto se contratará publicidad, a continuación se presenta los rubros.

**CUADRO No. 87
PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Prensa	1020,00	1047,54	1075,82	1104,87	1134,70
Afiches	320,00	328,64	337,51	346,63	355,99
Página web	360,00	369,72	379,70	389,95	400,48
TOTAL	1700,00	1745,90	1793,04	1841,45	1891,17

Elaborado por: La autora

- **Combustible y Mantenimiento de Vehículo**

Para las actividades de la microempresa principalmente con lo que se refiere a la comercialización del producto final se tendrá un vehículo, por tal motivo se asignará recursos para combustible y mantenimiento.

**CUADRO No. 88
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Combustible y mantenimiento vehículo	2.580,00	2.649,66	2.721,20	2.794,67	2.870,13

Elaborado por: La autora

- **Resumen de gastos en ventas**

**CUADRO No. 89
RESUMEN DE GASTOS EN VENTAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldo en ventas	6.024,04	6.980,40	7.608,64	8.293,42	9.039,83
Publicidad	1.700,00	1.745,90	1.793,04	1.841,45	1.891,17
Combustible y mantenimiento	2.580,00	2.649,66	2.721,20	2.794,67	2.870,13
TOTAL	10.304,04	11.375,96	12.122,88	12.929,54	13.801,13

Elaborado por: La autora

5.4.4. Financiamiento

Para implementar el proyecto se solicitará un crédito de \$60.000, a una tasa del 10,35% anual, en la Corporación Financiera Nacional.

DATOS DEL CRÉDITO:

Capital= 60.000

Tasa= 10,35%

Tiempo= 5 años

Cuota= Mensual

**CUADRO No.90
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

meses	cuota	Intereses	amortización	amortizado	pendiente
0					60.000,00
1	1.285,18	517,50	767,68	767,68	59.232,32
2	1.285,18	510,88	774,30	1.541,98	58.458,02
3	1.285,18	504,20	780,98	2.322,96	57.677,04
4	1.285,18	497,46	787,72	3.110,68	56.889,32
5	1.285,18	490,67	794,51	3.905,19	56.094,81
6	1.285,18	483,82	801,36	4.706,55	55.293,45
7	1.285,18	476,91	808,27	5.514,82	54.485,18
8	1.285,18	469,93	815,25	6.330,07	53.669,93
9	1.285,18	462,90	822,28	7.152,35	52.847,65
10	1.285,18	455,81	829,37	7.981,71	52.018,29
11	1.285,18	448,66	836,52	8.818,24	51.181,76
12	1.285,18	441,44	843,74	9.661,97	50.338,03
13	1.285,18	434,17	851,01	10.512,99	49.487,01
14	1.285,18	426,83	858,35	11.371,34	48.628,66
15	1.285,18	419,42	865,76	12.237,10	47.762,90
16	1.285,18	411,96	873,23	13.110,33	46.889,67
17	1.285,18	404,42	880,76	13.991,08	46.008,92
18	1.285,18	396,83	888,35	14.879,44	45.120,56
19	1.285,18	389,16	896,02	15.775,45	44.224,55
20	1.285,18	381,44	903,74	16.679,19	43.320,81
21	1.285,18	373,64	911,54	17.590,73	42.409,27
22	1.285,18	365,78	919,40	18.510,13	41.489,87

23	1.285,18	357,85	927,33	19.437,46	40.562,54
24	1.285,18	349,85	935,33	20.372,79	39.627,21
25	1.285,18	341,78	943,40	21.316,19	38.683,81
26	1.285,18	333,65	951,53	22.267,72	37.732,28
27	1.285,18	325,44	959,74	23.227,46	36.772,54
28	1.285,18	317,16	968,02	24.195,48	35.804,52
29	1.285,18	308,81	976,37	25.171,84	34.828,16
30	1.285,18	300,39	984,79	26.156,63	33.843,37
31	1.285,18	291,90	993,28	27.149,91	32.850,09
32	1.285,18	283,33	1001,85	28.151,76	31.848,24
33	1.285,18	274,69	1010,49	29.162,25	30.837,75
34	1.285,18	265,98	1019,20	30.181,45	29.818,55
35	1.285,18	257,18	1028,00	31.209,45	28.790,55
36	1.285,18	248,32	1036,86	32.246,31	27.753,69
37	1.285,18	239,38	1045,80	33.292,11	26.707,89
38	1.285,18	230,36	1054,82	34.346,94	25.653,06
39	1.285,18	221,26	1063,92	35.410,86	24.589,14
40	1.285,18	212,08	1073,10	36.483,96	23.516,04
41	1.285,18	202,83	1082,35	37.566,31	22.433,69
42	1.285,18	193,49	1091,69	38.658,00	21.342,00
43	1.285,18	184,07	1101,11	39.759,11	20.240,89
44	1.285,18	174,58	1110,60	40.869,71	19.130,29
45	1.285,18	165,00	1120,18	41.989,89	18.010,11
46	1.285,18	155,34	1129,84	43.119,73	16.880,27
47	1.285,18	145,59	1139,59	44.259,32	15.740,68
48	1.285,18	135,76	1149,42	45.408,74	14.591,26
49	1.285,18	125,85	1159,33	46.568,07	13.431,93
50	1.285,18	115,85	1169,33	47.737,40	12.262,60
51	1.285,18	105,76	1179,42	48.916,81	11.083,19
52	1.285,18	95,59	1189,59	50.106,40	9.893,60
53	1.285,18	85,33	1199,85	51.306,25	8.693,75
54	1.285,18	74,98	1210,20	52.516,45	7.483,55
55	1.285,18	64,55	1220,63	53.737,08	6.262,92
56	1.285,18	54,02	1231,16	54.968,24	5.031,76
57	1.285,18	43,40	1241,78	56.210,02	3.789,98
58	1.285,18	32,69	1252,49	57.462,52	2.537,48
59	1.285,18	21,89	1263,29	58.725,81	1.274,19
60	1.285,18	10,99	1274,19	60.000,00	0,00

Fuente: CFN
Elaborado por: La autora

5.4.5. Gastos Financieros

Son los intereses por el crédito otorgado por la Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO No. 91
GASTOS FINANCIEROS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Interés	5.760,19	4.711,34	3.548,64	2.259,73	830,90

Elaborado por: La autora

5.4.6. Depreciaciones

**CUADRO No. 92
DEPRECIACIONES**

ACTIVO FIJO DEPRECIABLE	AÑO 0	% POR LEY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Infraestructura	18.000,00	5%	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00
Maquinaria y Equipo	10.945,00	10%	1.094,50	1.094,50	1.094,50	1.094,50	1.094,50
Vehículo	17.000,00	20%	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00
Equipo de Cómputo	1.440,00	33%	480,00	480,00	480,00		
Renovación Equipo de Cómputo	1.478,88	33%				492,96	492,96
Equipo de Oficina	410,00	10%	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00
Muebles y Enseres	1.471,00	10%	147,10	147,10	147,10	147,10	147,10
TOTAL	50.744,88		6.062,60	6.062,60	6.062,60	6.075,56	6.075,56

Elaborado por: La autora

5.4.7. Gastos de Estudios y Constitución

**CUADRO No. 93
GASTOS DE ESTUDIOS Y CONSTITUCIÓN**

DETALLE	TOTAL
Estudio de factibilidad	1.300,00
Diseño arquitectónico	500,00
Readecuación del lugar	400,00
Trámites de constitución	320,00
TOTAL	2.520,00

Elaborado por: La autora

5.4.8. Resumen de Egresos

CUADRO No. 94 RESUMEN DE EGRESOS

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos de producción	489.219,26	529.312,93	570.985,79	615.949,00	664.462,92
Gastos administrativos	15.291,44	17.535,62	19.020,11	20.635,68	22.394,05
Gastos de ventas	10.304,04	11.375,96	12.122,88	12.929,54	13.801,13
Depreciación	6.062,60	6.062,60	6.062,60	6.075,56	6.075,56
Gastos financieros	5.760,19	4.711,34	3.548,64	2.259,73	830,90
Gastos de estudios y constitución	2.520,00				
TOTAL	529.157,53	568.998,46	611.740,03	657.849,52	707.564,56

Elaborado por: La autora

**CUADRO No. 63
CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN		
Materia prima directa	36.562,50	
Mano de obra directa	1.945,69	
Empaques	2.080,00	
Servicios Básicos	80,00	
Menaje	39,92	
Suministros de limpieza	25,17	
Vestimenta	20,00	
Mantenimiento de equipo	15,00	
SUBTOTAL		40.768,27
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldos	1.153,59	
Servicios básicos	30,00	
Servicios de comunicación	60,00	
Útiles de oficina	15,70	
Mantenimiento computación	15,00	
SUBTOTAL		1.274,29
GASTOS DE VENTAS		
Sueldos	502,00	
Publicidad	141,67	
Combustible y mantenimiento	215,00	
SUBTOTAL		858,67
TOTAL		42.901,23
Imprevistos 2%		858,02
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		43.759,25

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: La autora

5.5. Estados Financieros

Los estados financieros que se estructuraron son:

- **Estado de Situación Inicial**

El estado de situación Inicial representa la posición financiera en lo referente al total de activos y pasivos con los que inicia la microempresa.

