



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

#### **TRABAJO DE GRADO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRESA; PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRESA, EN LA COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.**

Previo a la obtención del Título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA

**AUTOR:** ESPINOSA CRIOLLO, Rosa.

**DIRECTOR:** Eco. LLovani Sotomayor

IBARRA, MAYO, 2015

## **RESUMEN EJECUTIVO**

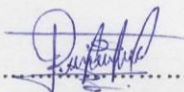
El presente proyecto **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRESA; PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRESA, EN LA COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, está compuesto por el diagnóstico situacional el cual es un compendio del análisis del entorno de la empresa, empezando con una caracterización de la macro localización la cual describe aspectos importantes como: número de población, superficie de la provincia, divisiones territoriales, cantones, parroquias urbanas y rurales, también aspectos como la temperatura y clima del lugar donde se desarrolló la propuesta; para sustentar este planteamiento, se diseñó el marco teórico, donde se realizó una investigación bibliográfica de diversas fuentes como: libros, páginas web de entidades legales, publicaciones actualizadas de conceptos y definiciones de los temas que guardan relación estrecha con el trabajo, pues representan la base para fortalecer el contenido; también se desarrolló el estudio de mercado con la aplicación de encuestas a personas que definieron sus gustos y preferencias, con lo que se determinó la aceptación de la propuesta; para posteriormente ejecutar el estudio técnico y plantear la localización de la microempresa, la distribución de la planta, flujogramas. Para fortalecer la factibilidad de esta investigación se realizó el análisis económico- financiero, el cual permite analizar si el proyecto es o no rentable, a través del cálculo de indicadores financieros como la Tasa Interna Retorno, Valor Actual Neto y el Costo Beneficio. Además se diseñó la imagen institucional, la razón social, el manual de funciones y otros. A continuación de esto se llevó a cabo el análisis de impactos resultado de la implantación del proyecto. Finalmente se realizó conclusiones y recomendaciones del trabajo.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

This project "FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A MICRO COLLECTION AND MARKETING OF STRAWBERRY; PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF PULP STRAWBERRY IN THE COMMUNITY OF HUAYCO PUNGO, Otavalo, Imbabura province," is composed of the situational analysis which is a compendium of environmental analysis of the company, beginning with a characterization of the Macro Trace the describing important aspects such as: number of population, area of the province, territorial divisions, counties, urban and rural parishes, also aspects such as temperature and climate where the proposal was developed; to support this approach, the theoretical framework, where a bibliographic research was conducted various sources as intended: books, web pages of legal entities, publication date of concepts and definitions of the issues that are closely related to the job, they represent the basis for strengthening the content; market research was also developed with the use of surveys to people who defined their tastes and preferences, so that acceptance of the proposal was determined; later to run the technical study and propose the location of micro, plant layout, flowcharts. To strengthen the feasibility of this research the economic and financial analysis, which allows us to analyze whether the project is not profitable was performed through the calculation of financial indicators such as the Internal Rate Return, Net Present Value and Cost-Benefit. Besides the corporate image, company name, manual and other functions designed. Following this was done the analysis of impacts resulting from the implementation of the project. Finally conclusions and recommendations of the work was done.

## AUTORÍA

Yo, **ESPINOSA CRIOLLO ROSA ELENA**, portadora de la cédula de ciudadanía número 1003519848, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRESA; PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRESA, EN LA COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido previamente presentado para ningún Trabajo de Grado, ni calificación profesional, y que se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



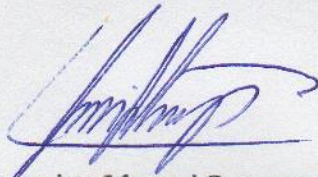
.....  
ROSA ELENA ESPINOSA CRIOLLO

C.I. 1003519848

## CERTIFICADO ASESOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada **ESPINOSA CRIOLLO ROSA ELENA** para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoria cuyo tema es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRESA; PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRESA, EN LA COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 18 días del mes de mayo de 2015.



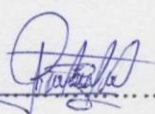
Economista Llovani Sotomayor

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

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

Yo, **ESPINOSA CRIOLLO ROSA ELENA**, con cédula de identidad N° 1003519848, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5 y 6 en calidad de autora de la obra o trabajo de grado denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRESA; PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRESA, EN LA COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera Contabilidad y Auditoría. En la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Firma.....

**AUTORA: ESPINOSA CRIOLLO ROSA ELENA**

**C.I.:1003519848**

**Ibarra, a los 18 días del mes de mayo de 2015**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

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

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

<b>DATOS DEL CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1003519848		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	ESPINOSA CRIOLLO ROSA ELENA		
<b>DIRECCIÓN:</b>	OTAVALO-PARROQUIA DE SAN RAFAEL COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO		
<b>EMAIL:</b>	rosielenyepinosa@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>MÓVIL:</b>	0990416625

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
<b>TÍTULO</b>	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRESA; PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRESA, EN LA COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.</b>
<b>AUTOR (ES)</b>	ESPINOSA CRIOLLO ROSA ELENA
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2015/05/18
<b>SOLO PARA TRABAJO DE GRADO</b>	
<b>PROGRAMA</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b></span>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA</b>	INGENIERA CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
<b>ASESOR/DIRECTOR</b>	EC. LLOVANI SOTOMAYOR

## **2.- AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.**

Yo, **ESPINOSA CRIOLLO ROSA ELENA** , con cédula de identidad N° 1003519848, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra de trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital de la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.



### 3.- CONSTANCIAS

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

Ibarra, a los 18 días del mes de mayo de 2015.

#### EL AUTOR

(FIRMA)



NOMBRE: **ESPINOSA ROSA**

C.I: 1003519848

#### ACEPTACIÓN

(FIRMA)

NOMBRE: **ING. BETTY CHÁVEZ**

Cargo: **JEFE DE BIBLIOTECA**

Facultado por resolución de Consejo Universitario

## DEDICATORIA

*A Dios por mostrarnos día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible.*

*A mi amado esposo que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amigo y compañero inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento.*

*A mi familia quienes por ellos soy lo que soy*

*Mi madre Juana Criollo y mi Padre José Espinosa por darme la vida, quererme mucho, creer en mí y porque siempre me han apoyado con su amor y enseñanza han sembrado las virtudes que se necesita para vivir con anhelo y felicidad. Mamita, papito gracias por darme una carrera para mi futuro.*

*Mis abuelitos, tíos y mis suegros quienes fueron padre y madre a la vez por su preocupación constante su apoyo incondicional quienes han contribuido para que este sueño se haga realidad.*

*A mis hermanos este es un logro que quiero compartir con ustedes porque estoy segura que mis éxitos forman parte de sus alegrías.*

*A mis padrinos y primos por sus buenos deseos de éxito y superación y a todos mis familiares por su apoyo moral y sus muestras de cariño siempre lo llevaré en mi corazón.*

*Rosa Elena Espinosa*

## *AGRADECIMIENTO*

*Agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.*

*A todos quienes conforman la Universidad Técnica del Norte en especial a los catedráticos de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas los mismos que con su alto nivel de conocimientos se esfuerzan día a día para formar nuevos profesionales de calidad y con calidez.*

*Quiero agradecer a mis padres por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.*

*De manera especial a mi Asesor de Tesis, Eco. Llovani Sotomayor quien con sus amplios conocimientos supo guiar el presente trabajo hasta su culminación.*

*A todas las personas que de alguna manera nos colaboraron para la elaboración del presente Trabajo de Grado.*

*Rosa Elena Espinosa*

## ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vii
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO.....	xi
ÍNDICE GENERAL.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xxi
INTRODUCCIÓN.....	xxii
ANTECEDENTES.....	xxii
JUSTIFICACIÓN.....	xxiv
OBJETIVO GENERAL.....	xxv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	xxv
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Objetivos.....	4
1.2.1. General.....	4
1.2.2. Específicos.....	4
1.3. Variables e indicadores diagnósticos.....	5
1.4. Matriz de relación diagnóstica.....	6
1.5. Fuentes de información.....	7
1.6. Matriz AOOR.....	7
1.7. Cruces estratégicos.....	9
1.7.1. Aliados y Oportunidades.....	9
1.7.2. Aliados y Riesgos.....	9
1.7.3. Oponentes y Oportunidades.....	10
1.7.4. Oponentes y Riesgos.....	10
1.8. Determinación de la oportunidad de inversión.....	11
CAPÍTULO II.....	13
2. MARCO TEÓRICO.....	13

2.1.	Objetivo General .....	13
2.2.	Agricultura.....	13
2.3.	Fresas .....	14
2.3.1.	Propiedades de las fresas .....	15
2.3.2.	Cultivo de fresas .....	15
2.4.	Agroindustria.....	16
2.4.1.	Preservación de alimentos .....	16
2.4.2.	Pulpa de frutas .....	16
2.5.	Microempresa .....	17
2.5.1.	Características de la Microempresa.....	17
2.6.	La Administración.....	18
2.6.1.	Proceso administrativo. ....	18
2.6.2.	Planificación.....	18
2.6.3.	Organización.....	18
2.6.4.	Dirección .....	19
2.6.5.	Control.....	19
2.7.	Estructura organizacional .....	20
2.7.1.	Organigrama .....	20
2.7.2.	Flujogramas. ....	20
2.7.3.	Misión.....	21
2.7.4.	Valores.....	21
2.7.5.	Políticas .....	22
2.8.	Oferta.....	22
2.9.	Demanda.....	22
2.10.	Producción.....	23
2.11.	Comercialización.....	23
2.12.	Mercadotécnica.....	24
2.12.1.	Marketing .....	24
2.12.2	Comunicación .....	24
2.12.3.	Publicidad.....	24
2.12.4.	Producto.....	25
2.12.5.	Precio.....	25

