

INTRODUCCION

Antecedentes

El Ecuador está situado en la zona ecuatorial, por lo que tenemos la influencia de la corriente fría de Humboldt en verano y la cálida de El niño en invierno, nuestro clima es variado, existiendo la región Costa que es calurosa y húmeda, con una temperatura cuyo promedio anual es de 26 grados centígrados; la región Sierra que varía según la altitud y las horas de día por lo general se encuentran entre 21 grados, 7 grados centígrados, y, la región del Oriente o Amazónica que es más cálida y húmeda con una temperatura que alcanza fácilmente los 37,8 grados centígrados.

La región Sierra es muy rica en producción agrícola y ganadera, y en todas sus provincias se encuentran sectores dedicados a estas actividades. La provincia de Imbabura es reconocida tanto por sus especiales paisajes, sus artesanías y por la diversidad de producción que permiten cultivos de cereales como: cebada, trigo, maíz; y en tierras más cálidas que se dedican al cultivo de café caña y frutas de clima tropical y subtropical.

La Parroquia la Carolina, ubicada al Noroccidente del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura con una población de 2875 habitantes, tiene una base económica fundamentada en las actividades agrícolas y ganaderas, y es precisamente en esta zona donde existe una producción frutícola de excelente calidad, que actualmente se comercializan en fruto fresco, sin que exista uso agroindustrial.

Una de las frutas con mayor producción en la zona es el cultivo de la guayaba la cual es calificada como una fruta que se caracteriza por

presentar un alto contenido de vitaminas, minerales, fibra y su producción se desarrolla de manera convencional lo cual permite calificarlo como un producto limpio y armónico con los conceptos de desarrollo sostenible, puesto que no se utilizan agroquímicos, lo cual lo hace muy atractivo para su consumo como fruta fresca o procesada. A pesar que los actuales cultivos no fueron plantaciones programadas, los volúmenes de producción en la zona es suficientemente alto y en la actualidad se comercializan apenas el 10% del producto; y la diferencia el 90% se desperdicia, por ser altamente perecibles, además se debe considerar que este fruto tiene una excelente relación de sólidos solubles con la acidez titulable, alto porcentaje de vitamina C, de pectina soluble, que se presentan en la madurez de la fruta, condiciones que hacen de la fruta una de las más apetecidas.

Se considera de vital importancia la agro-industrialización de la guayaba para mejorar el desarrollo agrícola y su comercialización, bajo una estructura administrativa financiera que genera un documento de acción en el proceso técnico que se requiere para la instalación de una empresa agroindustrial procesadora de la guayaba, con ello se dará solución a que el fruto no se desperdicie, permitiendo las actividades de recolección, acopio, procesamiento, promoción y comercialización de los derivados de la guayaba que se obtengan en el proceso productivo como son la pulpa y bocado de la guayaba, evitando la migración en la zona por falta de empleo.

Se puede concluir que el problema principal en la parroquia la Carolina es que existe una alta producción de guayaba, que no es comercializada en su totalidad por ser un fruto altamente perecible, lo que implica que los agricultores no se dediquen al cultivo, tratamiento y comercialización del mismo.

Justificación

El proyecto de investigación propuesto es factible por la gran importancia que tiene el sector agrícola en la vida económica y social de la provincia, ha sido calificado como el sector que contribuye el 64% del producto interno bruto y el de mayor generación de empleo, lo que permite confirmar que la vocación principal de la provincia es la producción de frutas, en la que la producción de guayaba, no ha sido explotada en toda su intensidad, a pesar de ser una fruta con innumerables condiciones alimentarias y nutritivas. Esta fruta, además de procesarla como bocadillo, se pueden producir jaleas, mermeladas, bebidas y concentrados para múltiples usos, en función de ello, es que su procesamiento agroindustrial se torna rentable y se presenta como una alternativa para la consecución de ingresos a las familias campesinas rurales.

Se considera de vital importancia apoyar estas iniciativas de desarrollo micro-empresarial, porque este proyecto de factibilidad Agroindustrial de producción y comercialización de dulces derivados de la guayaba pretende contribuir a generar un desarrollo económico sustentable de la zona de influencia, lo que permitiría mejorar la inversión, empleo e ingresos para la comunidad.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa agroindustrial de producción y comercialización de dulces derivados de la guayaba, en la parroquia la Carolina, cantón Ibarra.

Objetivos Específicos

- a) Establecer el marco teórico que sustente el proyecto con bases teóricas y científicas el mismo que nos ayudará a determinar el estudio.
- b) Realizar el estudio de mercado, con el fin de analizar la oferta, demanda, precios y competencia; y, sobre la base de esta información elaborar las proyecciones respectivas.
- c) Efectuar un estudio técnico, que nos permita determinar el tamaño, localización y valorar las inversiones fijas, variables y diferidas del proyecto. Así como también diseñar la propuesta de la estructura y funcionamiento de la empresa agroindustrial en la Parroquia la Carolina.
- d) Analizar la factibilidad económica – financiera, a través del estudio económico – financiero, que justifique la ejecución del proyecto.
- e) Analizar los posibles impactos que generará la implantación del proyecto en los ámbitos: social, turístico, económico y cultural que se derivarán del mismo.

Metodología

El presente estudio se realizó mediante los métodos científico, inductivo, deductivo, analítico, sintético, por medio de los cuales se determinó los procesos, estrategias y avances para aceptar o rechazar la hipótesis planteada en la investigación de la producción y procesamiento de la guayaba así como también al momento de distinguir y determinar los elementos de costos como son materia prima, mano de obra y los gastos generales de fabricación, con la aplicación de un sistema acorde a su realidad.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes Diagnósticos

La creación de una empresa agroindustrial de producción y comercialización de pulpa y bocadillo de la guayaba en la Parroquia la Carolina, ubicada al Noroccidente del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, se plantea por la gran cantidad de cultivos de guayaba que existe en la zona, donde la producción frutal es de excelente calidad, siendo comercializado en fruto fresco.

Se iniciaría con las microempresas constituidas en la zona, y orientadas al acopio y comercialización de la guayaba en fruta fresca y ellas entreguen a la planta agroindustrial procesadora de pulpa y bocadillo, con lo cual se estaría logrando de que reciban un ingreso económico por su producto y a su vez sean quienes abastezcan a la empresa agro-industrial de la cual serán también accionistas cada una de las microempresas formadas en esta zona.

Estas microempresas de acopio y comercialización manejen eficientemente sus procesos en base del conocimiento y manejo de un manual administrativo-contable financiero, al cual está orientado el proyecto a fin de que puedan manejar eficientemente tanto las microempresas de acopio y comercialización como la empresa agroindustrial de procesamiento.

Actualmente, el bocadillo de guayaba tienen una alta demanda a nivel internacional, por lo cual, se proyecta industrializar y comercializar los derivados de esta fruta. Con la finalidad de impulsar la capacidad

empresarial (intervención micro-empresarial), fortalecimiento del capital humano (creando empleo) y mejorar la calidad de vida de la población, generando ingresos en la zona tanto para el productor agrícola y todos los que se involucren en la elaboración, empaque y comercialización de los derivados de la guayaba, en la parroquia la Carolina, Cantón de Ibarra, Provincia de Imbabura.

1.2 Objetivos Diagnósticos

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional en la parroquia la Carolina, para la implementación de una empresa agroindustrial de producción y comercialización de dulces derivados de la Guayaba, para su aprovechamiento y generación de fuentes de trabajo.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a) Establecer los antecedentes históricos.
- b) Determinar la ubicación geográfica del área de investigación.
- c) Analizar datos socio – demográficos de la Parroquia la Carolina.
- d) Determinar los aspectos socio económico del área de influencia del proyecto a implantarse.

1.3 Variables e Indicadores Diagnósticos

1.3.1 Variables

- a) Antecedentes Históricos
- b) Caracterización demográfica
- c) Aspectos geográficos
- d) Situación socio – económicos

1.3.2 Indicadores

- a) Datos históricos
- b) Datos poblacionales
- c) Información geográfica
- d) Actividades económicas

1.3.3 Matriz de relación Diagnóstica

Cuadro 1.1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADOR	INSTRUMENTO
Establecer los antecedentes históricos en la Parroquia de la Carolina	Antecedentes Históricos	Datos Históricos	Investigación Bibliográfica - Documental
Determinación la ubicación geográfica de la área de investigación	Aspectos geográficos	Información geográfica	Fuentes secundarias Internet
Analiza los datos socio demográficos	Características demográficas	Datos poblacionales	Referencias estadísticas
Determinan los aspectos socio económicos del área de influencia del proyecto a implantarse	Situación socio – económica	Actividades económicas	Fuentes secundarias

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

1.3.4 Información Secundaria

1.3.4.1 Antecedentes Históricos de la Parroquia la Carolina.

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

Estos, huyeron a la montaña espesa con el fin de alcanzar una mejor vida aunque esto significó sufrimientos en la nueva selva. Quienes pensaban así cumplieron sus deseos de hacerlo y lograr una vida libre para ellos y sus descendientes.

Salieron de la hacienda de Cuajara hace 150 años, en busca de una tierra nueva, que les hiciera olvidar el rigor del látigo inmisericorde que les obliga a dar todo a cambio de migajas.

Eran un puñado de familias valientes y orgullosas de su negritud en busca de recobrar su dignidad mancillada y marcada, no solo en su cuerpo sino en su conciencia, con estigmas de dolor y maltrato.

El mentalizador y dirigente del grupo fue Camilo Arce, que con su esposa doña Paula Borja y su hermano Justo Arce, invitaron a esta empresa a las parejas Minda – Chalá, Arce – Minda, Arce – Arce, y los señores Prudencio de la Cruz y Antonio Pavón, entre los principales.

Camilo Arce, lleno de sentimientos nobles y reivindicadores, no podían admitir que siendo libres debían seguir viviendo en Cuajara, tierra que regaron con sangre y lágrimas para producir beneficio para sus opresores, por ello pidió a sus compañeros que empacaran sus escasas

pertenencias y se adentraron a las selvas nor – occidentales, en busca de nuevos derroteros de trabajo y producción.

Ellos querían vivir en un sitio “más libre” y la única posibilidad que se les presentaba era adentrarse a las montañas bravas por la cuenca del Mira, en donde los hacendados no cultivaban la tierra.

Los ex – esclavos llegaron a Guallupe, por el camino de El Pailón, que une a San Lorenzo con Ibarra, el camino por donde entraron los esclavos que vinieron del África. Camino regado con sangre, por el mismo camino que transitó Humboldt.

Llegaron a las planicies regadas por el río San Pedro y allí se establecieron. Con su fuerza y voluntad, en breve, convirtieron este lugar en un emporio de producción arroceras que llegó a ser reconocido por el gobierno, quien premió este aporte al país, con una presea que destacó a Camilo Arce como el mejor agricultor arrocero del Ecuador.

Desgraciadamente, San Pedro era un terreno pantanoso donde abundaba el zancudo y la malaria que diezmó a la población, por lo que decidieron buscar otro sitio más saludable. Se volvieron hasta el río que arrastra oro y a la sombra del Tolondro, monte encantado, se tomaron la loma rocosa como nuevo hogar, donde alternaron la agricultura con la extracción del precioso mineral. Los peones negros de la hacienda Cuajara, una vez que quedaron libres, se asentaron en las tierras aledañas del río Guallupe; allí se fundó la parroquia, que en un inicio se denominó con el mismo nombre “Guallupe”, siendo las familias Arce y Minda las fundadoras.

La parroquia fue creada hace 143 años. Está ubicada en el nor-occidente de la provincia de Imbabura, colindando con el Carchi. Tiene como límites naturales los territorios comprendidos entre los ríos Lita y Amarillo, el río Mira límite provincial con el Carchi y las montañas de Malbucho, Jibia y Cerro Chispo.

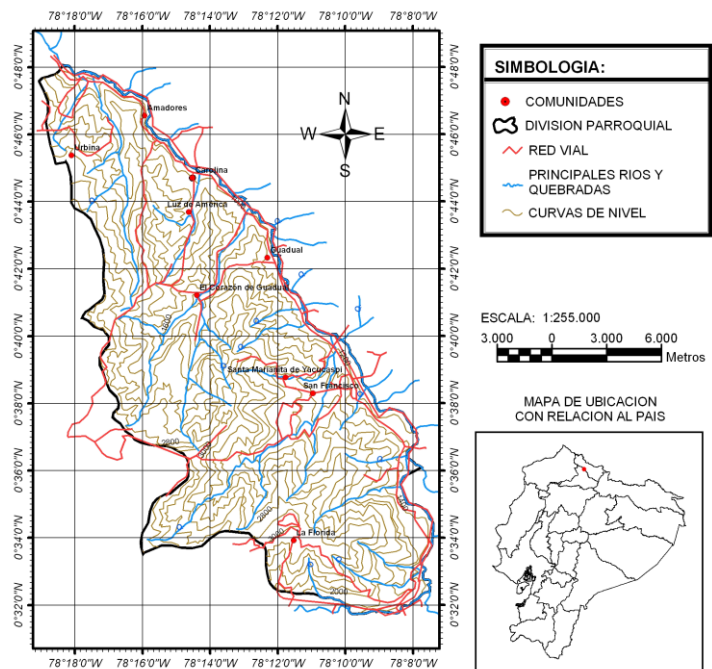
Por su pronto crecimiento y su buena organización, el 20 de Septiembre de 1861 fue reconocida y elevada a parroquia del cantón Ibarra con el nombre que lleva en la presente de “San Pedro de La Carolina”.

El asentamiento poblacional de la parroquia es en la actualidad la cabecera parroquial cuyo nombre se mantiene como “Guallupe” .

La Carolina alcanzó su mayor apogeo y florecimiento pleno entre 1860 y 1930, pues dentro de ese lapso de tiempo las familias con facilidades económicas y con ambiciones de ser artífices en la creación de un nuevo pueblo, probaron suerte y fundaron nuevos asentamientos como: Cachaco, Palo Amarillo, Getsemaní, Parambas, Santa Cecilia, Chinambí (hoy Rocafuerte), Buena Vista (hoy Collapí), Peña Negra, San José de Urbina, Pueblo de Osos (hoy Luz de América), Pacua, El Limonal, San Jerónimo, La Palma, Miravalle, Caliche, Río Blanco, San Juan de Lachas.

Gráfico 1.1 MAPA DE LA PARROQUIA

MAPA BASE DE LA PARROQUIA



Fuente: Atlas del Ecuador
Elaboración: La autora

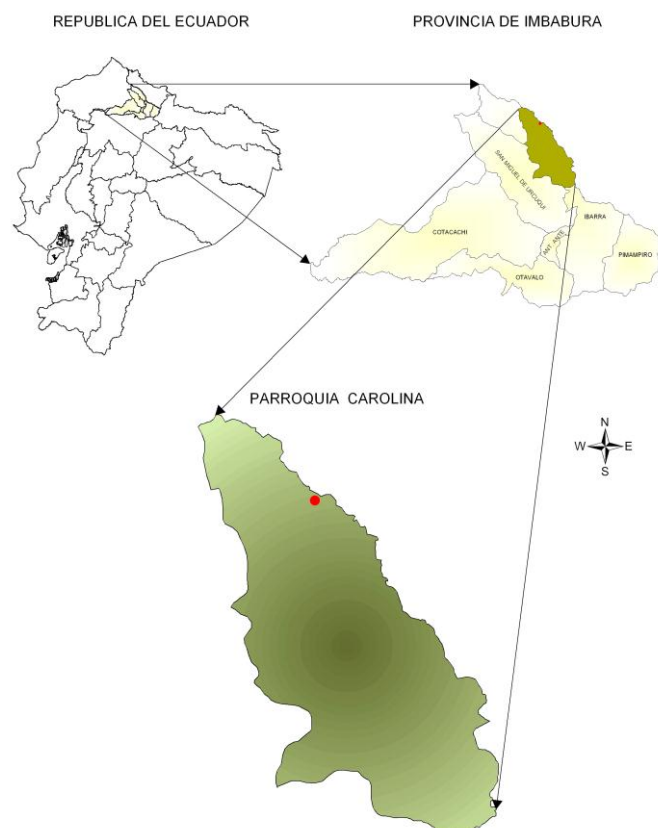
En los actuales momentos están empeñados en la defensa del medio ambiente y el arreglo y mejoramiento urbanístico para mejorar el aspecto del pueblo.

1.3.4.2 Ubicación Geográfica

La Carolina parroquia rural con 2875 habitantes, con un índice de pobreza de consumo del 93,95%, pertenecientes al cantón de Ibarra, de la provincia de Imbabura, ubicada a 2,50 Km de la capital provincial y a 174 km de la capital ecuatoriana.

La cabecera parroquial está ubicada en las siguientes coordenadas geográficas: 0° 44' 30,24" de latitud norte y 78° 14' 39,07" de longitud oeste.

Gráfico 1.2 MAPA DE UBICACIÓN GEOGRÁFICA DE LA PARROQUIA "San Pedro de la Carolina"



Fuente: Mapa del Ecuador
Elaboración: La Autora

a) Límites:

La parroquia de La Carolina limita al norte con la parroquia Jijón y Camayo del Cantón Mira; al sur con las parroquias de Cahuasqui, Pablo Arenas del Cantón Urcuquí y Salinas del Cantón Ibarra; al este con las parroquias de La Concepción y Juan Montalvo del Cantón Mira y al oeste con las parroquias de Salinas y La Merced de Buenos Aires de los cantones Ibarra y Urcuquí, respectivamente.

b) Superficie:

La parroquia de La Carolina tiene una superficie de 308,49 Km² (Trescientos ocho con cuarenta y noventa kilómetros cuadrados)

c) Altura:

De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 920 y 3860 m.s.n.m., y la Cabecera Parroquial se encuentra aproximadamente a 980 m.s.n.m.

d) Características del clima:

La parroquia de La Carolina presenta un clima frío en la parte alta de los Páramos, los mismos que se encuentra desde los 2800 hasta los 3860 m.s.n.m, templado cálido desde los 1800 hasta los 2800 m.s.n.m. y cálido por debajo de los 1800; posee una pluviosidad de 312 a 1800 mm. de acuerdo a su altitud, su temperatura promedio anual de 10°C en la parte alta y alcanza los 22°C en la parte baja. El centro poblado presenta un clima cálido con una temperatura media aproximada de 20°C y una pluviosidad de 1298 mm. Otro factor importante es el número de meses secos, ya que en toda la zona de las comunidades de Santa Marianita de Yacucaspi y San Francisco, existe un máximo de 9 meses secos, así

como también, en la parte media de la parroquia se presentan de 6 a 8 meses secos y en la parte alta y norte de la parroquia existe un mínimo de 4 meses secos; incluso la cabecera parroquial, esto es muy importante para tomar medidas que solucionen los problemas de la producción (agricultura, ganadería, etc.) en épocas de estiaje; las alternativas pueden ser la construcción de reservorios de agua, proteger las fuentes de agua y realizar un manejo adecuado del uso del agua, etc.

1.3.4.3 Aspectos Socio – Demográficos

La parroquia de la Carolina está constituida por comunidades de El Limonal, Rocafuerte, Corazón del Guadual, San Pedro.

a) Seguridad:

En lo que tiene que ver con la seguridad, los niveles de delincuencia son relativamente mínimos y si se presenta algún problema, generalmente, es causado por personas ajenas a la comunidad. En todo caso ante las eventualidades de esta naturaleza son las mismas comunidades quienes ejercen acciones preventivas, con ayuda policial.

Ante la inseguridad ciudadana frente a desastres naturales, las soluciones surgen de los propios habitantes de la comuna, quienes se organizan a través de mingas para resolver los efectos de esos desastres.

En relación con la salud de los habitantes, consideraron que si existe un buen apoyo por parte de la Jefatura Provincial de Salud y en especial del Hospital de Ibarra. Este apoyo, sobre todo, se ve reflejado en la donación de medicinas, vacunas y otros medicamentos.

b) Cultura y recreación

En cuanto se refiere a las actividades culturales y recreativas, las comunidades de la parroquia La Carolina destacan principalmente los festejos tradicionales que están estrechamente vinculados a sus creencias religiosas, por ejemplo: Fiestas de la Virgen del Carmen, San Pedro, aniversario de la parroquia, pase del Niño, entre otros.

Además de estos festejos existen otras celebraciones como el día de la madre, del padre y algunas fechas cívicas.

Como es usual en la mayoría de las comunidades andinas, uno de los aspectos centrales de las festividades es la designación de los priostes, quienes se encargan de la organización e inclusive el financiamiento de los festejos.

Algunas festividades son llamativas y atraen a los turistas, entre otras razones porque se destacan o practican juegos tradicionales como las ollas encantadas, palo encabado, cintas, así también se practica el baile característico de la zona conocido como la bomba. Para estas festividades, en la comunidad de PEÑA Negra preparan un licor llamado "mexicano".

c) Educación:

Al constituir parte esencial en la formación de los individuos, se estima que los niveles de educación de la población en general se distribuyen de la siguiente manera: el 55% de adultos han terminado el nivel primario, 30% están cruzando la secundaria y existe un 15% de analfabetismo.

En toda la comunidad existen 18 escuelas, de las cuales 17 son fiscales, 1 es particular, y 1 colegio a distancia que funciona en las instalaciones de la escuela los días sábados. Se puede contar aproximadamente con

40 profesores, 2 por escuela, y en la secundaria se cuenta con 4 profesores.

La distancia promedio de los centros educativos a los hogares es de 4 Km., razón por la cual los niños y niñas se tardan en llegar a los centros entre 2 a 1 hora y media

No todas las niñas van a la escuela, si existen 3 niñas en el hogar al menos una no asiste, en el mejor de los casos, solo llegan hasta sexto año de básica.

La participación de los padres en la vida escolar es importante. Se podría afirmar que ellos si participan en las actividades realizadas. En cuanto a los profesores un 80% no participa en las actividades comunitarias.

1.3.4.4 Aspecto Económico

Las comunidades de la parroquia La Carolina podrían ser, potencialmente, importantes abastecedores de mercados como los de Ibarra, Tulcán y la misma capital del país. El potencial agrícola de la zona se refleja en el siguiente cuadro, en el que constan sólo algunos de los productos que para sus habitantes son los más importantes:

Cuadro 1.2. PRODUCTOS AGRÍCOLAS QUE SE PRODUCEN EN LA CAROLINA

PRODUCCION AGRICOLA	COMUNIDADES DONDE SE PRODUCEN
Maíz (morocho)	Todas
Fréjol (negro, canario, calima)	Todas
Caña suave	San Pedro, Collapi, Peña Negra, Rocafuerte
Piña	Limal
Plátano	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
Guayaba	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
Papaya	San Pedro, Collapi, Rocafuerte

Yuca	Todas
Limón	Rocafuerte, Limonal
Café (nacional, robusto)	San Pedro, Rocafuerte
Naranjilla	San Pedro, Collapi, Rocafuerte, Urbina
Tomate de árbol	San Pedro, Collapi, Urbina

Fuente: Plan de Desarrollo de la Parroquia la Carolina

Elaboración: La Autora

Cuadro 1.3. PRODUCTOS FORESTALES DE LA CAROLINA

PRODUCCIÓN FORESTAL	COMUNIDADES DONDE SE PRODUCEN
Cedro	Urbina
Pento	San Pedro, Collapi
Castaño	San Pedro, Collapi
Chimbuso	San Pedro, Collapi

Fuente: Plan de Desarrollo de la Parroquia la Carolina

Elaboración: La autora

Cuadro 1.4. TIPOS DE PASTOS

PRODUCCIÓN DE PASTOS	VARIEDAD ANIMAL	SITIOS DE SIEMBRA
Dalis	Ganado bovino	Rocafuerte, Peña Negra
Precaria	Ovino, caballar	San Pedro, Urbina
Gramalote	Ovino, caballar, cuyes	Todas la parroquias
Nicae	Todos	Todas la parroquias

Fuente: Plan de Desarrollo de la Parroquia la Carolina

Elaboración: La Autora

No menos importante es la producción pecuaria, en la que se destacan: ganado de leche, ganado de carne, ganado porcino y animales menores como: gallinas, cuyes y conejos. El ganado de carne es comercializado en el camal de Ibarra; lo que son porcinos y animales menores, usualmente son adquiridos por intermediarios.

También existe algo de producción artesanal, particularmente de tejidos con bejuco de la zona y sobre todo en la elaboración de canastas. En

alguna de las comunidades también se tejen canastas con una liana conocida como **Vena China**.

Para las comunidades de la parroquia sus principales mercados de referencia son:

- Su pequeño mercado de Guallupe que funciona los días miércoles.
- El mercado de Ibarra al cual acceden los días domingos y martes, pero sólo algunos de los productores, y finalmente el de los intermediarios, que con sus propios medios de transporte van a adquirir los productos directamente en las comunidades.
- Al momento no existen acciones que posibiliten dar valor agregado a la producción primaria.

1.3.5 Fuentes de Información

Para efectos de realizar el presente diagnóstico se utilizaron fuentes primarias y fuentes secundarias de datos e información. Las fuentes secundarias están remitidas a libros técnicos relacionados a la producción, comercialización y procesamientos agroindustriales de la guayaba, información general sobre estadísticas nacionales y locales, planes de desarrollo local, bases legales de constitución micro-empresarial, documentos administrativos y de gestión empresarial.

1.3.6 Población y Muestra Investigadas

1.3.6.1 Identificación de la Población

Para el desarrollo del presente diagnóstico, la población o universo a estudiarse la conforman todas aquellas comunidades que se encuentran ubicadas en la zona subtropical de la cuenca baja del Río Mira

y que producen guayaba las cuales están conformadas y organizadas en 11 microempresas integradas por 140 mujeres.

1.3.6.2 Cálculo de la Muestra

Por lo limitado de microempresas debidamente organizadas en la producción a ser investigada, nuestro universo será el total de las 11 microempresas que aglutinan a un total de 140 personas, que a su vez constituyen una población total de beneficiarios directos de 700 habitantes en las zonas de influencia, para la agro industrialización y comercialización de los dulces, derivados de la guayaba.

1.3.7 Tabulación y análisis de Información

1. ¿Tienen ustedes cultivos de guayaba?

Cuadro N° 1.5. COMUNIDADES QUE POSEEN EL CULTIVO

Indicador	Frecuencia	%
SI	8	72,73%
NO	3	27,27%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios. Enero del 2009

Elaboración: La Autora

Análisis: De las 11 microempresas intervenidas, el 27,27 % no disponen de cultivos programados de guayaba a pensar de ello se constituyen las microempresas ya que existe producción de guayaba en ellas y por lo tanto es factible la recolección y comercialización de altos volúmenes de guayaba, en el restante 72,73% si existe producción, a pesar de ser cultivos silvestres que permiten obtener el producto.

2. ¿Cuántas hectáreas aproximadamente tienen?

Cuadro N° 1.6. HECTÁREAS DE CULTIVO

Indicador	Frecuencia	%
Hectáreas	# Hectáreas	
0-2	3	27,27%
2-5	5	45,46%
5-8	3	27,27%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: Podemos decir que el 45,46% de los productores tienen cultivos en el orden de 2-5 hectáreas, mientras el 27,27% cultivos de hasta 1 hectárea y el restante 27,27 % con cultivos mayores a 5 hectáreas, lo que se determina que existe altos niveles de producción de la guayaba, que es altamente positivo y garantiza el abastecimiento de materia prima para la planta procesadora.

3. ¿Cuáles son las condiciones actuales de producción agrícola en la zona?

Cuadro N° 1.7. CONDICIONES ACTUALES DE LA PRODUCCIÓN

Indicador	Frecuencia	%
Ecológica	11	100%
Agroquímicos	0	0%
Total	11 ME	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: En las actuales condiciones la producción de la guayaba es 100 % ecológica, en toda el área de intervención ya que se mantiene los cultivos en forma silvestre y no se les da tratamiento alguno a la plantación lo que permite asegurar que la producción de bocado y pulpa sean con garantías ecológicas, pues ello permitía también que los productos a obtenerse puedan tener aceptación en los mercados.

4. Las micro-empresas están comercializando la fruta en la zona?

Cuadro Nº 1.8. EXISTEN MICROEMPRESAS QUE COMERCIALIZAN FRUTAS

Indicador	Frecuencia	%
SI	9	81,82%
NO	2	18,18%
Total	11 ME	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: Las microempresas investigadas en su mayoría están dedicadas a la comercialización de la guayaba, por ello que el 81,82 % comercializan en la misma zona lo que es altamente favorable para la implementación de esta agroindustria, y aquellos que no comercializan en la zona 18,18 % posteriormente se podrán acoger a los beneficios de compra de la fruta en la planta procesadora.