CUADRO No.95 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

EXPRESADO EN USD

ACTIVO		PASIVO			
ACTIVOS CORRIENTE		43.759,25	PASIVOS LARGO PLAZO		60.000
Caja - Bancos	43.759,25		Préstamo por pagar	60.000,00	
ACTIVOS NO CORRIENTES		58.266,00	CAPITAL		42.025,25
Terreno	9.000		Inversión propia	42.025,25	
Infraestructura	18.000				
Vehículo	17.000				
Maquinaria y equipo	10.945				
Equipo de computación	1.440				
Equipo de oficina	410				
Muebles y enseres	1.471				
TOTAL ACTIVOS	102.025,25	TOTAL PASIVOS Y CAPITAL			102.025,25

Elaborado por: La autora

- **Estado de Resultados**

Representa la posición económica de la microempresa, reflejada en la utilidad o pérdida del ejercicio en el periodo.

**CUADRO No. 96
ESTADO DE RESULTADOS**

EXPRESADO EN USD

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Proyectados	577.200,00	622.423,62	671.190,51	723.778,29	780.486,42
Costos de Producción	489.219,26	529.312,93	570.985,79	615.949,00	664.462,92
Utilidad Bruta	87.980,74	93.110,69	100.204,72	107.829,28	116.023,49
Gastos Administrativos	15.291,44	17.535,62	19.020,11	20.635,68	22.394,05
Gastos de Ventas	10.304,04	11.375,96	12.122,88	12.929,54	13.801,13
Depreciación	6.062,60	6.062,60	6.062,60	6.075,56	6.075,56
Gastos Financieros	5.760,19	4.711,34	3.548,64	2.259,73	830,90
Gastos de Estudios y Constitución	2.520,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad Operativa	48.042,47	53.425,16	59.450,48	65.928,77	72.921,86
(-15%) Part. Trabajadores	7.206,37	8.013,77	8.917,57	9.889,32	10.938,28
(=) Utilidad o pérdida antes de impuestos	40.836,10	45.411,39	50.532,91	56.039,46	61.983,58
Impuesto a la Renta 22%	8.983,94	9.990,51	11.117,24	12.328,68	13.636,39
Utilidad Neta Proyectada	31.852,16	35.420,88	39.415,67	43.710,78	48.347,19

Elaborado por: La autora

• **Estado de Flujo de Caja**

El Flujo de Caja representa las entradas y salidas de la microempresa.

**CUADRO No. 97
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión inicial	-102.025,25					
Utilidad operacional		48.042,47	53.425,16	59.450,48	65.928,77	72.921,86
(+)Depreciación		6.062,60	6.062,60	6.062,60	6.075,56	6.075,56
(+)Recuperación de inversión fija						30.688,37
(-) Pago del préstamo		9.661,97	10.710,82	11.873,52	13.162,43	14.591,26
(-)Part. Trabajadores		7.206,37	8.013,77	8.917,57	9.889,32	10.938,28
(-)Impuestos		8983,94	9990,51	11117,24	12328,68	13636,39
(-)Reinversión					1.478,88	
(=) FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO	-102.025,25	28.252,79	30.772,67	33.604,75	35.145,02	70.519,86

Elaborado por: La autora

5.6. Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de proyecto, para esto se aplicó evaluadores como: Tasa interna de retorno, valor actual neto, periodo de recuperación de la inversión, costo beneficio y el punto de equilibrio.

5.6.1. Determinación del Costo de Oportunidad y Tasa de Rendimientos Medio (TRM)

Para determinar el costo de oportunidad se estableció tanto la tasa de mercado para el capital propio y la tasa activa para el capital financiado, según información recopilada del Banco Central se encuentra al 9% y la tasa activa del 10,35%.

**CUADRO No. 98
COSTO DE OPORTUNIDAD**

DESCRIPCIÓN	VALOR	%	TASA DE PONDERACIÓN	VALOR PONDERADO
Capital Propio	42.025,25	41,19	9,00	370,72
Capital Financiado	60.000,00	58,81	10,35	608,67
TOTAL	102.025,25	100,00	19,35	979,39

Elaborado por: La autora

Ck = 9,79%

Para obtener la tasa de rendimiento medio, se aplicó la siguiente fórmula:

DATOS:

Ck(valor ponderado)= 9,79%

If(Inflación)= 2,7%

TRM= $((1+Ck)(1+If)-1)$

TRM= 0,1276

TRM= 12,76%

5.6.2. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN representa la rentabilidad del proyecto en valores absolutos a tiempo real.

**CUADRO No. 99
VALOR ACTUAL NETO**

AÑO	INVERSIÓN INICIAL	ENTRADAS DE EFECTIVO	FACTOR DE DESCUENTO 12,76%	ENTRADAS ACTUALES
0	-102.025,25			-102.025,25
1		28.252,79	1,128	25.056,05
2		30.772,67	1,271	24.202,91
3		33.604,75	1,434	23.439,83
4		35.145,02	1,617	21.740,47
5		70.519,86	1,823	38.687,24
VAN				31.101,25

Elaborado por: La autora

$$VAN: -II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} \dots \dots + \frac{FNE}{(1+r)^n}$$

VAN=31.101,25

El VAN del proyecto es de \$31.101,25, esto significa que el proyecto es factible.

5.6.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este evaluador representa la rentabilidad del proyecto en términos relativos o porcentuales, que devuelve la inversión en un periodo.

**CUADRO No. 100
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	FACTOR 12,76%	ENTRADAS ACTUALIZADAS	FACTOR 23%	ENTRADAS ACTUALIZADAS
0	-102.025,25		-102.025,25		-102.025,25
1	28.252,79	1,128	25056,05	1,230	22.969,74
2	30.772,67	1,271	24202,91	1,513	20.340,18
3	33.604,75	1,434	23439,83	1,861	18.058,65
4	35.145,02	1,617	21740,47	2,289	15.354,77
5	70.519,86	1,823	38687,24	2,815	25.048,74
VAN			31.101,25		-253,16

Elaborado por: La autora

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

$$TIR = 22,90\%$$

El TIR del proyecto es de 22,90%, lo que representa que el proyecto es factible.

i. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

**CUADRO No. 101
TIEMPO DE RECUPERACION**

AÑOS	CAPITAL	FLUJO NETO DEFLACTADO	RECUP. CAPITAL	TIEMPO DE RECUPERACIÓN	
1	102.025,25	25.056,05	25.056,05	1	Año
2		24.202,91	24.202,91	2	Años
3		23.439,83	23.439,83	3	Años
4		21.740,47	21.740,47	4	Años
5		38.687,2	7.585,99	2	Meses

Elaborado por: La autora

La inversión se recupera en 4 años 2 meses.

5.6.4. Costo Beneficio

**CUADRO No. 102
COSTO BENEFICIO**

AÑO	FNE	FACTOR 12,76%	FNEA
1	28.252,79	1,128	25.056,05
2	30.772,67	1,271	24.202,91
3	33.604,75	1,434	23.439,83
4	35.145,02	1,617	21.740,47
5	70.519,86	1,823	38.687,24
			133.126,50

Elaborado por: La autora

$$C/B = \frac{\Sigma FNEACTUALIZADOS}{INVERSIÓN}$$

$$C/B = \frac{133.126,50}{102.025,25}$$

$$C/B = 1,30$$

Este evaluador indica que por cada dólar invertido se generará 30 centavos de dólar.

5.6.5. Determinación del Punto de Equilibrio

Este análisis permite determinar el equilibrio operativo que tendrá el proyecto.

$$PEP = \frac{CostosFijos}{PVu - CVu}$$

$$\text{Costos Fijo} = 39.938,27$$

$$\text{Precio de Venta} = 1,85$$

$$\text{Costo de variable unitario} = 1,57$$

$$PEP = \frac{39.938,27}{1,85 - 1,57}$$

PEP = 141.630 unidades de 500 gr.

El punto de equilibrio del proyecto indica que la microempresa necesita vender 141.630 unidades de 500 gramos, para poder cubrir con los gastos y no generar pérdidas ni utilidades.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA MICROEMPRESA

La estructura de una organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar. Además permitirá la asignación de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas y departamentos de la microempresa.

6.1. ASPECTO ESTRATÉGICO

El aspecto estratégico corresponde en establecer, la denominación social, misión, visión, objetivos microempresariales, políticas, principios y valores.

6.1.1. Nombre de la microempresa

El nombre de la microempresa será: PULPFRUT, esta denominación tiene como objetivo dar a conocer el nombre del producto al mercado.

6.1.2. Misión

La misión de la microempresa será:

Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de pulpa de guanábana de alta calidad, garantizada a satisfacer los gustos y preferencias del mercado, utilizando procesos productivos eficientes y amigables con el medio ambiente.

6.1.3. Visión

La visión de la microempresa será:

Para año 2014, ser una microempresa líder en la producción y comercialización de pulpa de guanábana de alta calidad, garantizada a satisfacer las exigencias del mercado consumidor, y responsable con el medio ambiente.