2.12.6.	Empaque.....	26
2.12.7.	Etiqueta.....	26
2.13.	Análisis Financiero.....	26
2.13.1.	Ingresos.....	26
2.13.2.	Gastos.....	27
2.13.3.	Costos.....	27
2.13.4.	Costos de producción.....	27
2.13.5.	Costos directos de producción.....	28
2.13.6.	Costos indirectos de fabricación.....	28
2.13.7.	Estado de resultados.....	29
2.13.8.	Estado de flujo de efectivo.....	29
2.14.	Evaluación Financiera.....	29
2.14.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	29
2.14.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	30
CAPÍTULO III.....		31
3.	ESTUDIO DE MERCADO.....	31
3.1.	Planteamiento del problema de investigación.....	31
3.2.	Objetivos del estudio de mercado.....	32
3.2.1.	Objetivo general.....	32
3.2.2.	Objetivos específicos.....	32
3.3.	Identificación del producto.....	32
3.4.	Uso del suelo de fresa.....	33
3.5.	Exportación de fresa.....	33
3.6.	Producción mundial.....	34
3.7.	Normativa Sanitaria.....	34
3.8.	Consumidor del producto.....	34
3.9.	Estructura del mercado.....	35
3.10.	Investigación de mercado.....	35
3.11	Datos Primarios.....	35
3.12	Entrevistas a productores de fresas en Huayco Pungo.....	36
3.13	Segmentación del mercado.....	41
3.14	Marco muestral o universo.....	41

3.11.	Tamaño de la muestra.....	41
3.12.	Tabulación y procesamiento de la información.....	43
3.12.1.	Tabulación de la encuesta aplicada a las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra.....	43
3.13.	Análisis de la demanda.....	56
3.13.1.	Factores que afectan la demanda.....	56
3.13.2.	Comportamiento de la demanda histórico.....	56
3.13.3.	Demanda actual.....	56
3.14.	Análisis de la oferta.....	57
3.14.1.	Factores que afectan la oferta.....	58
3.15.	Demanda insatisfecha.....	58
3.16.	Análisis del precio.....	58
3.17.	Canales de distribución.....	58
3.18.	Publicidad.....	59
3.18.1.	Rótulo.....	59
3.18.2.	Gafete.....	60
3.18.3.	Etiqueta de la tarrina de fresa.....	60
3.18.4.	Etiqueta de la pulpa de fresa.....	61
CAPÍTULO IV.....		63
4.	ESTUDIO TÉCNICO.....	63
4.1.	Tamaño del Proyecto.....	63
4.2.	Localización del Proyecto.....	63
4.2.1.	Macro Localización.....	63
Gráfico N° 20: Macro Localización.....		63
4.2.2.	Micro localización.....	65
4.3.	Ingeniería del proyecto.....	68
4.3.1.	Flujograma del proceso productivo.....	70
4.3.2.	Proceso de producción de pulpa de fresa.....	71
4.4.	Inversión.....	72
4.4.1.	Propiedad, planta y equipo.....	72
4.4.2.	Activos diferidos.....	74
4.4.3.	Capital de trabajo.....	75

4.4.4.	Talento Humano .....	75
4.5.	Inversiones.....	76
CAPÍTULO V .....		77
5.	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	77
5.1.	Objetivo .....	77
5.2.	Determinación de Ingresos .....	77
5.3.	Determinación de egresos.....	78
5.4.	Costos de Producción .....	79
5.4.1.	Materia prima .....	79
5.4.2.	Gasto personal .....	80
5.5.	Gastos generales .....	82
5.6.	Resumen de la inversión.....	82
5.7.	Obligaciones financieras .....	83
5.8.	Activos Fijos.....	84
5.8.1.	Depreciación de activos fijos.....	86
5.9.	Activos diferidos .....	86
5.10.	Estructura del Financiamiento.....	87
5.10.1.	Costo de capital y tasa de rendimiento medio.....	87
5.10.2.	Estado de flujo de caja.....	87
5.11.	Estados Financieros .....	88
5.11.1.	Balance general .....	88
5.11.2.	Estado de resultados .....	89
5.12.	Evaluación financiera .....	90
5.12.1.	Valor actual neto.....	90
5.12.2.	Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	91
5.12.3.	Razón Costo Beneficio.....	92
5.12.4.	Periodo de Recuperación de la Inversión .....	93
5.12.5.	Análisis de sensibilidad del proyecto .....	93
5.13.	Punto de Equilibrio.....	94
CAPÍTULO VI.....		97
6.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	97
6.1.	Objetivo .....	97



6.2.	Constitución de la microempresa. ....	97
6.3.	Requisitos para la constitución jurídica de la microempresa .....	97
6.4.	Requisitos para la obtención del Registro Único de Contribuyentes	98
6.5.	Requisitos para obtener la Patente Municipal .....	99
6.6.	Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos.....	99
6.7.	Requisitos para obtener el permiso del Ministerio de Salud .....	100
6.8.	Misión.....	101
6.9.	Visión .....	101
6.10.	Valores.....	101
6.11.	Organigrama .....	102
6.12.	Manual de funciones.....	103
6.12.1.	Funciones gerente .....	103
6.12.1.1.	Competencias Gerente.....	104
6.12.2.	Funciones del contador.....	105
6.12.2.1.	Competencias del Contador.....	106
6.12.3.	Funciones del jefe de producción. ....	107
6.12.3.1.	Competencias jefe de producción.....	108
CAPÍTULO VII .....		109
7.	ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	109
7.1.	Objetivo.....	109
7.2.	Matriz de criterios.....	109
7.3.	Impactos .....	110
7.3.1.	Impacto socio económico .....	110
7.3.2.	Impacto ambiental .....	111
7.3.3.	Impacto empresarial .....	112
7.4.	Impacto General .....	113
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		114
BIBLIOGRAFÍA.....		116
ANEXOS.....		119
ENCUESTA DIRIGIDA A TIENDAS Y ABASTOS DE IBARRA .....		122
ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE FRESA DEL SECTOR DE HUAYCO PUNGO .....		124

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Composición Fresas .....	4
Tabla N° 2: Matriz de relación diagnóstica .....	6
Tabla N° 3: Matriz AOOR .....	8
Tabla N° 4: Aliados-Oportunidades.....	9
Tabla N° 5: Aliados Riesgos .....	9
Tabla N° 6: Oponentes y Oportunidades .....	10
Tabla N° 7: Oponentes y Riesgos .....	10
Tabla N° 8: Segmentación del mercado.....	41
Tabla N° 9: Género de encuestados .....	43
Tabla N° 10: Adquisición de pulpa de fresa .....	44
Tabla N° 11: Calificación del producto .....	45
Tabla N° 12: Aceptación de la empresa comercializadora de fresa y de pulpa de fresa.....	46
Tabla N° 13: Compradores de pulpa de fresa .....	47
Tabla N° 14: Compradores de fresas en tarrina .....	48
Tabla N° 15: Frecuencia de consumo de pulpa de fresa .....	49
Tabla N° 16: Frecuencia de compra de fresas en tarrina .....	50
Tabla N° 17: Cantidad de pulpa de fresa a comprar .....	51
Tabla N° 18: Compra de fresas en tarrina semanalmente .....	52
Tabla N° 19: Precio a pagar por 500ml de pulpa de fresa .....	53
Tabla N° 20: Precio a pagar por la libra de fresa .....	54
Tabla N° 21: Medio publicitario preferido .....	55
Tabla N° 22: Demanda actual .....	57
Tabla N° 23: Demanda insatisfecha.....	58
Tabla N° 24: Canal indirecto de distribución.....	59
Tabla N° 25: Parroquias rurales y comunidades de Otavalo.....	67
Tabla N° 26: Uso del suelo de las parroquias rurales de Otavalo.....	68
Tabla N° 27: Simbología del Flujograma .....	70
Tabla N° 28: Maquinaria y equipo.....	72
Tabla N° 29: Muebles y enseres .....	73
Tabla N° 30: Equipo de oficina.....	73

Tabla N° 31: Equipo de computación .....	73
Tabla N° 32: Activos diferidos .....	74
Tabla N° 33: Capital de trabajo.....	75
Tabla N° 34: Sueldo Básico Unificado 2015 .....	75
Tabla N° 35: Sueldo Básico Unificado Anual Proyectado .....	76
Tabla N° 36: Inversión .....	76
Tabla N° 37: Proyección de Ingresos.....	78
Tabla N° 38: Proyección egresos .....	78
Tabla N° 39: Materia Prima en dólares.....	79
Tabla N° 40: Materia prima en cantidad .....	79
Tabla N° 41: Gasto personal .....	80
Tabla N° 42: Gastos generales .....	82
Tabla N° 43: Inversión .....	82
Tabla N° 44: Tabla de amortización .....	83
Tabla N° 45: Interés anual .....	84
Tabla N° 46: Activos fijos .....	85
Tabla N° 47: Depreciación de activos fijos.....	86
Tabla N° 48: Activos diferidos .....	86
Tabla N° 49: Costo de capital y tasa de rendimiento medio.....	87
Tabla N° 50: Flujo de caja .....	87
Tabla N° 51: Balance general .....	88
Tabla N° 52: Estado de resultados .....	89
Tabla N° 53: Criterios de Decisión VAN .....	90
Tabla N° 54: Valor actual neto .....	90
Tabla N° 55: Criterios de Decisión TIR.....	91
Tabla N° 56: Tasa interna de retorno .....	91
Tabla N° 57: Criterios de decisión Costo -Beneficio.....	92
Tabla N° 58: Costo Beneficio .....	92
Tabla N° 59: Período de recuperación de la inversión.....	93
Tabla N° 60: Análisis de sensibilidad .....	93
Tabla N° 61: Identificación de costos .....	94
Tabla N° 62: Punto de equilibrio .....	95

Tabla N° 63: Análisis punto de equilibrio .....	95
Tabla N° 64: Funciones gerente .....	103
Tabla N° 65: Competencias gerente.....	104
Tabla N° 66: Funciones contador.....	105
Tabla N° 67: Competencias contador .....	106
Tabla N° 68: Funciones del jefe de producción.....	107
Tabla N° 69: Competencias jefe de producción.....	108
Tabla N° 70: Matiz de criterios.....	109
Tabla N° 71: Impacto socio económico .....	110
Tabla N° 72: Impacto ambiental .....	111
Tabla N° 73: Impacto empresarial .....	112
Tabla N° 74: Impacto general .....	113