5. ¿Se vende toda la producción de guayaba?

Cuadro N° 1.9. VENTA DE LA PRODUCCIÓN DE GUAYABA

Indicador	Frecuencia	%
SI	2	18,19%
NO	9	81,81%
Total	11 ME	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: Cabe indicar que del 100 % de la producción local, solamente se vende un equivalente al 18,18 % de la venta de guayaba, mientras que en un 81,81% se desperdicia por ser un producto altamente perecible, de esta manera los productores no le dan mayor énfasis a este cultivo.

6. ¿En cuánto vende ustedes la caja de 35 libras?

Cuadro N° 1.10 PRECIO DE VENTA

Indicador	Frecuencia	%
\$ 4,50	4	36,36%
\$ 5,50	4	36,36%
\$ 7,00	3	27,28%
Total	11ME	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: El valor promedio de venta por lo general se establece en 5.50 dólares que es el 36,36 % de nuestra muestra, fluctuando hacia abajo en las épocas de mayor producción en la que dependiendo de los volúmenes llega a establecerse hasta en 4.50 dólares que es el 36,36 %, lo contrario sucede cuando es baja la producción llegándose a establecer precios máximos hasta en 7.00 la caja, que es restante 27,28 %, es por eso que el proyecto a previsto mantener un promedio de compra de la producción en 7.00 a fin de dar seguridad a los productores directos en la compra del producto para ser agro-industrializado.

7. ¿Cuántas cajas de 35 libras venden los miembros de las microempresas por mes?

Cuadro N° 1.11 VOLUMEN EN CAJAS DE 35 LIBRA

Indicador	Frecuencia	%
10	3	27,27%
20	3	27,27%
40	3	27,27%
90	2	18,19%
Total	11	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: Los volúmenes de comercialización de cada microempresa en la zona, está relacionado al potencial de producción de cada sector en específico, por ello que las dos microempresas que mayor venta realizan abarcan un 18.19%, y en su orden, las restantes microempresas comercializan el 27.27% del total de ventas.

8. ¿Que desearían hacer ustedes con su producción?

Cuadro N° 1.12 TRATAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN

Indicador	Frecuencia	%
Venta Fija	9	81,82%
Procesar	2	18,18%
Total	11 ME	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: Los representantes de las microempresas encuestadas según los datos recogidos, quieren asegurar una venta fija de la producción en un 81,82% ya que el 90% de la producción se pierde por falta de comercialización, y existe un 18,18% que estaría dispuesto a industrializar o procesar la producción a fin de poner valor agregado al producto. Bajo estos preceptos se puede decir que existe la voluntad tanto de proveer de materia prima como de industrializar.

9. ¿Ha preparado usted algún derivado con la guayaba?

Cuadro N° 1.13 PROCESAMIENTO DE LA GUAYABA

Indicador	Frecuencia	%
SI	8	72,73%
NO	3	27,27%
Total	11ME	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: Los dulces que tradicionalmente producen son el bocadillo y la mermelada en forma artesanal de alii que el 72,73% realizan esta práctica, mientras 27,27% no tienen experiencia en la elaboración de productos derivado de la guayaba, y se pretende aprovechar la producción en base a la experiencia artesanal para un mayor impulso industrial, pues prácticamente a la guayaba no se le da un valor agregado.

10. ¿Si ha producido bocadillo cual es el precio unitario?

Cuadro Nº 1.14. PRODUCCIÓN DE BOCADILLO

Indicador	Frecuencia	%
\$ 0,25	7	63,64%
\$ 0,50	4	36,36%
Total	11 ME	100%

Fuente: Encuesta aplicada a microempresarios Enero del 2009
Elaboración: La Autora

Análisis: En el mercado local es muy tradicional el bocadillo que se expende especialmente en el parque la merced, cuyo tamaño promedio es de 5*3 centímetros, y esta presentación el costo es de 0,25 centavos que lo han vendido el 63,64% existiendo otras presentaciones especialmente una muy tradicional en caja de madera que llega a tener un costo de 0,50 centavos, correspondientes al 36,36%, por lo que conforme al análisis el producto a ser elaborado deberá enmarcarse en rango promedio de costo de 0,30 centavos conforme el mercado existente.

1.3.8 Resultados de Entrevistas realizadas

1.- ¿La micro-empresa está apoyando al desarrollo productivo y económico de la zona?.

En las entrevistas realizadas se pudo determinar de que las micro-empresas conformadas en la zona de intervención, han creado una expectativa para el desarrollo económico productivo, por el énfasis de poder comercializar la fruta a la empresa en forma directa y con precios justos, lo cual obviamente mejoraría el ingreso económico familiar del sector rural además de que se piensa ampliar los cultivos existentes.

2.- ¿Cual es la tendencia del trabajo de las micro-empresas?

Las microempresas se han generado con la tendencia de acopiar y comercializar la fruta en toda la zona y no solo a los socios de estas, sino también a otros productores, esta actividad ha permitido fortalecer las organizaciones comunitarias, pues en el entorno de la parroquia La Carolina, se han generado en cada comunidad una micro-empresa para que se encargue de la recolección y venta de la fruta.

3.- ¿Cuál es el destino de producción de Guayaba?

En la actualidad según los entrevistados no existe un registro de el destino de la producción, lo que se ha podido recolectar como información es de que muchos agricultores recogen la fruta, lo ubican en cajas de madera y lo venden en la carretera a intermediarios o negociantes que transitan por este sector, y algunos llevan la fruta para la venta en los mercados de Ibarra y otras ciudades de la provincia, se ha determinado igualmente de que en la actualidad no se comercializa en grandes volúmenes, destinándolo la mayor parte de esta producción para elaborar

algunos productos tradicionales como mermeladas, bebidas, espumilla, y dulces, otra parte se destina para la alimentación especialmente de cerdos.

4.- ¿Consideran ustedes necesario generar una agro-industria para el Procesamiento de la guayaba?

En esta pregunta los representantes de las micro-empresas en su mayoría consideran que la instalación de una planta procesadora es altamente positiva para el desarrollo de la zona pues podrían vender la fruta como materia prima y aun justo precio con lo cual se generaría una dinámica en la producción y comercialización de la guayaba.

5.- ¿Como está constituido el núcleo de producción familiar en la zona que está establecida la micro-empresa?

En una familia tipo, son los hombres los que se encargan de las actividades principales especialmente en el desarrollo del cultivo, limpieza de malezas, podas y abonar la plantación, las mujeres son las que realizan la cosecha, lavado, embalaje y venta, por ello que en su mayoría las microempresas de comercialización y acopio están constituidas por mujeres las que han fortalecido las mismas pues consideran que es una oportunidad para obtener mejores ingresos económicos.

1.3.9 Opinión de Expertos

Para el efecto se consulto a un ingeniero agroindustrial, a un ingeniero mecánico y un técnico de comercialización y marketing.

1.- Apreciaciones generales de la producción de guayaba y de sus procesos de agro-industrialización.

Los expertos consultados y en base de la experiencia que tienen sobre agroindustrias en el Ecuador, coinciden en expresar de que esta es una alternativa para la utilización de una materia prima que la provincia no la ha explotado teniendo amplias posibilidades de procesamiento pues indicaron que incluso por las bondades nutricionales de la fruta se puede hacer bebidas orientadas a los segmentos poblacionales de hasta 15 años, pudiendo considerarse como un buen elemento constitutivo de desayuno escolar, así mismo indican que la fruta se puede procesar para varios productos, y en diversidad de presentaciones, y por ello han planteado de que este proyecto tiene una alta factibilidad de producción, rentabilidad y comercialización a nivel nacional e internacional.

2.- Ventajas Comparativas

En este tema se han analizado algunas de las ventajas comparativas del procesamiento agroindustrial de la guayaba entre estas se han planteado las siguientes:

- En la provincia y en especial en la Cuenca baja del río Mira la producción de guayaba tiene altos volúmenes de producción que son factibles de ser procesados.
- La producción actualmente es tradicional y no se le ha manejado como cultivos intensivos, se puede hablar de un manejo natural del cultivo, por lo que con asesoramiento técnico bien se podría incrementar a más del doble de lo que actualmente se tiene por lo tanto es una ventaja que se puede aprovechar para incrementar volúmenes para procesar.
- Esta fruta en la actualidad se la puede catalogar como un producto sano pues su manejo no ha requerido del uso de ningún tipo de agroquímicos y es necesario mantener este sistema a fin de poder obtener productos procesados con calificación de sello verde ya que estos son altamente cotizados especialmente en los mercados

internacionales, lo que obviamente es de alto impacto para obtener buenos precios en estos productos por su certificación.

- En el orden socio económico la implementación de esta agroindustria permitirá dinamizar la economía local y obtener ingresos significativos que permitan mejorar los índices de pobreza que subyacen en la zona.
- En el orden económico administrativo el fortalecimiento de las organizaciones comunitarias a través de la constitución de micro empresas y con la debida capacitación se puede manejar todo el proceso bajo criterios empresariales que impulsen el desarrollo zonal.

1.4 DIAGNÓSTICO EXTERNO

1.4.1 Aliados

1.4.1.1 Existen las 11 microempresas asociadas para la recolección y acopio de la fruta (materia prima).

1.4.1.2 Los canales de distribución como son los supermercados, tiendas abastos, restaurantes.

1.4.1.3 Medios de comunicación (Estrategias de marketing).

1.4.1.4 Negociación con los proveedores (créditos).

1.4.1.5 Servicio al Cliente (diversidad de presentación).

1.4.2 Oponentes

1.4.2.1 Existencia de la producción artesanal

1.7.2.2 Existencia de varios locales en la ciudad de Ibarra que vende el mismo producto.

1.7.2.3 La diversidad de diferentes dulces existentes en los mercados.

1.7.3 Oportunidades

1.7.3.1 El producto es 100% natural, se caracteriza por tener un alto contenido de vitaminas, minerales y fibra, puesto que no se utiliza agroquímicos.

1.7.3.2 Infraestructura adecuada para la elaboración del producto.

1.7.3.3 Contar con recursos propios para la instalación del negocio.

1.7.3.4 Utilización de la tecnología para la producción.

1.7.4 Riesgos

1.7.4.1 La inflación y la inestabilidad política.

1.7.4.2 El servicio al cliente

1.5 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNOSTICO

Hemos efectuado un diagnostico situacional en la parroquia La Carolina, con el propósito de conocer el problema o necesidad a disipar mediante la implementación de un proyecto en que está orientado directamente a la creación de una empresa agroindustrial de dulces y derivados de la guayaba.

Después del estudio realizado a la zona de influencia del proyecto, hemos determinado que en la parroquia La Carolina existen las condiciones necesarias para la formulación de un proyecto denominado: **“CREACIÓN DE UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DE DULCES DERIVADOS DE LA GUAYABA EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTÓN IBARRA”**.

CAPÍTULO II

2 BASES TEORICAS Y CIENTIFÍCAS

2.1 LA FRUTA DE GUAYABA

Las frutas constituyen uno de los alimentos más sanos e indispensables para la salud especialmente por su aporte de fibras, vitaminas, minerales y sustancias de acción antioxidante (vitamina C, vitamina E, beta-caroteno, licopeno, luteína, flavonoides, antocianinas, etc), y ciertas funciones de suma importancia, entre ellas la de alcalinizar la sangre para contrarrestar la acidez excesiva que producen alimentos como los huevos, los cereales y las carnes.

Sociedad de Dietética y Ciencias de la alimentación (SDCA) manifiesta que: “la fruta además de ser el postre por excelencia y de aportar colorido y belleza a nuestra mesa, el consumo regular de fruta representa en nuestra alimentación un pilar del equilibrio dietético y la seguridad de un aporte correcto de determinadas vitaminas. “

Figura Nº 2.1

LA GUAYABA



Fuente: Investigación Directa

La guayaba es una fruta tropical que pertenece a la familia de la Mirtáceas, del genero Psidium que crecen en regiones tropicales de América, Asia y Oceanía, las hay dulces, semiácidas y acidas

generalmente son redondas o en forma de pera entre 3 a 10 cm. de diámetro (hasta 12cm. en cultivos selectos), tienen una corteza delgada y delicada, color verde pálido a amarillo. Su componente mayoritario es el agua en un 80%, fibra en un 3% y 4%, proteína en 0,2%; además contienen calorías, calcio, fósforo, hierro, grasa, azúcares, vitaminas A y C, tiamina, riboflavina, niacina.

Es la fruta más rica en vitamina C (interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las infecciones), aún más que limón, naranja o toronja. Aporta en menor medida otras vitaminas del grupo B como tiamina (B1), indispensable en el aprovechamiento de carbohidratos y proteínas, y el buen funcionamiento del sistema nervioso; riboflavina (B2), compuesto esencial para que Los tejidos utilicen en forma adecuada el oxígeno como combustible, y niacina (B3), necesaria para que Los tejidos quemen de manera eficaz Los carbohidratos y proteínas que producen energía.

2.2 PROCESO DE ELABORACIÓN DEL DULCE DE GUAYABA

2.2.1. Proceso de Elaboración

2.2.1.1. Pulpa de fruta

Es un producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias, cuyo proceso es:

- a) Recepción:** Para evaluar la calidad de la fruta se inspecciona en forma visual, y se pesa.

- b) Selección:** Se retira impurezas que contenga el fruto.

- c) **Lavado:** La fruta se lava con agua, para eliminar las impurezas que alteren la calidad del producto.
- d) **Pre-tratamiento:** Para mejorar el rendimiento del jugo se ablanda la fruta con una pre-cocción en agua hirviente por cinco minutos.
- e) **Pulpatado:** Para separar la pulpa de las frutas de la cáscara y semillas, se utiliza un pulpador como un tamiz fino.
- f) **Envasado:** La pulpa de fruta se puede envasar en fundas de aluminio, de polipropileno o en tachos plásticos.
- g) **Tratamiento de conservación:** Para extender el tiempo de vida útil del producto se utiliza un método de conservación:
- h) **Congelación:** La pulpa se congela rápidamente, si la temperatura de mantenimiento es de 18 C, el tiempo de conservación es de máximo un año. Su uso es doméstico o industrial.
- i) **Conservación Química:** En la pulpa se agregan conservantes, en una proporción no mayor a 0,1% dependiendo el tiempo de conservación esperado. Con esta conserva la pulpa dura máximo 5 meses, su uso es generalmente industrial, (mermeladas y helados).
- j) **Embalaje:** Cuando el producto se comercializa por unidades se embala en cajas que contienen un número determinado de unidades.

2.2.1.2 Bocadillo de fruta

El bocadillo de fruta es una mezcla de pulpa de fruta y azúcar que se ha concentrado hasta un punto tal que al enfriarse la masa se vuelve sólida. Su proceso es:

- a) Pulpa de la fruta:** Es un producto pastoso.
- b) Formulación:** Pesar la pulpa obtenida y por aparte pesar el azúcar.
- c) Cocción:** Cocinar la pulpa en una marmita o bien en una olla de tamaño apropiado. Cuando la temperatura sube a 50 grados centígrados, agregar el azúcar y dejar hervir durante 20 a 25 minutos. Agitar constantemente para evitar que la mezcla se pegue.
- d) Punteo:** Se continúa con el proceso de cocción hasta alcázar entre 72 y 75 Brix, medidos con el refractómetro. Si no se dispone de este aparato se puede hacer pruebas empíricas, por ejemplo, se coloca una porción de líquido sobre una superficie fría, cuando solidifica y se despegas de la superficie porque ya tiene el punto.
- e) Molde:** El líquido caliente se vierte en bandejas de metal, que han sido previamente engrasadas para que el bocadillo no se adhiera, hasta formar una capa de unos 4cm. de espesor. Se cubren con papel encerado y se dejan enfriar al ambiente por 12 horas.
- f) Empaque:** Una vez que el bocadillo está bien duro, se vuelca el molde para despegar el producto y se corta en bloques rectangulares (por ej. 5*15 cm), se envuelven en plástico celofán y luego en empaques de cartón para su comercialización.
- g) Etiquetado:** La etiqueta se pega a mano o mecánicamente. La etiqueta deberá contener los requisitos legales (nombre del producto, fecha de vencimiento, composición, etc.).
- h) Almacenamiento:** El bocadillo se debe guardar en un lugar fresco, seco y limpio hasta el momento de su distribución. A una temperatura ambiental es superior a 30 grados centígrados.

2.3 LA MICROEMPRESA

La Cámara Nacional de Microempresas define a la Microempresa como: “Unidad económica operada por personas naturales, jurídicas o de hecho; formales o informales, que tienen las siguientes características:

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

PAGAN José; BROWN Cynthian; CARMONA Jesús; CURSI Roberto; DORSEY Edgar, coinciden en: “ La definición de lo que es una pequeña/mediana empresa varía sustancialmente entre cada país, aunque generalmente esta definición esta basada en el numero de empleados en la empresa. Una microempresa emplea al menos de seis trabajadores (y a veces hasta 15 trabajadores, de acuerdo con la definición de la secretaría de Comercio y Fomento Intrual) “

Partiendo de este concepto podemos definir a la microempresa como una organización económica donde se combinan los factores productivos para generar los bienes y servicios que una sociedad necesita para poder satisfacer sus necesidades.

2.4 LA EMPRESA

CHIAVENATO, Idalberto. Dice: “ Las empresas constituyen una de las más complejas y admirables instituciones sociales que la creatividad y el ingenio humano hayan construido. Además, las empresas actúan en diferentes ambientes, experimentan las más variadas presiones y contingencias, que se modifican en el tiempo y en el espacio, reaccionan dentro de estrategias y comportamientos diferentes y alcanzan resultados diversos en extremo“.

Luego de analizar el concepto anterior podemos decir que empresa es: Una organización social que realiza un conjunto de actividades y utiliza una gran variedad de recursos (financieros, materiales, tecnológicos y humanos) para lograr determinados objetivos, como la satisfacción de una necesidad, con la finalidad de lucrar.

2.4.1 IMPORTANCIA DE EMPRESA

Zapata, Pedro 1996, dice: “ En cualquier sistema económico la empresa será el motor que mueva la economía de un país; su importancia radica en la capacidad generadora de riqueza. Que al ser distribuida equitativamente, propicia la paz social y por ende tranquilidad y desarrollo”.

Se puede definir la importancia de la empresa como la relación que existe entre el producto obtenido y la combinación de factores que se utilizan en su obtención, generando riqueza creando desarrollo económico en sus empleados, y por ende de un país.

2.4.2 CLASIFICACIÓN Y CARACTERISTICAS

1. Por naturaleza:

Industriales: Son aquellas que se dedican a la transformación de materiales primas en nuevos productos.

Comerciales: Son aquellas que se dedican a la compra – venta de productos, convirtiéndose en intermediarios entre productores y consumidores.

De servicios: Son aquellas que se dedican a la venta de servicios a la colectiva.

- 2. Por el sector:** {
- Públicas:** Es el tipo de empresa en la que el capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
 - Privadas:** La propiedad del capital está en manos privadas. (personas naturales o jurídicas)
 - Mixtas:** Es el tipo de empresa en la que la propiedad del capital es compartida entre el Estado y los particulares.
- 3. Por la integración de capital:** {
- Unipersonales:** Son aquellas cuyo capital pertenece a una persona natural.
 - Pluripersonales:** Son aquellas cuyo capital pertenece a dos o más personas naturales.

2.5 ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

2.5.1 Constitución de la Empresa

Hay dos formas de organización empresarial:

- **Persona Natural:**

Se entiende por persona natural, al ser humano que puede constituir una empresa unipersonal, para lo cual deberá solicitar su registro único de contribuyente (RUC), el permiso municipal de funcionamiento y llevar los libros de cuentas. El propietario carece de derechos y obligaciones de carácter mercantil, comercial o societario; compromete su patrimonio personal en forma ilimitada, es decir, las deudas de la empresa son asumidas por el

patrimonio propio de la empresa y además por patrimonio personal del propietario.

- **Persona Jurídica:**

Persona jurídica es aquella organización de personas naturales o jurídicas a quienes la ley les concede existencia legal. No tienen existencia física con persona natural. Son representadas por una o más personas naturales. A diferencia de la "Persona Natural", la ley reconoce los derechos de la persona jurídica, la cual puede contraer obligaciones civiles y es apta para ser representada judicial y extrajudicialmente. La responsabilidad de persona jurídica recae sobre el patrimonio de la misma, no está en riesgo el patrimonio personal del o los propietarios.

2.5.2 Modalidades de Constitución Empresarial

La Ley de Compañías, en su codificación establece las modalidades de constitución empresarial entre las que constan:

- a) Compañía en nombre colectivo
- b) Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- c) Compañía de Responsabilidad Limitada
- d) Compañía Anónima
- e) Compañía de Economía Mixta
- f) Compañía Accidental o Cuentas en Participación

a) Compañía en nombre colectivo:

La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social.

La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía".

Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.

El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o promete entregar.

Para la constitución de la compañía será necesario el pago de no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Si el capital fuere aportado en obligaciones, valores o bienes, en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

b) Compañía en comandita simple y divida por acciones:

La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía.

El capital de la compañía simple y divida por acciones se comprende que el socio comanditario no puede llevar en vía de aporte a la compañía su capacidad, crédito o industria.

El socio comanditario no podrá ceder ni traspasar a otras personas sus derechos en la compañía ni sus aportaciones, sin el consentimiento de los demás, en cuyo caso se procederá a la suscripción de una nueva escritura social

Cuando en una compañía en comandita simple hubiere dos o más socios nombrados en la razón social y solidarios, ya administren los negocios de

la compañía todos juntos, o ya uno o varios por todos, regirán respecto de éstos las reglas de la compañía en nombre colectivo, y respecto de los meros suministradores de fondos, las de la compañía en comandita simple.

c) Compañía de Responsabilidad Limitada:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización y ahorro.

La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

d) Compañía Anónima:

La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u

otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima.

e) Compañía de Economía Mixta:

El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, juntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.

f) Compañía Accidental o Cuentas de Participación:

La asociación en Cuentas de Participación es un contrato por medio del cual, una persona denominada asociado, otorga dinero, bienes o servicios, a otra denominada asociante, para la realización de un negocio mercantil; a cambio de que el asociante le participe en las utilidades o pérdidas del negocio.

Se entiende por asociación, en su sentido genérico, al conjunto de personas reunidas con el objeto de lograr un fin común. Se entiende a su vez por Participar, el dar parte, notificar, comunicar, recibir parte de algo; y por participación, la acción de participar y su resultado.

La asociación en participación es aquella en la que un comerciante da a una o más personas participación en las utilidades o pérdidas de una o más operaciones o de todo su comercio.

Puede también tener lugar en operaciones mercantiles hechas por no comerciantes.

Los participantes no tienen ningún derecho de propiedad sobre los bienes objeto de asociación aunque hayan sido aportados por ellos.

Sus derechos están limitados a obtener cuentas de los fondos que han aportado y de las pérdidas o ganancias habidas.

En caso de quiebra los participantes tienen derecho a ser considerados en el pasivo por los fondos con que han contribuido, en cuanto éstos excedan de la cuota de pérdidas que les corresponde.

2.6 LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA

2.6.1 Legalización

El procedimiento legal para la formación de las Microempresas en la modalidad en Cuentas de Participación , donde un comerciante da a una o más personas participación en las utilidades o pérdidas de una o más operaciones o de todo su comercio, en las que se establecen derechos y obligaciones se las establece en la ley en la constitución de las empresas.

2.6.2 Estructura de la escritura de constitución empresarial.

- Comparecientes
- Antecedentes
- De la Asociación y sus objetivos
- Duración
- Designación de mandatario, otorgamiento de poderes y reglas de la administración y contables.
- Normas de control

- Aportes
- Apertura de cuentas corrientes
- Utilidades y pérdidas
- Terminación de la asociación
- Adquisiciones anticipadas de los aportes del participante.(retiro de una de las partes de la asociación).
- Liquidación
- Jurisdicción y competencia
- Documentos habilitantes.

2.6.3 Misión

La misión es enunciar su principal razón de existir, es identificar la función que cumple en la sociedad y además su carácter y filosofía básica.

2.6.4 Visión

La visión como su nombre lo indica es una mirada al futuro con lo cual expresamos hacia donde se quiere llegar, para construir la visión definimos los logros que se pretende obtener a partir del funcionamiento de la organización.

2.6.5 Organigrama

Es la representación gráfica o esquema que muestra la estructura orgánica y administrativa interna de una empresa. Donde da a conocer sus relaciones, sus niveles jerárquicos, sus responsabilidades y las principales funciones de desarrollo, representándose por la unión de rectángulos mediante líneas que indican los canales de autoridad y responsabilidad.

Los organigramas deben ser elaborados de una manera sencilla y práctica y debe mostrar el fiel reflejo de las jerarquías.

2.6.6 Flujograma

Un flujograma es la representación simbólica o pictórica de un procedimiento administrativo, el objetivo básico de un flujograma es la comunicación completa y sin errores debido a que identifica a las interrelaciones en un procedimiento a través de sus diferentes pasos.

2.7 Administración

2.7.1 Proceso Administrativo

E. F. L. Brech: manifiesta que: “Es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado”

En base a este concepto podemos decir que el proceso administrativo es una serie de pasos que todas las empresas deben realizar para alcanzar sus objetivos, a fin de que todos los servicios que se presten sean bien coordinados.

Reyes, Ponce; 1960; dice: “Todo proceso administrativo, por referirse a la actualización de la vida social, es de suyo único, forma un continuo insuperable en el que estar indisolublemente unidos con los demás, y que además, se dan de suyo simultáneamente”.

Luego de analizar el concepto anterior podemos decir que es el arte de dirigir, relacionar los deberes o funciones específicas dentro de una empresa, para el mejor funcionamiento y lograr las metas y objetivos planeadas.

2.7.2 Importancia

REYES, Ponce; 1960; menciona los siguientes puntos:

- **La administración se da donde quiera que exista una organización.**
- **El éxito de una empresa u organismo social, se debe a la buena administración que posea.**
- **Para las grandes empresas, la administración científica es esencial.**
- **Para las empresas pequeñas y medianas, la manera más indicada de competir con otras es el mejoramiento de su administración, dicho en otras palabras, tener una mejor coordinación de sus recursos incluyendo al humano.**
- **Para lograr un incremento en la productividad, dependerá de una adecuada administración.**
- **Para las organizaciones que están en vías de desarrollo, el principal elemento para desarrollar su productividad y su competitividad con otras es mejorar la calidad en su administración.**

Analizados estos puntos podemos mencionar que el proceso administrativo es importante para desarrollar en forma clara y ordenada las operaciones económicas, financieras, humanas, para el desarrollo de las empresas.

El departamento administrativo dentro de una empresa es de suma importancia porque nos permitirá optimizar los recursos con los que cuenta y generar mayor rentabilidad en menor tiempo.

2.7.3 Fases y Elementos del Proceso Administrativo.

2.7.3.2 Fase Mecánica

Cuadro N° 2.1 FASE MATEMÁTICA

ELEMENTOS	ETAPAS
Previsión	<ul style="list-style-type: none">• Objetivos• Investigaciones• Curso Alternativos

Planeación	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas • Procedimientos • Programas, Pronósticos, Presupuestos.
Organización	<ul style="list-style-type: none"> • Funciones • Jerarquías • Obligaciones
Integración	<ul style="list-style-type: none"> • Selección • Introducción • Desarrollo • Integración de las cosas

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

○ **PREVISIÓN:**

REYES, Ponce; 1960; dice que: “La Previsión consiste en la determinación de lo que se desea lograr por medio de una organización, y la investigación y valoración de cuáles serán las condiciones futuras que habrá de encontrarse, hasta determinar los diversos cursos de acción posibles”.

La previsión dentro de una organización es la prever y tomar acciones necesarias para atender posibles necesidades que se presenten dentro de los social, económico y humano a través de ciertas señales o indicios.

○ **PLANIFICACIÓN:**

REYES, Ponce; 1960; dice que “La planeación consiste a la determinación del camino concreto de acción que habrá que seguir, fijando los principios que lo habrán de presidir, la secuela de operaciones necesarias para alcanzarlo, y la fijación de tiempos, unidades, etc”.

Podemos deducir que la planificación es anticiparse a las consecuencias y ordenar el trabajo que va a realizar guiado por principios, para reducir el riesgo en las operaciones de una organización, y organizar los medios productivos de acuerdo a los objetivos.

○ **ORGANIZACIÓN:**

TERRY G. y Franklin S.; 2001; dice: “Organizar es establecer relaciones efectivas de comportamiento entre las personas de manera que puedan trabajar juntas con eficiencia y obtengan satisfacción personal al hacer tareas seleccionadas bajo condiciones ambientales dadas para el propósito de realizar alguna meta u objetivo”.