6.1.4. Objetivos de la microempresa

- Garantizar y fomentar el desarrollo económico del sector y de la microempresa.
- Coordinar acciones con los diferentes departamentos para aplicar estrategias que estén vinculados a los objetivos.
- Promover la formación y capacitación continua del personal que labora en la microempresa.
- Promover el uso eficiente y responsable de los recursos que se dispongan para la elaboración del producto.
- Financiar planes y proyectos que están destinados a fortalecer la estructura y la capacidad productiva de la microempresa.

6.1.5. Políticas

- **Políticas de calidad:** La microempresa buscará la satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes, mediante el mejoramiento continuo de la producción y comercialización de producto.
- **Políticas de gestión administrativa:** Todo empleado de la microempresa recibirá orientaciones y capacitación en los procedimientos que están encaminados al trabajo en equipo y en un proceso de mejoramiento continuo. Además el talento humano estará

sujeto a evaluaciones permanentes para medir el nivel de eficiencia profesional. Como también estará sujeto a sanciones por faltas injustificadas, como por ejemplo:

- Una falta: Amonestación.
- Dos faltas: Suspensión por un día sin goce de sueldo
- Tres faltas: Suspensión por tres días sin goce de sueldo.
- Cuatro faltas: Rescisión de contrato.
- **Políticas de gestión de mercadeo y compras:** Se diseñará un plan de mercadeo de la microempresa, para lograr el crecimiento en el mercado.
 - Planear y diseñar estrategias innovadoras de mercadeo y publicidad.
 - Programar nuevas opciones de compra para los clientes.
 - Coordinar nuevos planes de trabajo con la finalidad de abastecer constantemente al mercado con el producto.
- **Políticas de gestión comercial:** La microempresa estará encaminada a mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente tanto interno y externo con altos estándares de calidad.

6.1.6. Principios

Un principio es una ley o regla que establece la microempresa para que el personal cumpla con la finalidad de lograr cierto propósito.

- **Buscar siempre el mayor nivel de calidad:** La calidad siempre será un factor determinante en la microempresa para satisfacer al consumidor.
- **Búsqueda de un servicio superior:** Destacarse por la calidad de los servicios que se ofrecen en la microempresa a través del cumplimiento de contratos de entregas.
- **Buscar establecer los precios más competitivos:** El precio es un factor determinante en el producto, se lo realiza en base al mercado.
- **Buscar la participación de mercado más alta:** La microempresa mantendrá un buen desenvolvimiento para garantizar la participación y generar volúmenes de producción altos.
- **Adaptación y personalización:** Se aplica mecanismos para personalizar al máximo los productos con el objeto de generar exclusividad.
- **Mejorar constantemente:** En los procesos de la microempresa se realizará mejoramiento técnicos que permitan brindar un producto de calidad al consumidor.
- **La innovación e investigación continua:** Se desarrolla políticas que persigan un mejoramiento de la microempresa, a través de investigaciones externas.
- **Buscar mercados de alto crecimiento:** Se busca las mejores oportunidades en los mercados donde presenten tasas de crecimiento altas en lo comercial.

- **Superar al cliente:** Siempre sorprender al cliente con nuevas ofertas como: condiciones de pago, descuentos especiales, promociones, etc.
- **Pensar estratégicamente:** Se toma en cuenta planes y estrategias de corto, mediano y largo plazo. Con el propósito de visionar el negocio y garantizar su éxito.

6.1.7. Valores

Los valores son convicciones de los seres humanos que determinan su manera de ser y orientan su conducta.

- **Honestidad:** Actuar con transparencia en los intereses colectivos sin perjudicar a terceros.
- **Lealtad:** Velar por la confiabilidad de la información y la buena imagen de la microempresa.
- **Respeto:** Comprender y aceptar a las personas como son a través del respeto.
- **Solidaridad:** Actuar con la disposición en ayudar a los compañeros cuando lo requieran con la finalidad de lograr los objetivos propuestos.
- **Justicia:** Brindamos a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten.
- **La autoestima:** Es uno de los valores más fundamentales para el ser humano este interviene en el ambiente familiar como laborar.

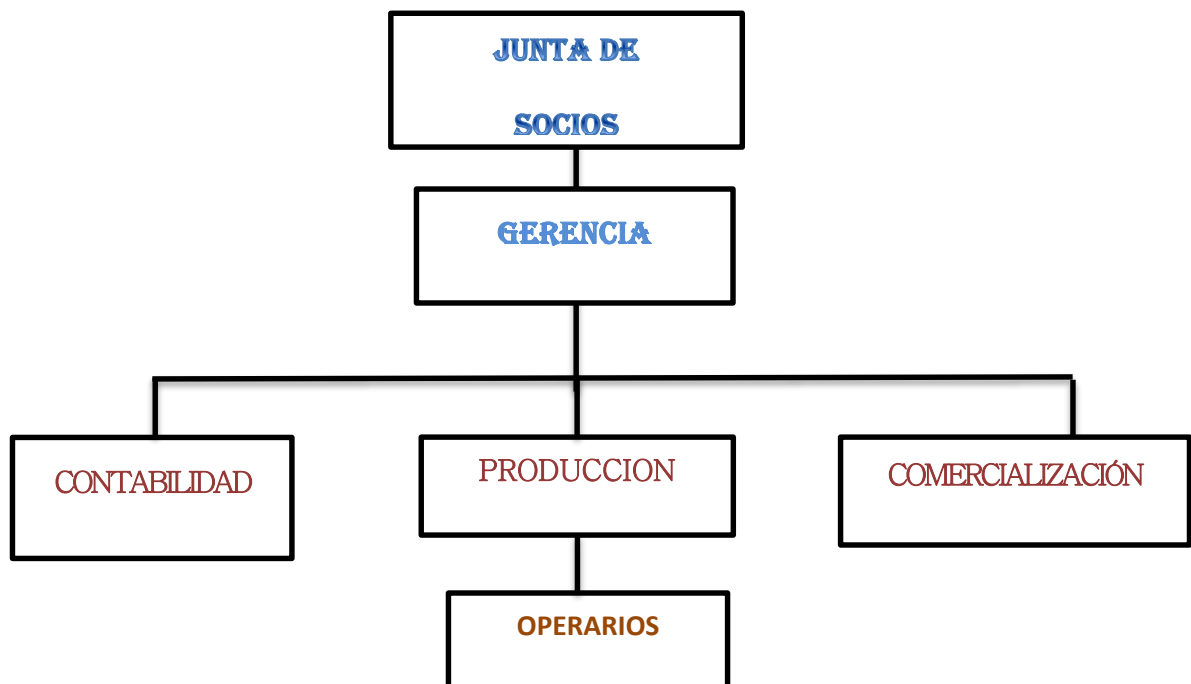
- **La responsabilidad:** La responsabilidad es un valor de la persona, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar sus actos, siempre en un comportamiento normal.
- **Puntualidad:** Es una actitud humana considerada en muchas sociedades como la virtud de coordinarse y sentir respeto por las demás personas.

6.2. ASPECTO ORGANIZACIONAL

6.2.1. Estructura orgánica

En esta parte se detallara un esquema de jerarquización y división de las funciones componentes para establecer líneas de autoridad a través de los diversos niveles y delimitar la responsabilidad de cada trabajador.

6.2.2. Organigrama estructural



6.2.3. Identificación de puestos y funciones

La identificación de puestos y funciones contiene las responsabilidades y obligaciones específicas de los diferentes puestos que integran la estructura organizacional, a través de la descripción de las funciones de trabajo que cada uno deben realizar.

CARGO: GERENTE

Función básica: Planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que se realicen en la microempresa.

Funciones

- Realizar los respectivos presupuestos financieros para la operatividad del proyecto.
- Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos aplicables para el buen funcionamiento de la microempresa.
- Delegar las funciones que considere necesarias a cada trabajador respetando las normas vigentes.
- Realizar los informes correspondientes donde consten la información financiera de la microempresa.
- Verificar que los estados financieros que presenta el contador contengan sus respectivos respaldos.
- Establecer los objetivos organizacionales y metas para encargarse de dar cumplimiento.

- Firmar convenios importantes con otras organizaciones y velar por que se cumpla lo establecido.
- Realizar negociaciones comerciales para el crecimiento de la microempresa.
- Contratar el personal aplicando las técnicas de elección del talento humano.

REQUISITOS:

Título: ING. En Administración de Empresas

Experiencia: Mínimo de 3 años de experiencia

Edad: 30 años en adelante

Competencias

- Trabajo en equipo
- Monitoreo y control
- Pensamiento analítico y conceptual
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo a presión

CARGO: CONTADOR

Función básica: Realizar el control financiero de la microempresa.

Funciones

- Registrar diariamente las transacciones y movimientos financieros que la microempresa realiza.

- Presentar los registros del diario, mayor, inventario, cuentas de bancos, estados financieros en los tiempos previstos.
- Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos a cargo de la microempresa.
- Clasificar y guardar la información financiera para la realización de los respectivos estados financieros.
- Realizar los pagos correspondientes a los trabajadores de la microempresa en el tiempo previsto.
- Preparar los respectivos estados financieros en las fechas previstas y presentar al gerente.
- Dar a conocer con anticipación los problemas financieros que se está presentando y aportar con una solución.
- Asesorar en la parte contable al gerente.