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Agricultura .....	13
Gráfico N° 2: Fresas .....	14
Gráfico N° 3: Género de encuestados .....	43
Gráfico N° 4: Adquisición de pulpa de fresa .....	44
Gráfico N° 5: Calificación del producto .....	45
Gráfico N° 6: Aceptación de la empresa comercializadora de fresa y de pulpa de fresa .....	46
Gráfico N° 7: Compradores de pulpa de fresa .....	47
Gráfico N° 8: Compradores de fresas en tarrina .....	48
Gráfico N° 9: Frecuencia de consumo de pulpa de fresa .....	49
Gráfico N° 10: Frecuencia de compra de fresas en tarrina .....	50
Gráfico N° 11: Cantidad de pulpa de fresa a comprar .....	51
Gráfico N° 12: Compra de fresas en tarrina semanalmente .....	52
Gráfico N° 13: Precio a pagar por 500ml de pulpa de fresa .....	53
Gráfico N° 14: Precio a pagar por la libra de fresa .....	54
Gráfico N° 15: Medio publicitario preferido .....	55
Gráfico N° 16: Rotulo Huaycofres .....	59
Gráfico N° 17: Gafete Huayco Pungo .....	60
Gráfico N° 18: Etiqueta de la tarrina de fresa .....	60
Gráfico N° 19: Etiqueta de la pulpa de fresa .....	61
Gráfico N° 20: Macro Localización .....	63
Gráfico N° 21: Población Rural Imbabura .....	64
Gráfico N° 22 Superficie sembrada en Imbabura .....	65
Gráfico N° 23: Micro localización .....	65
Gráfico N° 24: Distribución de la planta .....	69
Gráfico N° 25: Proceso productivo de pulpa de fresa .....	71
Gráfico N° 26: Punto de Equilibrio .....	96
Gráfico N° 27: Organigrama .....	102

## INTRODUCCIÓN

### ANTECEDENTES

La ciudad de Otavalo es uno de los principales cantones de la provincia de Imbabura en el Ecuador. Se ubica a 110 km al norte de la capital de Quito a 2530 metros sobre el nivel del mar y con una temperatura promedio de 14°C. Además en este sitio se presentan las cuatro estaciones climáticas, cristalizando así las mañanas de los otavaleños, con tardes soleadas y noches heladas. Otavalo es la cuna de famosos hábiles artesanos, quienes se dedican desde ya hace varios años atrás, a la fabricación de tejidos de excelente calidad que han sido reconocidos en territorios extranjeros.

Otavalo limita al norte con Cotacachi y Antonio Ante; al este limita con el cantón Ibarra y Cayambe, al sur limita con Quito, y al oeste con el cantón Cotacachi. Su superficie es de 528 km<sup>2</sup> con una población de 90.188 habitantes quienes tienen como idioma oficial el castellano y kichwa.

La cabecera cantonal de Otavalo tiene dos parroquias urbanas, las cuales se encargan de dividir la ciudad por el norte en la parroquia de El Jordán y por el sur San Luis. San Luis de Otavalo, está conformada por varias comunidades como: La Cruz, Monserrate, La Compañía, Agato, Camuendo Grande, Imbabuela Alto, Imbabuela Bajo, La Magdalena, Cruz Loma, Mojanda, entre otras. La parroquia del Jordán incluye 20 comunidades de entre ellas: El Cardón, La Bolsa, Arias Urco, San Juan, San Pedro y otras. La Comunidad de Huayco Pungo con Acuerdo Ministerial N° 0504, nace a la vida jurídica el 18 de enero de 1945; los indígenas bilingües, conservadores de la unidad y el respeto hacia los demás están siempre manteniendo activa nuestra identidad cultural, en función de sus magníficos conocimientos de la naturaleza y la reciprocidad.

La población de Huayco Pungo rodeada de hermosos paisajes, se originó de familias o Ayllus provenientes de la tribu Sarances y Otavalos. Esta comunidad

abarca a los sectores: Langaburo, Villagrán Pugro, y Huayco Pungo Chiquito, la misma que se encuentra ubicada a 100 metros de la parroquia San Rafael de la Laguna, cantón Otavalo. Con una población aproximada de 1.800 habitantes, la mayor parte de esta comunidad indígena se dedica al comercio, a la agricultura especialmente a la producción de frutilla, sin tener ninguna microempresa dedicada a su comercio e industrialización.

La fresa pertenece al género *Fragaria*. Son plantas vivaces, herbáceas, de hojas con los bordes dentados, que pueden ser lampiñas o vellosas. Se trata de una planta perenne. Sus tallos son pequeños y cortos. El tallo está transformado en rizoma y de él parten las hojas y posteriormente ramas rastreras llamadas estolones, que enraízan por sus nudos y desarrollan brotes que darán lugar a nuevos individuos. El tallo que sobresale del terreno es comúnmente llamado corona.

## JUSTIFICACIÓN

El presente tema a investigarse es para la creación de una microempresa de acopio de fresa y su comercialización, así como también productora y comercializadora de pulpa de fresa en la Comunidad de Huayco Pungo cantón Otavalo, provincia de Imbabura, mismo que se relaciona directamente a la carrera de la proponente, y se ajusta a la realidad actual que es aportar a la soluciones del problema social imperante en las comunidades rurales como es la escases de trabajo, generando emprendimiento que es de eminente importancia, en este sector del cantón existe una buena producción de fresa, pero los productores se ven obligados a vender a precios bajos a intermediarios, el compromiso de esta microempresa será adquirir la fruta a precios justos y el agricultor tendrá un lugar seguro para su venta, en lo que respecta a la producción y comercialización de pulpa de fresa es darle un valor agregado y abrir otros tipos de mercados en el Otavalo, para la ejecución de este proyecto será muy necesario el aporte de los conocimientos adquiridos por la autora y de esta forma fortalecer el surgimiento de este emprendimiento generando estrategias para su posicionamiento en el mercado, diseñando promoción, publicidad y canales de distribución que permita al consumidor conseguir el producto de manera inmediata.

Para la elaboración de este estudio existen bases bibliográficas, así como también la experiencia de técnicos en aspectos agroindustriales que pueden contribuir con sus opiniones, lo que permitirá sustentar la investigación, de igual manera existe la voluntad de la autora del proyecto para trabajar y además se contará con el apoyo de los docentes de la FACAE que tienen el compromiso de asesorar a los futuros profesionales. De la misma manera cabe señalar que se cuenta con el tiempo y recursos que el proyecto demanda.



## **OBJETIVO GENERAL**

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de acopio y comercialización de fresa; productora y comercializadora de pulpa de fresa, en la comunidad de Huayco Pungo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comercialización de la fresa y sus derivados.
- Diseñar el marco teórico a través de la investigación de bases teóricas - científicas con la finalidad de sustentar la propuesta.
- Realizar un estudio de mercado que permita determinar la oferta y la demanda del producto propuesto.
- Construir el estudio técnico del proyecto para determinar la macro y micro localización de la microempresa.
- Realizar un análisis de la evaluación económico financiera, para establecer la rentabilidad de propuesta planteada.
- Diseñar la estructura orgánica funcional de la microempresa, para fortalecer las operaciones del emprendimiento.
- Determinar el nivel de incidencia de los impactos socio económico, ambiental y empresarial, generado con la ejecución de la microempresa.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes.**

Ecuador, oficialmente denominado República del Ecuador, es un país soberano situado en la región noroccidental de América del Sur. Limita al norte con Colombia, al oeste con el Océano Pacífico y al sur y al este con el Perú. El océano Pacífico baña la costa occidental y lo separa de las Islas Galápagos ubicadas mil kilómetros al oeste. El territorio continental es surcado de norte a sur por una sección volcánica de la Cordillera de los Andes, a cuyos flancos occidental y oriental se presentan respectivamente el golfo de Guayaquil, y la Amazonía.

Ecuador posee un área de 283.561 km<sup>2</sup>, lo que lo transforma en el cuarto país más pequeño de América del Sur, y posee una población que supera los 15 millones de habitantes, lo que transforma en el octavo país más poblado de Latinoamérica. La lengua oficial de Ecuador es el español, hablado por un 94% de la población, junto a otras trece lenguas indígenas reconocidas, incluyendo Kichwa y Shuar. El Ecuador se divide administrativamente en 24 provincias, en la Región Norte del país encontramos a la provincia de Imbabura en la que se encuentra el cantón Otavalo, (Municipio de Otavalo).

Imbabura es un destino turístico permanente, esta provincia conserva una diversidad importante de paisajes andinos dominados por el Taita Imbabura y la Mama Cotacachi y una veintena de lagos en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas, que aún conservan sus ritos y tradiciones.

La capital, Ibarra, fue fundada el 28 de septiembre de 1606 por Cristóbal de Troya. El 17 de julio de 1823 se declara la independencia.

Bolívar derrota al pastuso Agualongo en la batalla de Ibarra. La provincia fue creada el 25 de junio de 1824 mediante la expedición de la Ley de División Territorial. Las principales actividades económicas son la agricultura y la ganadería.

La comunidad rural de Otavalo, Huayco Pungo, fue creada jurídicamente en el año de 1945. Se encuentra ubicada al noroeste de la cabecera parroquial, en las coordenadas: 0° 11' 37" latitud norte y 78° 13 ' 17" latitud oeste a una altitud de 2.694 msnm. Su clima oscila entre los 14°C y 16°C. Como todas las comunidades Huayco Pungo celebra la fiesta de HATUN KURAKA RAIMI (fiestas de grandes líderes), en el mes de enero con evento culturales deportivos según el GAD Municipal del Cantón Otavalo.

En cuanto atractivos turísticos, la comunidad está dotada de atractivos naturales y culturales como el Lago San Pablo, totorales, vertientes como el Alizo Pukyo y Utuju Pukyo, lugares sagrados para los indígenas en donde realizan los rituales como el Ñawi Maillay.

La comunidad cuenta también con la Tola de Villagrapugro el cual tiene un importantísimo valor cultural porque antiguamente fue el centro ceremonial sagrado para los pobladores nativos, y representan un testigo histórico del Otavalo Antiguo y del lugar del nacimiento del último emperador Inca Atahualpa.

Una de las principales actividades económicas de esta comunidad es la agricultura, La mayoría de los pobladores se dedican a la producción de fresas, comercio, crianza de animales menores, construcción civil, elaboración de artesanía y actividad florícola, en esta zona se cultiva todo tipo de cereales como; maíz, fréjol, trigo, habas, papas etc, el cual lo cultivan para autoconsumo, sin embargo la producción de frutillas representa el 60% de la economía local.

La fresa es un fruto de color rojo brillante, succulento y fragante que se obtiene de la planta que recibe su mismo nombre. En Occidente es considerada la "reina de las frutas". Además de poderse comer cruda se puede consumir como compota,

mermelada. Es empleada con fines medicinales ya que posee excelentes propiedades que ayudan a preservar la salud.