Analizado el concepto anterior la organización es el resultado de coordinar, disponer, y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera, que se logren los fines propuestos.

○ **INTEGRACIÓN:**

Reinoso, Cifuentes; 1983; afirma que: “Integrar es obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y el planeamiento señalan como necesarios para el funcionamiento eficiente de una empresa”.

La integración es ocupar y mantener los recursos humanos, materiales y económicos dentro de la estructura organizacional a fin que puedan cumplir eficaz y eficientemente sus funciones.

2.7.3.3 Fase Dinámica

CUADRO Nº 2.2 FASE DINÁMICA

ELEMENTOS	ETAPAS
Dirección	<ul style="list-style-type: none">• Autoridad• Comunicación• Supervisión
Control	<ul style="list-style-type: none">• Su establecimiento• Su operación• Su interpretación

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

- **DIRECCIÓN:**

Cifuentes, Reinoso,; 1983; manifiesta que: “La dirección de empresas se muestran a los ojos del observador como un proceso dinámico, fundamentalmente social, puesto que incluye en su misma esencia las interrelaciones entre los seres humanos que en los diversos niveles de la organización, desempeñan las múltiples funciones necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa. Es pues alcanzar los objetivos de la empresa. Es pues solamente a través del esfuerzo humano que los demás recursos resultan útiles para cubrir las necesidades y aspiraciones de las sociedades humanas contemporáneas”.

Podemos decir que la dirección de las empresas son los lineamientos establecidos durante la planeación y la organización para lograr los objetivos y la eficiencia de los sistemas de control para el normal desempeño de las funciones.

- **CONTROL:**

FAYOL; 1960; dice que: “Consiste en verificar si todo se realiza conforme al programa adoptado, a las órdenes impartidas y a los principios administrativos tienen la finalidad de señalar las faltas y los errores a fin de que se pueda repararlos y evitar su repetición”.

El control dentro de una organización es el proceso de vigilar las actividades de los funcionarios para asegurar el cumplimiento de lo planificado, que conduzcan a la consecución de las metas y objetivos de la organización.

2.8 PROCESO CONTABLE

2.8.1 Contabilidad

Mercedes Bravo, 2001, dice, “Es la ciencia, el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realizan en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al termino de un ejercicio económico o periodo contable”.

Luego de analizar los conceptos anteriores, puedo decir que la contabilidad es una ciencia y un arte de registrar, clasificar los términos de

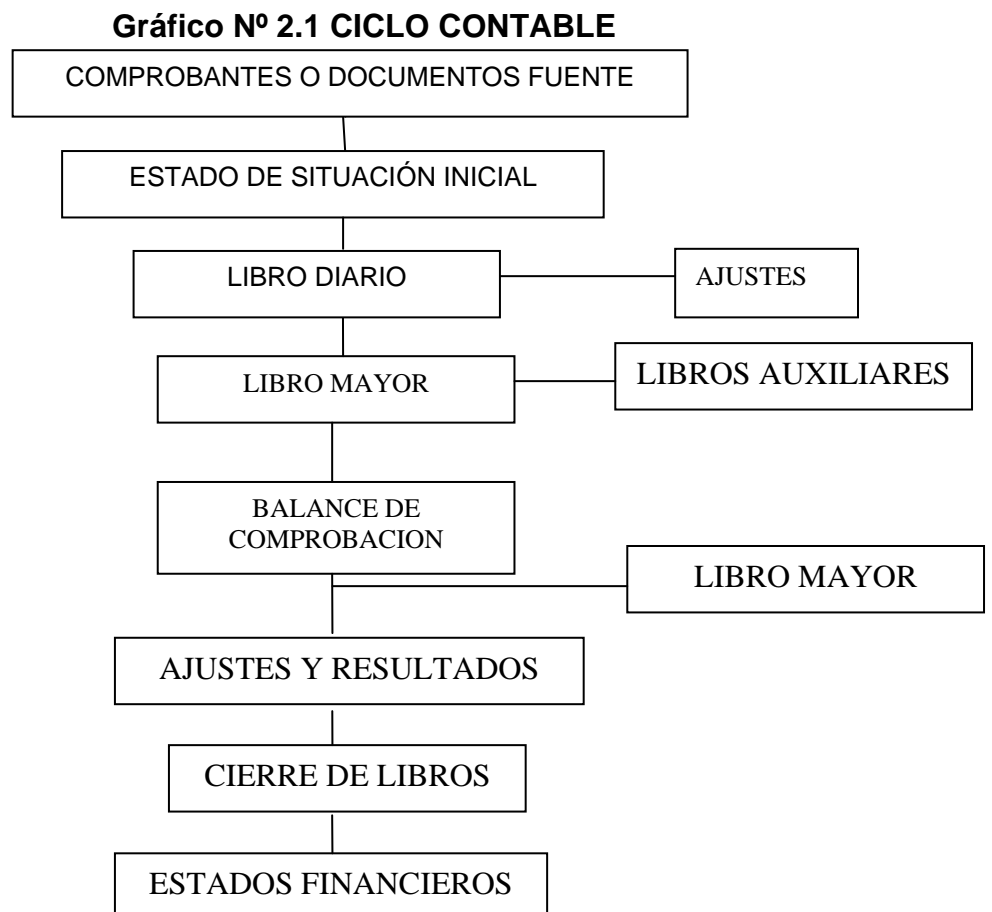
dineros en operaciones y transacciones de una empresa para obtener resultados financieros dentro de un ciclo económico, y así interpretar los resultados.

2.8.2 Importancia

La contabilidad es de fundamental importancia en las empresas debido a que esta proporciona información útil para la toma de decisiones económicas, y a su vez lleva un control de las transacciones mercantiles y financieras.

2.8.3 El Proceso

El proceso contable ha sido denominado también Ciclo Contable constituye la serie de pasos o la secuencia que sigue la información contable desde el primer momento que es el registro de la transacción (comprobantes o documentos fuente) hasta la presentación de los estados financieros.



2.8.4 Comprobantes o Documentos Fuentes

Bravo Mercedes (2001) dice: “Son la fuente u origen de los registros contables, respaldan todas y cada una de las transacciones que se realizan en la empresa”

2.8.4.1 Estado de Situación Inicial

Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa, es la presentación ordenada de los valores que conforman el activo, pasivo y patrimonio de la misma.

2.8.4.2 Libro Diario

Ayala Otto (1998) manifiesta: “En este libro se registran en forma cronológica todas las operaciones de la empresa. Este documento contable sin ser el único es uno de los principales y de éste se han derivado otros que se utilizan.

Los elementos que comprenden el Diario General son los siguientes:

- Membrete o Portada
- Fecha del Ejercicio Contable
- Folio, la secuencia ascendente de las páginas
- Número de cada orden de movimiento
- Nombres de las cuentas que intervienen
- Identificación del Código perteneciente la cuenta empleada.
- Resumen analítico de la operación
- Registro de cantidades parciales
- La cantidad o valor que se debita

CUADRO Nº 2.3.
EMPRESA “XXX”
DIARIO GENERAL
FOLIO Nro.

FECHA	DETALLE	CODIGO	PARCIAL	DEBE	HABER

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

2.8.4.3 Asientos

Es el registro en cuentas deudoras que reciben valores en cuentas acreedores, las cuales han sido entregadas aplicando los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados (PCGA).

2.8.4.4 Libro Mayor

Cada una de las cuentas en el mayor general tendrá un resumen del debito y el crédito provenientes del diario general, pertenece al grupo de los libros principales ya que aquí se registran en forma clasificada y de cuenta en cuenta todos los asientos que se hicieron, durante el ejercicio económico.

CUADRO Nº 2.4.
EMPRESA “XXX”
MAYOR GENERAL

NOMBRE DE LA CUENTA

FECHA	CONCEPTO	REF	OPERATIVIDAD		SALDOS	
			DEBE	HABER	DEBE	HABER

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

2.8.4.5 Libros Auxiliares

Este procedimiento es para efectos de control es conveniente que el Libro Mayor (General) se subdivida en los mayores auxiliares necesarios para cada una de las cuentas, este registro se realiza utilizando las SUBCUENTAS e individualizando la información contable especialmente la que se refiere a cuentas y documentos por cobrar y pagar.

2.8.4.6 Balance de Comprobación

Ayala Otto (1998) afirma: Es un instrumento o documento contable de verificación de la exactitud aritmética tanto de la jornalización cuanto de la mayorización, observando una vez más equilibrio que debe existir entre los elementos básicos de una cuenta, esto es que el debe tiene que ser igual al haber”

Podemos decir que el balance de comprobación nos permite resumir la información contenida en los registros realizados en el diario y en el libro mayor, a la vez que permite comprobar la exactitud de los mencionados registros, verifica y demuestra la igualdad numérica entre el debe y el haber.

2.8.4.7 Hoja de Trabajo

Bravo Mercedes (2001) afirma: “Es una herramienta contable que permite al contador presentar en forma resumida y analítica gran parte del proceso contable”

Analizado el concepto, decimos que la hoja de trabajo es una herramienta contable que permite presentar en forma resumida y también analítica una gran parte del proceso contable, información exacta y totalmente clara que se recolecta en un solo documento.

2.8.4.8 Ajustes

Zapata Sánchez Pedro (2005) dice: “Los ajustes permiten presentar saldos razonables a través de la depuración oportuna y apropiada de todas las cuentas que, por diversas causas, no presentan valores que puedan ser comprobados y por ende no denotan la verdadera situación y estado actual del negocio y empresa”.

Luego de analizar el concepto podemos decir: Los asientos que se elaboran después de un periodo contable, como depreciaciones, amortizaciones, inversiones son necesarios para que las cuentas que han intervenido en la contabilidad demuestren un saldo real o verdadero y faciliten la preparación de los Estados Financieros.

2.8.4.9 Depreciaciones

Las depreciaciones es la disminución en valor que sufren los activos, como consecuencia de: el desgaste por el uso, la falta de uso (el deterioro por inactividad y que se acentúa en la intemperie), cambios en la tecnología y que obligan la reposición como en el caso de las maquinas y equipos, y por el simple transcurso del tiempo, se exceptúan del cálculo de depreciaciones los terrenos.

La depreciación supone una pérdida real, por tanto constituye un gasto más para la empresa.

El cálculo de la depreciación se determina en función al valor de la vida útil de los bienes, su costo de adquisición y un valor estimado de lo que podría valer un bien al término de su vida útil, este valor se conoce como valor residual.

El gasto por depreciación se carga a un período contable o ejercicio económico, gasto que se contabiliza mediante asientos de ajuste al término del ejercicio, y por tanto no requiere de egreso en efectivo. Como contrapartida al gasto de depreciación se utiliza la cuenta “Depreciaciones

Acumuladas”, cuenta especial que cumple la función de cuenta de valuación de los activos fijos depreciables, estos valores constarán con signo menos, restando de los valores de adquisición de los activos fijos depreciables.

El cálculo y aplicación más generalizados para las depreciaciones es a través del método de línea recta mediante el cual se obtiene un valor fijo anual por depreciaciones mientras trascorra la vida útil de los bienes depreciables.

2.8.4.10 Amortizaciones

Se denomina amortización a la cuota fija por periodo que se carga al gasto de este como consecuencia de inversiones o gastos anticipados realizados, cuyo uso o servicio no es imputable a un solo período o ejercicio económico, permitiéndole a la empresa la racionalización de sus activos diferidos y gastos en función del tiempo transcurrido.

Los gastos de amortización tienen como contrapartida una cuenta especial que cumple la función de cuenta de valuación justamente de las cuentas de activo para estos casos denominados activos o cargos diferidos. Las cuentas de contrapartida se llaman “Amortizados Acumuladas”

La diferencia entre amortizaciones y depreciaciones está dada en que las primeras obedecen a la compensación parcial del gasto o inversión realizada por anticipado cuyo uso o beneficio no es muy tangible; mientras que las depreciaciones obedecen al desgaste, obsolescencia y uso de activos fijos, y su compensación es realmente más tangible.

2.8.4.11 Inversiones

Tradicionalmente se tiene como aceptación de vocablo inversión a la inmovilización de importantes capitales en adquisición de planta y equipo.

El objeto de tales inversiones involucra en general al mismo principio que guía la función financiera, esto maximizar la riqueza de los propietarios y reconoce entornos estratégicos que deben ser compatibilizados, tales como la participación deseada en el mercado, el respeto de la coherencia de productos producidos y ofrecidos, las metas de crecimientos, etc.

2.8.4.12 Cierre de Libros

Los asientos de cierre se elaboran al finalizar el ejercicio económico o período contable con el objeto de:

- Centralizar o agrupar las cuentas que ocasionan gastos o egresos.
- Centralizar o agrupar las cuentas que generan renta o ingreso.
- Determinar el resultado final, el mismo que puede ser:
- Ganancia, utilidad o superávit
- Pérdida o déficit

La agrupación se realiza a través de la cuenta resumen de Rentas y Gastos y se acredita a cada una de las cuentas de gasto, se debita las cuentas de ingreso rentas y se acreditan las cuentas de resumen de Rentas y Gastos.

2.8.4.13 Estados Financieros

La contabilidad tiene como uno de sus principales objetivos el conocer la situación económica y financiera de la empresa al

término de un período o ejercicio económico, se logra a través de la preparación de los estados financieros, esta información permite examinar los resultados obtenidos y evaluar el potencial futuro de la empresa, y se hace mención en las NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD (NIC), se encuentra un capítulo dirigido a la presentación de los estados financieros de propósito general, para asegurar la comparabilidad de los estados financieros de períodos anteriores de la misma empresa, según esta norma, que incluye lo siguiente:

- Estado de Situación Económica
- Estado de Ganancias Retenidas
- Estado de Flujo de Efectivo
- Estado de cambios en el Patrimonio
- Notas explicativas a los estados financieros

2.8.4.14 Estado de Situación Económica

También conocido como balance de Situación Inicial, es la presentación ordenada de los activos, pasivos capital, que los socios aportan a un negocio para iniciar la actividad mercantil.

Las cuentas de activo en este balance se las ordenan de acuerdo a su liquidez, es decir de acuerdo a la capacidad que tiene una cuenta para así poder convertirse en efectivo, en cambio los pasivos se presentarán en orden de vencimiento.

**CUADRO Nº 2.5.
EMPRESA “XXX”
ESTADO DE SITUACIÓN ECONÓMICA
FECHA**

ACTIVOS		PASIVOS	
Caja	Xxxx	Cuentas por pagar	Xxx

Cuentas por pagar	Xxxx	Hipoteca por pagar	Xxx
Material de oficina	Xxxx		
Seguros pagados	Xxxx	TOTAL PASIVOS	Xxx
Terreno	Xxxx		
Edificios	Xxxx	PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVOS	<u>Xxxx</u>	Capital social	Xx
		Total Patrimonio	Xx
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	<u>Xxxx</u>
<u>GERENTE</u>		<u>CONTADOR</u>	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

2.8.4.15 Estado de resultados o pérdidas y ganancias.

Las gestiones y operaciones que realizan las empresas tienen por finalidad encontrar beneficio o utilidad, esto depende de las decisiones y acciones que se realicen en un periodo de tiempo determinado, normalmente el de un año calendario que es el ejercicio económico para la mayoría de las actividades productivas.

De tal manera que los ingresos por ventas o servicios y otros ingresos deberán relacionarse con los costos y gastos para lograr la utilidad o pérdida, todos estos rubros componen el estado de pérdidas y ganancias.

El estado de resultados está compuesto por las cuentas nominales, transitorias o de resultados, o sea las cuentas de ingresos, gastos y costos. Los valores deben corresponder exactamente a los valores que aparecen en el libro mayor y sus auxiliares, o a los valores que aparecen en la sección de ganancias y pérdidas de la hoja de trabajo.

CUADRO N° 2.6.

EMPRESA “XXX”

ESTADO DE RESULTADOS

PERIODO ENERO 01----- DICIEMBRE 31 -----

	VENTAS NETAS		XXXX
(-)	costo de ventas	Xxxx	
	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		XXXX
(-)	gastos generales de administración y ventas	Xxxx	
	UTILIDAD NETA DE OPERACIONES	Xxxx	
(-)	Gastos financieros		XXXXX
	UTILIDAD NETA EN OPERACIONES DESPUES DEL FINANCIERO	Xxxx	
(+)	Ingresos extraordinarios (no operacionales)	Xxxx	
(-)	Egresos extraordinarios (no operacionales)	Xxxx	
	GANACIA NETA ANTES DE IMPUESTOS		XXXX
(-)	Impuesto a la Renta y complementarios	xxxxx	
	UTILIDAD LIQUIDA	Xxxx	
(-)	Reservas		XXXX
	UTILIDAD DEL EJERCICIO	XXXX	XXXX

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

2.8.4.16 Estado de Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo hace referencia a los recursos de la empresa generados por su propia actividad, se obtiene sumando el beneficio neto ordinario y las amortizaciones del ejercicio.

El flujo de Efectivo es una herramienta que nos permite establecer de donde se obtienen los recursos monetarios y en donde se van a invertir dichos recursos monetarios, por medio de un examen de las inversiones realizadas y decisiones del financiamiento que se hayan tomado.

A) Propósitos del estado de flujo de efectivo.

- Proveer información sobre los ingresos y desembolsos del efectivo de la empresa.
- Evaluar la habilidad para generar dinero a través de sus operaciones normales.
- Evaluar el potencial de pago de las obligaciones, dividendos y las necesidades de financiamiento externo.
- Evaluar los efectos de la posición financiera de la empresa en cuanto a transacciones de financiamiento y de inversión.
- Informar sobre los cambios en la situación financiera en términos de liquidez.

2.8.4.17 Estado de Cambios al Patrimonio

Es el estado financiero que muestra en forma detallada los aportes de los socios y la distribución de las utilidades obtenidas en un período, además de la aplicación de las ganancias retenidas en periodos anteriores. Este muestra por separado el patrimonio de una empresa.

También muestra la diferencia entre capital contable (patrimonio) y el capital social (aportes de los socios), determinando la diferencia entre activo total y pasivo total, incluyendo en el pasivo los aportes de los socios.

2.8.4.18 Notas Explicativas A Los Estados Financieros.

Las notas a los estados financieros de una empresa deben:

- Presentar información sobre las bases de preparación de los estados financieros y las políticas contables específicas seleccionadas y aplicadas para transacciones y cuentas importantes.

- Revelar la información adicional que no se presentan en los estados financieros pero que es necesario para una presentación razonable.

2.8.4.19 Capital de Trabajo

Capital de Trabajo es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efecto su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.

2.8.4.20 Flujo de Caja

Renta neta de una organización más amortizaciones, mermas (pérdidas), provisiones y dotaciones para reservas, que constituyen deducciones contables no pagadas, de hecho de caja. El conocimiento de todos estos factores permite hacerse una idea bastante buena de la capacidad de una sociedad para pagar dividendos.

El flujo de efectivo, parte vital para la empresa, es el enfoque principal del administrador financiero para la administración diaria de las finanzas y la planeación para la toma de decisiones estratégicas orientadas a la creación del valor de accionista. Un factor importante que afecta el flujo de efectivo de una empresa es la depreciación (y todos los demás cargos que no se hacen en efectivo).

2.8.5 Contabilidad de Costos

2.8.5.1 Concepto

García Colín Juna (2001) manifiesta: “Es un sistema de información empleado para predeterminar, registrar, acumular, controlar,

analizar, direccionar, interpretar todo lo relacionado con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento”.

Analizado el concepto anterior podemos decir que la contabilidad de costos nos permite generar información mediante términos monetarios, relacionados con los costos de producción, distribución, administración y financiamiento, para el uso interno de los directivos de la empresa, para el desarrollo de las funciones de planeación, control y toma de decisiones.

2.8.5.2 Objetivo

Proporcionar los elementos necesarios para el cálculo, control y análisis de los costos de producción de un bien o servicio.

2.8.5.3 Fines Principales

- Calcular el costo unitario real del producto terminado.
- Evaluación de inventarios y cálculo de utilidades.
- Conocer la importancia de cada uno de los elementos del costo, lo que permitirá tomar decisiones acertadas.
- Fijación de políticas y planeación a largo plazo.
- Aumentar o disminuir la línea de fabricación.

2.8.5.4 Definición de Costo Y Gasto

A) Costo:

Ortega Pérez de León, Contabilidad de costos, manifiesta: “Es el conjunto de pagos, obligaciones contraídas, consumos, depreciaciones, amortizaciones y aplicaciones atribuibles a un periodo determinado, relacionadas con las funciones de producción, distribución, administración y financiamiento.”

Pedro Zapata Sánchez (2002), dice: “Son valores pagados para cubrir actividades indispensables para generar un ingreso operativo; estos valores se recuperan con la venta de un bien o un servicio”.

Se puede expresar que el costo es el esfuerzo económico en un periodo perfectamente identificado con el producto que se fabrica.

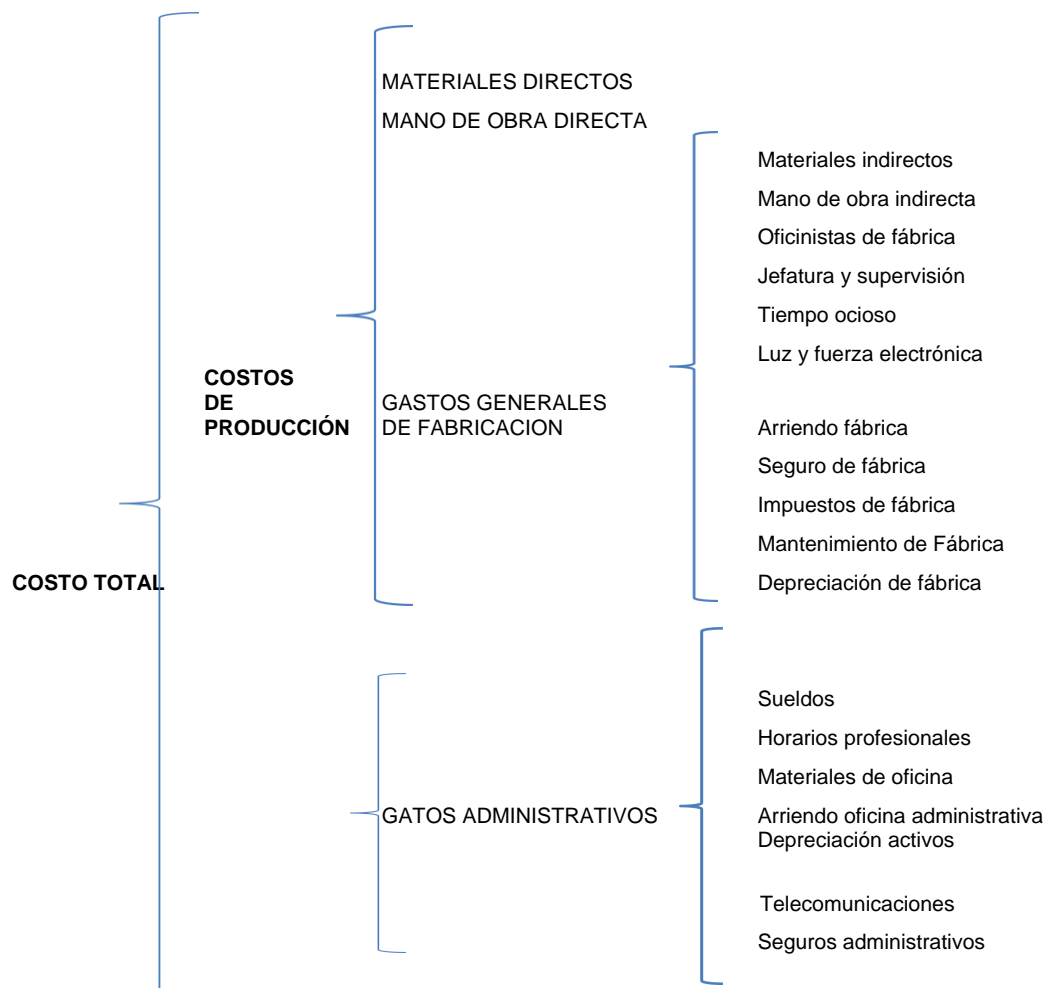
B) Gasto:

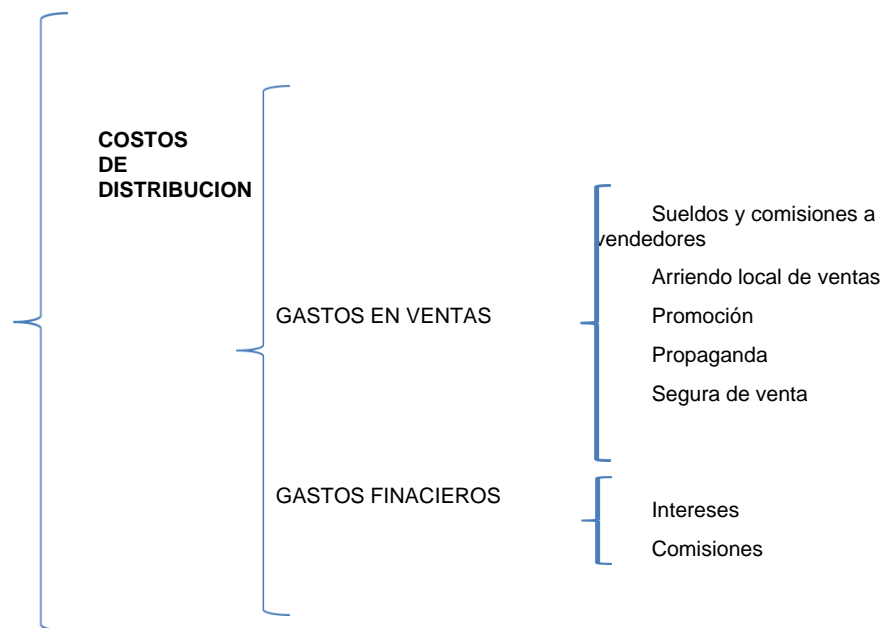
CASHIN, JAMES A. (1978), dice: “Comprende todos los costos expirados que pueden deducirse de los ingresos. En un sentido más limitado, la palabra gasto se refiere a gastos de operación, de ventas o administrativos, a intereses y a impuestos.”

BRAVO, Mercedes (2002), dice: “Gastos, denominados también egresos, constituyen los desembolsos necesarios que se realizan para cumplir con los objetivos de la empresa”.

Analizados los conceptos anteriores podemos decir que el Gasto son los pagos que llevan a cabo los entes económicos para adquirir los medios necesarios para la realización de las actividades de la producción de bienes o servicios.

2.8.5.5 ELEMENTOS DEL COSTO





2.8.5.6 FORMULAS UTILIZADAS PARA DETERMINAR LOS COSTOS.

- **COSTO TOTAL (CT):**

$$CT = CP + CD$$

$$CT = CP + GA + GV + GF$$

- **COSTO DE DISTRIBUCIÓN (CD):**

$$CD = GA + GV + GF$$

- **COSTO PRIMO (CPr):**

$$CPr = MD + MOD$$

- **COSTOS DIRECTOS (CDi):**

$$CDi = MD + MOD$$

- **COSTO DE CONVERSION (CC):**

$$CC = MOD + GGF$$

- **COSTOS DE PRODUCCION (CP):**

$$\begin{aligned} CP &= MD + MOD + GGF \\ CP &= CPr + GGF \\ CP &= MD + CC \\ CP &= CDi + GGF \end{aligned}$$

- **COSTO DE PRODUCCIÓN UNITARIOS (CPu):**

$$PU = \frac{CP}{\# \text{ Unid. Prod.}}$$

- **VENTAS (V):**

$$\begin{aligned} V &= CT + \text{Utilidad} \\ V &= CT + U \end{aligned}$$

- **PRECIO DE VENTA UNITARIO:**

$$\begin{aligned} PVu &= CPu + CDu + \text{Utilidad Neta} \\ Pvu &= CTu + Un \end{aligned}$$

2.8.5.7 TECNICAS DE EVALUCION FINNACIERA

A) Valor Actual Neto (VAN):

BACA URBINA Gabriel: 2001 “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Pág. 213).

Diferencia entre los valores presentes de ingresos y gastos derivados de una inversión. Este indicador muestra el monto de beneficios reales que tendrá el proyecto ante la inversión y considera el valor cronológico del dinero, como su costo de rentabilidad (tasa de redescuento).