Requisitos

- **Título:** Ing. En Contabilidad y Auditoría (CPA)
- **Experiencia.** Mínimo de 1 año de experiencia
- **Edad:** 25 años en adelante

Competencias

- Manejo de programas de contabilidad
- Destreza matemática
- Trabajo en equipo
- Buenas relaciones interpersonales
- Trabajo a presión

CARGO: JEFE DE PRODUCCIÓN

Función básica: Planear, dirigir, controlar todas actividades en el área de producción.

- Seleccionar los equipos adecuados para la excelente manipulación y procesamiento de la materia prima para la obtención de la pulpa de guanábana.
- Verificar la calidad de la materia prima.
- Establecer los controles de operación en los diferentes procesos de elaboración.
- Verificar la fecha calendario del ciclo de producción.
- Analizar todos los fallos e imprevistos durante la producción y dar solución.
- Realizar la administración de los programas de ingeniería del producto, supervisando los cambios que se den en el procesamiento del producto.
- Realizar el control de calidad del producto final.
- Crear modelos de producción basados en la utilización eficiente de los recursos.

Requisitos

- **Título:** Ing. Agroindustrial
- **Experiencia:** Mínimo 2 años de experiencia
- **Edad:** 28 años en adelante

Competencias

- Destreza matemática
- Manejo de personas
- Trabajo a presión
- Trabajo en equipo
- Generación de ideas innovadoras

CARGO: OPERARIOS

Función básica: El obrero es quien ejecuta las operaciones productivas.

Funciones

- Acatar las disposiciones encomendadas por parte del jefe de producción.
- Cuidar la higiene y seguridad del producto a elaborarse para garantizar su calidad
- Realizar todos los procesos para obtener los resultados esperados del producto.
- Controlar que la materia prima se encuentre en perfecto estado para su procesamiento.
- Estar pendiente que este completo todos los materiales de trabajo para no presentar problemas en el procesamiento.
- Presentar informes al jefe superior sobre las necesidades que se presentan en el departamento de producción.
- Ejecutar la perfecta manipulación del producto.

- Guardar la materia prima en cámaras de congelamiento según lo requiera el producto.
- Colaborar en el almacenamiento del producto, en las etapas productivas y de comercialización.

Requisitos

- **Título:** Bachiller.
- **Experiencia:** Mínimo 1 año de experiencia en actividades similares.
- **Edad:** 20 años en adelante

Competencias

- Destreza en el manejo de maquinaria
- Trabajo a presión
- Trabajo en equipo
- Relaciones interpersonales

CARGO: VENDEDOR

Función básica: El vendedor es quien tiene que ejecutar las operaciones comerciales.

Funciones

- Establecer un nexo entre el cliente y la microempresa para facilitar las negociaciones.

- Contribuir a la solución de problemas aplicando las estrategias correspondientes que permitan dar soluciones.
- Administrar e incrementar el área de ventas al cual está dirigido el producto.
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa.
- Aplicar técnicas de mercadeo que permita introducir el producto al mercado con mayor facilidad.
- Transportar el producto en el tiempo previsto a los diferentes puestos de entrega.
- Mantener en constante mantenimiento al vehículo de la microempresa.

REQUISITOS

- **Título:** Técnico en ventas y Chofer profesional
- **Experiencia:** Mínimo 1 año en actividades similares
- **Edad:** 25 años en adelante

6.3. ASPECTO LEGAL

6.3.1. Constitución legal

Nombre o Razón Social

El nombre de la microempresa: PULPFRUT

Base legal para la constitución de la empresa

Formación de la Compañía

La microempresa, se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada conformado por los aportes en dinero de cuatro socios.

Aspecto Legal para la Formación de la Compañía

- **Ente Jurídico.-** Se creará como compañía de responsabilidad limitada.
- **Comparecientes y Declaración de Voluntad.-** Intervienen en la celebración de este contrato, los cuatro socios que conformaran la compañía y se hará constar los nombres y apellidos, estado civil, nacionalidad, y dirección domiciliaria. Declaran su voluntad de constituir, la compañía de responsabilidad limitada "PULPFRUT", la misma que se regirá por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

CUADRO No.103
SOCIOS QUE CONFORMARAN LA MICROEMPRESA

Nombres	Apellidos	Nacionalidad	Estado civil	Dirección del Domicilio
Norma Elisa	Benavides Montenegro	Ecuatoriana	Casada	Ibarra
José María	Escobar Sánchez	Ecuatoriano	Soltero	Ibarra
Anita Jimena	Mora Solano	Ecuatoriana	Soltera	Ibarra
Luis Arturo	Andrade Romero	Ecuatoriano	Soltero	Ibarra

Elaborado por: La autora

- **Objeto.-** la microempresa "PULPFRUT"; tiene por objeto y finalidad, la producción y comercialización de pulpa de guanábana; pudiendo ejercer todas las actividades permitidas por la Ley y aportar a la formación de otras compañías.

- **Obligación social.-** Los socios responderán individualmente, hasta por el monto de sus aportaciones.
- **Suscripción y pago de las aportaciones.-** Se suscribirán 4 participaciones por cada socio y el pago se lo efectuará en efectivo al momento de la conformación de la compañía.
- **El plazo.-** La duración del contrato social de la compañía es de treinta años, a contarse desde la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.
- **Domicilio.-**El domicilio principal de la compañía es la Ciudad de Ibarra, Cantón Ibarra de la provincia de Imbabura.
- Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.
- Como documento habilitante, se agregará a la escritura, el comprobante o certificado de depósito del capital pagado, en la cuenta «Integración de Capital» de una institución bancaria.
- Esta clase de compañía está sujeta al control, vigilancia y fiscalización de la Superintendencia de Compañías, a través de sus Intendencias;

por tanto, esta escritura será enviada a la Superintendencia de Compañías para su aprobación y se realizará una publicación de un extracto de la escritura de constitución, por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación del domicilio de la compañía.

- La inscripción en el Registro Mercantil, luego de la aprobación y autorización del superintendente se procederá a inscribir legalmente a la compañía.

6.3.2. Permisos de funcionamiento

La microempresa debe cumplir con los siguientes requisitos para obtener el permiso de funcionamiento.

- RUC SRI
- Copia de cédula de ciudadanía
- Patente Municipal
- Permiso de Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Funcionamiento otorgado por la Dirección Provincial de Salud.

6.3.3. Requisitos para tramitar la patente municipal(anual)

La patente municipal es importante manifestar que se la tramitará adjuntando los requisitos que se describen a continuación:

- Dos copias de cédula de ciudadanía a color

- Emitir un memorándum dirigido al Jefe de rentas del Municipio al mismo que se le adjunta lo siguiente:
- 1 copia a color de la cédula de ciudadanía
- 1 copia del R.U.C.

6.3.4. Permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos (anual).

- Solicitud de inspección
- Informe de inspección
- Certificado de funcionamiento

6.3.5. Tramite del registro único de contribuyentes (R.U.C.) Para obtener el R.U.C. se requiere los siguientes requisitos:

- Original y copia legible de la cédula vigente a color
- Certificado de votación (último proceso electoral)
- Una planilla de agua, luz o teléfono (de cualquiera de los últimos tres meses) o contrato de arrendamiento inscrito en el juzgado de inquilinato a nombre del solicitante.

6.3.6. Permiso de funcionamiento del ministerio de salud pública. Requisitos:

- Una solicitud dirigida al Director provincial de Salud.
- Registro Único de Contribuyente
- Cédula de Ciudadanía

- Certificado de votación
- Certificado del Cuerpo de Bomberos
- Copia de los Certificados de Salud de los trabajadores
- Traer por duplicado en carpeta manila con copia de solicitud.

6.3.7. Certificado de permiso sanitario del propietario y empleados del establecimiento

- Solicitar consulta médica en el departamento de estadística del Hospital del Cantón.
- El Departamento de estadística del Hospital, abre una carpeta de historia clínica con el Dr. Medicina General.
- Una vez en la consulta, el Dr. extiende una orden de exámenes de laboratorio a realizar dentro del Hospital.

Tipos de exámenes:

- Sangre (Sífilis, VIH, entre otros)
- Parasitario (heces)
- VDRL (tuberculosis)

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

Los impactos de un proyecto generan diferentes cambios en el área donde se gestionará, por tal motivo es importante efectuar una medición de su influencia, para aplicar planes de mitigación si los efectos son negativos y aprovecharlos si los son positivos.

Los impactos que se analizaron en el proyecto son:

- Impacto socio-económico
- Impacto empresarial
- Impacto comercial
- Impacto ambiental
- Impacto general

Para su análisis se aplicó la matriz de valoración de impactos.

CUADRO No.104
MATRIZ DE VALORACIÓN DE IMPACTOS

POSITIVO	NIVEL
1	Bajo
2	Medio
3	Alto
NEGATIVO	NIVEL
-1	Bajo
-2	Medio
-3	Alto

Elaborado por: La autora

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

7.1. Impacto Socio-económico

**CUADRO No. 105
IMPACTO SOCIO-ECONÓMICO**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejoramiento económ. de los trab							X	3
Nuevas fuentes de trabajo.						X		2
Estabilidad laboral							X	3
Disminución de la migración						X		2
TOTAL						4	6	10

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{SOCIO} - \text{ECONÓMICO}) = \frac{\text{SUMATORIA TOTAL}}{\text{NÚMERO DE INDICADORES}}$$

$$NI = \frac{10}{4}$$

$$NI = 2,5 = 3$$

ANÁLISIS:

El proyecto a ejecutarse generará un mejoramiento económico de los trabajadores de la microempresa e inversionistas, además se incrementan nuevas fuentes de empleo que garantizaran mejor estabilidad laboral para cada trabajador, esto ayudará a reducir la migración de la talento humano a otros lugares, ya que se brindará mejores oportunidades en lo laboral.