Las fresas y los fresones son poco calóricos. Su valor energético por 100 g de peso de fruto fresco comestible oscila entre 27 y 34 kcal. Después del agua, su principal constituyente son los hidratos de carbono. La fructosa significa prácticamente la mitad de sus glúcidos y el resto es glucosa en su mayor parte. Posee un bajo porcentaje de proteínas. Esta baya constituye una excelente fuente de vitamina C. Esta fruta es fácilmente digestible y ejerce un gran efecto laxante. Sus contraindicaciones son escasas, tan sólo deberán consumirlas con prudencia las personas con patologías estomacales debido a su acidez.

Si las fresas están maduras se suelen consumir crudas, con yogur o helados. También se rocían con nata o licor y bañadas en chocolate son deliciosas. Las fresas de peor presencia se usan para preparar tartas, mousses, soufflés, flanes y pasteles. Se deben conservar en el refrigerador o en su defecto, en un lugar fresco, oscuro y ventilado. No se aconseja su congelación puesto que tras la descongelación pierden gran cantidad de agua, quedando una especie de mermelada cruda, sin aroma. Es conveniente lavarlas antes de su consumo para eliminar tierra o sustancias nocivas.

Las condiciones favorables del clima y las posibilidades que ofrecen los recursos naturales en esta zona del Ecuador permiten el cultivo de esta fruta. Las fresas y los fresones son frutas que aportan pocas calorías y cuyo componente más abundante, después del agua, son los hidratos de carbono (fructosa, glucosa y xilitol). Destaca su aporte de fibra, que mejora el tránsito intestinal. En lo que se refiere a otros nutrientes y compuestos orgánicos, las fresas y los fresones son muy buena fuente de vitamina C y ácido cítrico, ácido salicílico (de acción antiinflamatoria y anticoagulante), ácido málico y oxálico, potasio y en menor proporción contienen vitamina E, que interviene en la estabilidad de las células sanguíneas y en la fertilidad. La vitamina C tiene acción antioxidante, al igual que la vitamina E y los flavonoides (antocianos), pigmentos vegetales que le confieren a estas frutas su color característico. La 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. El ácido fólico interviene en la producción de glóbulos rojos y blancos, en la síntesis material genético y la formación anticuerpos del sistema inmunológico. El potasio es necesario para la transmisión y generación del impulso nervioso, para la actividad muscular normal e interviene en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula. Composición por 100 gramos de porción comestible. (MAGAP)

**Tabla N° 1: Composición Fresas**

<b>COMPOSICIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Calorías	34,5
Hidratos de carbono (g)	7
Fibra (g)	2,2
Potasio (mg)	150
Magnesio (mg)	13
Calcio (mg)	30
Vitamina C (mg)	60
Vitamina E (mg)	0,2

**Fuente:** un.org

**Elaborado por:** La Autora

## **1.2. Objetivos.**

### **1.2.1. General.**

Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comercialización de la fresa y sus derivados.

### **1.2.2. Específicos.**

- Determinar el volúmen de producción de fresas de la Comunidad Huayco Pungo, para conocer la potencialidad real productiva.
- Conocer los diferentes sistemas de comercialización de los productos de la Comunidad Huayco Pungo.
- Analizar la calidad del talento humano que se dedica a la producción agrícola de la zona.
- Analizar las estrategias de prevención y manejo de medio ambiente.
- Identificar los sistemas de organización existentes en la zona.

### **1.3. Variables e indicadores diagnósticos.**

Con la finalidad de operativizar los objetivos planteados se han propuesto ciertas variables relacionadas con los objetivos del diagnóstico, y su vez los respectivos indicadores los cuales permitirán obtener un análisis más profundo de cada variable.

#### **1.3.1. Oferta.**

- 1.3.1.1. Competencia.
- 1.3.1.2. Número de hectáreas.
- 1.3.1.3. Número de productores.
- 1.3.1.4. Precio.

#### **1.3.2. Demanda.**

- 1.3.2.1. Precio.
- 1.3.2.2. Volúmen de consumo.

#### **1.3.3. Talento humano.**

- 1.3.3.1. Situación laboral.
- 1.3.3.2. Experiencia.
- 1.3.3.3. Nivel de educación.
- 1.3.3.4. Nivel de ingresos.

#### **1.3.4. Producción.**

- 1.3.4.1. Inversión por hectárea.
- 1.3.4.2. Mano de obra, materiales y maquinaria.
- 1.3.4.3. Área de producción.
- 1.3.4.4. Volúmen de producción.
- 1.3.4.5. Condiciones climáticas.

#### **1.3.5. Comercialización.**

- 1.3.5.1. Mercado.
- 1.3.5.2. Forma de Pago.
- 1.3.5.3. Distribuidores.

### 1.3.6. Impacto ambiental.

1.3.6.1. Erosión del suelo.

1.3.6.2. Contaminación del aire.

### 1.4. Matriz de relación diagnóstica.

**Tabla N° 2: Matriz de relación diagnóstica**

Objetivo específico	Variable	Indicador	Técnica	Fuente
Determinar el volumen de producción de fresas de la Comunidad Huayco Pungo, para conocer la potencialidad real productiva.	Oferta Producción	Competencia. Número de hectáreas. Número de productores Inversión por hectárea. Mano de obra, materiales y maquinaria Área de producción. Volumen de producción. Condiciones climáticas Mano de obra, materiales y maquinaria.	Productores	Entrevista
Analizar la calidad del talento humano que se dedica a la producción agrícola de la zona.	Talento Humano	Condiciones climáticas. Experiencia. Nivel de educación. Nivel de ingresos.	Productores	Entrevista
Conocer los diferentes sistemas de comercialización de los productos de la Comunidad Huayco Pungo.	Comercialización	Mercado. Forma de Pago. Distribuidores.	Productores	Entrevista
Analizar las estrategias de prevención y manejo de medio ambiente.	Impacto ambiental.	Erosión del suelo. Contaminación del aire.	Productores	Entrevista
Identificar los sistemas de organización existentes en las zonas.	Demanda	Precio Volumen de consumo	Productores	Entrevista

**Fuente:** Formulación de Objetivos, Variables e indicadores

**Elaborado por:** La Autora

## **1.5. Fuentes de información.**

El presente trabajo se sustentó en dos fuentes de información importantes como es la entrevista y la encuesta, las cuales arrojaron datos necesarios para la adecuada toma de decisiones estas fuentes fueron:

### **1.5.1. Información primaria.**

Para obtener resultados adecuados en la investigación se realizó entrevistas, las cuales fueron dirigidas a los productores de fresa en la zona de Huayco Pungo, y por otro lado las encuestas a posibles compradores en este caso a los propietarios de locales comerciales. (Ver Anexos).

### **1.5.2. Información secundaria.**

Otra fuente de información ha sido libros, revistas y documentos actuales y legalmente registrados. Estas fuentes deben presentarse de forma actual, como una forma de sustentar la bibliografía y el trabajo propuesto.

## **1.6. Matriz AOOR.**

Después del análisis de las características del entorno donde se ejecutará la propuesta, como pieza fundamental del diagnóstico externo, se diseñó la matriz AOOR de aliados, oponente, oportunidades y riesgos que constituyen aspectos importantes para la construcción de este proyecto.



**Tabla N° 3: Matriz AOOD**

<b>Aliados</b>	<b>Oportunidades</b>
Productores de fresa de la comunidad de Huayco Pungo.	No existe competencia, no existe ninguna empresa en la comunidad de Huaco Pungo.
Supermercados, tiendas de la ciudad de Ibarra como distribuidores del producto.	Materia prima, garantizada y a la mano con los agricultores de la comunidad.
Instituciones financieras, que consignan el dinero para la adquisición de maquinaria y capital de trabajo.	Producto innovador, la pulpa que da facilidad a las personas y ahorra tiempo.
Instituciones públicas, posibles clientes empleados y trabajadores.	Apoyo al micro emprendimiento, políticas estatales.
<b>Oponentes</b>	<b>Riesgos</b>
Cultura de consumo, ante la pulpa de fruta.	Crisis económica, afecta a la adquisición de productos innovadores pero en baja escala.
Productos sustitutos, que ya están posicionados en el mercado como mermeladas, helados.	Elevadas tasas de interés, lo que limita hacer créditos más altos y adquirir tecnología de punta.

**Fuente:** Investigación diagnóstica  
**Elaborado por:** La Autora

## 1.7. Cruces estratégicos

### 1.7.1. Aliados y Oportunidades

**Tabla N° 4: Aliados-Oportunidades**

<b>Aliados</b>	<b>Oportunidades</b>
Productores de fresa.	No existe competencia.
Supermercados, tiendas.	Materia prima.
Instituciones financieras.	Producto innovador.
Instituciones públicas.	Apoyo al microemprendimiento.

#### **Cruces**

Al asegurar la comercialización de los productores, se propende a la industrialización de varios productos.

Por ser un micro emprendimiento innovador, existirá la participación y apoyo de entidades públicas y financieras.

Al realizar un trabajo conjunto con las instituciones públicas, existe facilidad de incrementar el mercado y la comercialización.

Por la ubicación geográfica de la comunidad, el producto posee características propias que marca una diferencia sustancial.

Existirá una producción constante y segura, al trabajar conjuntamente con la asociatividad de los productores locales.

**Fuente:** Matriz AOOD

**Elaborado por:** La Autora

### 1.7.2. Aliados y Riesgos

**Tabla N° 5: Aliados Riesgos**

<b>Aliados</b>	<b>Riesgos</b>
Productores de fresa.	Crisis económica.
Supermercados, tiendas.	Elevadas tasas de interés.
Instituciones financieras.	
Instituciones públicas.	

#### **Cruces**

Con la generación de micro emprendimientos se apoya al desarrollo económico local y se fortalecen los ingresos de las familias del sector.

Por ser emprendimientos innovadores, las tasas de interés pueden disminuir.

**Fuente:** Matriz AOOD

**Elaborado por:** La Autora

### 1.7.3. Oponentes y Oportunidades

**Tabla N° 6: Oponentes y Oportunidades**

Oponentes	Oportunidades
Cultura de consumo.	No existe competencia.
Productos sustitutos.	Materia prima. Producto innovador.
<b>Cruces</b>	
Mostrar a la ciudadanía la existencia de materia prima de calidad y fomentar la cultura de la marca Ecuador.	
Motivar a la producción de nuevos productos bajo las características de la innovación.	
Por la inexistencia de la competencia es posible captar un mercado más elevado.	