Fórmula:

$$\text{VAN} = \text{<Inversión>} + \frac{\sum \text{FC}}{(1 + i)^n}$$

B) Tasa Interna de Retorno (TIR)

BACA URBINA Gabriel: 2001 “Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (Pág. 213).

Es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados. Existen tres clases de TIR.

1. Económica cuando la inversión tiene solo aporte propio.
2. Financiera cuando la inversión es con financiamiento.
3. Real solo analiza los FC positivos.

Fórmula:

$$\text{TIR} = \text{Ti} + (\text{Ts} - \text{Ti}) * \frac{\text{VAN Ti}}{\text{VAN Ts} - \text{VAN Ti}}$$

C) Tiempo de Recuperación de la Inversión

SAPAG Nassir: 2002 “También denominado payback, indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión, con la ganancia que genera el negocio. Es una cantidad de meses o años”. (Pág. 229).

Este elemento de evaluación financiera nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión del proyecto.

Fórmula:

$$\text{PRK} = \frac{100\%}{\text{TIR}}$$

D) Beneficio – Costo

CALDAS MOLINA Marco: 1995 “La relación costo – beneficio es una función de la tasa de interés empleada en los cálculos del valor actual neto, de una manera tal que al calcular este índice, con el propósito de tomar una decisión sobre invertir”. (Pág. 181).

Esta relación refleja el valor que tiene el proyecto en relación a los beneficios y costos. Por lo tanto si este valor supera a uno podemos determinar que es significativo.

Fórmula:

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

E) Punto de equilibrio

BACA URBINA Gabriel: 2001 “El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables”. (Pág.171).

Para Baca Urbina el PE permite determinar si los ingresos van a cubrir los costos en que incurre la producción.

El punto de equilibrio también se lo obtiene mediante la aplicación de fórmulas matemáticas de conformidad a las condiciones dadas en cada caso, e indica el punto donde la empresa iguala sus ingresos con los egresos, por tanto no habrá ni pérdidas, ni ganancias.

Es válido únicamente para el año 1 del proyecto, porque mientras más tardío es el pronóstico es menos cierto.

El punto de equilibrio se determina de la siguiente manera:

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

PE Punto de equilibrio

CF Costo Fijo

MC Margen de contribución: $MC = PV - CV$

PV Precio de venta

CV Costo variable unitario

2.9 Proceso de Marketing

2.9.1 Concepto

Philip Kotler dice: "El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes".

John A. Howard, de la Universidad de Columbia, dice: "El marketing es el proceso de: 1) Identificar las necesidades del consumidor, 2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir, 3) comunicar dicha conceptualización a

quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa. 4) conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y 5) comunicar dicha conceptualización al consumidor".

Analizados los conceptos anteriores podemos decir que el marketing es el proceso para crear, comunicar, manejar las relaciones con los clientes de manera que beneficie a una organización.

2.9.2 Elementos del Marketing

El marketing tiene diversidad de componentes, para realizar una transacción comercial para producir intercambios y satisfacer necesidades y deseos como:

2.9.2.1 Mercado

Mercado es el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar transacciones de bienes y servicios a un determinado precio.

- **Mercados Industriales:**

En este tipo de mercados se reprocessan de alguna manera el bien o el servicio antes de revenderlo al comprador siguiente.

- **Mercado de Revendedores:**

Se llama mercado de revendedores a los mayoristas o detallistas a quienes compran productos físicos y los revenden si realizarse ningún cambio.

- **Mercados Gubernamentales:**

Las unidades gubernamentales son los organismos federales, estatales y locales que adquieren bienes y servicios para la población que estos atienden.

- **Mercado de Productos Agrícolas:**

Se refiere a los oferentes y demandantes de cierto género o mercancía, que generalmente es el resultado de una producción manual o con ayuda de maquinaria para el tratamiento de la tierra.

2.9.3 Comercialización

La comercialización es encontrar suficientes mercados y compradores que adquieran regularmente la cantidad y calidad de productos que se posee.

2.9.3.1 Canales de Comercialización

Son medios utilizados para diseñar, elaborar, instrumentar y operar programas y estrategias de ventas para la adecuada comercialización de productos, bienes o servicios que permitan a las empresas adquirir y mantener clientes satisfechos en los mercados nacionales e internacionales.

- **Canales Directos:**

Cuando somos nosotros mismos los encargados de efectuar la comercialización y entrega de nuestros productos al cliente. Este tipo de canal de comercialización es adecuado para pequeñas y medianas

empresas que se encuentran ubicadas y trabajan dentro de una ciudad que se pueda abarcar con medios propios.

Para tales fines, la propia empresa crea toda una estructura de reparto de pedidos con días u horarios establecidos por áreas geográficas preestablecidas.

- **Canales Indirectos:**

Son apropiados para medianas y grandes empresas, que están en condiciones de producir bienes o servicios para un número grande de consumidores, distribuidos por más de una ciudad o país, a los cuáles estamos imposibilitados de llegar en forma directa con el personal de nuestra empresa.

Para los tales fines, podemos valernos de una serie de recursos comerciales establecidos entre los cuales se destacan:

- **Representantes autorizados:** Empresas que se dedican a comercializar en forma exclusiva, nuestros productos, en áreas o ciudades que no son la nuestra.
- **Distribuidores autorizados:** Empresas mayoristas que junto a los productos de otras empresas, también trabajan nuestra línea de productos o servicios, en áreas, ciudades o países que no son los nuestros.
- **Comerciantes mayoristas:** Se refiere a supermercados, hoteles, mal, zonas francas o de libre comercio, cadenas de tiendas etc. Los cuales comercializan en forma directa con el consumidor final de otras áreas, ciudades o países que no son los nuestros.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. PRESENTACIÓN

El estudio de mercado trata de determinar las necesidades que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto o servicio, es uno de los principales aspectos de un proyecto, también identifica a las empresas productoras y las condiciones en las que suministran el producto en el mercado.

Cuando hablamos de un estudio de mercado, también nos estamos refiriendo a un estudio de factibilidad, el cual en forma más directa, sirve como antecedentes para la realización de estudios técnicos de ingeniería, financieros y económicos, para determinar la viabilidad de un proyecto productivo.

El presente estudio considera de vital importancia la producción de bocado y pulpa de la guayaba, considerando que mediante el análisis de la demanda, oferta y precios del mercado, nos permita establecer su factibilidad, tomando en cuenta la competencia existente. Además, busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la inversión de la producción durante cierto período de tiempo.

En la provincia de Imbabura, una de las principales productoras de guayaba, se analizó la real posibilidad de impulsar esta agroindustria que presentará estos dos productos: pulpa y bocado de guayaba, la misma que formará un encadenamiento productivo que permita generar empleo

con alta ocupación de mano de obra local, además que estos productos se pueden comercializar a nivel nacional.

Mediante el estudio de mercado podemos determinar si el producto que deseamos producir y ofertar, posee una buena aceptación en el mercado.

3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Las frutas están consideradas como un alimento básico en la dieta familiar, por el sin número de vitaminas descubiertas en la actualidad, cualquiera de estos factores han hecho de las frutas, los alimentos más consumidos en nuestro país, y sobre todo por la tendencia del consumidor en productos saludables.

Los productos principales que esta microempresa en particular desea producir y comercializar dentro del mercado son:

- . Bocado de guayaba
- . Pulpa de guayaba

3.2.1 Análisis Cualitativo

Dentro del análisis cualitativo, la calidad del producto estará dado en tanto la fruta a ser procesada deberá ser producida ecológicamente, sin que se hayan utilizado agroquímicos, la microempresa puede garantizar un producto agro ecológico en su totalidad, debido a que el proceso productivo no incorpora preservantes o elementos de naturaleza química, pues la utilización de pectina y ácido cítrico se da por cuanto es certificado para productos alimentarios y no alteran su composición natural y más bien son fijadores de sabor y color en el producto, por ello que en un 98% de estos productos contienen pulpa de fruta y azúcares para el caso del bocado , y para la pulpa exclusivamente producto natural sin ningún otro componente.

3.2.2 Análisis Cuantitativo

Dentro del análisis cuantitativo, se tomará en cuenta el mercado nacional únicamente, donde se encuentra el bocadillo de guayaba hecho en forma artesanal con especial énfasis en los mercados de la ciudad de Ibarra, de la provincia de Imbabura a un precio de 0,35 centavos el bocadillo de guayaba y la caja 3.80 dólares, mientras que la pulpa de guayaba las presentaciones de 450 gramos y 500 gramos en fundas de polietileno existentes en el mercado están en 1,80 USD y 2,20 USD.

La microempresa propone que, para la venta del bocadillo de guayaba, se lo realizara en 12 unidades de 50 gramos. Y en el caso de la pulpa, se propone su presentación en envases de tetrapack de 1000 gramos que no necesita refrigeración; consideramos que estos productos son factibles, de una amplia competencia y con grandes posibilidades de ventas.

3.3. MERCADO META

3.3.1 Concepto de Mercado

MC CORTHY y PERREAULT, Willia, dicen que: “Es un grupo de clientes potenciales con necesidades semejantes, y que están dispuestos a intercambiar algo de valor, junto a un grupo de vendedores que ofrecen diversos bienes y/o servicios, o sea, medios para satisfacer las mencionadas necesidades”.

El mercado objetivo al cual se va dirigir los productos elaborados por la agroindustria, son los de la ciudad de Ibarra, proyectado en el futuro a la provincia y el país, basando nuestra investigación en la proyecciones de crecimiento poblacional y demanda permanente del producto, así mismo, consideramos que para lograr abastecer los mercados previstos, se requieren inicialmente de un sistema de promoción y ventas, que permitan posicionar este producto como ecológico, y de alto valor nutritivo a fin de

motivar a la cadena de comercialización y obtener demandas del mercado meta, al cual estamos en capacidad inicial de abastecerlo en un 34%, datos que fueron obtenidos de la Agencia de desarrollo Provincial de Imbabura (ADEPI) - Proyecto DRI- Cotacachi.

3.3.2 Segmento de Mercado

Dentro de nuestro estudio el segmentar el mercado, está de acuerdo a las características como un grupo de clientes que gustan de un producto o servicio en sus formas generales de compra. En el presente caso de investigación nuestro segmento de mercado es la población de la ciudad de Ibarra.

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

3.3.2.1 Aspecto Económico:

Está determinando directamente en el poder de compra de los demandantes que depende del nivel de ingresos que estos perciban, cuya tendencia va de acuerdo a un nivel sea éste alto, medio o bajo. En este caso, es necesario caracterizar que los dos productos ofertados tienen posibilidades de acceso por su costo a todos los estratos de la sociedad, pues el costo por unidad es realmente bajo, lo que les hace competitivos por su precio y además por las condiciones nutricionales.

3.3.2.2 Aspecto Tecnológico:

Los equipos que se han previsto para esta agroindustria son aquellos que se catalogan como semi – industriales, pues gran parte del trabajo que se realiza tanto en la recepción, lavado y

envasado son hechos a mano, el proceso de cocción y control de éste es el que tiene características semi-industriales, con el objetivo de brindar un producto de calidad y garantizando por las condiciones higiénicas implementadas en la planta agroindustrial, aspecto que es una garantía para el momento de la decisión de compra.

3.3.2.3 Aspecto Cultural:

En las zonas productoras de la guayaba y en nuestro mercado meta se ha determinado que se elaboran dulces como mermeladas, bocadillo, y otros en forma artesanal, por lo que es considerado un factor cultural el consumo de estos productos, existiendo mercados y puntos de venta de estos productos, en ciertas tiendas especializadas en dulces, por lo que existiendo antecedentes culturales de consumo el proyecto tiene condiciones favorables para su introducción en el mercado de los productos propuestos.

3.4. IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

MENESES, Edilberto. “Para el análisis de la demanda se necesita determinar las características de los consumidores actuales y potenciales del producto, identificar sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, etc..., de tal manera que se pueda obtener un perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial”.

Partiendo de estos conceptos, podemos mencionar que el análisis de la demanda constituye uno de los aspectos centrales del estudio de factibilidad de un proyecto, ya que se determinan las cantidades de bocadillo y pulpa de guayaba, los clientes que están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción, se debe cuantificar la necesidad real de una población de consumidores, con disposición del poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir el producto que satisfaga sus necesidades.

3.4.1 Clasificación de la Demanda

POPE, Jeffrey, (1996), dice: “La demanda de un producto puede tener origen en las necesidades del hombre, en la temporalidad, en su destino, y en la estructura del mercado existente”.

Por lo tanto la clasificación de la demanda puede estar supeditada a los siguientes aspectos:

3.4.1.1 Dentro de las necesidades que cubre:

Puede distinguirse como una demanda de bienes socialmente básicos. Esto es que la sociedad los requiere para su desarrollo y crecimiento, lo relacionan con los alimentos, salud, vestido, educación, vivienda y otros rubros; en este caso la microempresa para la producción de bocadillo y pulpa de guayaba, ofrece un producto básico, como es de alimentación y con condiciones favorables para la salud.

3.4.1.2 Dentro de su temporalidad:

Puede distinguirse como una demanda continua, ya que es aquella que se ejerce en forma permanente.

Se puede mencionar que el bocadillo y pulpa de guayaba tienen momentos de estacionalidad en la producción de materia prima, por lo se torna fundamental el de dar asistencia técnica para un manejo adecuado de plantaciones que permitan ciclos más largos de producción, así como el de establecer cultivos en pisos climáticos diferentes que permitan mantener la producción cíclica, además, otra de las formas de contrarrestar la temporalidad, es que en época de producción se extrae la mayor cantidad de pulpa para mantenerla en estado de procesamiento a falta de fruta fresca.

3.4.1.3 De acuerdo a su destino.

Puede identificarse una demanda final, es decir, aquella que se identifica como los bienes finales, por ello se determina que el bocadillo y pulpa de guayaba se comercializan como producto final, es decir, no existe un estado previo de comercialización sino que se considera como único y final al momento de venderlo.

3.4.1.4 De acuerdo con la estructura del mercado:

Puede ser una demanda potencial, es decir cuando la oferta es restringida, la existencia de un mercado insatisfecho es evidente. Con el diagnóstico, se puede determinar que existe una demanda insatisfecha, ya que el producto existente al ser elaborado artesanalmente no cubre las demandas del mercado por lo que se considera un potencial al producto hacer ofertado, en tanto por sus características de producción puede llegar a nuevos consumidores.

3.4.2. Factores que Afectan la Demanda

POPE, Jefferey menciona: “La demanda se ve influenciada por diversos factores que determinan su magnitud, incrementos, decrementos o tendencias. Con base en estos se puede establecer la potencialidad del mercado y las posibles reacciones de los demandantes”.

El producto bocadillo de guayaba a nivel nacional es consumido como una golosina o postre complementario, la pulpa de guayaba tiene varios usos entre ellos; jugo de guayaba, coladas de guayaba, espumilla de guayaba, mermeladas, batidos o base para otras bebidas, por lo tanto es un producto conocido que puede cubrir necesidades de varia índole en la familia Ecuatoriana.

Los factores más importantes que afectan a la demanda son:

3.4.2.1 Tamaño y Crecimiento de la Población

Dentro de nuestro estudio, la población potencialmente consumidora como referencia se ha tomado los habitantes de la ciudad de Ibarra. Es muy importante tomar en cuenta el crecimiento de la población, ya que en mayor número de habitantes existentes en la ciudad de Ibarra, mayor será la demanda del producto.

CUADRO 3.1 POBLACIÓN URBANA PROYECTADA DE LA CIUDAD DE IBARRA

CIUDAD	POBLACIÓN URBANA 2001	POBLACIÓN URBANA PROYECTADA 2010	Nro. DE FAMILIAS
Ibarra	153256	189082	47271

Fuente: INEC – Proyecciones de Población 2001-2010

Elaboración: La Autora

Para el análisis respectivo de la demanda, se ha considerado como muestra la población urbana de la ciudad de Ibarra, y según la proyección de la población para el año 2010, se constituye 47.271 familias, considerando que cada familia está conformada por 4,7 miembros.

○ **Hábitos de Consumo:**

Según las últimas tendencias del mercado, marcan un cambio de preferencias por parte del consumidor hacia los productos saludables, las frutas están teniendo mayor demanda en la actualidad esto se debe a la creciente modalidad Light, la que está haciendo preferir dulces naturales con aromas y sabores no alterados, favoreciendo ampliamente al desarrollo de la producción del bocadillo y pulpa de guayaba, se ha visto que tanto los países desarrollados como los que están en vías de desarrollo se tiene la tendencia a cambiar los hábitos alimenticios con productos naturales.

- **Gustos de Preferencias:**

Se ha determinado que los últimos tiempos la población Ibarreña está cambiando sus hábitos alimenticios en productos naturales, sin químicos para mejorar su calidad de vida.

- **Perfil del Consumidor:**

Consumidores identificados como componentes de las unidades familiares (cuatro miembros promedio por cada una, según datos del INEC), se debe precisar asimismo algunos indicadores básicos que categorizar a nuestros consumidores.

- **Demanda Potencial:**

De entre los factores que afectan la demanda se pueden precisar tamaño de la población, hábitos, gustos, preferencias, nivel de ingresos, precios de los servicios y productos turísticos.

- **Demanda Actual:**

Se entiende por demanda actual a las demandas que el mercado tiene por estos tipos de productos.

La demanda del bocadillo y pulpa de guayaba en el presente estudio se circunscribe a las unidades familiares de la ciudad de Ibarra. El cliente busca nuevas formas de satisfacer sus necesidades en los centros de acopio en donde concurren segmentos de mercados selectivos.

La demanda y su cálculo obedecen a las 47.271 unidades familiares, (que según el INEC consta de 4 miembros), localizadas en la ciudad de Ibarra.

A continuación presentamos la fórmula para obtener el Tamaño del Mercado:

$$\text{Fórmula: } TM = n * f * p$$

Donde:

TM = Tamaño del Mercado

N= Número de personas que estarán dispuestos a adquirir esta producción.

F= Frecuencia

P= Precio promedio

3.5 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

3.5.1 Análisis de la demanda

La propuesta para la implementación de esta planta procesadora se da inicialmente en función de presentar productos innovados como los bocadillos y pulpa de la guayaba. De las investigaciones realizadas solamente se produce el bocadillo y la pulpa de guayaba en forma artesanal, teniendo como puestos de venta más representativos, los ubicados en el parque La Merced de la ciudad de Ibarra para el caso del bocadillo.

En base al diagnóstico preliminar para implementación de una agroindustria de procesamiento de la guayaba realizado por la Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura (ADEPI) – 2008, de una muestra de 1500 encuestados que se realizó en la ciudad de Ibarra, 34% de los consultados están interesados en la adquisición de una caja por mes para el consumo de dulce de guayaba, un 26% que no asegura su compra sino una vez que el producto esté en el mercado y un 40% que no les interesa el producto que se presentará al mercado. Por lo cual las proyecciones de demanda siempre serán en función del 34% que es lo que afianza el ingreso del producto a nichos del mercado.

En lo referente a la pulpa de guayaba, de acuerdo al estudio mencionado, el comportamiento se da en forma casi similar, ya que un 58% expresaron la voluntad de adquirir la pulpa y un 42% manifestaron no desear este producto, porque prefieren el consumo de jugos en base de preparación de fruta fresca, las proyecciones de la demanda se realizaron en función del 58%.

3.5.2 Proyección de la Demanda

Para una interpretación basada en el tamaño del mercado se aplica la formula siguiente:

$$\text{Fórmula: } TM = n * f * p$$

BOCADILLO

$$TM = (189082 / 4) = 47271$$

n = 34% demanda potencial

f = una vez por mes

Demanda actual

$$n = 47271 * 34\%$$

$$n = 16072$$

PULPA

$$TM = (189082 / 4) = 47271$$

n = 58% demanda potencial

f = una vez por mes

Demanda actual

$$n = 47271 * 58\%$$

$$n = 27417$$

CUADRO N° 3.2 Proyección de la Demanda

BOCADILLO				
AÑO	POBLACIÓN	FAMILIAS	CONSUMO	DEMANDA
		DEMANDANTES	ANUAL (cajas)	
2011	189082	16072	12	192864
2012	191993	16320	12	195840
2013	194950	16571	12	198852
2014	197952	16826	12	201912
2015	201000	17085	12	205020
PULPA				
AÑO	POBLACIÓN	FAMILIAS	CONSUMO	DEMANDA
		DEMANDANTES	ANUAL (envases de 100 grs.)	
2011	189082	27417	12	329004
2012	191993	27839	12	334068
2013	194950	28268	12	339216
2014	197952	28703	12	344436
2015	201000	29145	12	349740

Fuente: Estimaciones y proyecciones de la población total y tasas de crecimiento 1950-2015 (TCP, 2010-2014: 1.54% cada año, publicadas por CEPAR (www.cepar.org.ec/estadísticas) **Elaboración:** La Autora

3.6 ANALISIS Y PROYECCION DE LA OFERTA

3.6.1 Análisis de la Oferta

BACA, Urbina G. “Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Se determina a la oferta como la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado para satisfacer una necesidad a un precio determinado.

En base al estudio realizado por la Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura (ADEPI) – 2008, existe una producción de 6000 cajas mensuales de bocadillo, con 12 unidades, de 50 gramos cada una, dando

un total de aproximadamente 72.000 cajas al año de producción de bocadillo. En el caso de la pulpa, el estudio estimó una oferta de 15000 envases de 450 gramos de pulpa por mes, dando un total aproximado de 180.000 envases de pulpa al año.

3.6.2 Proyección de la Oferta

CUADRO Nº 3.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

BOCADILLO			
AÑO	POBLACIÓN	FAMILIAS	OFERTA Cajas 12 und.
		DEMANDANTES	
2011	189082	192864	72000
2012	191993	195840	73109
2013	194950	198852	74235
2014	197952	201912	75378
2015	201000	205020	76539
PULPA			
AÑO	POBLACIÓN	FAMILIAS	OFERTA
		DEMANDANTES	
2011	189082	329004	180000
2012	191993	334068	182772
2013	194950	339216	185587
2014	197952	344436	188445
2015	201000	349740	191347

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Silvia Romero

3.7 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

En el siguiente cuadro se puede apreciar que la demanda y la oferta tienden a crecer debido al incremento de familias en la ciudad de Ibarra, según estimaciones de la Tasa de Crecimiento Poblacional proyectada para los años 2010 -2014, es de 1.54%.

El balance entre la oferta y la demanda da como resultado la demanda insatisfecha, de la cual la empresa implantarse podrá captar parte de ese mercado, mediante la producción a generar y podrá atender a una buena parte de la población consumidora de bocadillos y pulpa de guayaba.

CUADRO Nº 3.4 BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

BOCADILLO			
	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA
AÑO	(cajas)	(cajas)	INSATISFECHA
2011	72000	192864	120864
2012	73109	195840	122731
2013	74235	198852	124617
2014	75378	201912	126534
2015	76539	205020	128481
PULPA			
	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA
AÑO	(envases)	(envases)	INSATISFECHA
2011	180000	329004	149004
2012	182772	334068	151296
2013	185587	339216	153629
2014	188445	344436	155991
2015	191347	349740	158393

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

3.8 PROVEEDORES

Para el caso del bocadillo y la pulpa de guayaba los proveedores de la materia prima (fruta fresca) son los productores agrícolas locales, socios de las microempresas y que disponen de centros de acopio en las 11 comunidades de las parroquias de Lita y la Carolina. Las 11 microempresas están constituidas en cada una de las comunidades conforme al siguiente detalle:

- Grupo de Mujeres de la Comunidad Palo Amarillo (Lita). (10 mujeres)
- Grupo de Mujeres de la Comunidad Santa Cecilia (Lita). (11 mujeres)
- Grupo “Las Parambeñitas” de la Comunidad de Parambas (Lita). (15 mujeres)
- Grupo de Mujeres de la Comunidad de Cachaco (Lita). (13 mujeres)
- Grupo de Mujeres de la Comunidad Getzemani (Lita). (17 mujeres)
- Grupo de Mujeres de la Comunidad Santa Rosa de Cachaco (Lita). (11 mujeres)
- Grupo “Mujeres Emprendedoras “ de la Comunidad Santa Rita (Lita). (16 mujeres)
- Grupo de Mujeres de la Comunidad El Limonal (La Carolina). (12 mujeres)
- Grupo de Mujeres de la Comunidad Rocafuerte (La Carolina). (11 mujeres)
- Grupo de Mujeres de la Comunidad Corazón del Guadual (La Carolina). (1 mujeres)
- Grupo de Mujeres de San Pedro (La Carolina). (11 mujeres).

Además pequeños productores agrícolas locales no vinculados a las microempresas que manejan los centros de acopio parroquiales pero que se consideran potenciales proveedores de fruta a los centros de la Carolina y Lita.

3.9 ANALISIS DE PRECIOS

3.9.1 Clientes:

Consideramos que el producto debe ser introducido en el mercado nacional a través del circuito de supermercados, que pueden partir desde aquella cadena conocida como “AKI, SUPERMERCADOS LA FAVORITA, MI COMISARIATO, ETC...”, además a tiendas y centros

comerciales que pueden llegar a distribuir a comerciantes minoristas, y consumidores finales.

3.9.2. El Precio

BACA Urbina, Gabriel dice “El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio; cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”.

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

Para el caso del bocadillo de guayaba, los precios vigentes en el mercado se dan en base de una producción artesanal que se presentan en unidades de 30 gramos a un costo de 0.25 centavos por unidad, y únicamente en vuelto en papel celofán, existiendo también en el mercado la presentación en cajas de madera rustica, con un contenido de 50 gramos cuyo costo es de 0.35 centavos.

Para el caso de la pulpa de guayaba existen varias presentaciones y precios en el mercado, que van desde 250 gramos un costo de 1.20 USD y de 450 gramos entre 1.80 USD y 2.20 USD, existiendo leves variaciones entre las 5 marcas que se han logrado determinar en los mercados locales.

3.10 COMERCIALIZACIÓN

Se podría mencionar que los bocadillos y pulpa de guayaba son productos de comercialización variada ya que durante cualquier época o

temporada están disponibles y sus precios son accesibles, de acuerdo a la competencia.

3.10.1 Estrategias de Comercialización

Para que un producto pueda introducirse en el mercado, es muy importante utilizar las estrategias correctas para su promoción y difusión que la microempresa podría adoptar mencionamos las siguientes:

3.10.2 Estrategias de Precios

- Establecer precios razonables y accesibles al bolsillo del consumidor.
- Ofrecer a los consumidores precios competitivos.
- Revisar frecuentemente los precios, para ajustarse a los cambios del mercado.
- Ofrecer a los consumidores el mismo precio del producto sin importar el lugar de entrega.

3.10.3 Estrategias de Promoción

- Tener un registro sanitario
- Poseer un sello verde, un producto libre de químicos.
- Realizar publicidad
- Realizar acciones de degustación para el producto.

3.10.4 Estrategia de Producto

- Determinar los beneficios del producto
- Las mejoras o los cambios en los productos existentes.

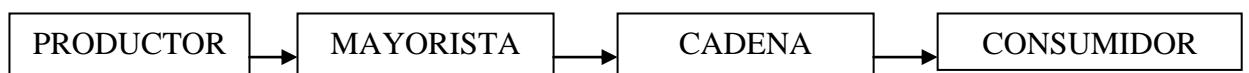
3.10.5 Estrategias de Plaza

- o La comercialización del producto se la realizará en la ciudad de Ibarra.
- o Su conservación y transporte se lo realizará bajo estricto control de calidad.

3.10.6 Canal de Distribución

Para hacer llegar el producto a manos del usuario, existe un conjunto de tareas y operaciones necesarias como:

Figura 3.1 ESQUEMA DE DISTRIBUCIÓN



Fuente: Investigación Propia

Elaboración: La Autora

Posteriormente, se elabora un programa completo de publicidad tal forma que, el producto se conozca y se haga familiar para los consumidores.

Después de que sean cumplidos todos los requisitos para la introducción del producto al mercado como lo son pasar por las estrictas normas de calidad, entre otros, el siguiente paso será la elaboración de contratos con los mayoristas y distribuidores, que serán el puente que existe entre el productor y consumidor final.