7.2. Impacto Empresarial

**CUADRO No.106
IMPACTO EMPRESARIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Estilos de gestión						X		2
Manejo de recursos						X		2
Fortalecimiento microempresarial						X		2
Clima organizacional							X	3
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{EMPRESARIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

Según el análisis del impacto empresarial el nuevo emprendimiento a realizarse alcanza un nivel medio positivo, debido a que se aplicará nuevos estilos de gestión, especialmente en el manejo de los recursos, esto permitirá el fortalecimiento empresarial en un excelente ambiente o clima laboral.

7.3. Impacto Comercial

**CUADRO No.107
IMPACTO COMERCIAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Servicio y atención al cliente							X	3
Posicionamiento en el mercado						X		2
Cobertura						X		2
Competitividad						X		3
TOTAL						6	3	9

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{COMERCIAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{9}{4}$$

$$NI = 2,25 = 2$$

ANÁLISIS:

El análisis del impacto comercial genera un impacto medio positivo, debido a que la microempresa aplicará un servicio y atención al cliente basado en eficiencia y la amabilidad, en busca de posicionarse en el mercado, para generar prestigio y poder ampliar el mercado a nivel regional y a futuro generar competitividad.

7.4. Impacto Ambiental

**CUADRO No. 108
IMPACTO AMBIENTAL**

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Gases tóxicos			X					-1
Aguas servidas			X					-1
Manejo de los desechos			X					-1
Contaminación auditiva			X					-1
TOTAL			-4					-4

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{AMBIENTAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{-4}{4}$$

$$NI = -1$$

ANÁLISIS:

El análisis del impacto ambiental genera un nivel de influencia bajo negativo, debido a que en la elaboración de la pulpa se produce gases tóxicos por la acumulación de fruta y el trabajo efectuado en diferentes ambientes, como también se generará aguas servidas que serán evacuadas adecuadamente, por otra parte los desechos serán clasificados para una mejor utilización en otras actividades, existirá contaminación auditiva en menor grado por la utilización de maquinaria.

7.5. Impacto general

CUADRO No. 109
IMPACTO GENERAL

FACTORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Impacto socio-económico							X	3
Impacto empresarial						X		2
Impacto comercial						X		2
Impacto ambiental			X					-1
TOTAL			-1			4	3	6

Elaborado por: La autora

$$NI(\text{GENERAL}) = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NÚMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{6}{4}$$

$$NI = 1,5 = 2$$

ANÁLISIS:

El análisis realizado a cada uno de los impactos generados presenta un nivel medio positivo, debido a que su influencia mejorará en los ámbitos socioeconómicos, empresariales, comerciales y ambientales del sector y de la microempresa.

CONCLUSIONES

- Efectuado el diagnóstico a los productores de guanábana de la zona de Lita y La Carolina, se puede manifestar que existe suficiente materia prima para el proyecto, como también la buena predisposición de los agricultores en colaborar con la microempresa.
- Con el estudio de mercado se confirma la aceptación del producto en la ciudad de Ibarra, debido a las propiedades nutritivas y la presentación de la fruta, en lo referente a la oferta a nivel local es mínima.
- El análisis técnico permitió definir los aspectos operativos del proyecto, en lo que tiene que ver a la localización, la cual será en el sector de El Milagro porque cuenta con aspectos positivos para su ubicación, como también se determinó que la inversión es alta.
- Dentro del estudio financiero se estableció que los ingresos generados por la venta de la pulpa de guanábana son buenos, los cuales, cubren a los egresos efectuados en la actividad, generando utilidades para los inversionistas. Aplicados los índices financieros se demostró la factibilidad del proyecto, ya que se obtuvo un VAN de 31.101,25 dólares, el TIR de 22,90%, el PRI es de 4 años 2 meses, y el C/B es de 1,30 dólares.
- Para la administración de la microempresa se estableció un direccionamiento estratégico, organizacional y legal, donde el principal aspecto a tomar en cuenta para el desarrollo eficiente de las actividades es el talento humano.

- El análisis realizado a cada uno de los impactos generados presenta un nivel medio positivo, debido a que su influencia mejorará en los ámbitos socioeconómicos, empresariales, comerciales y ambientales del sector y de la microempresa.

RECOMENDACIONES

- Aprovechar la producción de guanábana de buena calidad que existe en las zonas cercanas al proyecto, incentivando así al crecimiento del cultivo que generará mayores ingresos para los fruticultores.
- Realizar sondeos de mercado constantes para estar al tanto sobre los cambios que se generen, tanto en presentaciones, precios, promociones, que se estén aplicando para atraer más a los clientes quienes son los que definen el éxito en el mercado.
- Efectuar el mantenimiento adecuado a la maquinaria que se utiliza en la elaboración de la pulpa, como también aplicar modelos de producción encaminados a la utilización eficiente de los recursos, de igual manera trabajar con instituciones financieras que manejen condiciones adecuadas en los préstamos.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos que se plantearon desde un inicio de sus actividades para garantizar el éxito de la microempresa en el mercado.
- Gestionar el apoyo del ministerio del ambiente para recibir charlas sobre las medidas de mitigación para los efectos negativos en el entorno.

BIBLIOGRAFÍA

ANZOLA ROJAS Sérvulo, (2010). Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

ACHING, Guzmán C. (2007), en su obra guía Rápida Ratios Financieros y Matemáticas de la Mercadotecnia, Edición electrónica gratuita.

BRAVO, Mercedes, (2007) Contabilidad General, Editorial Nuevo Día, 7ma. Edición, Quito-Ecuador

DÍAZ, M. Ángel. (2008). David y Goliat Iniciación del Proyecto. Primera Edición, Grupo Editor Alfaomega. México

D' ALESSIO I. Fernando (2008). El Proceso Estratégico un Enfoque de Gerencia Primera Edición Pearson Educación México.

FERNÁNDEZ V. Ricardo. (2007). Manual para Elaborar un plan de Mercadotecnia Primera Edición, McGraw-Hill Interamericana. México.

FONTAINE R. Ernesto, (2008). Evaluación Social de Proyectos, Decimotercera Edición, Editorial PEARSON.

FLORES U. Juan, (2007). Proyectos de Inversión para las PYMES Creación de Empresas, Primera Edición, Editorial Ecoe Ediciones Ltda. Colombia.

GALINDO, R. Carlos J. (2008). Manual para la Creación de Empresas. Tercera Edición, Ecoe Ediciones. Colombia

GITMAN, Laurence J. (2007) Principios de Administración financiera. Décimo Primera Edición, Pearson Educación, México.

JANY CASTRO José Nicolás, (2009). Investigación Integral de Mercados Avances para el Nuevo Milenio, Cuarta Edición, Editorial McGrawHill, Bogotá Colombia.

KOTLER, Philip. (2009). Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México.

KOONTZ, Harold, Heinz Wehrich, Mark Cannice (2008). Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décimo Tercera Edición, Mac Graw Hill, México.

MUNCH Lourdes, (2010).Administración Gestión Organización Enfoques y Procesos Administrativo, Primera Edición, Editorial Prentice Hall Pearson, México

NÚÑEZ, Z. Rafael (2007). Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, Primera Edición, Editorial Trillas. México.

PALAO Jorge, GOMEZ GARCÍA Vicent, (2009). Administre sus Recursos Humanos, Primera Edición, Editorial PALAO EDITORES SAC

RIVERA MARTINEZ Francisco, HERNÁNDEZ CHÁVEZ Gisel, (2010). Administración de Proyectos, Primera Edición, Editorial Prentice Hall, PEARSON, Estado de México.

SAPAG, CH. Nassir, Año (2008). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación, Primera edición, Editorial Pearson Educación de México S.A. de C.V., México.

SÁNCHEZ GÓMEZ, (2012).Pequeñas Empresas, Tercera Edición, Editorial Mc Graw Hill, México D.F

WHEELEN, Thomas L. HUNDER, David J. (2007). Administración Estratégica y Política de Negocios Décima Edición, Pearson Educación México.

ZAPATA, Sánchez Pedro, Año (2008). Contabilidad general, Sexta edición, Editorial McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S. A. de C. V., México, D. F.

LINCOGRAFÍA:

<http://www.rediaf.net.do/publicaciones/guias/download/guanabana.pdf>.

<http://agroecostasat.jimdo.com/la-guanabana-caracter-y-beneficios/>.

<http://www.jmarcano.com/mipais/recursos/alimentos/guanabana.html>.

<http://www.vitonica.com/wellness/guanabana-una-fruta-amiga-de-nuestra-salud#>.

<http://www.encolombia.com/economia/Cultivos/Variedadesusoscomerguanabana.htm>.

<http://colfruits.8m.com/guanabana.htm>.