**Fuente:** Matriz AOOR

**Elaborado por:** La Autora

### 1.7.4. Oponentes y Riesgos

**Tabla N° 7: Oponentes y Riesgos**

Oponentes	Riesgos
Cultura de consumo.	Crisis económica.
Productos sustitutos.	Elevadas tasas de interés.
<b>Cruces</b>	

Al asegurar la cultura de consumo, los productos serán comercializados sustancialmente y se aportará al desarrollo económico local.

Por ser productos innovadores las instituciones financieras, pueden disminuir las tasas de interés y fomentar al microemprendimiento.

La innovación de productos sustitutos, también es indispensable para el aporte al desarrollo económico.

**Fuente:** Matriz AOOR

**Elaborado por:** La Autora

## **1.8. Determinación de la oportunidad de inversión**

Imbabura es un provincia con diversos atractivos como sus campos, su flora y fauna, su gastronomía, su turismo, sus pisos climáticos el cual genera diversos productos agrícolas únicos en la zona, así es el caso de la fresa, exclusivo de la comunidad de Huayco Pungo, la cual posee las condiciones apropiadas para la ejecución del **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE ACOPIO Y COMERCIALIZACIÓN DE FRESA; PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE PULPA DE FRESA, EN LA COMUNIDAD DE HUAYCO PUNGO, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

El sustento de esta aberración se basa en la información obtenida en la aplicación de las técnicas de información las cuales señalan que la comunidad de Huayco Pungo no existe una microempresa que se dedica a la actividad de acopio y comercialización de fresa; productora y comercializadora de pulpa de fresa, lo cual muestra la viabilidad del proyecto.

Es importante indicar que se pretende ejecutar el proceso de comercialización en la ciudad de Ibarra.



## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Objetivo General

Investigar bases teóricas - científicas que sustenten la propuesta.

#### 2.2. Agricultura.

Organización de Naciones Unidas, (2010) Señala que el mundo se enfrenta a grandes retos como los de reducir la pobreza, detener el cambio climático, alimentar a una población en constante aumento o satisfacer la demanda de energía. En todos ellos, la agricultura se ha mostrado fundamental para hacerlos frente. Por ejemplo la agricultura familiar y las pequeñas exportaciones pueden ayudar de forma decisiva a alimentar al mundo. También pueden contribuir al aplacamiento del cambio climático, almacenando el carbono en la tierra, y auxiliar en la satisfacción de la demanda de energía. Además el aumento del peso del sector agrícola en el PIB mejora hasta dos veces la situación de la mitad más pobre de la población de un país.

**Gráfico N° 1: Agricultura**



**Fuente:** un.org

**Elaborado por:** La Autora

La agricultura es definida como el arte de cultivar los suelos, es una actividad que pretende producir cultivos de todo tipo como: frutas, vegetales, legumbres, árboles y otros. La tierra entera se encuentra poblada por grandes espacios verdes, esta además de ser una actividad productiva es una actividad que genera ingresos para varias familias que se encuentran involucradas con esta acción. Además gracias a los avances de la tecnología se ha mejorado el cuidado de los suelos para su preservación.

### 2.3. Fresas

Mañeru (2014) Señala: Las fresas son varias especies de plantas rastreras del género *Fragaria*, es una fruta de forma cónica o casi redonda, de tamaño variable según la especie de 15 a 22 mm de diámetro, coronada por sépalos verdes, de color rojo y con un sabor que varía de ácido a muy dulce. Lo que más caracteriza a esta fruta es su intenso aroma. Pág. 112.

García (2011) Señala que la fresa es una de las frutas que agrada a la mayoría de las personas, su sabor dulce y su color rojo la distingue por encima de cualquier otro alimento. Aporta varios sustentos y vitamina C. También contiene foto-nutrientes y antioxidantes que ayudan a combatir los tan temidos radicales libres, productores en muchos casos de los diversos tipos de cáncer. Pág. 64.

**Gráfico N° 2: Fresas**



**Fuente:** un.org

**Elaborado por:** La Autora

Las fresas o frutillas son muy carnosas, refrescantes y muy polivalentes a la hora de incluirlas en recetas de cocina. Estos frutos son muy apetecidos, y forman parte de varios postres típicos, sumando a ello sus características nutricionales que fortalecen el sistema del ser humano.

### **2.3.1. Propiedades de las fresas**

Ecoagricultor (2012) Señala: “Algunas propiedades de las fresas:

- Son ricas en vitamina C y otros antioxidantes como vitamina E y flavonoides que retrasan el envejecimiento y combaten los radicales libres, las infecciones, etc.
- Los polifenoles de las fresas nos protegen ante enfermedades cardiovasculares.
- Poseen gran contenido en potasio y muy bajo en sodio, lo que favorece la eliminación de líquidos.

De manera que las fresas poseen varias propiedades, que en muchas ocasiones son desconocidas pero permiten fortalecer la salud del ser humano, contribuyendo con vitaminas y otros elementos.

### **2.3.2. Cultivo de fresas**

Revista El Agro(2013) Manifiesta que en las provincias de Tungurahua, Imbabura, Chimborazo y la zona del Austro, siendo uno de las alternativas importantes de la economía de dichas provincias. Su producción va a los mercados de Quito, Cuenca, Guayaquil y otras provincias de la Costa. La producción de la fresas ha respondido en los últimos tiempos a un importante proceso de investigación e innovación en aspectos que van desde el color hasta el sabor y muy especialmente a su resistencia para soportar largos transportes sin perder ninguna de sus virtudes. Aunque no hay cifras oficiales de producción en el país, el precio en el mercado y el rojo intenso han convertido a la fresa en una fruta cautivadora para los agricultores, quienes han transformado sus campos en cultivos de esta fruta brillante y fresca. Producción en Ecuador: Pichincha 400 ha, Tungurahua 240 ha, Chimborazo, Cotopaxi, Imbabura y Azuay mas de 40 ha. Cada libra se comercializa a \$1,25, la inversión en media hectárea se invierte 1.500 dólares de lo que se obtiene por la cosecha semanalmente \$50.00.

De manera que el cultivo de fresas en Ecuador es desarrollado en varios sectores, para la obtención de fresas de carácter competitivo, influyen sustancialmente las características de los suelos, así como el clima y temperatura del sitio de producción.



## **2.4. Agroindustria**

Murillo (2010) Manifiesta que la agroindustria o empresa agroindustrial es una organización que participa directamente o como intermediaria en la producción agraria, procesamiento industrial o comercialización nacional y exterior de bienes comestibles. Cuando se habla de la agroindustria se está observando con un enfoque de sistemas a la actividad agraria que tiene que ver con la obtención de un determinado bien, de este modo, una planta procesadora de pulpa de mango es una agroindustria, al igual que la empresa que los cultiva y cosecha.

Hoy en día la agroindustria es estudiada como una carrera con gran trascendencia en la educación universitaria, dentro de esta carrera se estudian varios aspectos relacionados con la producción innovadora, y que ante todo brinde una satisfacción a los consumidores, para lo cual se ejecutan procesos bajo calidad total.

### **2.4.1. Preservación de alimentos**

Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura FAO, (2013) exterioriza el concepto general de la preservación de los alimentos es prevenir y evitar el desarrollo de microorganismos (bacterias, levaduras y mohos), para que el alimento no se deteriore durante el almacenaje. Al mismo tiempo, se deben controlar, los cambios químicos y bioquímicos que provocan deterioro. De esta manera, se logra obtener un alimento con alteraciones en sus características organolépticas (calor, sabor y aroma), y puede ser consumido sin riesgo durante cierto tiempo.

La preservación de los alimentos es de gran interés por sus consumidores, es indispensable que quien vaya a realizar uso o consumo de un producto, considere este aspecto con el fin de evitar un consumo con resultados negativos. Por ello es obligación de las productoras visibilizar información que corrobore con la salud de los consumidores.

### **2.4.2. Pulpa de frutas**

Chacón (2010) Señala que la pulpa un producto pulposo sin fermentar, pero fermentable, destinado al consumo directo. Se prepara mezclando toda la parte comestible, tamizada o triturada, o el producto homogenizado de frutas en

buen estado y maduro, concentrando o sin concentrar, a este producto no se puede agregar agua ni azúcar. Las pulpas congeladas tienen alta demanda en el mercado ya que son productos 100% naturales y por ser congelados poseen larga vida útil. Se utilizan para hacer jugos y néctar combinados. Pág. 28.

Las pulpas de fruta son resultado de la innovación en cuanto a otra forma de presentación de las frutas, además este producto calza perfectamente en una sociedad que posee poco tiempo para realizar actividades que están reunidas en una pulpa. Además del consumo de un alimento nutritivo.

## **2.5. Microempresa**

(Zambrano, Pablo, 2010) (2010) menciona que las microempresas constituyen la manera de obtener ingresos para aquellas personas que tienen como principal factor de producción la iniciativa empresarial, esto es, la predisposición de las personas en asumir riesgos y deben ser administradas en función a lo que el cliente demanda o solicita, no desde el punto de vista del productor.

(Chamorro, 2010) (2010) Señala: La microempresa puede ser una persona natural o jurídica que opera en el mercado produciendo y/o comercializando bienes o servicios por riesgo propio, con un establecimiento fijo o ambulante que tiene nivel de ventas brutas anuales de hasta \$ 100.000 y hasta 10 trabajadores remunerados. Pág. 17

Una microempresa, es una organización que se dedica a una actividad económica en pequeña escala. Hoy en día en Ecuador a través de diferentes políticas públicas, pretende generar un incremento de microempresas que permitan generar productos autóctonos con miras a ser exportados, bajo características de calidad.

### **2.5.1. Características de la Microempresa.**

Toledo(2010) Señala: La Small Business Administration (SBA) de Estados Unidos define a la pequeña empresa como aquella que está poseída y operada en forma independiente, es decir el propietario es el autónomo en su manejo, y no es dominante en su campo de operación, considerando el número de empleados y el volumen de sus ventas. Pág. 14

## **2.6. La Administración.**

### **2.6.1. Proceso administrativo.**

Griffin (2011) Señala: “El proceso administrativo consta de los siguientes elementos: la Planeación que establece metas de la organización, la Organización que coordina actividades y recursos, la Dirección que motiva y administra personas y el Control que monitorea y evalúa actividades”. Pág. 9

El proceso administrativo, está conformado por varias etapas, las cuales son indispensables para conformar este proceso vinculado a la consecución de los objetivos de las organizaciones. Toda institución sin importar su tamaño o actividad realiza actividades relacionadas entre las cuales estratégicamente permiten la consecución de planes.