3.11 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En el siguiente cuadro se presenta la posible competencia, de origen nacional y que se comercializan en la ciudad de Ibarra, así como precios promedios de los mismos que pueden influir en la captación de clientes:

**CUADRO Nº 3.5 PRECIO Y PRESENTACIÓN DE LOS
BOCADILLOS Y PULPA DE LA COMPETENCIA EN EL
MERCADO.**

BOCADILLO			
MARCA	PRESENTACIÓN N (gr.)	PRECIO AL	SUPERMERCADO
		PUBLICO (USD)	DE VENTA
Sin marca	30	0,25	Parque la Merced - Ibarra
Sin marca	50	0,35	Parque la Merced - Ibarra
PULPA			
Frutosa	250	1,20	Mi Comisariato
Freshkita	450	1,80	AKI
El rey	450	2,00	AKI
Fruco	450	2,20	Comisariato Municipal
Facundo Vela	450	1,90	Mi Comisariato

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

3.12 SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO

Los precios y gastos de la empresa agroindustrial como todo lo relacionado a la situación económica no son fijos, pues se verán afectados por situaciones como variaciones en la tasa de inflacionaria del país, la misma que no se puede determinar si será más alta o más baja de lo que cierre en el año 2010, tomando en cuenta la difícil situación económica del mundo, la recesión económica y con esta la incertidumbre con lo relacionado en el país y las decisiones de presidente de la república, la posible falta de circulante en el país el próximo año, por la baja y la posible continuidad en la baja del precio de su principal producto el petróleo; se puede mencionar que posiblemente la tasa inflacionaria no variará sustancialmente el siguiente año.

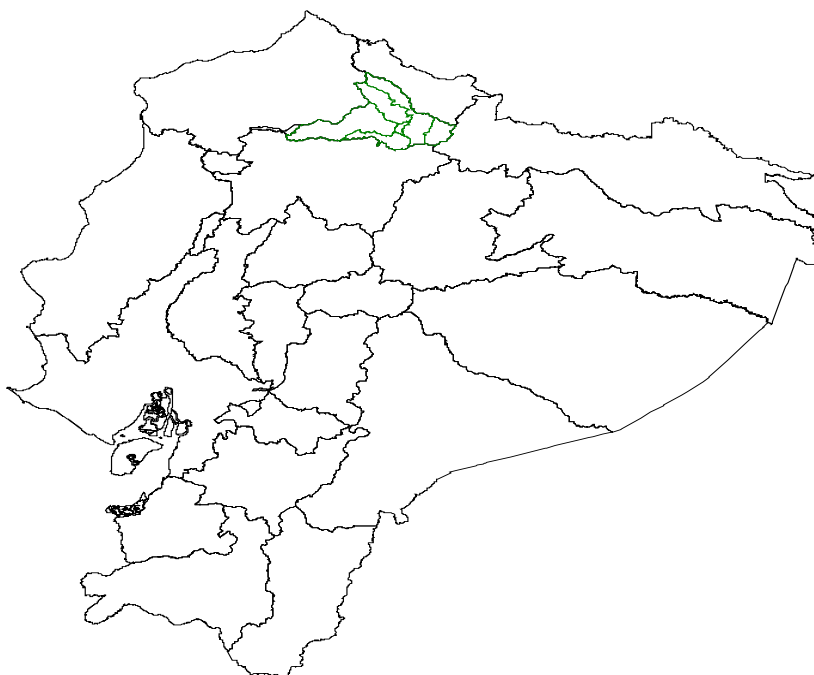
CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 MACRO Y MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.1.1 Macro localización

Figura 4.1 MAPA DEL ECUADOR

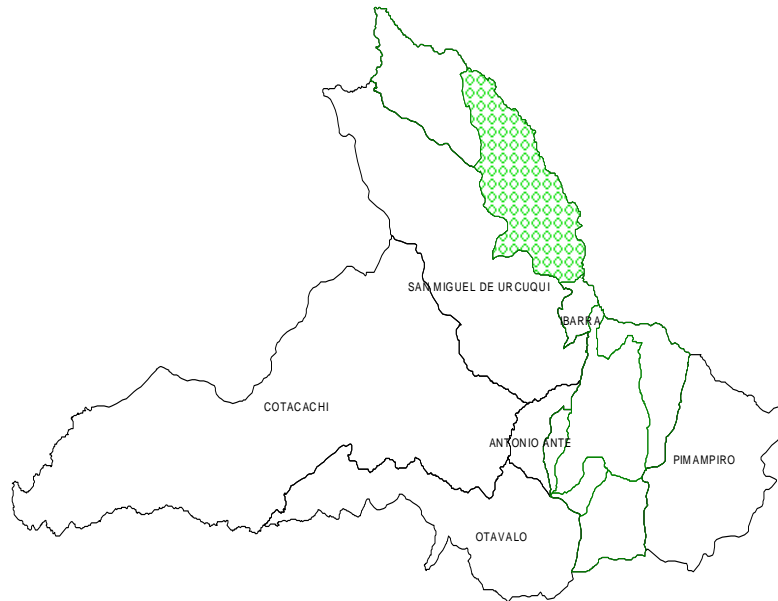


Fuente: Atlas del Ecuador

Elaboración: La Autora

El presente proyecto estará ubicado dentro del territorio Ecuatoriano, sobre la línea ecuatorial, en América del Sur, por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico. La extensión del país es de 256.370 kilómetros cuadrados. Se encuentra dividido en cuatro regiones, en las que se distribuyen 24 provincias y 205 cantones.

Figura 4.2 MAPA PROVINCIA DE IMBABURA



Fuente: Mapa del Ecuador

Elaboración: La Autora

La provincia de Imbabura, cuenta con una superficie de 4609 km², limita al norte con la provincia del Carchi, al sur la provincia de Pichincha, al este la provincia de Sucumbíos y al oeste la provincia de Esmeraldas. La provincia cuenta con 6 cantones y 36 parroquias rurales, Ibarra la capital de la provincia ubicada a 2200m.s.n.m, Otavalo ubicada a 2460 m.s.n.m, Atuntaqui ubicada a 2240m.s.n.m, Cotacachi ubicada a 2360 m.s.n.m, Urququí ubicado a 2270 m.s.n.m y Pimampiro ubicado a 2080 m.s.n.m.

La provincia de Imbabura cuenta con una población de 344.044 habitantes aproximadamente, de los cuales 115.085 habitantes constituyen La población económicamente activa.

4.1.2 Microlocalización

La ubicación del proyecto estará en la parroquia La Carolina, en el cantón Ibarra, de la Provincia de Imbabura, ubicada a 250 km de la capital provincial y a 174 km de la capital ecuatoriana con 2875 habitantes, con un índice de pobreza de consumo del 93.55%.

- **Transporte:**

En lo relacionado a la movilización en la parroquia La Carolina esta cuenta con gran facilidad en cuanto a transporte público, existen varias líneas de buses, con horarios indistintos.

- **Vías de acceso:**

En cuanto a las vías de acceso a la parroquia La Carolina, existe una carretera de asfalto de primera y totalmente accesible.

- **Seguridad:**

En lo relacionado con la seguridad, los niveles de delincuencia son relativamente mínimos, en todo existen un puesto de auxilio de la Policía Nacional, adicionalmente en lo relacionado a la seguridad de la planta, esta cuenta con alarmas y monitoreo diario.

4.2 UBICACIÓN DE LA PLANTA

La empresa agroindustrial tendrá como sede la parroquia la Carolina, y funcionará sus instalaciones en la comunidad del Limonal.

4.3 DISEÑO DE INSTALACIONES

La empresa agroindustrial se instalará de acuerdo a los procesos para la elaboración de la pulpa y bocadillo de guayaba, la construcción es de concreto, determinando un espacio para el área de producción, almacenaje de materias primas y bodega para productos elaborados, con una superficie de 157,70m². Se puede observar en el anexo E.

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

- El área de producción debe ser muy amplia y bien iluminada para poder realizar a plenitud la producción.
- La ventilación en bodegas debe ser adecuada para evitar que se encierre olores.
- Las oficinas de los directivos (administración – gerencia) para un control y supervisión de los departamentos.
- Las oficinas de representación para los clientes y empleados (área de recepción y ventas).

4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Su infraestructura es de 157,70 m², la construcción es de concreto con bloque, el sitio de procesamiento contará con paredes interiores revestidas de material no absorbente, de color claro; pisos lisos de cerámica antideslizante y con un decline del 1% para facilitar la eliminación de líquidos, con iluminación natural y contará con la instalación de tres servicios básicos elementales: energía eléctrica, agua potable y evacuación de aguas servidas. La planta tendrá un espacio frontal para patio de maniobras que permitan el ingreso y salida de vehículos.

Para el su óptimo funcionamiento la distribución física de los espacios es de la siguiente manera:

CUADRO 4.1 DISTRIBUCIÓN ÁREA DE CONSTRUCCIÓN

DISTRIBUCIÓN ÁREA DE CONSTRUCCIÓN	M2
Área de producción	54 m2
Bodega	36 m2
Área administrativa y gerencial	19,70 m2
Área de recepción y ventas	48 m2
TOTAL	157,70 m2

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

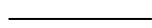
4.5 FLUJOGRAMA DEL CENTRO DE PROCESOS

El flujograma de procesos, es un diagrama secuencial empleado en muchos campos para mostrar los procedimientos detallados que se deben seguir al realizar una tarea, en nuestro estudio lo utilizaremos para detallar cada uno de los pasos que se desarrollan dentro de los procesos de producción de bocadillo y pulpa de guayaba.

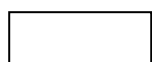
Para el desarrollo rápido y eficiente de la estructura del proceso de producción, se utiliza una simbología aceptada para representar las operaciones, así tenemos:



Significa operación



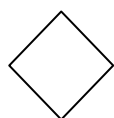
Indica Flujo de información



Indica acción o actividad dentro del proceso



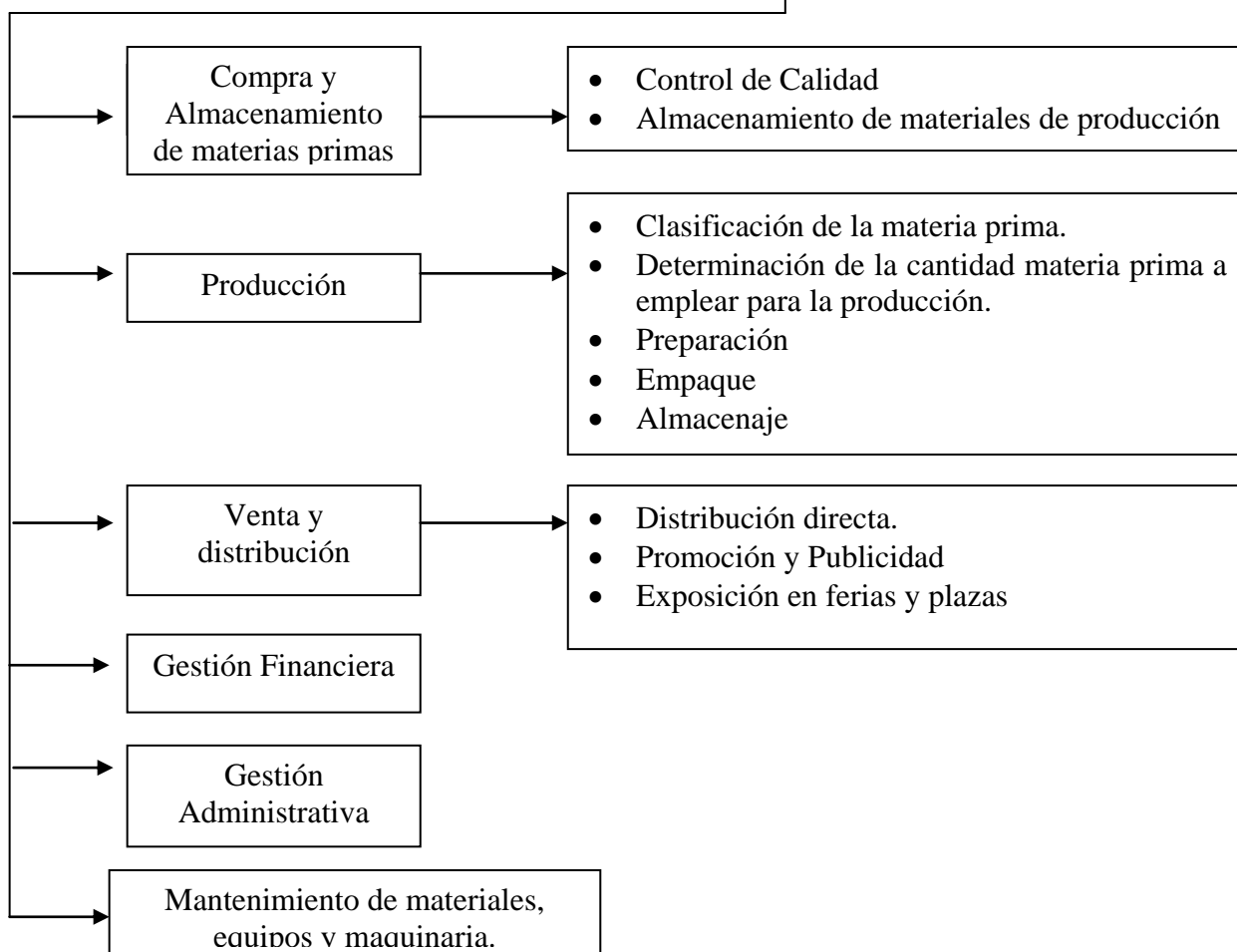
Documentos generados en el proceso



Indica decisión

Los siguientes flujogramas muestran una representación gráfica en forma general el proceso de compra, de producción y desempeño de la planta productora, desde la compra de materias primas necesarias para la elaboración, entrega y venta de la pulpa y bocadillo de guayaba.

**Figura 4.3 EMPRESA AGROINDUSTRIAL
FLUJOGRAMA DE PROCESOS**



Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

4.5.1Flujograma de producción

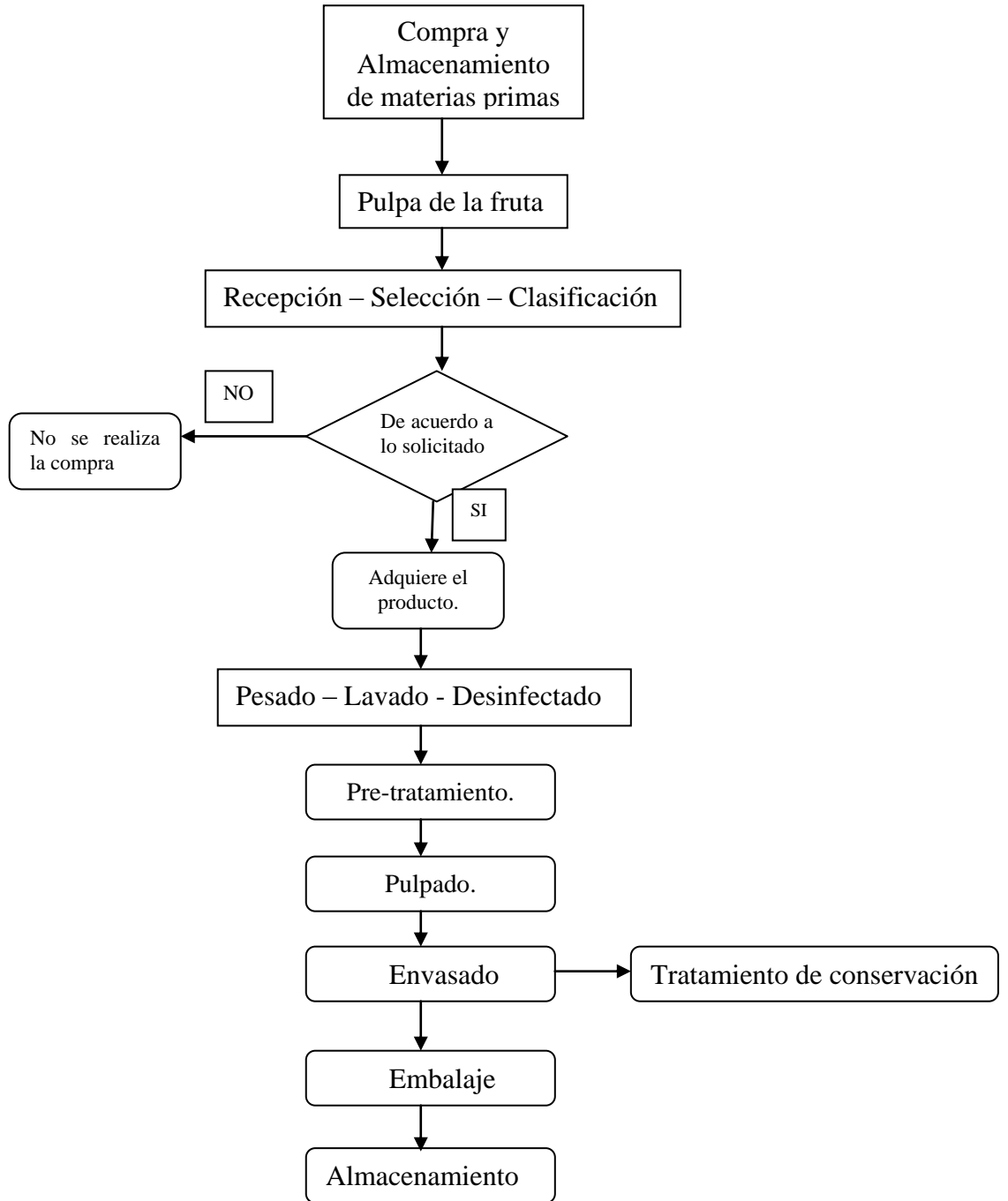
Es el área que se encarga de la producción y la elaboración de la pulpa y dulce de guayaba, para luego enviar al área de ventas o comercialización.

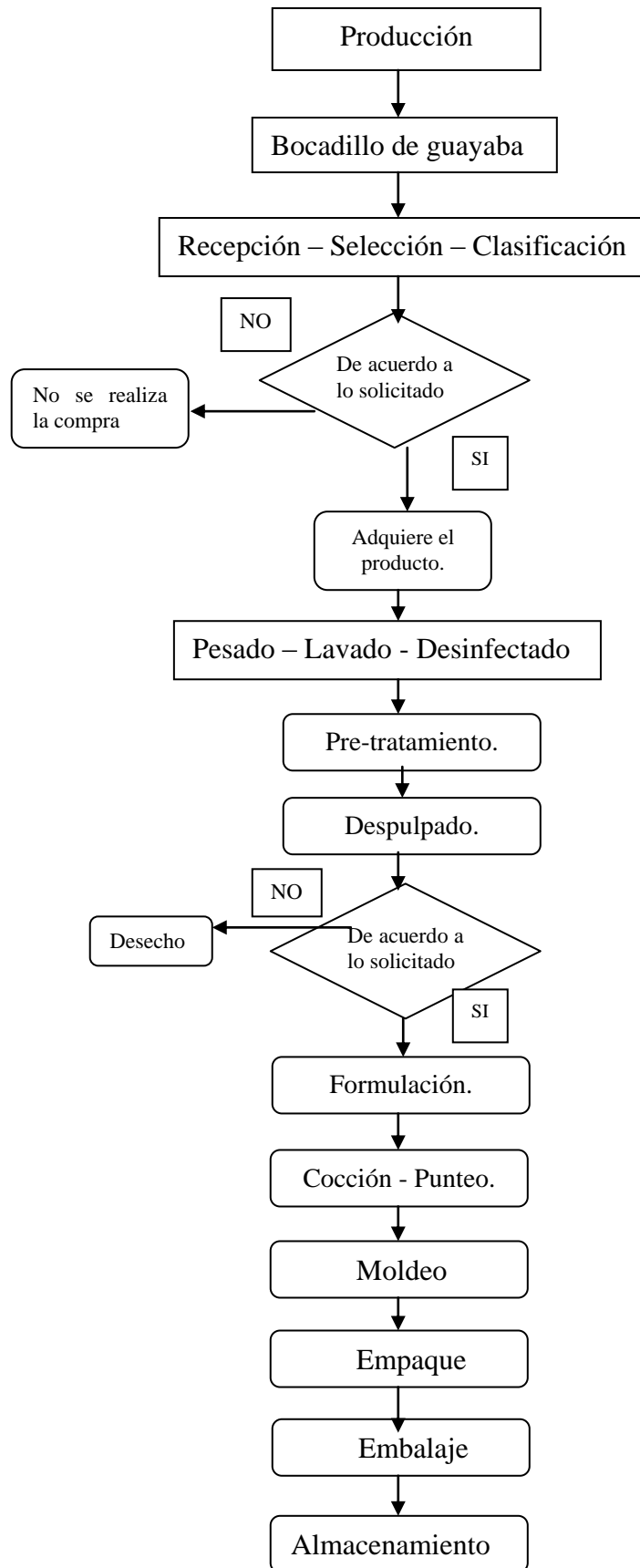
Las personas que estarán en esta área deben ser especialistas en la elaboración de la pulpa y dulce de guayaba, es decir que deben tener conocimientos técnicos para que el proceso de producción sea especializado.

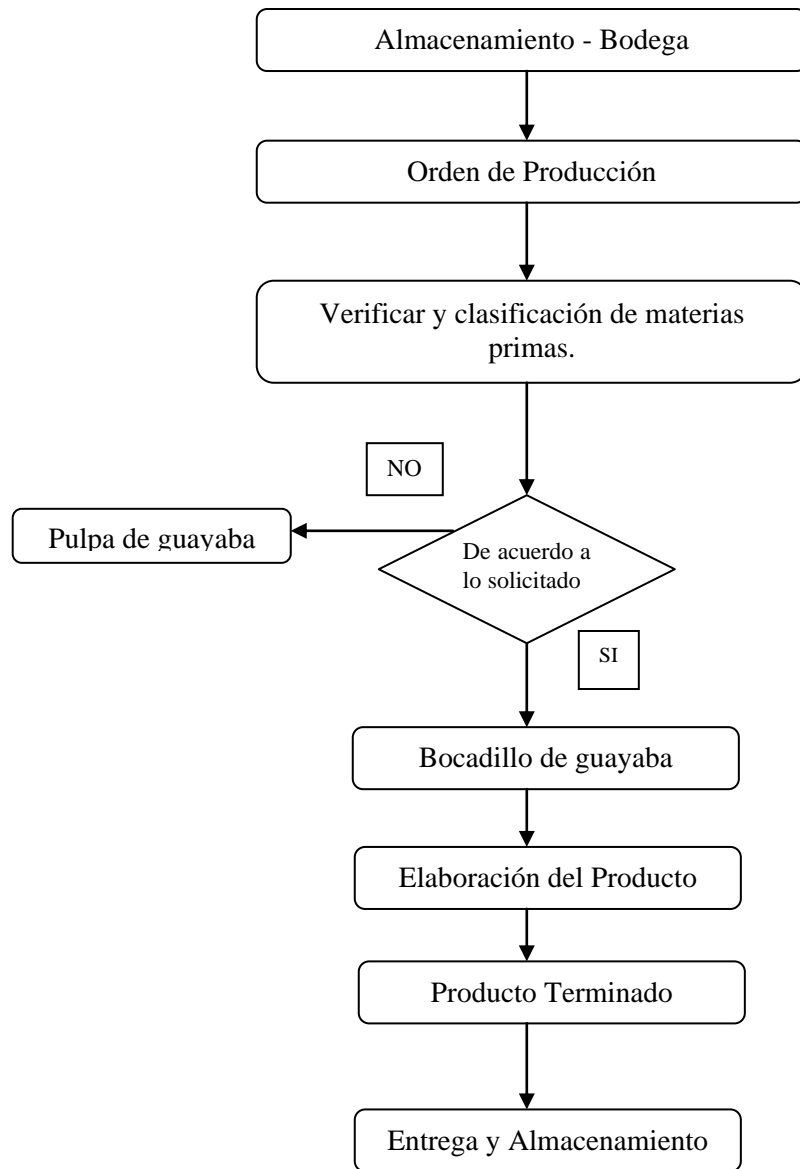
Las funciones serán:

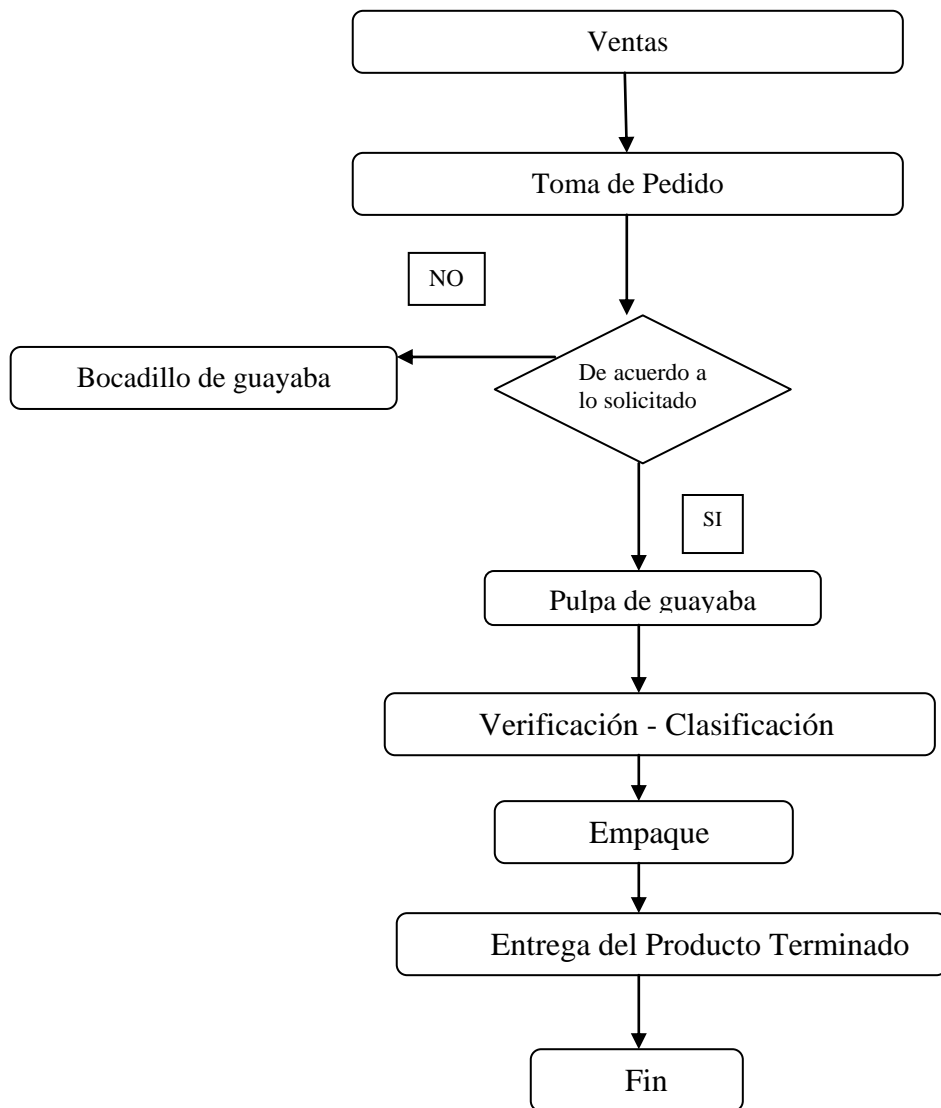
- Elaboración de órdenes de requisición de materias primas.
- Elaboración de pulpa de guayaba
- Elaboración de dulce de guayaba
- Entrega de productos terminados en el tiempo requerido y de calidad deseada.
- Mantener un stock de materiales para mantener la producción.
- Un correcto almacenamiento.
- Almacenaje y control de productos terminados.
- Mantenimiento y aseo del local.