<http://www.tlahui.com/medic/medic29/guanabana.htm>.

<http://www.tlahui.com/medic/medic/guanabana.htm>.

<http://www.monografias.com/guanabana-usos-beneficios-cura-cancer.shtml>.

ANEXOS

ANEXO A: FORMATO DE LA ENCUESTA APLICADA A LOS PRODUCTORES DE GUANÁBANA UBICADOS EN LA PARROQUIA LITA Y LA CAROLINA.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

- **¿Cuánto tiempo lleva en el cultivo de la guanábana?**
 - Menos de 5 años ()
 - De 5 a 10 años ()
 - Más de 10 años ()

- **¿La rentabilidad de la actividad es?**
 - Muy rentable ()
 - Rentable ()
 - Poco rentable ()

- **¿Cómo considera los costos de la producción de guanábana?**
 - Altos ()
 - Medios ()
 - Bajos ()

- **¿Qué presentación utiliza para la comercialización de la guanábana?**
 - Sacas ()
 - Cajas ()
 - Gavetas ()

Granel ()
Otras ()

• **¿Cuál es el peso de comercialización de la guanábana?**

Cajas de 5 kilos ()
Cajas de 10 kilos ()
Cajas de 15 kilos ()

• **¿Cómo determina el precio de la fruta?**

Por los costos ()
Por el mercado ()
Por los intermediarios ()

• **¿Cuál es el mercado de comercialización de la fruta?**

Local ()
Ibarra ()
Otros ()

• **¿Cuál es la forma de comercialización de la fruta?**

Directa ()
Indirecta o intermediarios ()
Otras ()

• **¿Qué cantidad de producto vende semanalmente?**

Menos de 50 kilos ()
Entre 50 y 100 kilos ()
Más de 100 kilos ()

• **¿El precio del kilo de la guanábana es?**

Menos de 2 dólares ()
Entre 2 a 4 dólares ()
Más de 4 dólares ()

- **¿Cuenta con financiamiento para su actividad?**

Si ()

No ()

- **¿El cultivo de guanábana que realiza usted, está basado en?**

La experiencia ()

Por la capacitación ()

Otras ()

- **¿Actualmente pertenece algún tipo de organización agrícola?**

Si ()

No ()

- **¿Recibe asistencia técnica de parte de alguna institución?**

Si ()

No ()

- **¿Estaría dispuesto a proveer permanentemente guanábana a precios competitivos para la microempresa de producción y comercialización de pulpa de guanábana ubicada en la ciudad de Ibarra?**

Si ()

No ()

ANEXO B: FORMATO DE LA ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE IBARRA REPRESENTADA POR FAMILIAS DE ESTRATO SOCIAL MEDIO Y ALTO.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

2. ¿Cuál de los siguientes sabores de fruta es de su preferencia?

- Fresa ()
- Mango ()
- Guanábana ()
- Banana ()
- Durazno ()
- Otros ()

3. ¿Adquiere pulpa de fruta para el consumo familiar?

- Si ()
- No ()

4. ¿Cuál es la frecuencia de adquisición de pulpa de fruta?

- Diariamente ()
- Semanalmente ()
- Quincenalmente ()

5. ¿Qué tipo de presentación de pulpa prefiere?

- 250 gramos ()
- 500gramos ()
- 1000 gramos ()

6. ¿Al momento de adquirir pulpa de fruta que aspectos toma en cuenta?

- Presentación ()
Sabor ()
Calidad ()
Cantidad ()
Precio ()
Otros ()

7. ¿Cuál es el lugar donde adquiere la pulpa de fruta?

- Supermercados ()
Mercado ()
Tienda ()
Otras ()

8. ¿Estaría dispuesta adquirir pulpa de guanábana, elaborada sin componentes que perjudican la salud?

- Si ()
No ()

9. ¿Qué cantidad de pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos está dispuesta a adquirir semanalmente?

- Una funda de 500 gr. semanalmente ()
Dos fundas de 500 gr. Semanalmente ()
Tres fundas de 500 gr. Semanalmente ()

10. ¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por la pulpa de guanábana en presentaciones de 500 gramos?

- Menos de 1,50 dólares ()
Entre 1,50 dólares y 2,50 dólares ()
Más de 2,50 dólares ()

11. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación prefiere?

Radio ()

Prensa ()

Internet ()

Material publicitario ()

ANEXO C: FORMATO DE LA ENTREVISTA EFECTUADA A SUPERMERCADOS DE LA CIUDAD DE IBARRA.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

SUPERMERCADO SUPERMAXI, SANTA MARÍA, GRAN AKI, AKI, EL TÍA

- **¿Qué sabor de pulpa de fruta tiene más demanda?**

.....
.....
.....

- **¿Cuál es el peso de la pulpa de fruta de mayor comercialización?**

.....
.....
.....

- **¿En su establecimiento comercializa pulpa de fruta de guanábana?**

.....
.....
.....

- **¿Cuál es el promedio diario de ventas de la pulpa de guanábana en presentación de 500 gramos?**

.....
.....
.....

- **¿El precio de la pulpa de guanábana en la presentación de 500 gramos es?**

.....
.....
.....

- **¿De qué lugar es su proveedor de fruta?**

.....
.....
.....

- **¿Qué tipo de medio de comunicación utiliza para promocionar sus productos?**

.....
.....
.....

ANEXO D: DETERMINACIÓN DEL PRECIO

$$\text{Costo fijo unitario} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CFu = \frac{39.938,27}{312.000}$$

$$CFu = 0,13$$

$$\text{Costo variable unitario} = \frac{\text{Costos variables}}{\text{Número de unidades producidas}}$$

$$CVu = \frac{489.219,26}{312.000}$$

$$CVu = 1,57$$

$$\textbf{PRECIO} = CFu + CVu + 9\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 0,13 + 1,57 + 9\%CTu$$

$$\textbf{PRECIO} = 0,13 + 1,57 + 9\%(1,70)$$

$$\textbf{PRECIO} = 0,13 + 1,57 + 0,15$$

$$\textbf{PRECIO} = 1,85 \text{ dólares}$$

El precio por cada funda de pulpa de guanábana de 500 gramos será 1,85 dólares

ANEXO E: COSTOS Y GASTOS

COSTOS

SERVICIOS BASICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Luz	50,00	600,00
Agua	30,00	360,00
TOTAL		960,00

MENAJE

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Cuchillos	juego	2	12	24
Valdez	unidad	5	5	25
Gavetas	unidad	80	4	320
Tinas	unidad	4	20	80
Utensilios	Juego	2	6	12
Guantes	Docena	3	6	18
TOTAL				479

SUMINISTROS DE LIMPIEZA

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escobas de nylon	unidad	5	2	10
Trapeadores grandes	unidad	5	5	25
Detergente	quintal	1	90	90
Desinfectante	galones	8	5	40
Basureros grandes	unidad	4	20	80
Basureros pequeños	unidad	2	6	12
Jabón líquido	galones	3	7	21
Cloro	galones	2	8	16
Fundas para basura (100)	Paquete	1	8	8
TOTAL				302

VESTIMENTA DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL ANUAL
Trajes para la producción	4	60	240
TOTAL			240

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento equipo	15,00	180,00
TOTAL		180,00

GASTOS

SERVICIOS BASICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua	10,00	120,00
Luz	20,00	240,00
TOTAL		360,00

SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Teléfono	35,00	420,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL		720,00

SUMINISTROS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Papel resma	12	3,5	42
Carpetas	12	0,3	3,6
Esferográfico	10	0,3	3
Tinta impresora	5	13	65
Cuaderno	6	1,75	10,5
Lápiz	8	1,1	8,8
Borrador	5	0,3	1,5
Libretines (facturas)	12	4,5	54
TOTAL			188,4

MANTENIMIENTO COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento computación	15,00	180,00
TOTAL		180,00

PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Radio	170,00	1020,00
Hojas volantes	40,00	320,00
Página web	30,00	360,00
TOTAL	240,00	1700,00

COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible	180	2.160,00
Mantenimiento vehículo	35	420,00
TOTAL		2.580,00



Quito 01 de Marzo del 2014

Señora.
Normas Benavides

De acuerdo a lo solicitado por usted, nos es grato cotizar lo siguiente.

1. DESPULPADOR / REFINADOR DE ACERO INOXIDABLE 400 kg/h

1.1. DESCRIPCION

Despulpador, refinador, para extracción de pulpas.
Despulpador de doble cuerpo, con interconexión motriz.
Industrial, construido en acero inoxidable AISI 304; el equipo cuenta con un cuerpo cilíndrico; tolva superior de alimentación; tornillo transportador de producto; ducto delantero para expulsar los residuos; y salida inferior (en el cilindro) de pulpa o concentrado, refinado. Paletas longitudinales técnicamente diseñadas para máximo rendimiento y eficiencia.
Tamiz de despulpado con lámina perforada de Acero Inoxidable AISI 304L 2B con agujeros de 3 mm. Tamiz de refinado con perforaciones de 1,5 mm.
El equipo incluye tolva para 120 kg.

1.2. CAPACIDAD DE PROCESO

Cuatrocientos kilogramos por hora, Aprox., dependiendo de la fruta o producto a procesar.