### **2.6.2. Planificación**

García A.(2010) Señala: Todas las funciones y operaciones de la compañía se deben planear antes de su ejecución y desarrollo. La planeación comprende básicamente el establecimiento de metas a corto, mediano y largo plazo, la planeación de objetivos de operación para cada departamento y la planeación de estrategias para cada uno de estos objetivos. Pág. 20

La planificación hace referencia al establecimiento de un mapa por el cual la organización caminará, basado en actividades y tareas. Planear permite estar preparado parcialmente en cuanto a lo que la organización desea ser y hacer. Sin planes no existen acciones a ejecutar en una entidad sin importar cuál sea esta.

### **2.6.3. Organización**

García A.(2010) Señala: Las funciones departamentales deben definirse en una estructura orgánica integrada por un sistema de comunicación que permita la interacción de sus operaciones. La organización comprende la actualización de los

sistemas y procedimientos que habrán de normar las operaciones de la compañía.  
Pág. 20

Posterior la fase de planificación se encuentra la organización, la cual pretende como su mismo nombre lo indica organizar, todas aquellas acciones planificadas, basándose en la asignación de funciones, en las responsabilidades que cada integrante de la organización debe realizar. La organización permite eliminar la duplicidad de eventos innecesarios y la optimización de recursos.

#### **2.6.4. Dirección**

Griffin (2011) Señala: “La dirección es el conjunto de procesos utilizado para hacer que los integrantes de la organización trabajen juntos para promover los intereses de la organización. La dirección incluye varios procesos y actividades distintos”.  
Pág. 9

La dirección hace referencia a la orientación que debe existir dentro de las acciones planificadas y las organizadas. Sin la existencia de esta orientación pueden crearse errados direccionamientos de a donde se debe dirigir la entidad y sobre todo con todos aquellos planes que se han establecido anteriormente.

#### **2.6.5. Control**

Pérez (2013) Señala: Es aquella función que pretende asegurar la consecución de los objetivos y planes prefijados en la fase de planificación. Como última etapa del proceso de gestión, el control se centra en actuar para que los resultados generados en la fase que le precede sean los deseados. Pág.21

La fase de control permite dar seguimiento y verificación de lo planificado con los resultados de los procesos realizados, o en su defecto el control permite tomar acciones correctivas y preventivas. Correctivas cuando existieron aspectos que no se tomaron en cuenta y ya en la ejecución han aparecido, y preventivas para mitigar riesgos de determinados sucesos.

## **2.7. Estructura organizacional**

Bello (2013) Señala: La estructura organizacional es el modelo establecido de relaciones entre las diferentes partes de la organización, estas estructuras no pueden ser vistas físicamente, como es el caso de las estructuras mecánicas, sino que deben ser inferidas del comportamiento y la forma en que operan las organizaciones. Pág.77

Toda organización cuenta en forma implícita o explícita con cierto diseño de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de la misma. En consecuencia se puede establecer que la estructura organizativa de una entidad es el esquema de jerarquización y división de las funciones componentes de ella. La estructura es un aspecto estático de la organización, mientras que los procedimientos representan el aspecto dinámico.

### **2.7.1. Organigrama**

Bello (2013) Señala: “La manera típica de representar la estructura organizacional de una empresa se hace a través de un organigrama, los cuales señalan las líneas de autoridades y redes de comunicación”. Pág.79

De tal manera que un organigrama es un cuadro que expresa gráficamente la organización de una entidad, éste se conforma de los puestos que existan enlazados a través de líneas de mando que indican autoridad o subordinación. En el organigrama se insertan áreas, departamentos o unidades de trabajo.

### **2.7.2. Flujogramas.**

Cruz (2010) Señala: Los procesos se pueden representar por medio de una diagramación llamada flujogramas. Este es un método para describir gráficamente un proceso mediante la utilización de símbolos, líneas y palabras, lo que permite conocerlo y comprenderlo a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprometidas en él. Pág.69

Los flujogramas son cuadros que representan las etapas de los diversos procesos productivos u operativos de toda entidad, así también es considerada como una herramienta muy útil, sinónimo de organización interna. Los flujogramas también contienen tiempos para los subprocesos, los cuales agilitan las cadenas productivas.

### **2.7.3. Misión**

Fernández (2010) Señala: La misión proporciona descripciones generales de los productos que la empresa quiere fabricar y los mercados que pretende atender, desplegando los recursos que posee o están a su alcance. También potencia la competitividad de la empresa a largo plazo. En concreto intenta ofrecer respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cuál es nuestro negocio actual y cual será a futuro? Por tanto la misión tiene dos componentes fundamentales: los negocios que configuran la empresa y los retos que esta pretende lograr. Pág. 64

La misión se refiere a un propósito sustancial de una empresa u organización, trata de conjugar diversas acciones específicas para el logro de su visión. La misión debe ser clara, objetiva y sobre todo debe ser socializada a todos los integrantes de una organización para que entiendan cuál es su razón de ser.

### **2.7.4. Valores**

Caldas & Reyes (2010) Señalan: Los valores son los principios asumidos y desarrollados por todos los integrantes de la empresa. Han de tener las siguientes características: ser mayoritariamente aceptados, ser dinámicos como la propia empresa, tener un contenido ético y comprometer a los trabajadores con la misión y visión de la empresa”. Pág.33

La importancia de que una institución tenga establecidos sus valores le permite marcar una verdadera identidad internamente en sus diferentes operaciones. El personal debe desarrollar sus actividades en dependencia de ello, a pesar que el personal realice diferentes actividades, éstas deben cobijarse por estos lineamientos de ética y moral definidos como valores.

### **2.7.5. Políticas**

Robbins (2013) Señala: “La política organizacional se centra en el uso del poder, para efectuar la toma de decisiones en una organización o comportamientos para el beneficio personal como son sanciones organizacionales”. Pág. 426

Las políticas de una organización son lineamientos bajo los cuales los integrantes de la misma realizan sus funciones, el conocimiento a través de la socialización es fundamental para caminar bajo los mismos focos o con el mismo lenguaje en la compañía, esta misma dirección facilita el cumplimiento de los objetivos o metas que la entidad posea. Las políticas al igual que otros aspectos, brindan identidad interna y externa. Estos lineamientos deben cumplirse a cabalidad por todos quienes conforman la entidad.

### **2.8. Oferta**

Alet (2012) Señala: “La oferta es considerada como la segunda variable más importante, la oferta se concreta en todo lo que hace ver al cliente que obtendrá de valor, a cambio de todo lo que tendrá que dar o sacrificar para conseguirlos”. Pág. 129

De manera que la oferta se refiere a la capacidad que un determinado productor tiene para insertar en el mercado, en dependencia de quien lo adquiera. Este aspecto se direcciona únicamente al sector productor. Cuando la oferta es elevada, el precio tiene una tendencia de declinación.

### **2.9. Demanda**

Kotler & Keller (2012) Señala: La demanda de mercado de un producto es el volumen total susceptible de ser adquirido por un grupo de consumidores, definido por un área geográfica determinada, durante un periodo establecido, en un entorno de marketing concreto. La demanda de un mercado no es un número fijo, sino más bien una función de las condiciones mencionadas.

La demanda por su parte se refiere al grupo o sector que necesita un bien o un servicio, cuando la demanda es elevada el precio que los demandantes deben asumir, tiende a crear un incremento. Esto debido a que se generan oportunidades de venta y comercialización para los oferentes, y estos buscan la recuperación de su inversión junto con su utilidad.

## **2.10. Producción**

Kotler & Keller (2012) Señala: El concepto de producción es uno de los más antiguos en los negocios. Sostiene que los consumidores prefieren los productos que son ampliamente disponibles y de bajo precio. Los directores de negocios orientados hacia la producción se concentran en lograr una alta eficiencia de producción, costos bajos y distribución masiva. Pág. 18

Toledo (2010) Señala: “Es la transformación de insumos, de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y/o servicios”. Pág. 192.

## **2.11. Comercialización**

Vargas (2013) Señala: Comercializar es poner a la venta un producto o servicio y darle las condiciones y vías de distribución adecuadas para su venta. En definitiva es un conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llegue al consumidor.

Comercialización es el proceso por medio del cual la organización llega a satisfacer las necesidades de los seres humanos ya sean bienes o servicio, una organización debe diseñar perfectamente su proceso de comercialización a través de la determinación de rutas ordenadas para optimizar tiempos y recursos, así como la atención adecuada al momento de la comercialización.



## **2.12. Mercadotécnica**

### **2.12.1. Marketing**

Kotler & Keller (2012) Señala: El marketing trata de identificar y satisfacer las necesidades humanas y sociales. Una de las mejores y más cortas definiciones es satisfacer las necesidades de manera rentable. Así la dirección de marketing es el arte y la ciencia de elegir mercados meta y de obtener, mantener y aumentar clientes mediante la generación, entrega y comunicación de un mayor valor para el cliente.

Es la herramienta mediante la cual la organización puede potencializar su negocio, gracias al marketing puede existir incremento de ventas y lógicamente el aumento de las utilidades para quienes conforman la organización junto el posicionamiento de la entidad en el mercado.

### **2.12.2 Comunicación**

Ongallo (2012) Señala: “La comunicación es uno de los más desconocidos, importantes y complejos aspectos de la venta directa. Desde un punto de vista antropológico, la capacidad de las personas para comunicarse con sus semejantes a nivel superior es una de las diferentes radicales de este con el resto de especies”. Pág. 143

La comunicación es de suma importancia tanto interna como externamente. Así en la cuestión interna de existir adecuada comunicación los resultados de producción serán los planificados, por el contrario externamente la organización tienen la obligación de relacionarse con el medio quienes son la razón de ser de una empresa. Si no hay comunicación con el entorno no puede existir determinación de los requerimientos de los clientes.

### **2.12.3. Publicidad**

Sánchez (2012) Señala: “La publicidad es una forma de comunicación que pretende influir sobre los deseos del consumidor, orientándose hacia los productos de la empresa. Esta influencia se puede dar de dos maneras: publicidad del producto basada en la promoción de los mismos para estimular el deseo de comprarlos y la publicidad corporativa lo que se promociona es la imagen de la empresa para crear una buena fama”. Pág.85

La publicidad es el medio por el cual la organización se promociona al medio, esta promoción puede ser dada a través de diversos espacios como: televisión, radio, redes sociales, entre otros bajo ciertas condiciones y características que identifican a un cierto producto.