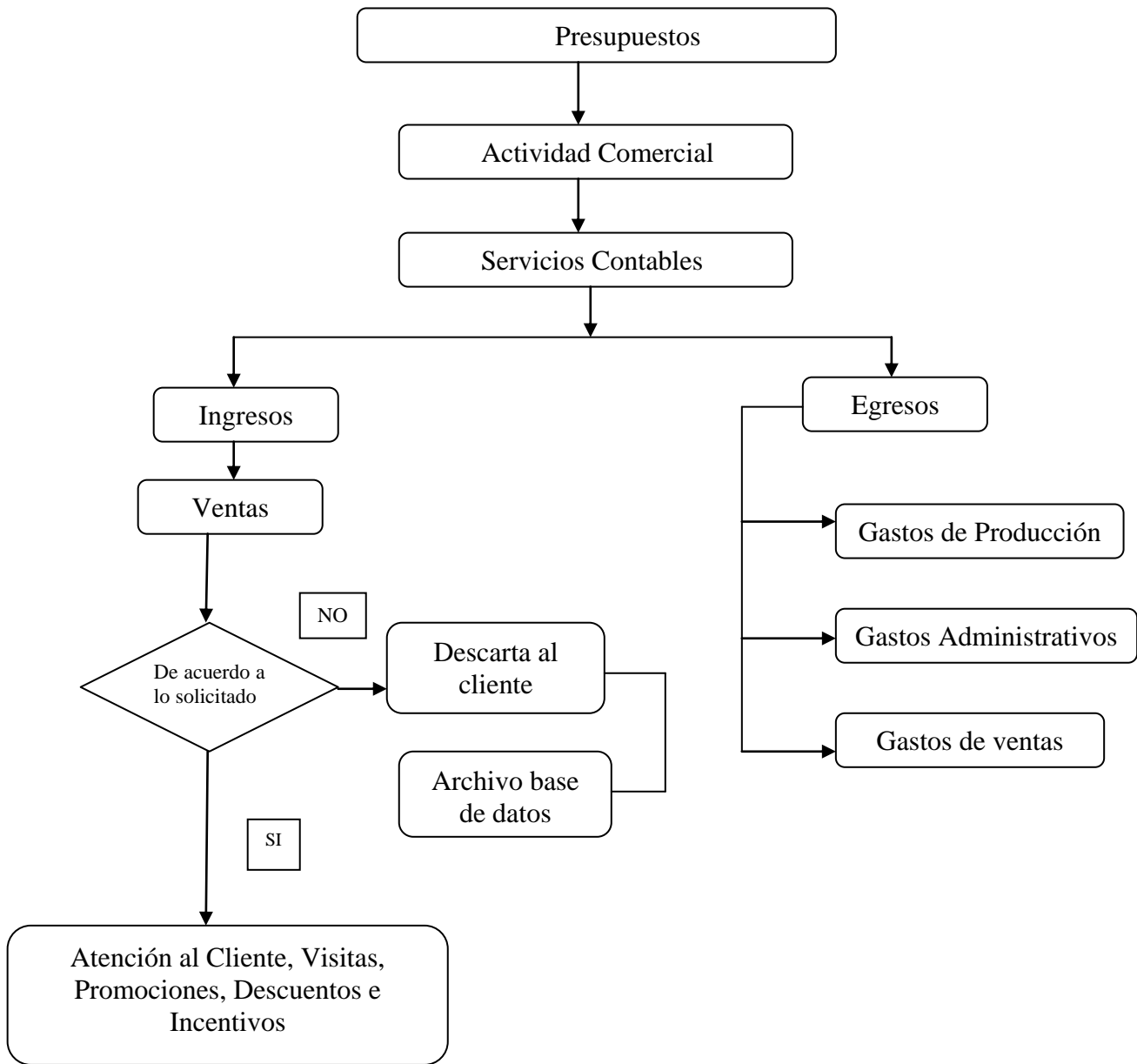
Figura 4.4 FLUJOGRAMA DE PRODUCCIÓN

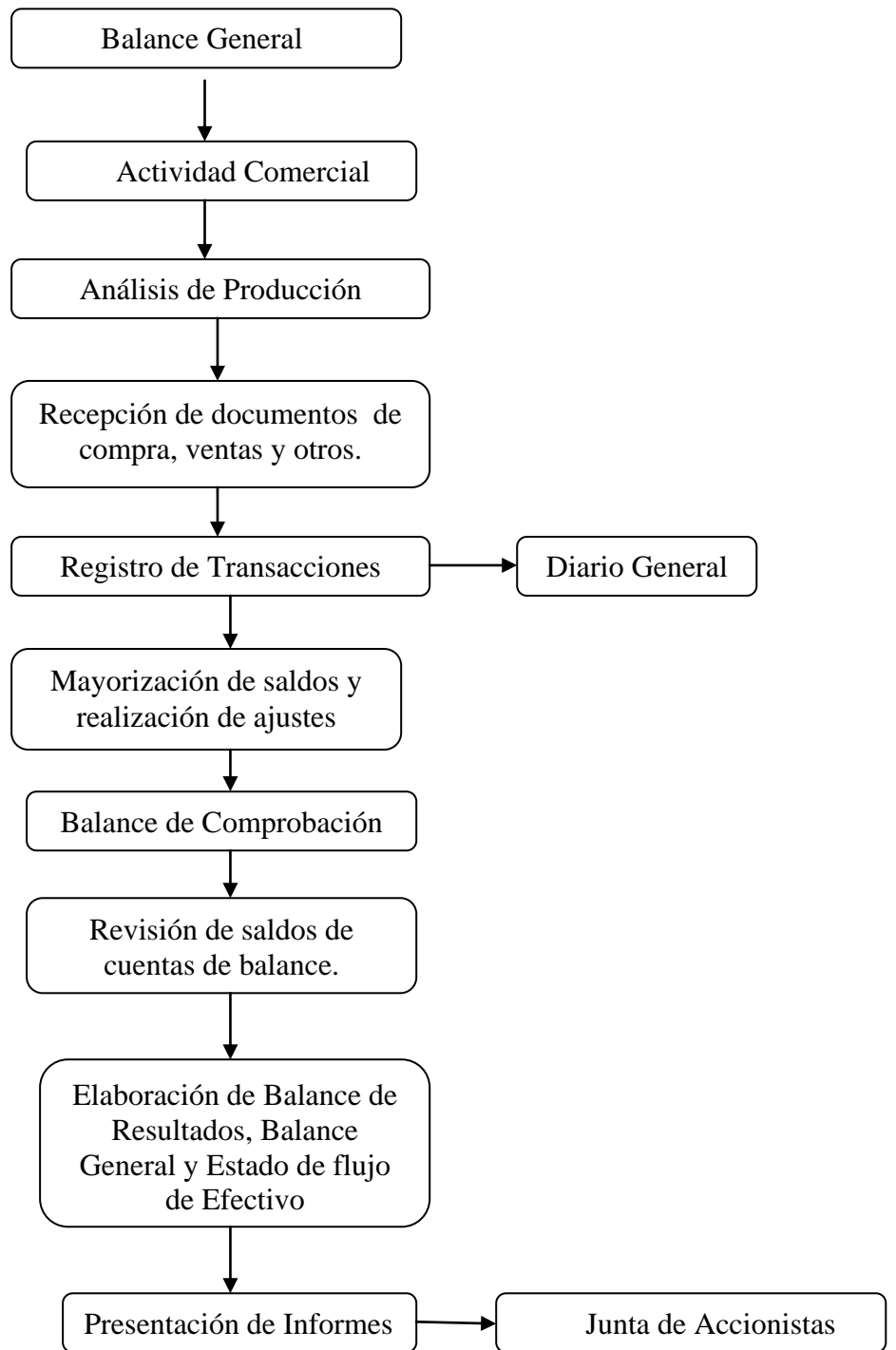












Fuente: Investigación Directa
Elaboración: La Autora

4.6 TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño de la unidad productiva se debe tomar en cuenta los siguientes factores:

- **Mercado:**

La demanda de los productos de pulpa y bocadillos de guayaba en la ciudad de Ibarra presenta un camino viable para la creación de la nueva unidad productiva.

El mercado es altamente atractivo ya que de acuerdo a la información obtenida en la investigación de campo, se determinó que el 58 % de la población Ibarreña, están dispuestos adquirir la pulpa de guayaba y un 34% de la población Ibarreña el bocadillo de guayaba, situación que muestra que los productos hacer ofertados son aceptados.

- **Disponibilidad de Recursos Financieros:**

Para la implementación del proyecto se requiere de fondos propios y créditos financieros, el mismo que será financiado por los organismos de la Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura, Proyecto DRI – Cotacachi.

- **Disponibilidad de Mano de Obra:**

En lo que se refiere a la mano de obra, se requiere de personal especializado, que posea conocimientos sobre: producción de pulpa y bocadillo de guayaba; sistemas de administración, financieros y marketing.

- **Disponibilidad de Materia Prima:**

El abastecimiento de materia prima e insumos, que se requiere para la producción de pulpa y bocadillos derivados de guayaba, será suficiente y de buena calidad, para su aprovechamiento.

Los principales proveedores de la empresa se encuentran ubicados en la Carolina, siendo una ventaja para la empresa, por que el precio es al costo.

- **Capacidad Instalada:**

Con la utilización efectiva del 80 % de la capacidad instalada de la planta, la producción de bocadillos y pulpa de guayaba requerirá el procesamiento de 25 q.q. semanales de materia prima, lo que representa 5q.q. diarios, o 500 libras diarias. La provisión de materia prima (guayaba) está garantizada por 11 Microempresas de acopio y comercialización de la fruta, existentes en la zona y con quienes la microempresa a instalarse establecerá los acuerdos comerciales respectivos; además, la provisión de materia prima está asegurada por cuanto los agricultores microempresarios serán integrados como socios de la nueva empresa.

CAPITULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

El presente estudio económico tiene como intención analizar la existencia de un mercado potencial al cual vamos a ofrecer un producto como es la pulpa y bocadillo de guayaba, para el desarrollo de este proyecto productivo, este estudio económico y financiero busca los recursos necesarios que sustente la factibilidad y viabilidad del mismo en un futuro.

5.1 PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

Dentro de los presupuestos se analizará lo que se tendrá que invertir inicialmente en la agroindustria, datos que permitan verificar los resultados del proyecto en los que consta la inversión fija y la inversión variable.

5.1.1. Presupuesto de Inversión Fija

La inversión fija está constituida por los bienes de capital o activos fijos, para la creación de la agroindustria procesadora de pulpa y bocadillo de guayaba, se lo realizará mediante las donaciones y convenios entre los diferentes organismos como son el Consejo Provincial de Imbabura, ADEPI (Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura), Cooperación Italiana, y las 11 Microempresas, para el desarrollo y funcionamiento de las actividades, los activos fijos necesarios sumarán un importe de **\$ 72.651,40** dólares y se detallan a continuación:

5.1.1.1. Terreno

El terreno asignado para el montaje de la agroindustria tiene una extensión de 600 m², a un costo de \$ 6.000,00

(Seis mil dólares), aporte propio de la microempresa que se encontrará ubicado en la comunidad del Limonal perteneciente a la Parroquia de la Carolina.

CUADRO Nº 5.1 COSTO DEL TERRENO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
Terreno	600	10,00	6.000,00
TOTAL			6.000,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.2. Construcción

La infraestructura donde se desarrollarán las actividades de la agroindustria cuenta con un área de 157,70 m², en el terreno mencionado, la construcción va hacer de una estructura metálica y bloque, según el avalúo para el año 2010, el valor del inmueble es de \$ 25.547,40 (Veinte y cinco mil quinientos cuarenta y siete dólares con cuarenta centavos).

CUADRO Nº 5.2 COSTO DE LA CONSTRUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
Construcción	157.70	162,00	25.547,40
TOTAL			25.547,40

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.3. Instalaciones

Las instalaciones de la agroindustria, comprenden básicamente aquellas instalaciones de servicios básicos, como agua, luz, teléfono, internet, sistemas de alarma y todas aquellas necesarias para el correcto funcionamiento de la oficina; los valores económicos ascienden a \$1.750,00 dólares que se detallan así:

CUADRO Nº 5.3 DETALLE DE INSTALACIONES

CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Sistema de alarma para oficina	900,00	900,00
1	Medidor de Luz	300,00	300,00
1	Medidor de agua	250,00	250,00
1	Instalaciones varias internas	300,00	300,00
	TOTAL		1.750,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.4. Maquinaria

Para el funcionamiento de la agroindustria se empleará la siguiente maquinaria.

CUADRO Nº 5.4 CUADRO DE MAQUINARIA

CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
1	Despulpadora	1800.00	1800.00
1	Tanque recepción y lavado	1320.00	1320.00
1	Tanque recepción de pulpa	600.00	600.00
2	Marmitas en acero inoxidable de 20 BHP.	7000.00	7000.00
1	Caldera generadora de presión de 20 BHP.	15000.00	15000.00
1	Cortadora para lonja de 500 gramos	1500.00	1500.00
1	Cortadora para lonjas	2000.00	2000.00
1	Cortadora de bocadillo tipo veleño	2300.00	2300.00
1	Sellador al vacío	2000.00	2000.00
1	Mesa de corte de bocadillo	800.00	800.00
1	Mesa de selección y lavado	400.00	400.00
1	Mesa para empacado	400.00	400.00
	TOTAL		35120.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.5. Equipo de oficina

El equipo de oficina que se empleará para el funcionamiento de la empresa será de \$ 324,00 dólares, y estarán conformados de la siguiente manera:

CUADRO Nº 5.5 DETALLE EQUIPO DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
1	Telefax	100.00	100.00
2	Papelera	7.00	14.00
1	Sumadora	30.00	30.00
1	Impresora multifunción para oficina.	180.00	180.00
	TOTAL		324.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.6. Muebles y Enseres

Los muebles y enseres necesarios para el desarrollo de las actividades de la oficina:

CUADRO Nº 5.6 DETALLE MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
1	Escritorio Ejecutivo	300.00	300.00
2	Estaciones de trabajo	150.00	300.00
3	Sillas giratorias	70.00	210.00
5	Sillas visitantes	20.00	100.00
2	Archivadores	150.00	300.00
	TOTAL		1.210,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1.7. Equipo de cómputo

El detalle de equipo de cómputo a usarse en la oficina y los costos correspondientes serán los siguientes:

CUADRO Nº 5.7 DETALLE EQUIPO DE CÓMPUTO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
2	Computador Administración	950.00	1.900.00
1	Computador portátil Gerencia	800.00	800.00
	TOTAL		2.700,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.2. Presupuesto de la Inversión Variable

La inversión variable corresponde a los costos de producción o los recursos necesarios con el que contará la agroindustrial, para su normal funcionamiento.

Los costos de producción son aquellos que intervienen directa o indirectamente en la producción o elaboración del producto. Corresponde a valores que la empresa posee como Materia Prima, Mano de Obra Directa y Gastos Generales de Fabricación, los cuales son necesarios para elaborar o fabricar los productos terminados, indispensables para el desarrollo de las actividades y funcionamiento de la agroindustria, que asciende a \$ 155.127,73 dólares y se detalla a continuación:

- Materia Prima Directa
- Mano de Obra Directa
- Gastos Generales de Fabricación
- Gastos Generales de Administración
- Gastos de Ventas

- Gastos por Derecho de Constitución.

5.1.2.1. Materia Prima Directa

La materia prima para la elaboración de la pulpa y bocadillo de guayaba, está garantizada por las 11 Microempresas de acopio y comercialización de la fruta, que están asociadas entorno a esta agroindustria, los mismos que pueden proveer de entre 25 a 40 q.q. por semana, la cual permite programar un procesamiento diario de 5q.q. La capacidad de la planta es de 25 q.q. semanal, 5 q.q diarios, 500 libras.

CUADRO Nº 5.8 MATERIA PRIMA (GUAYABAS)

AÑO	Q. LIBRAS	DESCRIPCION	COSTO LIBRAS	COSTO
			UNITARIO	TOTAL
2011	120000	Guayaba	0.20	24.000,00
2012	120000	Guayaba	0.21	25.200,00
2013	120000	Guayaba	0.22	26.400,00
2014	120000	Guayaba	0.23	27.600,00
2015	120000	Guayaba	0.24	28.800,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 5.9 MATERIA PRIMA AZUCAR (BOCADILLO)

AÑO	Q. LIBRAS	Q. LIBRAS	COSTO LIBRAS	COSTO
	GUAYABA	AZUCAR	UNITARIO	TOTAL
2011	60000	30000	0,30	9.000,00
2012	60000	31500	0,31	9.765,00
2013	60000	33075	0,32	10.601,86
2014	60000	34729	0,33	11.510,52
2015	60000	36466	0,34	12.497,16

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.2.2. Mano de Obra Directa

La Mano de Obra Directa corresponde al trabajo físico o intelectual que el ser humano aporta en la transformación de la materia prima al producto terminado.

La mencionada Mano de Obra o fuerza de trabajo estará conformada por 3 operarios, los mismos que laborarán en una jornada de 8 horas diarias de trabajo los 5 días a la semana; esto es de lunes a viernes.

Los cálculos concernientes al costo mensual corresponden a un salario básico de (\$350,00), incluido beneficios sociales bajo el régimen laboral establecido en el código de trabajo nacional vigente multiplicado por 12 meses y por el número de operarios, lo que obtenemos el costo por año, los cuales se incrementan un 5% por efectos inflacionarios.

CUADRO Nº 5.10 PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
OPERARIOS 1	4.200,00	4.704,00	5.268,48	5.900,70	6.608,78
OPERARIOS 2	4.200,00	4.704,00	5.268,48	5.900,70	6.608,78
OPERARIOS 3	4.200,00	4.704,00	5.268,48	5.900,70	6.608,78
TOTAL	12.600,00	14.112,00	15.805,44	17.702,09	19.826,34

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.2.3. Gastos Generales De Fabricación

Los Gastos Generales de Fabricación, son los elementos complementarios necesarios para la elaboración y terminación de un producto; y estos son: Mano de Obra Indirecta, Insumos, Materiales Consumibles, Servicios Básicos, Materiales Indirectos, Mantenimiento de la fábrica, Depreciaciones, Gastos de movilización.

- **Mano de Obra Indirecta**

La Mano de Obra Indirecta está conformada por las personas encargadas del control, calidad y progreso del producto terminado, así como también la supervisión al personal de la planta.

CUADRO Nº 5.11 PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA INDIRECTA

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
JEFE DE PRODUCCION	7.200,00	8.064,00	9.031,68	10.115,48	11.329,34
JEFE DE COMERCIALIZACION	7.200,00	8.064,00	9.031,68	10.115,48	11.329,34
TOTAL	14.400,00	16.128,00	18.063,36	20.230,96	22.658,68

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

- **Insumos**

Los insumos necesarios para la elaboración de los bocadillos de guayaba son, volumen de producción.

CUADRO Nº 5.12 PROYECCIÓN DE INSUMOS

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PECTINA (KG)	3.000,00	3.102,00	3.207,47	3.316,52	3.429,28
ACIDO CITRICO (KG)	720,00	744,48	769,79	795,97	823,03
BENZOATO DE SOLIDO (KG)	648,00	670,03	692,81	716,37	740,73
TOTAL	4.368,00	4.516,51	4.670,07	4.828,86	4.993,04

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

- **Materiales Consumibles**

Los materiales consumibles son necesarios para el proceso productivo de la elaboración de pulpa y bocadillo de guayaba.

**CUADRO Nº 5.13 PROYECCIÓN DE MATERIALES
CONSUMIBLES**

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
GAS	6.720,00	6.948,48	7.184,73	7.429,01	7.681,60
TOTAL	6.720,00	6.948,48	7.184,73	7.429,01	7.681,60

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

• **Servicios Básicos**

CUADRO Nº 5.14 PROYECCIÓN DE SERVICIOS BÁSICOS

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
ENERGIA ELECTRICA	1.440,00	1.488,96	1.539,58	1.591,93	1.646,06
AGUA POTABLE	1.140,00	1.178,76	1.218,84	1.260,28	1.303,13
TOTAL	2.580,00	2.667,72	2.758,42	2.852,21	2.949,18

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

• **Materiales Indirectos**

Los Materiales Indirectos son aquellos que forman parte del producto terminado que son:

CUADRO Nº 5.15 PROYECCIÓN DE MATERIALES INDIRECTOS

AÑO	CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO	COSTO
			UNITARIO	TOTAL
2011				52.625,00
	50	Poliuretanos para alimentos Kg.	12,5	625,00
	540000und.	Cajas para envase de bocadillo (45000)	0,45	20.250,00
	60000libras	Cajas tetrapack/und. (60000/2)	0,85	25.500,00
	6250	Cajas de cartón/ unidad	1	6.250,00
2012				55.285,74
	50,77	Poliuretanos para alimentos Kg.	12,93	656,20
	548316und.	Cajas para envase de bocadillo (45693)	0,47	21.260,95
	60924libras	Cajas Tetrapac/unidad (60924/2) 30462	0,88	26.806,56
	6346	Cajas de cartón/ unidad	1,03	6.562,02
2013				58.010,67

	51,55	Poliuretanos para alimentos Kg.	13,36	688,96
	556760und.	Cajas para envase de bocadillo (46397)	0,48	22.322,53
	61862libras	Cajas Tetrapac/unidad (61862/2) (30931)	0,91	28.109,55
	6444	Cajas de cartón/ unidad	1,07	6.889,62
2014				61.035,01
	52,35	Poliuretanos para alimentos Kg.	13,82	723,36
	565334und.	Cajas para envase de bocadillo (47111)	0,50	23.555,50
	62815libras	Cajas Tetrapac/unidad (62815/2) (31407)	0,94	29.522,58
	6543	Cajas de cartón/ unidad	1,11	7.233,58
2015				63.737,31
	53,15	Poliuretanos para alimentos Kg.	14,29	759,47
	574040und.	Cajas para envase de bocadillo (47837)	0,51	24.396,87
	63782libras	Cajas Tetrapac/unidad (63782/2) (31891)	0,97	30.986,26
	6644	Cajas de cartón/ unidad	1,14	7.594,70

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

• Mantenimiento de la Fabrica

Se estipula un equivalente al 8% anual de la Inversión.

CUADRO Nº 5.16 PROYECCIÓN DE MANTENIMIENTO DE FÁBRICA

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
REPARACION Y MANTENIMIENTO	2.809,60	2.905,13	3.003,90	3.106,03	3.211,64
TOTAL	2.809,60	2.905,13	3.003,90	3.106,03	3.211,64

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

• Depreciaciones

Las depreciaciones se realizan a los activos de la fábrica.

CUADRO Nº 5.17.

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
EDIFICIO	894,16	894,16	894,16	894,16	894,16
MAQUINARIA Y EQUIPO	3512,00	3512,00	3512,00	3512,00	3512,00
TOTAL	4.406,16	4.406,16	4.406,16	4.406,16	4.406,16

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

• **Vehículo (Gasto Movilización)**

Para el mejor funcionamiento y traslado de productos, se rentará un vehículo para el traslado de los productos según las necesidades de la empresa.

CUADRO Nº 5.18 VEHICULO

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO	COSTO
		UNITARIO	TOTAL
1	Gasto Transporte (50,00 *semana)	200,00	2.400,00
	TOTAL		2.400,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 5.19 TRANSPORTE

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
Gasto Transporte	2.400,00	2.481,60	2.565,97	2.653,22	2.743,43
TOTAL	2.400,00	2.481,60	2.565,97	2.653,22	2.743,43

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 5.20 RESUMEN DE LOS GASTOS GENERALES DE FABRICACION

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
MANO DE OBRA INDIRECTA	14.400,00	16.128,00	18.063,36	20.230,96	22.658,68
INSUMOS	4.368,00	4.516,51	4.670,07	4.828,86	4.993,04
MATERIALES CONSUMIBLES	6.720,00	6.948,48	7.184,73	7.429,01	7.681,60
SERVICIOS BASICOS	2.580,00	2.667,72	2.758,42	2.852,21	2.949,18
MATERIALES INDIRECTOS	52.625,00	55.285,74	58.010,67	61.035,01	63.737,31
MANTENIMIENTO DE LA FABRICA	2.809,60	2.905,13	3.003,90	3.106,03	3.211,64
DEPRECIACION	4.406,16	4.406,16	4.406,16	4.406,16	4.406,16
GASTO MOVILIZACION	2.400,00	2.481,60	2.565,97	2.653,22	2.743,43
TOTAL	90.308,76	95.339,34	100.663,29	106.541,46	112.381,03

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

• **Gastos Generales de Administración**

Los Gastos de Administración corresponden al costo de distribución, entre los cuales tenemos: Sueldos administrativos, Gastos de constitución, teléfono, materiales de oficina, depreciación de edificio área administrativa, equipo de oficina y computo.

CUADRO Nº 5.21 GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIÓN

DETALLE	2011	2012	2013	2014	2015
SUELDOS ADMINISTRATIVOS					
Gerente Administrador					
Contador	8.400,00	9.408,00	10.536,96	11.801,40	13.217,56
Auxiliar Contable / Secretaria	4.800,00	5.376,00	6.021,12	6.743,65	7.552,89
GASTOS DE CONSTITUCION	1.488,00	-x-	-x-	-x-	-x-
TELEFONO	480,00	496,32	513,19	530,64	548,69
MATERIALES DE OFICINA	450,00	465,30	481,12	497,48	514,39
DEPRECIACIÓN					
Edificio	383,21	383,21	383,21	383,21	383,21
Vehículo	-x-	-x-	-x-	-x-	-x-
Equipo de Oficina	64,80	64,80	64,80	64,80	64,80
Equipos de Computación	900,00	900,00	900,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	121,00	121,00	121,00	121,00	121,00
TOTAL	17.087,01	17.214,63	19.021,41	20.142,18	22.402,54

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 5.22 CALCULO DE LAS DEPRECIACIONES

DETALLE	VALOR	VIDA	DEPRECIACIÓN	VALOR
		ÚTIL	ANUAL	RESIDUAL
Edificio Planta	17.883,18	20	894,16	13.412,39
Edificio Administrativa	7.664,22	20	383,21	5.748,17
Maquinaria y Equipo	35.120,00	10	3.512,00	17.560,00
Equipo de Oficina	324,00	5	64,80	0,00
Equipo de computación	2.700,00	3	900,00	0,00
Muebles y Enseres	1.210,00	10	121,00	605,00
TOTAL	64.901,40		5.875,17	37.325,55

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Cabe recalcar que el equipo de cómputo después de haber cumplido su vida útil será reemplazado por equipos nuevos en su totalidad.

- **Gastos De Ventas**

Los gastos de ventas corresponden a aquellos producidos por la ejecución de la función de ventas como es la publicidad.

CUADRO Nº 5.23 PROYECCIÓN DE GASTO PUBLICIDAD

AÑO	2011	2012	2013	2014	2015
PUBLICIDAD	1.500,00	1.551,00	1.603,73	1.658,26	1.714,64
TOTAL	1.500,00	1.551,00	1.603,73	1.658,26	1.714,64

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

- **Gastos por Derecho de Constitución**

Es el pago de los derechos que la empresa debe realizar para poder funcionar legalmente, estos pagos se los realizara por una sola vez hasta que la empresa inicie su funcionamiento.

CUADRO Nº 5.24 DETERMINACIÓN DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN.

CONCEPTO	VALOR
Registro Único de contribuyentes	58,00
Registro Sanitario	400,00
Ordenanza Municipal	30,00
Capacitación	750,00
Gasto de puesta en Marcha	250,00
TOTAL	1.488,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

El cálculo del costo de oportunidad del proyecto, se lo obtendrá de acuerdo a la inversión fija que por condición de donación se les considera como aporte propio, ya que están disponibles para iniciar la microempresa agroindustrial, además la inversión variable que sirve para cubrir los costos y gastos iniciales en los primeros dos meses para el normal funcionamiento de las operaciones de la microempresa agroindustrial son:

CUADRO Nº 5.25 INVERSION VARIABLE (2 meses)

DESCRIPCIÓN	VALOR
Materia Prima Directa	5.500,00
Mano de Obra Directa	2.100,00
Gastos Generales de Fabricación	15.051,46
Gastos de Administración	2.847,84
Gastos Ventas	250,00
Imprevistos	772,47
TOTAL INVERSION VARIABLE	26.521,77

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CUADRO Nº 5.26 INVERSION INICIAL

DESCRIPCIÓN	VALOR
Inversión Fija	72.651,40
Inversión Variable	26.521,77
TOTAL INVERSIÓN	99.173,17

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.2.1. Costo de la Inversión

El costo de oportunidad de la inversión inicial en efectivo equivale al costo de variable 26.908.11USD y al aporte de la inversión fija por 72.651,40USD montos que ya están disponibles para iniciar el proyecto, Por su condición de donación.

Para el cálculo del Costo de Capital, se utiliza una tasa ponderada 5.19% que corresponde a la tasa pasiva referencial del mercado financiero a febrero del año 2010.

CUADRO Nº 5.27 COSTO DE LA INVERSIÓN

DESCRIPCIÓN	VALOR	% CAMPOS	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
Inversión Fija	72.651,40	73,26	5,19	380,20
Inversión Variable	26.521,77	26,74	10,50	280,80
TOTAL INVERSIÓN	99.173,17	100	16	661,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Silvia Romero

5.2.2 Tasa de Redescuento

Esta tasa de redescuento o tasa real del proyecto, nos muestra teóricamente cuánto generará el proyecto, en las condiciones y con los datos expuestos a la fecha del cálculo.

Fórmula:

$$\begin{aligned}
 \text{TMRA} &= (1+CK)(1+i)^{-1} \\
 \text{TMRA} &= (1+0,066)(1+0,034)^{-1} \\
 \text{TMRA} &= (1.066 \times 1.034)^{-1} \\
 &= 0,102200 \\
 &= 10,22
 \end{aligned}$$

De acuerdo a la Tasa de Mínima de Redescuento tenemos que el proyecto rendirá al 10,22%, lo que significa que la inversión es productiva y se espera una razonable tasa de rentabilidad que tendría la empresa.