1.3. POTENCIA MOTRIZ

El equipo contará con un motor trifásico a 220V / 60Hz de 7.5 HP de potencia motriz. Sistema motriz accionado por poleas y correa tipo V.

1.4. SOPORTACION

Soportación sobre una estructura fabricada con tubería cuadrada de Acero Inoxidable AISI 304L de dos pulgadas de arista (2").

1.5. ACABADOS

Acabados según ASME (Norma de acabados sanitarios), N. Sanitaria Americana 3-A.

VALOR DEL EQUIPO OFERTADO: \$2.800,00

2. MARMITA DE FONDO ESFERICO 500 KG

2.1. DESCRIPCION

Marmita de fondo cónico, con cámara de calentamiento a vapor, construida en Acero Inoxidable AISI 304L 2B. Esta cámara será utilizada con vapor. Aislamiento térmico en lana mineral 2", con cobertura en Acero Inoxidable AISI 304L de 1,5 mm.
Cámara de calentamiento esférica; lo que garantiza una utilización eficiente de vapor y, por tanto, máximo ahorro en rendimiento.
Sistema de agitación de superficie raspada; con Motorreductor de 2 HP; a 30 RPM. Eje y ancla de Acero Inoxidable AISI 304L; y raspadores de nitrilo silicón de uso alimenticio.
Descarga inferior central con válvula tipo mariposa 2".

Aceitunos N68-105 y Av. Eloy Alfaro
(593 2) 2807875 / (593 2) 2800961 / (593 9) 9442086
inoxidablesmt@gmail.com www.inoxidablesmt.com
Quito, Ecuador



2.2. CAPACIDAD DE PROCESO

Quinientos (500) kilogramos.

2.3. POTENCIA MOTRIZ

El equipo contará con un motorreductor trifásico a 220V / 60Hz de 2 HP de potencia motriz.
Velocidad: 30 RPM.

2.4. PRESION DE TRABAJO

15 Psi.

2.5. SOPORTACION

Soportación sobre cuatro patas fabricadas en tubo de Acero Inoxidable AISI 304L de dos pulgadas de diámetro (2").

2.6. ACABADOS

Acabados según ASME (Norma de acabados sanitarios), N. Sanitaria Americana 3-A.

VALOR DEL EQUIPO OFERTADO: \$2.300,00

3. MOLINO COLOIDAL

Formado por dos conos que trabajan en altas revoluciones por minuto

Cuerpo con cámara de enfriamiento y calentamiento

Motor eléctrico a prueba de explosión

Bases de acero inoxidable y móviles

VALOR DEL EQUIPO OFERTADO:.....\$1.200,00

CONDICIONES DE LA OFERTA

DE LOS PRECIOS:	Precio no incluye el 12% de IVA. Precio incluye transporte dentro del Ecuador. Precio no incluye instalaciones.
FORMA DE PAGO:	60% a la confirmación, 40% contra entrega.
TIEMPO DE ENTREGA:	35 días hábiles.
VALIDEZ DE OFERTA:	15 días
GARANTÍA:	Garantía limitada durante 1 año, por defectos de fabricación.

Atentamente,

Ing. Daniel Gomezjurado
Gerente de producción
INOXIDABLES MT

Aceitunos N68-105 y Av. Eloy Alfaro
(593 2) 2807875 / (593 2) 2800961 / (593 9) 9442086
inoxidablesmt@gmail.com www.inoxidablesmt.com
Quito, Ecuador

DISEÑO DEL EMPAQUE (CARA PRINCIPAL)



DISEÑO DEL EMPAQUE (REVERSO)



100%
NATURAL

Datos de Nutrición
Tamaño de la porción 100g

Cantidad por porción	
Calorías	53.1-61
Agua	82.8 g
Carbohidratos	14.63 g
Grasas	0.97 g
Proteínas	1.0 g
Fibra	0.79 g
Ceniza	0.6 g
Calcio	10.3 mg
Fósforo	27.7 mg
Hierro	0.04 mg
Tiamina	0.11 mg
Riboflavina	0.05 mg
Niacina	1.28 mg
Acido ascórbico	29.6 mg

Porcentaje de valores diarios están en 2.0000 calorías, Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades calóricas

CONSERVAR EN CONGELACIÓN
KEEP FROZEN
TIEMPO MÁXIMO DE CONSUMO:
12 MESES
Reg. Sanitario:
PRODUCIDO Y DISTRIBUIDO POR PULPFRUT
PEDIDOS AL Telf: 062652380 Celf: 0987262189
e-mail: pulpfruit.2014@gmail.com
IMBABURA - IBARRA - ECUADOR

RECETAS QUE TE GUSTARÁN



A éste pastel de queso se le añadió en su preparación guanábana, una fruta carnosa, dulce y muy perfumada y se decoró con dulce de moras, éste contraste de dulce con ácido hace que el postre sea muy rico al paladar. Obviamente, lo pueden preparar con las frutas de su elección.

INGREDIENTES PARA CHEESECAKE CON GUANÁBANA:
Para la base:
*120 gr de galletas dulces trituradas
*60 gr de margarina fundida

Para el relleno
*500 gr de queso crema
*1 1/2 taza de
*2 huevos
*1 cda esencia de vainilla
*1 1/2 taza de crema de leche
*15 gr de gelatina sin sabor
*1 taza de pulpa de guanábana

Cómo hacer Cheesecake con guanábana paso a paso:
Para la base:
*Mezclar las galletas con la margarina fundida y cubrir la base del molde apretando bien
*Hornear 180 grados por 15 minutos

Para el relleno:
*Con la batidora cremar el queso crema, y añadir todos los ingredientes menos la gelatina, e integrar muy bien,
*Agregar la gelatina sin sabor previamente hidratada
*Hornear por 2 1/2 horas a 100 grados
*Refrigerar de un día para el otro
*Decora al gusto

Visita nuestro fanPage y publica tu mejor receta que contenga pulpa de guanábana, la mejor receta será impresa en nuestro empaque.

 /pulpfruit



Peso Neto : 500 g
Net Weight: 500g



Ayuda a cuidar el medio ambiente
Consumir una vez abierto el empaque
y antes de la fecha indicada.

Propiedades medicinales de la guanábana

El interés de esta planta se debe a sus fuertes efectos anticancerígenos. Y aunque se le atribuyen muchas más propiedades, lo más interesante de ella es el efecto que produce sobre los tumores. Se considera además como un agente antimicrobial de amplio espectro contra infecciones bacterianas y por hongos.

SUS BENEFICIOS

La pulpa de la guanábana proporciona sales minerales, potasio, fósforo, hierro, calcio, lípidos, tiene un alto valor calórico debido a la presencia de hidratos de carbono; además es rica en vitamina C y provitamina A, así como de vitamina B.

Combate el cáncer (conjunto de enfermedades que llevan al organismo a producir células malignas).

Combate tumores (alteración de tejido que produce un aumento de volumen).

Anticancerígeno, brotes tiernos y hojas (previene y controla la enfermedad cuando ya se padece en tan solo 48 horas).

Galactogogo, fruto (favorece la secreción láctea, es un buen alimento cuando la mujer está dando de amamantar ya que la producción de leche será mayor).

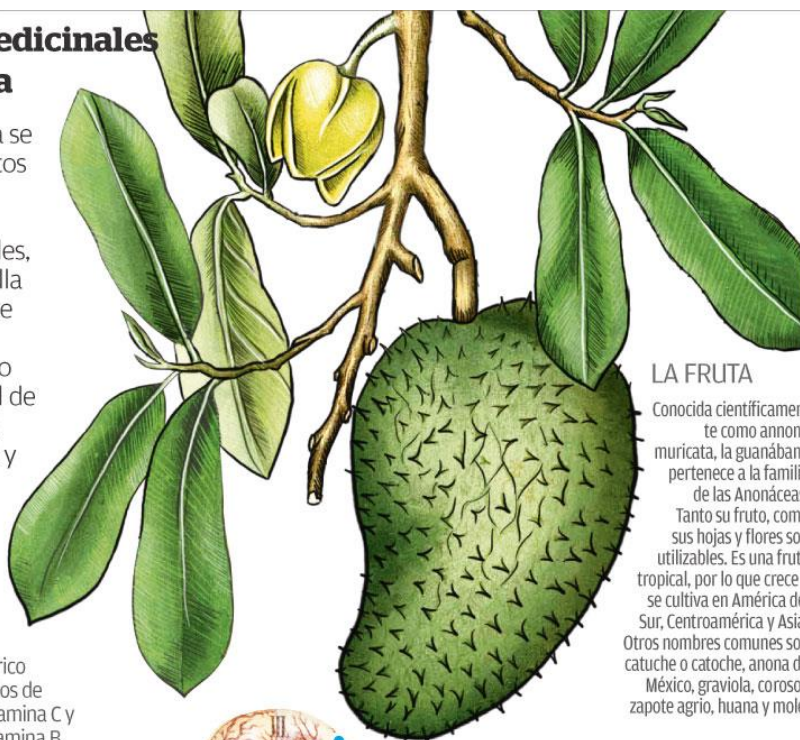
Antiparasitario, corteza y semillas (es un buen desparasitante para los niños tomado como té en ayunas).