#### **2.12.4. Producto**

Kotler & Keller (2012) Señala: El concepto de producto propone que los consumidores prefieren los productos que ofrecen mayor calidad, rendimiento o características innovadoras. Sin embargo en ocasiones los directores se enamoran de sus productos. Podrían cometer la falacia de la “mayor ratonera”, creyendo que un mejor producto por sí mismo llevará a la gente hasta sus puertas. Un producto nuevo o mejorado no necesariamente será exitoso a menos que su precio, distribución, publicidad y venta sean llevados de manera adecuada. Pág. 18

Rodriguez (2013) Señala: Ofrecer una definición estricta sobre lo que es un producto resulta una tarea bastante compleja. No obstante, existen varias definiciones las cuales consideran el producto como satisfactor de las necesidades y los deseos de los consumidores sobre la base de los atributos y beneficios que ofrece. Pág. 210.

Un producto puede ser considerado como un bien material, un alimento u otro que se adquiere con el fin de dar satisfacción a una necesidad particular o general. Existen productos similares, pero con características diferentes como: sus insumos, sus propiedades, su empaque, su presentación entre otros.

#### **2.12.5. Precio**

Toledo (2010) Señala: Al trasladar los bienes o servicios del productor al consumidor, ocurre un intercambio llamado compra-venta. El comprador entrega algo de valor al vendedor a cambio de los bienes y servicios. Este valor es, usualmente dinero. La cantidad de dinero que se paga por los bienes o servicios constituye su precio. El precio del producto proporciona al vendedor su ganancia necesaria y refleja la satisfacción y utilidad del comprador por la compra realizada. Pág.171.

El precio supone un monto determinado en base a aspectos como los costos de producción de un producto, además el precio de un bien incrementa según las

condiciones y exigencias de la demanda, de la misma manera este disminuye cuando existe una oferta elevada.

### **2.12.6. Empaque**

Toledo (2010) Señala: “La función principal de cualquier empaque o recipiente es proteger su contenido. Este trabajo de protección empieza en el momento en que el producto es empacado y termina una vez que se ha consumido en su totalidad. El empaque debe ayudar a vender el producto, en especial cuando el consumidor final lo adquiere. Ya no basta que el empaque muestre el nombre del empaque y la marca. Pág. 159

Por tanto el empaque es aquella envoltura por la que un producto está cubierto, con la finalidad de brindar las condiciones adecuadas hasta el momento en que el consumidor final lo emplea. Es importante establecer las características que brinde condiciones óptimas para no modificar los productos.

### **2.12.7. Etiqueta**

Yate (2012) Señala: Las etiquetas son elementos de carácter comunicacional con formato propio aplicados de forma exógena al formato del empaque. Marbete, rótulo o inscripción que se adhiere o sujeta a los empaques para indicar características del producto o servicio, de la marca o empresa. Pág. 83

Etiqueta es una herramienta que comprende una razón social y varios aspectos identificativos de un producto o servicio. Hoy en día existen etiquetas como las denominadas etiquetas semáforo, donde se identifica el nivel de nutrición que un producto puede tener.

## **2.13. Análisis Financiero**

### **2.13.1. Ingresos**

Jiménez (2012) Señala: Ingreso es la entrada o percepción de activo en forma de efectivo, cuentas por cobrar u otro activo que se recibe de los clientes por motivo de la prestación de un servicio, la venta de un producto o de inversiones en valores (intereses). Todo ingreso implica aumento de capital

contable. Toda entrada de activo que este compensada con un aumento del pasivo no constituye un ingreso (un préstamo). Pág. 44.

Los ingresos representan todas aquellas entradas de dinero a la organización, generados a través de la actividad comercial o a la venta del producto que la entidad ofrezca, por tanto el ingreso depende del nivel de ventas que el área comercial alcance a realizar en un periodo determinado de tiempo.

### **2.13.2. Gastos**

Jiménez (2012) Señala: Se entiende por gasto el costo que origina el uso de las cosas o servicios con la finalidad de originar ingresos. No todo desembolso es un gasto ya que puede diferir en tiempo y magnitud (depreciación). Ejemplo: comprar un activo al contado es un desembolso pero el costo difiere en magnitud y tiempo a través de la depreciación. Pág. 44.

Los gastos representan toda salida de dinero desde la organización, por dar cumplimiento a las obligaciones que la entidad posee y por continuar con el normal funcionamiento y operatividad que se ejecute.

### **2.13.3. Costos**

Rodríguez & Moya (2011) Señala: “La determinación de los costes es indispensable para la determinación, a su vez, de los precios de los productos o servicios de la empresa es por esto la importancia del importe de los gastos para obtener el máximo beneficio”. Pág. 156

De manera que los costos representan todas aquellas salidas de efectivo de la organización, ya sean con una influencia directa sobre la construcción de un producto o no. La organización debe realizar una adecuada planificación de costos, pues de esto depende la asignación de otros insumos necesarios.

### **2.13.4. Costos de producción**

Rodríguez & Moya (2011) Señala: El coste de producción es un instrumento de gestión que las empresas deben tener muy encuentra para llevar a cabo

dicha producción. La empresa necesitará que se invierta la menor cantidad de recursos en la producción. Por tanto el importe de los gastos será menor y el volumen de beneficios mayor. Pág. 156

Los costos de producción representan por su parte, a todo aquel requerimiento que esté directa e indirectamente relacionado con la producción de la gama que la compañía oferte. Al ser valores dentro del área operativa es indispensable la adecuada planificación de los aspectos que posteriormente serán necesarios en el proceso productivo.

#### **2.13.5. Costos directos de producción**

Rodríguez & Moya (2011) Señala: “Los costes directos son los que se relacionan equivocadamente con la producción, de un determinado artículo o servicio es decir, se imputa directamente a los productos que vende la empresa. Conste fundamentalmente en el pago de materias primas, sueldos y salarios y energía. Pág. 149.

Los costos directos se relacionan netamente con la parte productiva de la organización, como por ejemplo los insumos que son necesarios e insustituibles por otros productos. De la misma manera estos deben ser establecidos adecuadamente para el desperdicio de recursos de la empresa.

#### **2.13.6. Costos indirectos de fabricación**

Rodríguez & Moya (2011) Señala: El coste indirecto es el gasto a tener en cuenta en la producción de un objetivo o de un servicio, sin poder imputarlo en su totalidad a una fase concreta del proceso de producción ya que no conocemos en qué medida incide en cada fase o en cada producto. Por ejemplo el alquiler, los intereses pagados de un préstamo, la amortización del material y las instalaciones de fabricación, la remuneración de la dirección general. Pág. 150

Los costos indirectos se refieren, a los egresos en servicios o productos que también inciden en el proceso productivo pero de forma indirecta y pueden ser sustituibles, bajo el análisis de las características que estos puedan tener.

### **2.13.7. Estado de resultados**

Jiménez (2012) Señala: El estado de resultados muestra, para un periodo dado los ingresos de la empresa y sus egresos en términos de costos. Si la diferencia entre ingresos menos costos es positiva, la empresa obtiene utilidad, si por el contrario es negativa la empresa obtiene pérdidas. Pág. 44.

De manera que el estado de resultados es un documento que comprende la situación de la organización al fin del cierre del año fiscal, en donde se determina la utilidad o no de la entidad.

### **2.13.8. Estado de flujo de efectivo**

Jiménez (2012) Señala: Es corriente que al estado de flujo de efectivo se le llame también presupuesto de caja o presupuesto de efectivo. Esta parte de elaborar el presupuesto de caja es sumamente importante, porque las operaciones de la empresa no pueden seguir adelante sin los fondos adecuados para hacer frente a la nómina, compra de materiales, préstamos y atender diversos gastos y obligaciones. Pág. 62.

El estado de flujo de efectivo muestra como su mismo nombre lo señala el efectivo que la entidad posee al momento para sobre ello realizar una proyección inicial.

## **2.14. Evaluación Financiera**

### **2.14.1. Valor Actual Neto (VAN)**

Dez, De Castro, & Montorio (2014) Señala: “El valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión es la suma algebraica de los valores actualizados de los flujos de caja netos asociados a dicho proyecto, restando el desembolso inicial necesario para su realización. De este modo y siguiendo la nomenclatura utilizada en la definición de los proyectos de inversión”. Pág. 312.

El valor actual neto representa una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos.

### **2.14.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Pérez (2013) Señala: La tasa interna de rentabilidad expresa el tipo de interés compuesto que genera la inversión, durante toda su vida, es decir, es el rendimiento en porcentaje anual obtenido sobre el capital invertido. Su cálculo consiste en determinar el tipo de interés que anula el sumatorio del movimiento de fondos, desde el año 1 al n, actualizado al momento en que tiene lugar el primer desembolso. Pág. 247.

Keat & Young (2011) Señala: La tasa interna de retorno es el segundo de los dos métodos que se analiza para descontar flujos de efectivo. La solución de la TIR es un caso especial de la técnica VPN, la tasa interna de retorno de un proyecto es una tasa de descuento que ocasiona que el VPN sea cero, lo que ocurre cuando el proyecto solo esta ganando su costo de capital. Pág. 573

Dez, De Castro, & Montorio (2014) Señala: La tasa interna de retorno (TIR) de una inversión es el tipo de descuento que hace igual a cero el VAN de dicho proyecto, es decir, la tasa para la cual la inversión no generará beneficios no perdidas, ya que iguala el valor de los flujos generados durante la vida de la inversión con el valor del desembolso necesario para realizarla. Pág. 316.

La tasa interna de retorno es el segundo de los dos métodos que se analiza para descontar flujos de efectivo. Se refiere al valor porcentual con el que la inversión retorna.

## **CAPÍTULO III**

### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Planteamiento del problema de investigación.**

El estudio de mercado está conformado por varios elementos que permiten la obtención de información sustancial, para la toma de decisiones en las organizaciones. Este estudio se lo realizó con la intención de analizar los comportamientos tanto de productores como posibles consumidores del producto planteado.