5.3 PROYECCIONES DE VENTAS, COSTOS Y GASTOS

CUADRO Nº 5.28 VENTAS PROYECTADA

BOCADILLO			
AÑO	UNIDADES	PRECIO DE	TOTAL
		VENTA	
2011	540000	0.21	113,400.00
2012	548316	0.22	120,629.52
2013	556760	0.23	128,054.80
2014	565334	0.24	135,680.16
2015	574040	0.25	143,510.00
PULPA			
2011	60000	1.74	104,400.00
2012	60924	1.81	110,272.44
2013	61862	1.90	117,537.80
2014	62815	1.99	125,001.85
2015	63782	2.10	133,942.20
PROYECCIÓN TOTAL			
2011	217,800.00		
2012	230,901.96		
2013	245,592.60		
2014	260,682.01		
2015	277,452.20		

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

El precio unitario de venta el primer año está en relación los costos de producción, y el incremento a partir del segundo año en base a la tasa de inflación del país que según datos últimos del INEC se ubica en el 3.4%.

CUADRO Nº 5.29 PROYECCION DE COSTOS Y GASTOS

DESCRIPCION	2011	2012	2013	2014	2015
COSTOS DE PRODUCCIÓN	135.908,76	144.416,34	153.470,59	163.354,08	173.504,54
Materia Prima Directa (guayaba)	24.000,00	25.200,00	26.400,00	27.600,00	28.800,00
Materia Prima Directa (azúcar)	9.000,00	9.765,00	10.601,86	11.510,52	12.497,16
Mano de Obra Directa	12.600,00	14.112,00	15.805,44	17.702,09	19.826,34
Gastos Generales de Fabricación	90.308,76	95.339,34	100.663,29	106.541,46	112.381,03
COSTOS DE DISTRIBUCIÓN	19.218,97	19.403,66	21.326,39	22.541,66	24.937,17
Gastos Administrativos	17.087,01	17.214,63	19.021,41	20.142,18	22.402,54
Gastos de Ventas	1.500,00	1.551,00	1.603,73	1.658,26	1.714,64
Imprevistos	631,96	638,03	701,25	741,22	819,98
COSTO TOTAL	155.127,73	163.820,00	174.796,99	185.895,74	198.441,70

Imprevistos 3.4% de los gastos administrativos y gastos de ventas de acuerdo a la inflación.

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El presupuesto de costos y gastos, se lo realiza de tal manera que nos permita determinar los recursos que serán necesarios en los años posteriores para el normal funcionamiento de la planta, todos estos costos sufren un incremento anual del 3.4%, porcentaje que corresponde a la tasa de inflación y el 12% de incremento de mano de obra calculado en un promedio de los 4 últimos salarios básicos.

5.3.1 Determinación del Precio de Ventas

Para determinar el precio de venta utilizaremos la siguiente fórmula:

$$PV_u = CT_p / K_p + U$$

CUADRO Nº 5.30 PROYECCIÓN DEL PRECIO DE VENTA

BOCADILLO					
AÑO	COSTO TOTAL	UNIDADES	COSTO	40%	PRECIO DE
	DE PRODUCCION	PRODUCIDAS	UNITARIO	UTILIDAD	VENTA
2011	80,698.87	540000	0.15	0.06	0.21
2012	85,141.96	548316	0.16	0.06	0.22
2013	90,764.05	556760	0.16	0.07	0.23
2014	96,483.77	565334	0.17	0.07	0.24
2015	102,711.34	574040	0.18	0.07	0.25
PULPA (LIBRAS)					
2011	74,428.87	60000	1.24	0.50	1.74
2012	78,678.08	60924	1.29	0.52	1.81
2013	84,032.96	61862	1.36	0.54	1.90
2014	89,412.02	62815	1.42	0.57	1.99
2015	95,730.75	63782	1.50	0.60	2.10

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Silvia Romero

Se fija el 40% de utilidad con el fin de que ésta sirva para cubrir los gastos administración, ventas y el mantenimiento del proyecto en el primer año, desde el segundo al quinto año se incrementará el 3.4% por la inflación.

5.4 BALANCE GENERAL INICIAL

El balance inicial se elaborará al iniciar las operaciones de la microempresa agroindustrial, es la presentación ordenada de los valores, registrando con lo que se cuenta para comenzar las actividades y su normal funcionamiento.

“DELICIAS NUTRITIVAS “
BALANCE DE SITUACION INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
Inversión Variable	26.521,77		
Inversión Fija	72.651,40	PATRIMONIO	
		Donación	99.173,17
TOTAL ACTIVOS	99.173,17	TOTAL PASIVO	
		PATRIMONIO	99.173,17

**5.5 PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE
PÉRDIDAS Y GANANCIAS (MÁXIMO 5 AÑOS).**

Los Estados de Pérdidas y Ganancias proyectados muestran las gestiones y operaciones que realicen las empresas, tienen por finalidad encontrar utilidad o pérdida al término de un año económico, esto depende de las decisiones y acciones que se hayan determinado como se muestra a continuación:

CUADRO Nº 5.31

DESCRIPCION	2011	2012	2013	2014	2015
Ventas Proyectadas	217.800,00	230.901,96	245.592,60	260.682,01	277.452,20
(-) Costos proyectados	135.908,76	144.416,34	153.470,59	163.354,08	173.504,54
Utilidad Bruta	81.891,24	86.485,62	92.122,01	97.327,93	103.947,66
(-) Gastos administrativos	17.087,01	17.214,63	19.021,41	20.142,18	22.402,54
(-) Gastos de ventas	1.500,00	1.551,00	1.603,73	1.658,26	1.714,64
(-) Imprevistos	631,96	638,03	701,25	741,22	819,98
Utilidad antes del 15% trabajadores	62.672,27	67.081,96	70.795,62	74.786,27	79.010,50
(-) 15% Trabajadores	9.400,84	10.062,29	10.619,34	11.217,94	11.851,58
Utilidad antes de Impuestos	53.271,43	57.019,67	60.176,28	63.568,33	67.158,93
(-) 25% Impuestos a la Renta	13.317,86	14.254,92	15.044,07	15.892,08	16.789,73
Utilidad neta Proyectada	39.953,57	42.764,75	45.132,21	47.676,25	50.369,19

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

5.6 FLUJOS DE CAJA

El flujo de caja refleja las entradas y salidas de efectivo, derivada de los ingresos proyectados y egresos proyectados que el proyecto genere, constituye el circulante que tiene la empresa para seguir operando.

CUADRO N° 5.32 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

CONCEPTO	AÑOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS OPERACIONALES:						
INVERSIÓN	99,173.17					
Inversión Fija	72,651.40				2700.00	
Inversión Variable	26,521.77					
INGRESOS OPERACIONALES:						
Ventas		217,800.00	230,901.96	245,592.60	260,682.01	277,452.20
Otros Ingresos						
Total Ingresos		217,800.00	230,901.96	245,592.60	260,682.01	277,452.20
EGRESOS						
Costos Operacionales		135,908.76	144,416.34	153,470.59	163,354.08	173,504.54
Gastos Administrativos		17,087.01	17,214.63	19,021.41	20,142.18	22,402.54
Gastos de ventas		1,500.00	1,551.00	1,603.73	1,658.26	1,714.64
Gastos imprevistos		631.96	638.03	701.25	741.22	819.98
TOTAL EGRESOS		155,127.73	163,820.00	174,796.98	185,895.74	198,441.70
Utilidad Antes de Participaciones		62,672.27	67,081.96	70,795.62	74,786.27	79,010.50
Participación Trabajadores 15%		9,400.84	10,062.29	10,619.34	11,217.94	11,851.58
Utilidad Antes del Impuesto a la Renta		53,271.43	57,019.67	60,176.28	63,568.33	67,158.93
Impuesto a la Renta 25%		13,317.86	14,254.92	15,044.07	15,892.08	16,789.73
UTILIDAD NETA		39,953.57	42,764.75	45,132.21	47,676.25	50,369.19
(+) Depreciaciones y amortizaciones		5,875.17	5,875.17	5,875.17	5,875.17	5,875.17
Inversión Activos Fijos	-72,651.40					
Capital de trabajo	-26,521.77	0.00	0.00	0.00	0.00	26,521.77
Valor Residual Activos Fijos		0.00	0.00	0.00	0.00	37,325.55
FLUJO NETO DE CAJA	-99,173.17	45,828.74	48,639.92	51,007.38	53,551.42	120,091.68

5.7 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN: VAN, TIR SENSIBILIZADA REAL, BENEFICIO – COSTO

La evaluación financiera, es aquella que analiza los beneficios netos que se obtendrán del proyecto, que debe estar sustentado teóricamente y que será económicamente rentable, para ello se cuenta con las siguientes técnicas de evaluación:

5.7.1. Determinación Valor Actual Neto (VAN)

Este muestra la rentabilidad en términos del dinero con poder adquisitivo presente y permite avizorar si es o no pertinente la inversión en el horizonte de la misma, matemáticamente se determina con la siguiente fórmula:

CUADRO Nº 5.33 VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO		
Períodos	Flujo Neto	Valor
	de Efectivo	Ajustado
0	(99.173,17)	(99.173,17)
1	45.828,74	38.272,68
2	48.639,92	33.923,04
3	51.007,38	29.708,85
4	53.551,42	26.048,03
5	120.091,60	48.782,88
VAN		77.562,31

El Valor Actual Neto del presente proyecto es de 77.562,31 positivo, a una tasa del 10.22% que nos muestra que el proyecto es rentable, lo que significa que justifica la inversión.

5.7.2. Determinación de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno, nos muestra la rentabilidad que devuelve el proyecto durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados y se obtienen dos VAN, un positivo y un negativo. Para el cálculo se consideran el VAN obtenido que es positivo y calculamos el VAN negativo con una tasa de descuento superior.

CUADRO Nº 5.34 TASA INTERNA DE RETORNO

VALOR ACTUAL NETO		
Períodos	Flujo Neto de Efectivo	Valor Ajustado
2009	-99.173,17	-99.173,17
2010	45.828,74	31.229,12
2011	48.639,92	22.585,86
2012	51.007,38	16.139,82
2013	53.551,42	11.546,72
2014	120.091,60	17.645,02
VAN (TM = 1,467500)		-26,63

VALOR ACTUAL NETO		
Períodos	Flujo Neto de Efectivo	Valor Ajustado
2009	-99.173,17	-99.173,17
2010	45.828,74	31.235,51
2011	48.639,92	22.595,10
2012	51.007,38	16.149,72
2013	53.551,42	11.556,16
2014	120.091,60	17.663,06
VAN (Tm=1,467200)		26,39

$$TIR = Tm + (Tm - TM) \frac{VAN (+)}{VAN (+) - VAN (-)}$$

$$TIR = 1,4673 + (1,4673 - 1,4674) \frac{26,39}{26,39 - (-26,63)}$$

$$TIR = 0,47$$

La TIR es la tasa de interés en donde el Valor Presente Neto de los flujos de los ingresos, con el valor presente de los egresos se iguala a cero. Para determinar esta tasa se debe calcular un flujo de efectivo que se deriva de la operación anual de la vida útil del proyecto. Para el caso la TIR del proyecto es igual a 47 % lo que supera el costo de oportunidad del dinero que pagan los mercados financieros y por encima de la TMAR del 10.22%.

5.7.3 Tiempo de Recuperación de la Inversión

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo, es la evaluación financiera que nos permite conocer en qué tiempo se recuperará la inversión del proyecto, para poder tomar la decisión de si se realiza o no dicha inversión.

CALCULO DEL PERÍODO DE RECUPERACIÓN			
DETALLE	AÑOS		
	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2
FLUJOS ACTUALIZADOS	99.173,17	45.828,74	48.639,92
SALDO ACUMULADO			94.468,66
DIFERENCIA			4.704,51
DIAS		360	34

El tiempo en el que se recupera la inversión es de 1 año, 1 mes, y 4 días.

5.7.4. Beneficio Costo

$$B/C = \frac{\sum \langle B \div (1+i)^n \rangle}{\sum \langle C \div (1+i)^n \rangle}$$

CUADRO N° 5.35 BENEFICIO COSTO

BENEFICIO COSTO				
AÑOS	Flujo Neto	Valor	Flujo Neto	Valor
	de Efectivo	Ajustado		Ajustado
2010			99.173,17	99.173,17
2011	217.800,00	194.429,57	135.908,76	108.306,95
2012	230.901,96	184.007,91	144.416,34	102.737,65
2013	245.592,60	174.714,35	153.470,59	97.463,70
2014	260.682,01	165.549,85	163.354,08	92.608,78
2015	277.452,20	157.293,34	173.504,54	87.808,68
VAN (INGRESOS)		875.995,01	VAN (COSTOS)	588.098,92
BENEFICIO COSTO				1,49

Significa que por cada dólar invertido en costos de producción, la empresa genera una utilidad de 0,49 centavos de dólar.

5.7.5. Punto de Equilibrio

CUADRO Nº 5.36 PUNTO DE EQUILIBRIO

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO			
COSTOS Y GASTOS	COSTO	COSTO	COSTO
	VARIABLE	FIJO	TOTAL
Materias Primas	33.000,00		33.000,00
Mano de Obra Directa	12.600,00		12.600,00
Costos Indirectos de Producción	90.308,76		90.308,76
Sueldos y Salarios administrativos		17.351,83	17.351,83
Depreciación de activos		5.875,17	5.875,17
Gasto Publicidad		1.500,00	1.500,00
Servicios Básicos y otros gastos		2.580,00	2.580,00
Amortización Activo Diferido		1.488,00	1.488,00
TOTAL	135.908,76	28.795,00	164.703,76

$$YPE = \left(\frac{\text{Costo fijo}}{1 - \frac{\text{Costo variable}}{\text{Ventas}}} \right)$$

$$YPE = \frac{28.795,00}{1 - \frac{135.908,76}{217.800,00}}$$

$$YPE = \frac{28.795,00}{1 - 0,62}$$

$$YPE = \frac{28.795,00}{0,38}$$

$$YPE = 75.776,32$$

En el punto de equilibrio la empresa ni pierde ni gana; por la tanto, para obtener beneficios las ventas deben superar los 75.776,32 USD.

CAPITULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y FUNCIONAL DE LA EMPRESA

6.1. DENOMINACION DE LA EMPRESA

6.1.1. Nombre

En el Consejo de los Socios, la empresa se denominará “DELICIAS NUTRITIVAS DE GUAYABA”.

6.1.2. Logotipo

Un logotipo es un elemento gráfico, que identifica a una persona, empresa, institución o producto, suelen incluir símbolos claramente asociados con lo que representan

GRAFICO Nº 6.1.



FUENTE: Investigación Directa

ELABORACION: La Autora

6.1.3. Etiqueta

Las etiquetas comenzaron a utilizarse en la actividad comercial para describir el contenido de envases, recipientes y paquetes con mayor facilidad. En la actualidad la etiqueta, a más de rotular, diferenciar e identificar a los productos destinados para la venta, sirven como decorativos con la intención de realzar la imagen del producto y resultar más atractivo para el consumidor.

GRAFICO Nº 6.2.



Etiqueta de los dulces de guayaba.

GRAFICO Nº 6.3.



Etiqueta de la Pulpa de guayaba

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACION: La Autora

6.2. TIPO DE EMPRESA

Según lo señalado en la Ley de Compañías, se establecen seis clases de compañías de producción y comercio, que se pueden constituir y alcanzar su personería jurídica, estas son:

- a)** La compañía en nombre colectivo;
- b)** La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- c)** La compañía de responsabilidad limitada;
- d)** La compañía anónima;
- e)** La compañía de economía mixta; y,
- f)** La compañía Accidental o en Cuentas de Participación

Del análisis realizado a las diferentes clases de compañías, se determina que, la que más se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa que se formará es la compañía Accidental o en Cuentas de Participación.

Así pues, la mejor alternativa que permita formalizar adecuadamente la planta de fabricación de dulces derivados de la guayaba, mediante la cual una persona denominada asociada, otorga dinero, bienes o servicios, a otra denominante asociante, para la asociación del negocio en la Parroquia La Carolina, del Cantón Ibarra.

6.3. ELEMENTOS ESTRATEGICOS

6.3.1. Misión:

Constituye el primer elemento de una organización, mediante el cual se establece la razón de ser de la nueva unidad de producción; es decir, el porqué de su existencia, el por qué se desea crear la empresa.

De acuerdo a todo lo investigado hasta esta parte, se puede planear la misión de la empresa agroindustrial “DELICIAS NUTRITIVAS DE GUAYABA”, bajo los siguientes aspectos de trascendencia para la vida y funcionamiento de la empresa:

“DELICIAS NUTRITIVAS DE GUAYABA” es una empresa agroindustrial dedicada a la fabricación de dulces y derivados de guayaba, aprovechando las potencialidades naturales, materiales y humanas de la Parroquia la Carolina, con el fin ofrecer un producto natural de calidad, satisfaciendo a clientes exigentes generando fuentes de trabajo para brindar una mejor calidad de vida a los productores”.

6.3.2. Visión:

La visión constituye el segundo componente importante de una organización, enunciado en el cual se logra plasmar la proyección de la empresa, describiendo la imagen futura que se desea obtener en un período de tiempo determinado.

Igualmente, por todo lo estudiado para la formulación de este proyecto, la visión de la empresa agroindustrial “DELICIAS NUTRITIVAS DE GUAYABA” es:

“Establecerse en el plazo de cinco años como una empresa agroindustrial, líder en el mercado local, con proyección al mercado nacional, en la elaboración de pulpa y dulces de guayaba, con un proceso de producción de alta calidad.”

6.3.3. Valores Corporativos:

Los valores Corporativos son cultura organizacional, está orientada a marcar el direccionamiento del negocio. Todos interiorizamos estos valores y los practicamos por que hacen partes de nuestras vidas e interactúan en los contextos en que nos desenvolvemos.

- **Honestidad:**

La honestidad es de suma importancia. Toda actividad social, toda empresa humana que requiera una acción concertada, se atasca cuando la gente no es franca. La honestidad no consiste sólo en la franqueza, la capacidad de decir la verdad, sino en la honestidad del trabajo honesto para una paga honesta. Empezar actuaciones bajo criterios de discernimiento ético en la gestión institucional.

- **Responsabilidad:**

La responsabilidad es un valor que está en la conciencia de las personas, que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral, ético, y desarrollar con efectividad las tareas encomendadas siempre en el mejoramiento laboral, social, cultural y natural.

- **Ecológico:**

La ecología es la ciencia que estudia a los seres vivos, su ambiente, y la interacción de los organismos, las empresas deben estar en marcadas a la protección del entorno y la conservación de los mismos.

- **Liderazgo:**

El liderazgo es el conjunto de capacidades que un individuo tiene para influir en un colectivo de personas, que mediante la iniciativa de gestionar, convocar, promover, incentivar y motivar, sea este personal, gerencial o institucional, dentro de un proceso administrativo, de la organización, hace que trabajen con entusiasmo, y se sientan seguros en el negocio, para la consecución de los objetivos comunes y soportando a nuestros clientes en maximizar su potencial.

- **Competitividad:**

La competitividad es la capacidad de una organización, en aplicar la cultura de calidad en el servicio, ofreciendo una amplia cobertura, que permita responder efectivamente frente a las exigencias del mercado dentro de un mundo globalizado.

- **Excelencia:**

La excelencia es el desarrollo de soluciones innovadoras, tecnología y servicios que garanticen el éxito de nuestros clientes. Luchando continuamente en el mejoramiento para cumplir nuestros compromisos.

6.3.3. Objetivos Organizacionales:

Los objetivos de la organización son:

- Satisfacer una preferencia.
- Utilizar las herramientas administrativas y financiera para alcanzar el liderazgo en el mercado.
- Incrementar el volumen de ventas.
- Capacitación permanente a los funcionarios.

6.3.4. Políticas Organizacionales:

6.3.4.1. Política Administrativa:

- La micro – empresa agroindustrial adquiere la materia prima solamente a las microempresas de acopio y comercialización, que a su vez se constituyen accionistas de la empresa con lo cual se pretende asegurar el abastecimiento permanente de la fruta fresca.
- Las decisiones de tomarán en consenso.
- Se realizarán investigaciones de mercadeo en equipo.
- La ocupación de la mano de obra local.

6.3.4.2. Políticas Financieras:

- La adquisición de equipos y maquinaria necesarias para la micro-empresa.
- Establecimiento de precios competitivos para los productos.
- Disminución de desperdicios de las materias primas.

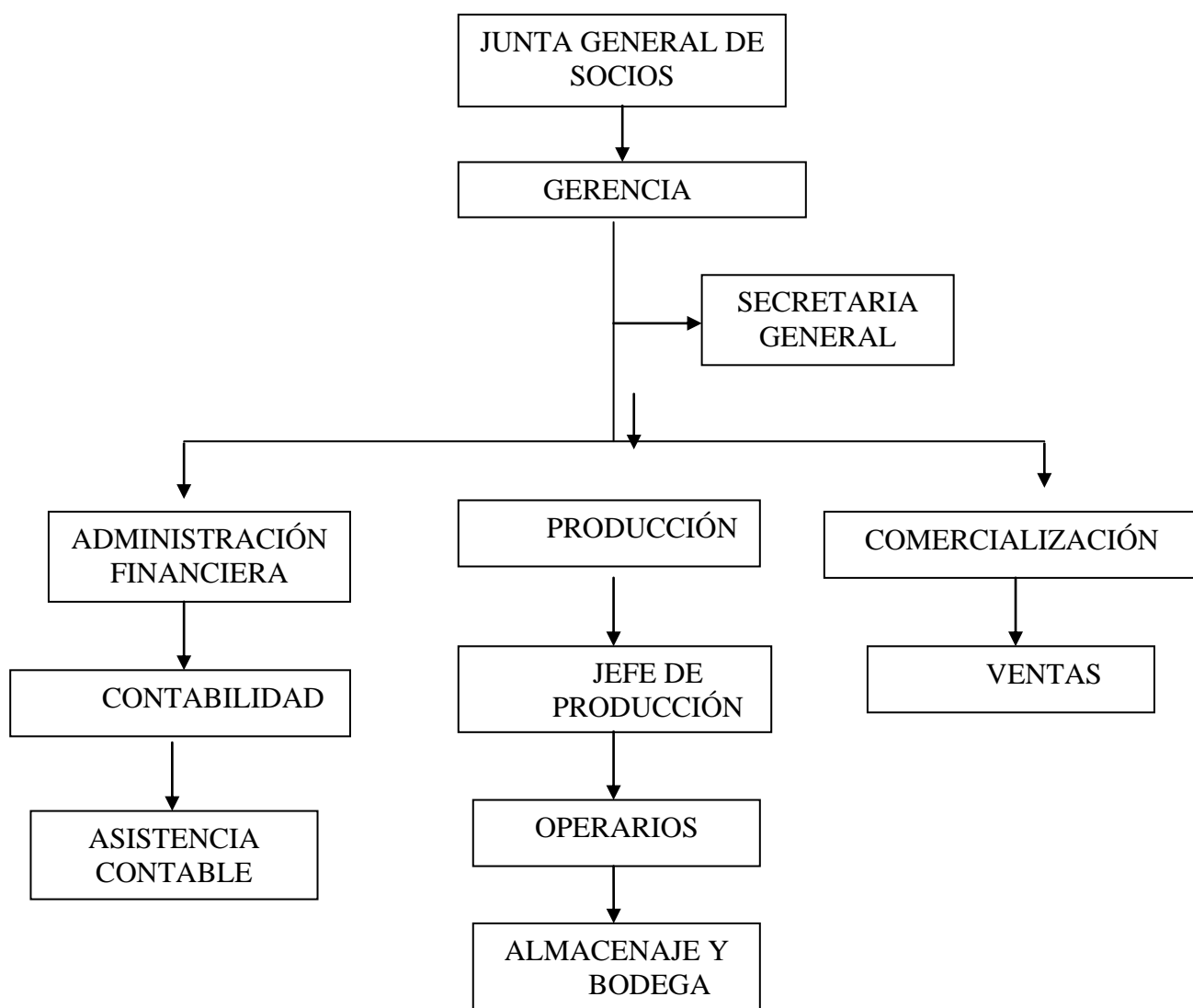
6.3.4.3. Políticas de Mercadeo:

- Manejar promociones.
- Estrategias de publicidad
- Estrategias de servicio al cliente.
- Brindar un producto Agroecológico.

6.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

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

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Dentro de la estructura orgánica de la microempresa agroindustrial se contempla los siguientes niveles:

Nivel Directivo:	Junta General de Socios.
Nivel Ejecutivo:	Representante Legal - Gerente
Nivel de Apoyo:	Secretaría General y Contabilidad
Nivel Operativo:	Producción, Comercialización.

6.5. ESTRUCTURA FUNCIONAL

6.5.1 Manual De Funciones

6.5.1.1 Junta General de Socios

La Junta General de accionistas es la encargada de tomar las decisiones de mayor importancia para la microempresa, estas decisiones se realizan en consenso, con la opinión de todos los socios y llegando al acuerdo más conveniente, sus principales funciones son:

- Nombrar o remover al Gerente y Directivos
- Determinar lineamientos generales para la microempresa.
- Aprobar Estados Financieros.
- Aprobar estatutos.

6.5.1.2 Gerente General

Es el representante legal de la micro-empresa agroindustrial, se encarga de tomar decisiones de menor trascendencia pero no por ello de menor importancia, se desarrolla en las actividades administrativas, financieras, de producción, y comercialización. Las principales funciones son:

- Dirigir y representar legalmente a la empresa.
- Organizar, planear, supervisar, coordinar y controlar los procesos productivos de la microempresa; la ejecución de las funciones administrativas y técnicas; la realización de programas y el cumplimiento de las normas legales.
- Participar en la toma de decisiones en el consenso con respecto a planes de crecimiento de la micro-empresa.
- Asignar y supervisar al personal de la empresa los trabajos y estudios que deban realizarse de acuerdo con las prioridades que

requieran las distintas actividades e impartir las instrucciones necesarias para su desarrollo.

- Evaluar de manera constante los costos de lo producido y ofertado al medio.
- Autorizar y ordenar los respectivos pagos.
- Supervisar y controlar al recurso humano.
- Presentar informes a la Junta de accionistas.
- Elaborar presupuestos de ventas mensuales.

6.5.1.3 Secretaría General

Es el personal de apoyo directo de la Gerencia, desarrollo todas las actividades de archivo y trámites gerenciales que tengan que ver con el desarrollo de actividades con la micro-empresa. Las principales funciones son:

- Reportar e informar la documentación que ingresa a la empresa.
- Digitar y redactar oficios, memorandos, informes, así como también lo tratado en reuniones y conferencias dadas por el Gerente.
- Realizar y recibir llamadas telefónicas y transmitir los mensajes a las personas correspondientes.
- Atender al público para dar información y concretar entrevistas, responder por los documentos a su cargo.
- Participar activamente en la organización de eventos, reuniones y programas sociales relacionados con su cargo.
- Y demás funciones relacionadas con su cargo.

6.5.1.4 Administración financiera

Dentro de esta área encontramos a dos puestos importantes que se encargan de cumplir con las actividades básicas,

estos son el de contador y el de auxiliar contable, quienes se encargan de realizar todas las actividades financieras – contables.

El Contador debe ser un profesional graduado en contabilidad superior o C.P.A., con el fin de que cumpla con todas las actividades de análisis y toma de decisiones dentro de su área, con experiencia en el manejo contable de microempresas agroindustriales de forma que resulte de gran apoyo en el desarrollo de esta nueva unidad de producción. Las principales funciones son:

- Velar por el estricto cumplimiento de las disposiciones establecidas para el manejo de la contabilidad.
- Estar al día en las disposiciones tributarias.
- Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la microempresa.
- Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la empresa.
- Mantener actualizada la información.
- Estar atento a las entradas y salidas de dinero de la empresa.
- Preparar informes sobre la situación económica y financiera de la microempresa.
- Realizar análisis financieros para establecer costo-beneficio.
- Realizar todo el proceso contable.
- Custodia de inversión del dinero, garantía créditos y suministros de fondos.

6.5.1.5 Área operativa o de producción

Se encarga de la producción y elaboración de la pulpa y dulces de guayaba para luego enviar al aérea de comercialización. Las principales funciones son:

- Coordinar las actividades destinadas al procesamiento de la fruta.