Antiulceroso, corteza (facilita y ayuda a cicatrizar las heridas, es buenísimo para la gastritis).

Antidiarreico, (ayuda cuando las personas presentan diarrea con o sin infección).

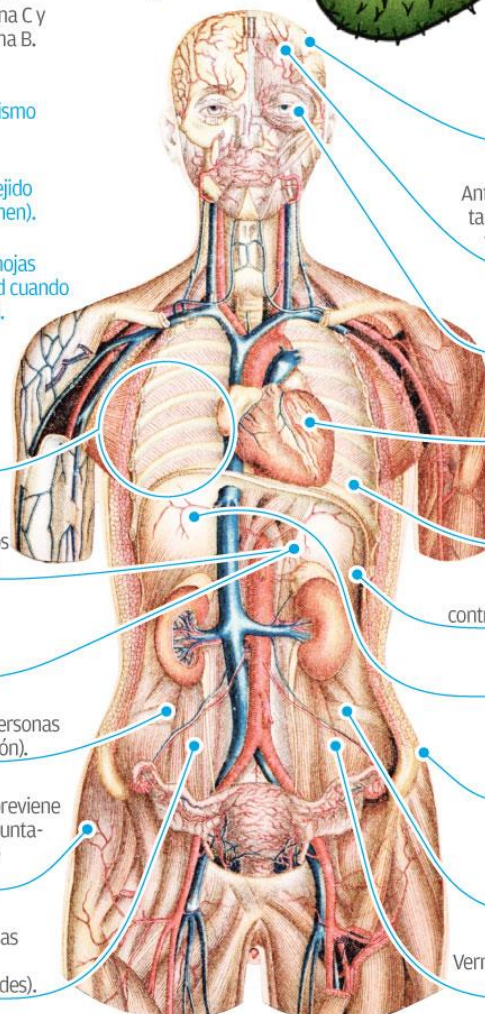
Antiespasmódico, hojas (ayuda y previene las contracciones de músculo involuntariamente provocando que estos se endurezcan y se abulten).

Antibacteriano, corteza (destruye las bacterias y les impide que sigan proliferando causando enfermedades).



LA FRUTA

Conocida científicamente como *annona muricata*, la guanábana pertenece a la familia de las Anonáceas. Tanto su fruto, como sus hojas y flores son utilizables. Es una fruta tropical, por lo que crece y se cultiva en América del Sur, Centroamérica y Asia. Otros nombres comunes son catoche o catoche, anona de México, graviola, corosol, zapote agrio, huana y mole.



Vasodilatador, hojas (previene y corrige la mala circulación así como también los derrames).

Antimalárico, hojas (ayuda a contrarrestar la enfermedad de la malaria, la cual viene acompañada de fiebre, dolores musculares y de cabeza).

Sedativo, hojas (ayuda a calmar los nervios así como al buen dormir).

Combate la hipertensión (cuando la presión arterial es demasiado alta).

Pectoral, flores y hojas (cura toda clase de enfermedades del pecho como asma, bronquitis entre otras).

Antidiabético, hojas (se utiliza para controlar y curar la diabetes y prevenirla).

Combate desordenes del hígado.

Insecticida: se usan las hojas y raíz. (Ayuda a eliminar a los insectos molestos como mosquitos)

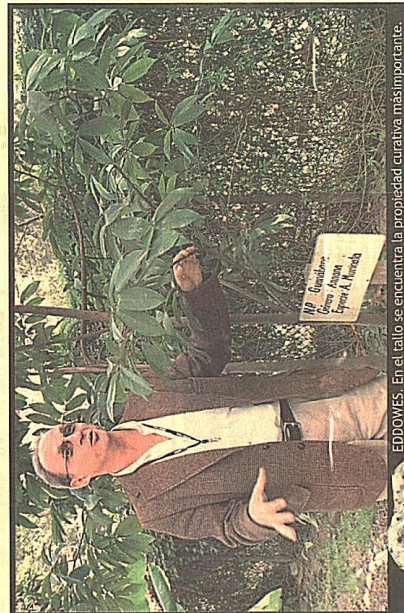
Amebicida, la corteza (combate parásitos como por ejemplo la lombriz intestinal).

Vermífugo, la corteza y hojas (es el poder para matar toda clase de lombrices).

► Instituto oficial norteamericano revela increíbles propiedades curativas

Guanábana cura 12 tipos de cáncer

► Es 10 mil veces más efectivo que tratamiento de la quimioterapia



EDDOWES. En el tallo se encuentra la propiedad curativa más importante.

"Nuestra graviola pulverizada viene de la selva tropical del Perú es de calidad superior"

Propiedad de un laboratorio norteamericano.

LA CURA
6 mil veces más efectivo que la quimioterapia

El tratamiento contra el cáncer cuesta miles de dólares. La atención de la quiebra a muchas familias en algunas oportunidades pesa a todo el mundo. Los médicos no han podido salvar la vida del ser querido. Es hora de buscar una alternativa barata y rápidamente eficaz para enfrentar esta enfermedad. En promoción del uso de la graviola, conocida como "la hierba del milagro nuevo". Los laboratorios que producen pastillas de este producto indican que ahora para tratar a los que sufren de cáncer se necesitan 100 pastillas de 600 miligramos de graviola solo diciendo que quien padezca la enfermedad necesita un solo frasco, pero ordinariamente es que usarse por largo tiempo. No habrá quien dude, y probablemente con razón, de que el tratamiento con este producto para tratar un mal que en muchos casos es mortal. A ellos les decimos que los frascos ya están disponibles y han sido realizados por el Instituto Nacional del Cáncer de los Estados Unidos, la Universidad de Virginia y las Instituciones de prestigio.

Estas investigaciones han demostrado que la graviola mata a las células cancerosas en los cánceres al pulmón, en los próstata, páncreas, entre otros ocho tipos de este enfermedad. La mayor incidencia de muerte es el Perú.

10 mil veces más. Permiso no es todo. Los estudios señalan también que la graviola es 10 mil veces más efectiva que la quimioterapia que se usa en la quimio-

► Entre el tratamiento habitual y la medicina natural, dice experto
"El paciente debe escoger"

La necesidad de que el sistema de atención médica (Médico) debería dar la atención en el Perú ofreciendo el tratamiento médico habitual y a través de la graviola o de otras plantas medicinales. En estos sentidos, señaló que la gravedad de la enfermedad que el paciente no tiene posibilidad de curación, indica que se requiere de un tratamiento alternativo. En ese sentido, señaló que la gravedad de la enfermedad que el paciente no tiene posibilidad de curación, indica que se requiere de un tratamiento alternativo. En ese sentido, señaló que la gravedad de la enfermedad que el paciente no tiene posibilidad de curación, indica que se requiere de un tratamiento alternativo.

► El precio de frasco con 100 pastillas no supera los US \$ 17

Arbol tropical

► En 48 horas puede detener crecimiento de un tumor

Se exporta en frasco con 100 pastillas. El precio de frasco con 100 pastillas no supera los US \$ 17.

El fruto de la guanábana para ser usado en la quimioterapia se encuentra en las hojas, en la corteza, en la raíz, en la semilla y en la pulpa. Cada fruto puede producir hasta 100 pastillas.

Este especie se desarrolla en la selva tropical del Perú. El fruto de la guanábana para ser usado en la quimioterapia se encuentra en las hojas, en la corteza, en la raíz, en la semilla y en la pulpa. Cada fruto puede producir hasta 100 pastillas.

Los frutos en que se encuentran las propiedades curativas de la graviola son: la corteza, la raíz, la semilla y la pulpa.

El precio de frasco con 100 pastillas no supera los US \$ 17. Este especie se desarrolla en la selva tropical del Perú. El fruto de la guanábana para ser usado en la quimioterapia se encuentra en las hojas, en la corteza, en la raíz, en la semilla y en la pulpa. Cada fruto puede producir hasta 100 pastillas.

► Ataca muchos males

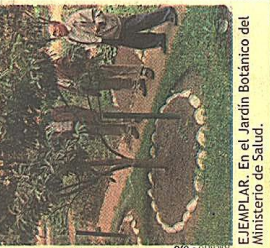
Planta milagrosa

La guanábana o graviola es una de las plantas más importantes de la selva tropical del Perú. El fruto de la guanábana para ser usado en la quimioterapia se encuentra en las hojas, en la corteza, en la raíz, en la semilla y en la pulpa. Cada fruto puede producir hasta 100 pastillas.

Este especie se desarrolla en la selva tropical del Perú. El fruto de la guanábana para ser usado en la quimioterapia se encuentra en las hojas, en la corteza, en la raíz, en la semilla y en la pulpa. Cada fruto puede producir hasta 100 pastillas.

Los frutos en que se encuentran las propiedades curativas de la graviola son: la corteza, la raíz, la semilla y la pulpa.

El precio de frasco con 100 pastillas no supera los US \$ 17. Este especie se desarrolla en la selva tropical del Perú. El fruto de la guanábana para ser usado en la quimioterapia se encuentra en las hojas, en la corteza, en la raíz, en la semilla y en la pulpa. Cada fruto puede producir hasta 100 pastillas.



EJEMPLAR. En el Jardín Botánico del Ministerio de Salud.