- Determinar las políticas de producción y controlar que se cumplan.
- Capacitar y supervisión al personal de producción.
- Controlar la elaboración del producto en todas las etapas.
- Realizar control de calidad en proceso.

6.5.1.6 Operarios

Son aquellos que se encargan de la elaboración y producción de los productos en procesos y los productos terminados. Las principales funciones son:

- Cumplir con el horario asignado.
- Realizar las funciones asignadas por el jefe inmediato.
- Responder por los implementos de trabajo asignados.
- Comunicar cualquier daño encontrado en algún sitio de trabajo.
- Llevar al día los registros requeridos para el control de la producción.
- Recepción, pesajes, bodegajes, transporte de materias primas, insumos y productos terminados.
- Manejar los equipos, maquinas y herramientas de operación.
- Entregar los productos terminados.

6.5.1.7 Comercialización y ventas

Se encarga directamente de los clientes y de dar a conocer los beneficios de nuestro producto personalmente. Las principales funciones son:

- Coordinar las actividades destinadas a la producción y venta.
- Determinar las políticas de venta y controlar que se cumplan
- Sugerir sistemas para la fijación de precios y diseñar programas de promoción.

- Atención personal y telefónica a los clientes.
- Demostraciones de los productos a los clientes.
- Evaluar de manera constante los costos de lo producido y ofertado al medio.
- Ventas directas en la planta de producción.
- Exposición en ferias.
- Sistema de entrega de producto y cancelación de valores.
- Dirección, control y mejoramiento del servicio al cliente con el fin de mantener la comercialización y distribución de los productos elaborados.
- Elaborar presupuestos de ventas mensuales junto a la gerencia.

6.6 SEGUIMIENTO Y MONITOREO

Por parte de Gerencia se realizara un control de calidad de la producción (pulpa y dulce de guayaba) mediante capacitaciones permanentes, se efectuará un seguimiento y un plan de mejoramiento continuo de cada uno de los procesos y procedimientos para obtener un producto de calidad, que satisfaga a los clientes, en caso de existir ciertos inconvenientes se analizarán los procedimientos, y se tomara en cuenta los aspectos positivos y negativos, en el caso de existir problemas se buscará la mejor manera de corregirlos, ya sea modificando el procedimiento o proceso, cambiándolo por otro o simplemente eliminándolo dependiendo del caso que se presentare y del análisis de cuál es la mejor alternativa para el desarrollo eficaz y eficiente de la micro-empresa agroindustrial.

Además se buscaría estrategias de ventajas competitivas a fin de posicionarse en el mercado y atraer compradores mediante un bajo costo de producción concentrándose en el ahorro de materias primas y eliminando el desperdicio, con el personal suficiente, mediante la tecnificación de los procesos.

6.7 REQUISITOS LEGALES PARA SU CONSTITUCION

6.7.1 Aspecto Legal

6.7.1.1 Para intervenir en la constitución de una Compañía Accidental o en cuentas de Participación, se requiere de capacidad civil para contratar; lo que garantiza la creación de un ente jurídico y aspecto del cual gozan todos los socios interesados en crear la compañía.

6.7.1.2 La Compañía Accidental o en Cuentas de Participación podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la ley; la que garantizará la creación de la empresa agroindustrial "Delicias de Guayaba".

6.7.1.3 El capital de la compañía estará formado por organismos de las ONGs, las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías; está dentro de las expectativas del capital que desean aportar los socios; el monto determinado por la Superintendencia de Compañías, es de al menos 400 USD, según la resolución N.º 99.1.1.1.3008 de fecha 7 de septiembre de 1999, publicado en el Registro Oficial N° 278 del jueves 16 del mismo mes y año.

6.7.1.4 Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistente en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la

actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía; lo que anima a los futuros socios para conformar el capital con dinero en efectivo y ciertos bienes que ellos dispongan y que son útiles para el funcionamiento de la compañía.

6.7.1.5 La compañía Accidental o en Cuentas de Participación es la que un comerciante da a una o más personas participación en las utilidades o pérdida de una o más operaciones o de todo su comercio.

6.7.1.6 En caso de quiebra los participantes tienen derecho a ser considerados en el pasivo por los fondos con que han contribuido, en cuanto estos excedan de la cuota de pérdidas que les corresponde.

6.7.1.7 La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan, lo que manifiestan los futuros socios que les da la seguridad de su capital y mantener el grupo de socios.

6.7.1.8 La participación en la compañía Accidental o en Cuentas de Participación no tiene ningún derecho de propiedad sobre los bienes objeto de asociación aunque hayan sido aportados por ellos. Sus derechos están limitados a obtener cuentas de los fondos que ha aportado y de las pérdidas o ganancias habidas.

6.7.1.9 La creación de la compañía se hará por escritura pública, acogiendo todos los aspectos legales que exige la Superintendencia de Compañías y las formalidades legales del Notario, y se inscribirá en el Registro Mercantil; lo que se formalizará la creación de un nuevo ente jurídico que garantice llevar adelante las actividades para la cual se crea la misma y además garantice los intereses y aspiraciones de los socios. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura, el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

6.7.2 Permisos de funcionamiento

Previa entrevista con el Jefe de Rentas del Municipio de Ibarra, se determinó que no existe ninguna dificultad para que se implemente una empresa de esta naturaleza en este sector. Para el funcionamiento de la empresa es necesario contar con los siguientes requisitos:

- Registro único de contribuyente (RUC)
- Patente Municipal.
- Permiso y Registro Sanitario.

6.7.2.1 Requisitos para obtener el registro único de contribuyentes

- a. Cédula del representante legal.

- b. Copia del certificado de votación.
- c. Factura del pago de un servicio básico.

6.7.2.2 Requisitos para obtener la patente municipal por primera vez.

- a. Copia de la cédula y certificado de votación.
- b. Escrituras del área física
- c. Copia del RUC
- d. Declaración juramentada del inicio de la actividad económica empresarial.
- e. Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- f. Inscripción.

6.7.2.3 Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento y el registro sanitario en el Ministerio de Salud Pública

- a. Permiso de la Intendencia.
- b. Ficha de inspección.
- c. Permiso del cuerpo de bomberos.
- d. Copia del RUC
- e. Certificado de salud (Original y Copia)
- f. Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.

CAPITULO VII

7. ANALISIS DE IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. ANTECEDENTES

La investigación efectuada se sustenta con un análisis técnico de los impactos. Para el presente análisis, se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente aplicarla y tiene una particular estructura. Para tal efecto, se determinan varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

Se selecciona un rango o parámetro de niveles de impactos positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

Cuadro N°7 .1 MEDICIÓN DE IMPACTOS.

CALIFICACIÓN	NIVELES DE IMPACTO
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No hay Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

ELABORACION: La Autora

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

7.2. ANÁLISIS DE IMPACTOS

7.2.1. Impacto Económico

Nivel de Impacto Indicadores	NEGATIVO			POSITIVO			Total	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Riesgos de Capital			X					-1
Generación de empleo						x		2
Sueldos y salarios						x		2
Efecto Multiplicador							x	3
Total			-1			4	3	6

Para realizar su cálculo utilizaremos una fórmula, la misma que nos proporcionará el índice que corresponde a cada impacto.

$$\text{Nivel de impactos} = \frac{\sum \text{de.impactos}}{\text{Número.de.impactos}}$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{4}$$

Nivel de impacto = 1.5  **impacto medio bajo positivo**

En el Aspecto económico el proyecto mejorará la calidad de vida, mediante la generación de ingresos a la familia rural, fortaleciendo el trabajo con mujeres que cómo práctica económica tengan a su cargo el cuidado y mantenimiento de frutales en sus huertas, más aún cuando la producción que obtienen no es comercializada, van a tener la oportunidad de canalizarse hacia la agroindustria de procesamiento frutícola, con lo

cual éstas mujeres se integrarán a procesos de desarrollo económico, a través de la constitución de microempresas de acopio y comercialización de fruta fresca, para éste efecto serán capacitadas permanentemente y generará condiciones de cambio en el orden social y económico, que logre la sustentabilidad de esta actividad en el tiempo.

7.2.2. Impacto Social

Nivel de Impacto <i>Indicadores</i>	NEGATIVO				POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de Vida						x		2
Relaciones Interpersonales							x	3
Atención al cliente							x	3
Total						2	6	8

$$\Sigma = 8$$

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{3}$$

Nivel de impacto 2.67  impacto medio positivo

La puesta en marcha del nuevo proyecto involucra la generación de nuevas plazas de empleo; dicho sea de paso, genera nuevos ingresos a las familias, quienes participan directamente en el proyecto, como indirectamente, por su efecto multiplicador económico, permitiendo mejorar la calidad de vida de sus interlocutores, como también en su entorno social.

Por otra parte ayuda también a mejorar las relaciones interpersonales, con todo el entorno en que pudieran actuar.

La atención al cliente siempre será fundamental en la vida de cualquier empresa que venda bienes y servicios de cualquier índole, ya que ésta función hace la diferencia entre la competencia y el cliente siempre va a realizar comparaciones, si este se encuentra satisfecho, quien a futuro se convertirá en cliente potencial por toda la vida, al mismo tiempo que difundirá externamente la calidad del producto, hacia otros consumidores.

7.2.3. Impacto Empresarial

Nivel de Impacto Indicadores	NEGATIVO				POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Estrategias de mercado						X		2
Competencia							X	3
Satisfacción de necesidades						x		2
Total						4	3	7

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2,33 \Rightarrow \text{Impacto positivo}$$

Este impacto es uno de los principales que se requiere implementar en los grupos sociales rurales, pues el manejo de principios empresariales impulsa al productor a un cambio de actitud frente a la forma de trabajo y a la forma de comercializar su producto; motiva sobre manera al sentirse parte integrante de una organización económica, como es la microempresa, ya que su incorporación se lo hace como socios y en éste proceso se genera una autoevaluación de su esfuerzo tanto productivo

como de su integración de una organización socio económica que además de permitirle un ingreso económico le permite ser integrante de nuevas estructuras societarias. El pasó de productor-vendedor a socio, es el impacto fundamental que hay que consolidarlo para generar responsabilidades en los participantes de ésta microempresa.

7.2.4. Impacto Educativo- Cultural

Nivel de Impacto	NEGATIVO				POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Indicadores								
Generación de conocimientos						x		2
Profesionalización						x		2
Capacitación							x	3
Total						4	3	7

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de impacto} = 2.3 \Rightarrow \text{Impacto positivo}$$

En lo relacionado a educación el proyecto coadyuvará a mejorar los conocimientos en un proceso de formación teórico práctico relacionado al ámbito productivo, comercial y empresarial; ésta instrucción permitirá un fortalecimiento cultural puesto que, el integrarse a trabajar bajo modalidades micro empresariales, genera un cambio de actitud respecto a formas tradicionales de manejo de la economía familiar, no obstante el proyecto prevé que parte de la formación, estará encaminada a impartir conocimientos sobre organización, género, contabilidad, procesos técnicos de producción y principios de comercio y marketing.

7.2.5. Impacto Ético

Nivel de Impacto <i>Indicadores</i>	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Generación de autoestima							X	3
Rescate de valores						X		2
Capacitación continua							X	3
Brindar servicio de calidad							X	3
Seguridad					X			1
Total					1	2	9	Σ12

$$\text{Impacto ético} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^{\circ} \text{ de Indicadores}}$$

$$\text{Impacto ético} = \frac{12}{5} = 2,40$$

$$\text{Impacto ético} = 2,40 \Rightarrow \text{Impacto positivo}$$

Cuando las organizaciones están perfectamente capacitadas sobre las responsabilidades que adquieren al emprender actividades empresariales, cumplen con sus obligaciones tributarias, laborales y sociales, así como, las que exige la propia constitución empresarial, y que en éstas así como existen beneficios generan compromisos y obligaciones, por tal razón, el proyecto fortalece los principios éticos y morales exigidos en la integración de socios a una microempresa.

7.2.6. Impacto Ambiental

Nivel de Impacto Indicadores	NEGATIVO			POSITIVO			Total	
	-3	-2	-1	0	1	2		3
Reciclaje de basura							X	3
Contaminación					X			1
Compost						x		2
Desechos Sólidos				x				0
Total				0	1	2	3	6

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{6}{3}$$

Nivel de impacto = 2  Impacto medio positivo

El proyecto, por su propia naturaleza, no contiene impactos ambientales negativos, prevé que la producción frutícola se fortalezca bajo principios agro-ecológicos. Se pretende que los controles fito sanitarios, se los realice mediante la utilización de técnicas tradicionales y naturales de control; el proyecto, al ser orientado hacia la construcción de una agroindustria de procesamiento de fruta fresca, debe de controlar de que la misma no contenga productos agroquímicos de ninguna naturaleza, el producto final para tener aceptación en mercados de alta exigencia debe procura tener la calificación de sello verde.

7.2.7. Impacto de Género

Nivel de Impacto Indicadores	NEGATIVO				POSITIVO			Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Obligaciones que debe cumplir la mujer en el hogar				x				0
Reacción de la sociedad ante la superación de la mujer						x		2
Cumplimiento de metas planteadas por las mujeres							x	3
Mejora de la situación económica del hogar							x	3
Total				0	0	2	6	8

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{8}{3}$$

Nivel de Impacto = 2,67  Impacto medio alto positivo

Considerando que todos los integrantes de una sociedad deben tener igualdad de oportunidades en el desarrollo socio económico de una región y en consideración de que las mujeres realizan la actividad agrícola relacionada con la recolección y cosecha de las frutas, en el porqué del enfoque del proyecto a la constitución de grupos solidarios de mujeres en el sector rural y que éstos a su vez constituyan microempresas de acopio y comercialización de frutas frescas para que los mismos puedan ser entregados a la empresa Eco-Fruit para su procesamiento agroindustrial, este proceso permite el empoderamiento de las mujeres dentro de una actividad que tradicionalmente la viene realizando, pero que el proyecto potencializa un trabajo y un ingreso para la familia, manejado por mujeres que han efectuado esta labor históricamente y que no han sido compensadas económicamente por falta de oportunidades como las que el proyecto actualmente ofrece; esto mejorará sustancialmente las

relaciones de familia que pueden traducirse en mejora de calidad de vida de las familias del sector rural.

7.3. IMPACTO GENERAL

Nivel de Impacto Indicadores	NEGATIVO			0	POSITIVO			Total
	-3	-2	-1		1	2	3	
Económico						X		2
Social							X	3
Educativo						X		2
Empresarial						X		2
Ambiental						X		2
Ético						X		2
Género							X	3
Total				0		10	6	16

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{16}{7}$$

Nivel de Impacto = 2,29  Impacto medio positivo

De acuerdo con el análisis general, los impactos referente al presente proyecto indican que tendrán un impacto medio positivo, lo cual quiere decir, que la creación de la micro empresa, frente a los retos de competitividad y demás cambios que caracterizan una nueva alternativa para la generación de puestos de trabajo, atención a la demanda potencial y desarrollo socio económico del sector serán favorables.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber concluido con el proceso de investigación en todas sus fases se pueden formular las siguientes conclusiones y recomendaciones:

CONCLUSIONES:

- El diagnóstico situacional entregó importante información la cual permitió identificar condiciones agroeconómicas óptimas para la implementación de la empresa de producción y comercialización de dulces derivados de guayaba. Se destacan importantes aliados de la empresa a implantarse, entre los principales tenemos: 1) Favorables condiciones agrícolas y climáticas que hacen posible una gran producción de la fruta; 2) La población está cambiando sus hábitos de consumo por productos sanos y naturales; 3) Se cuenta con la experiencia productiva en esta rama de actividad; 4) Gobierno Nacional que apoya a emprendimientos de empresas que desarrollan actividades sobre todo de extracción de productos naturales incorporando valor agregado; 5) Instituciones financieras que mediante créditos ayudan a la formación de microempresas; 6) ONG`S que apoyan el desarrollo micro-empresarial; y, 7) Vías de acceso para la transportación del producto hacia el mercado. En la actualidad se está incentivando a la creación de empresas, ya que es una oportunidad para la generación de recursos económicos para el país y de esta manera mejorar el estilo de vida de quien las crea y sus beneficiarios directos.
- Las bases teórico-científicas desarrolladas proporcionaron la información suficiente sobre el estado de la investigación del tema propuesto, lo que permitió sustentar científicamente cada una de las fases del proyecto realizado.

- El estudio de mercado permitió hacer un análisis preliminar de los potenciales nichos de mercado, y en base a estos direccionar la producción en el sentido correcto, el cual permitirá emprender un proceso de producción y comercialización de dulces derivados de la guayaba, a través de la implementación de la empresa. Además, se logró determinar que en el mercado no existe mucha oferta del producto, por lo cual le asegura a la empresa una gran oportunidad de colocar su producción. Existe una demanda potencial insatisfecha de dulces derivados de la guayaba en los mercados de Imbabura, la región y el país, lo cual representa una clara oportunidad del negocio. En definitiva, se tiene aceptación en el mercado elegido, concluyendo así que el nuevo productos la comercializar tendrán gran acogida y una rápida expansión de mercado, gracias a su calidad y bajo costo.
- Del estudio técnico realizado se desprende que existen las condiciones físicas, climáticas, recursos materiales y económicos, tecnológicas, talento humano y experiencia productiva como para lograr una eficiente arranque y funcionamiento del proyecto. Se establecieron las condiciones técnicas y diagramas de proceso de producción y comercialización. La empresa agroindustrial, contribuirá a la conservación y preservación del medio ambiente.
- En base a la evaluación financiera del proyecto, se concluye que éste es factible financieramente, debido a que presenta un VAN positivo de \$ 77.562,31 (al 10,22%) y un TIR del 47 % mayor que el TRM, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar rentabilidad, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 1 año, 1 mes, 4 días; la relación beneficio costo es de 1,49 USD, lo que justifica la inversión.
- Luego de diseñar las fases del proyecto consistentes en el estudio de mercado, técnico y financiero, se logró determinar la estructura

organizacional y funcional de la microempresa. Aquí se plantearon todos los elementos estratégicos administrativos y requisitos legales para el normal inicio y desarrollo de la empresa agroindustrial.

- Del análisis de impactos del Proyecto se desprende que éste beneficiará directamente a la comunidad, a los propietarios de granjas agrícolas, trabajadores y consumidor final. Se obtuvo un índice general de impactos de 2.29, que significa un impacto medio positivo. Más que efectos negativos, el proyecto generará impacto positivo sobre sus consumidores y medio natural.

RECOMENDACIONES:

- Conforme a los resultados del estudio es necesario crear y fortalecer una microempresa legalmente constituida a fin de que enfrente los mercados actuales, que demandan de comercialización de productos innovadores y ante todo con calidad en la producción.
- Se debe continuar investigando, primero para ampliar la teoría existente sobre este importante tema; y, en segundo lugar para dotarle a la microempresa de información adecuada y oportuna sobre el comportamiento del consumidor, nuevas técnicas o sistemas de trabajo, nuevas tecnologías utilizadas en la producción de dulce y pulpa de guayaba, así como también nuevas técnica de manejo empresarial de negocio de este tipo.
- Se deben incursionar en el desarrollo de productos menos específicos y de mayor valor comercial pero que aborden el mismo mercado de forma que se amplíen las ventas y se mejoren los márgenes de rentabilidad del proyecto. Mantener siempre la calidad y bajo costo, en la oferta de los productos derivados de la guayaba lo que contribuirá a una expansión de mercados.

- La estructura organizativa recomendada para el desarrollo y el buen funcionamiento de la microempresa agroindustrial es bajo el tipo de Compañía Accidental o en Cuentas de Participación ya que es la que mejor se ajusta a los requerimientos y finalidades de la empresa a estructurarse.
- Se identificó que el nivel de conocimiento para el manejo del cultivo de la guayaba constituye la principal limitante para lograr una mayor producción, siendo necesario una capacitación frecuente de los agricultores.
- Para el éxito del presente proyecto se estima conveniente que las instituciones financieras presten facilidades de financiamiento, con el fin de garantizar los niveles de producción propuestos. Sin embargo, la actividad productiva propuesta garantiza un importante flujo de ingresos y utilidades, por lo cual se recomienda reinvertir las utilidades generadas en la adquisición e innovación de materiales y equipos útiles para el desarrollo y ampliación futura del proyecto, con esto se lograría mejorar un crecimiento micro-empresarial.
- El marco legal nacional y supranacional tiene muchas bondades para el artesano, cumpliendo así los objetivos de desarrollar y fomentar esta actividad, por lo cual es prudente que haya un control gubernamental serio y responsable para establecer claramente quienes pueden ser considerados como pequeños o grandes empresarios con la finalidad de que exista una competencia con igualdad de condiciones . Las Instituciones Estatales deben contribuir con los emprendimientos, brindando créditos, capacitaciones y facilitando la legalización de las nuevas microempresas; ya que la provincia de Imbabura posee grandes atributos naturales, que hacen posible la creación de nuevas unidades productivas.

- Se deben reforzar y ampliar los resultados positivos que tendría el Proyecto; y, por otro lado, contrarrestar al máximo los impactos negativos. El cual permitiría reforzar la estructura organizativa de la empresa y asegurar la sostenibilidad a través de la vida útil de la microempresa diseñada en el presente estudio.
- Para mantener una abundante vegetación se debe concienciar sobre la importancia de realizar una explotación racional y sostenible de los recursos primarios y la mejora de los recursos degradados.

BIBLIOGRAFÍA

- VILLAMIZAR, César. Fortalecimiento Agroindustrial de la guayaba, Segunda edición, Colombia 1997.
- PRADA, Luz Esperanza; SALAZAR, Luzardo. Buenas Prácticas de Manufactura en la Elaboración de Productos Derivados de la Guayaba, Barbosa, Santander; 2002.
- CORPOICA; Corporación Colombiana de Investigaciones Agropecuaria, Programa Cooperativo de Desarrollo Agroindustrial Rural-Prodar, edición 500 ejemplares, Bogotá 2005.
- SUAREZ, O. Talleres para el crecimiento en grupo. Santafé de Bogotá 1998.
- JÁCOME, Walter. Bases teóricas y Prácticas para el diseño y evaluación de proyectos productivos y de inversión, Editorial Universitaria, Ibarra – Ecuador 2005.
- LEIVA, Francisco. Nociones de metodología de investigación científica, Segunda edición corregida y aumentada, 1997, Quito-Ecuador.
- UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, Guía para el Diseño del Plan de Trabajo de Grado, Ibarra 2005.
- CARL, Daniel; Marketing; 2006.
- ADEPI, “Agencia 21 Imbabura”, Plan de Desarrollo Local Sostenible para la Provincia de Imbabura, 2005.
- ADEPI, “Proyecto: Procesamiento Agroindustrial de frutas”, 2007.

- ADEPI, “Diagnostico preliminar para la implementación de una Agroindustria de procesamiento de la guayaba”,2008.
- ADEPI, “Estudio preliminar de comercialización de productos agroindustrializados, 2007.
- ZAPATA, Pedro, Contabilidad General, Editorial Emma Ariza, Colombia,1996.
- CHILQUINGA, Manuel, Costos por órdenes de producción, Junio 2001, Otavalo Ecuador.
- REYES, Ponce, Etapas del Proceso Administrativo; 1960.
- TERRY G, Franklin, Principios de la Administración; 2001.
- AYALA TRUJILLO, Otto, Contabilidad Agropecuaria Básica, Ibarra – Ecuador.
- VASCONES, Vicente, Contabilidad, 1994.
- CODIGO DEL TRABAJO DEL ECUADOR
- SUPEINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS
- BRAVO, Mercedes, Contabilidad, 2002
- TERAN, Gonzalo, Contabilidad, 2003
- GARCÍA, Colín Juna, Contabilidad de Costos, 2001.
- JAMES, Cashin, Contabilidad de Costos, 1978.
- POPE, Jefferey, Marketig, 1996
- JEROME, Mc. Carthy; Marketing; 2002

LINCOGRAFIA

- www.google.com
- www.sica.gov.ec
- www.inec.gov.ec/censo/Imbabura/
- www.mag.gov.ec/ec/hectareas/imbabura/agrario
- www.monografías.com
- www.municipiodeIbarra.org
- www.sri.gov.ec
- www.promonegocios.net/empresa/misión/visión
- www.ecuaworld.ec/mapa_ecuador.htm

Anexo A. Formulario de Encuesta:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE DULCES DERIVADOS DE LA GUAYABA EN
LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTON IBARRA”.

La información en la presente encuesta es confidencial y con fines estrictamente investigativos. Marque el literal de la respuesta que se ajuste de mejor manera a su criterio.

INFORMACIÓN GENERAL

Nombre de la
Organización:.....
Fecha de
Constitución:.....
Dirección:.....
Parroquia:.....
Ciudad:.....
Provincia:.....
Teléfono:.....
Nombre del Representante
Legal:.....

Datos del Informante:

Nombre:.....
Edad:.....
Cargo:.....
Telf. CEL:.....

CUESTIONARIO

1.- ¿Tienen Ustedes cultivos de guayaba?

SI NO

2.- ¿Cuántas hectáreas aproximadamente tienen?

0 – 2 Hectáreas

2 – 5 Hectáreas
5 – 8 Hectáreas

3.- ¿Cuáles son las condiciones actuales de producción agrícola en la zona?

Ecológica..... Agroquímicos.....

4.- ¿Las microempresas están comercializando la fruta en la zona?

SI NO

5.- ¿Se vende toda la producción de guayaba?

SI NO

6.- ¿En cuánto venden ustedes la caja de 35 libras?

.....

7.- ¿Cuántas cajas de 35 libras venden los miembros de la microempresas?

10..... 20.....
40..... 90.....

8.- ¿Qué desearían hacer ustedes con su producción?

Venta Fija..... Procesar.....

9.- ¿A producido usted algún producto de la guayaba?

SI NO

10.- ¿Si a producido bocadillo cual es el precio unitario?

.....

Anexo B. Formulario de Entrevista:

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE DULCES DERIVADOS DE LA GUAYABA EN
LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTON IBARRA”.

La información en la presente encuesta es confidencial y con fines estrictamente investigativos.

Datos del Informante:

Nombre:.....
Edad:.....
Cargo:.....
Telf.
CEL:.....

CUESTIONARIO

- 1.- ¿La microempresa está apoyando el desarrollo productivo y económico de la zona?
- 2.- ¿Cuál es la tendencia del trabajo de las Microempresas?
- 3.- ¿Con la Producción de la guayaba cual es el destino de la misma?
- 4.- ¿Consideran ustedes necesario generar una agroindustria para su procesamiento?
- 5.- ¿Cómo está constituido el núcleo de producción familiar en la zona que está establecida la microempresa?

Anexo C. Certificación de Donación:



AGENCIA DE DESARROLLO PROVINCIAL
DE IMBABURA

A petición verbal de parte interesada,

CERTIFICO:

Que el valor de la inversión fija y variable del Proyecto "CREACIÓN DE UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES DERIVADOS DE LA GUAYABA, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTON IBARRA", de la Autora Silvia Elizabeth Romero Tituaña; será financiado por la Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura (ADEPI) – Proyecto DRI – Cotacachi, con recursos donados por ONGs internacionales con los cuales nosotros trabajamos para el desarrollo rural de la Provincia de Imbabura.

Es todo cuanto puedo certificar, autorizado a la peticionaria hacer uso del presente, en lo que estime conveniente.

Ibarra, 30 de septiembre del 2010


Soc. Carlos Landeta



GERENTE GENERAL - ADEPI

Anexo D. Informe Cualitativa y Cuantitativa sobre Oferta y Demanda.

Logo of the Province of Imbabura



AGENCIA DE DESARROLLO PROVINCIAL
DE IMBABURA


A petición verbal de parte interesada,

CERTIFICO:

Que la información cualitativa y cuantitativa sobre oferta y demanda del Proyecto **"CREACIÓN DE UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE DULCES DERIVADOS DE LA GUAYABA, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTON IBARRA"**, de la Autora Silvia Elizabeth Romero Tituaña; se obtuvieron de las investigaciones realizada por la Agencia de Desarrollo Provincial de Imbabura (ADEPI) – Proyecto DRI – Cotacachi, de una muestra de 1500 encuestados, en el año 2008.

Es todo cuanto puedo certificar, autorizado a la peticionaria hacer uso del presente, en lo que estime conveniente.

Ibarra, 30 de septiembre del 2010


Soc. Carlos Landeta
GERENTE GENERAL - ADEPI



IBARRA: Calle J. José Flores 4-13 y Vicente Maldonado. TELEFAX: (06) 2608-828
e-mail: pdricota@andinanet.net

Anexo E. Planos y cuadro de valores de la Infraestructura.