En el cantón Otavalo no existen microempresas que se dediquen al acopio y comercialización de fresa; productoras o comercializadoras de pulpa de fresa, únicamente existen productores que se dedican al cultivo de esta fruta, quienes deben comercializar en los mercados de la localidad, o a intermediarios quienes lógicamente realizan la compra a precios muy bajos, razón por la cual no existe un desarrollo en el sector. Por su ubicación, la comercialización se convierte es un tema complejo, sumado a la ausencia de vías accesibles, adicionalmente la poca inversión toma su dependencia en este tema. Es necesario señalar que la sostenibilidad de las entidades está en dependencia de su ubicación, la forma de distribución y la innovación de los productos, el precio también funciona como un determinante. Esta propuesta se enfoca en generar estabilidad para quienes producen fresa, diseñando un servicio seguro de demanda el cual brinda a la sociedad un producto industrializado.

Existen ciertas consecuencias que se podrían crear al no implementar la microempresa de acopio y comercialización de fresa; productora y comercializadora de pulpa de fresa en el cantón Otavalo, comunidad de Huayco



Pungo, las cuales son: el descontento de los productores de la fruta quienes se pretende se conviertan en proveedores, que lógicamente tendrán que salir a la ciudad o a otras ciudades a comercializar su producto, así como la pérdida de las expectativas que la población puede tener para multiplicar los emprendimientos del sector.

## **3.2. Objetivos del estudio de mercado.**

### **3.2.1. Objetivo general**

Realizar el estudio de mercado del proyecto para determinar la oferta, demanda, precios, competencia y canales de comercialización del producto.

### **3.2.2. Objetivos específicos**

**3.2.2.1.** Determinar la oferta actual de fresas y su pulpa en tiendas, abastos y supermercados existentes en la ciudad de Ibarra.

**3.2.2.2.** Establecer el nivel de demanda de fresas y pulpa de fresa en base a aspectos como preferencia y gustos, para determinar la factibilidad del proyecto.

**3.2.2.3.** Establecer el precio del producto a ofertarse en base a un análisis.

**3.2.2.4.** Diseñar la publicidad y promoción del producto por medio de varias herramientas apropiadas.

## **3.3. Identificación del producto.**

La microempresa estará direccionada al acopio y comercialización de fresa; así como también a la producción y comercialización de pulpa de fresa, en la comunidad de Huayco Pungo, cantón Otavalo, sitio característico por su clima y suelo para la producción adecuada de este fruto.

El precio en el mercado y el rojo intenso convierten a la fresa en una fruta seductora. Esta apariencia cautivó a los agricultores de las provincias de la Sierra: al norte de

Pichincha, Imbabura, Tungurahua y parte del Azuay, para transformar sus campos en los reductos de esta fruta gruesa, brillante y de apariencia fresca.

En todas, excepto Imbabura, el cultivo es tecnificado, por lo cual está expuesto a una menor contaminación, los campesinos reutilizan los mismos plásticos para varias cosechas. “Esa práctica expone a los nuevos frutos, porque las bacterias del anterior cultivo se quedan en el plástico y contaminan. No hay cifras de producción en el país.

#### **3.4. Uso del suelo de fresa.**

En los últimos años la superficie plantada se ha incrementado, pasando de 125 hectáreas (año 2003) a 250 ha. (Año 2007), lo que implica una tendencia de crecimiento anual de entre el 20 y 30%. Sin embargo, en el país no existen plantaciones extensivas para la exportación. Aun así, el 60% se destina al consumo nacional y el resto se exporta, en almíbar o fresca a EUA, España y los Países Bajos. Las fresas en almíbar son las que más acogida tienen en el mercado americano.

Para 2007, Ecuador produjo 30.000 toneladas mensuales de fruta. Pero desde el 2008, hasta la fecha, hubo un descenso de la producción por los cambios climáticos. El inconveniente es que en el país no hay plantaciones extensivas para la exportación. Los agricultores siembran en terrenos de 1.000 metros a una hectárea.

#### **3.5. Exportación de fresa.**

Según la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Corpei), la exportación de la fresa fresca en el 2002, fue solo hacia Holanda y Colombia, con 122 toneladas. En el 2003, se registraron los volúmenes más altos: 143 toneladas hacia EUA. Pero entre en el 2006-2007-2008 no hubo exportaciones. No obstante, la fresa al vapor (en almíbar) es la que más acogida tiene en el mercado. Y es la que se ha mantenido en exportaciones. El cultivo se retoma, porque es una fruta rentable y con una gran demanda en el mercado. El 60 por ciento de las plantaciones crece a cielo abierto y las otras, bajo invernadero. Pichincha es uno de los referentes de la producción nacional con el 50 por ciento de superficie.

### **3.6. Producción mundial.**

La producción mundial de fresa ronda los 3,6 millones de toneladas, y el principal productor es Estados Unidos, seguido de España que el año pasado produjo 264.000 toneladas, de las que el 96 por ciento corresponden a la producción de fresa andaluza, y de ello, el 97 por ciento procede de Huelva, mientras que el volúmen de facturación supera los 300 millones de euros. Con respecto a la exportación, España se sitúa a la cabeza, sobre todo en lo que en producción en fresco se refiere, destinando en torno al 25 por ciento de ella a los mercados europeos y alrededor del 10 por ciento a otros mercados internacionales. Otros países productores son China, Irlanda, Marruecos, Italia, Israel. *Datos según la revista de Agro negocios del Ecuador*

### **3.7. Normativa Sanitaria.**

Para la ejecución adecuada de los procesos se cumplirán todos los requisitos establecidos por las organizaciones reguladoras como el Ministerio de Salud Pública y la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. El aseguramiento de calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos producidos es de suma importancia, no únicamente por el cumplimiento con los requerimientos legales, sino por brindar calidad al consumidor.

### **3.8. Consumidor del producto**

Los clientes a atender son tiendas, abastos, supermercados de la ciudad de Ibarra que según el Ministerio de Salud Pública son 1705. Se ha tomado la decisión de realizar la producción en la comunidad de Huayco Pungo y la comercialización se ejecutará en la ciudad de Ibarra, esto dado que en esta ciudad existe un mercado con mayor demanda.

### **3.9. Estructura del mercado**

La estructura del mercado comprende un análisis amplio del sector en donde se pretende implantar el producto, donde se lo posicionará a través de los múltiples esfuerzos necesarios tanto al producto como a la microempresa de acopio y comercialización de fresa; productora y comercializadora de pulpa de fresa, la cual realizará la producción en el cantón Otavalo y la comercialización en la ciudad de Ibarra de la provincia de Imbabura.

### **3.10. Investigación de mercado**

La recopilación de la información se la ha realizado a través de la aplicación de instrumentos como encuestas las cuales provienen del criterio propio de agricultores dedicados a la producción de fresa en la zona de Huayco Pungo quienes se pretende sean los proveedores del proyecto planteado, así como también obtuvo información de propietarios de abastos y tiendas del cantón Ibarra. La realización de la investigación de mercado da valor a la propuesta planteada sustentando la necesidad, las preferencias y los gustos de los clientes y además estableciendo un precio que sea accesible a la realidad económica del sector.

### **3.11 Datos Primarios**

Posterior la aplicación de la encuesta, se obtuvieron datos relevantes de primera mano, los actores involucrados en la aplicación de la encuesta fueron: los propietarios de tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra donde se pretende introducir el producto. La información obtenida es el soporte de la factibilidad de la propuesta planteada.

### 3.12 Entrevistas a productores de fresas en Huayco Pungo

#### ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE FRESA DEL SECTOR DE HUAYCOPUNGO

**Objetivo:** Conocer el nivel de producción de fresa en la zona de Huayco Pungo y su comercialización.

**Nombre :** Jose Manuel Hinojoza

**1. Qué tiempo lleva en la producción de fresa?**

1 año		2 años		3 años		Más...x....
-------	--	--------	--	--------	--	-------------

**2. Qué tipo de cultivo realiza?**

Orgánico	x	Inorgánico	
----------	---	------------	--

**3. Qué extensión de terreno dispone para la producción de fresa?**

Menos de una hectárea.....		1 hectárea	x	2 hectáreas		Más.....
----------------------------	--	------------	---	-------------	--	----------

**4.Cuál es el rendimiento por cada hectárea?**

200 libras		300 libras		400 libras		Más.....x.
------------	--	------------	--	------------	--	------------

**5.Cuál es la frecuencia con la que produce fresa anualmente?**

1 vez		2 veces		3 veces	x	Todo el año	
-------	--	---------	--	---------	---	-------------	--

**6.Cuál es el costo de producción de fresa por hectárea?**

0 - 500\$		500 - 1000		Otro ...x
-----------	--	------------	--	-----------

**7.Cuál es el precio por canasto (25 libras) de fresa que usted vende?**

10\$		12\$		15\$	x	Otro .....
------	--	------	--	------	---	------------

**8.Cuál es el mercado en el cual usted vende su producto?**

Intermediarios	X	Mercado		Tienda		Supermercados	
----------------	---	---------	--	--------	--	---------------	--

**9. Estaría usted de acuerdo que en la comunidad de Huayco Pungo se implemente una microempresa de acopio y comercialización de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

**10. Estaría usted de acuerdo en ser proveedor de esta microempresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

- Edad...54..... Género Masculino.....  
Instrucción...Primaria.....

## ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE FRESA DEL SECTOR DE HUAYCOPUNGO

**Objetivo:** Conocer el nivel de producción de fresa en la zona de Huayco Pungo y su comercialización.

**Nombre:** Marco Caiza Tocagon

**1 Qué tiempo lleva en la producción de fresa?**

1 año		2 años		3 años		Más...x....
-------	--	--------	--	--------	--	-------------

**2 Qué tipo de cultivo realiza?**

Orgánico	x	Inorgánico	
----------	---	------------	--

**3 Qué extensión de terreno dispone para la producción de fresa?**

Menos de una hectárea.....	x	1 hectárea		2 hectáreas		Más.....
----------------------------	---	------------	--	-------------	--	----------

**4Cuál es el rendimiento por cada hectárea?**

200 libras		300 libras		400 libras	X	Más.....
------------	--	------------	--	------------	---	----------

**5Cuál es la frecuencia con la que produce fresa anualmente?**

1 vez		2 veces	x	3 veces		Todo el año
-------	--	---------	---	---------	--	-------------

**6Cuál es el costo de producción de fresa por hectárea?**

0 - 500\$		500 - 1000	X	Otro ...
-----------	--	------------	---	----------

**7Cuál es el precio por canasto (25 libras) de fresa que usted vende?**

10\$		12\$		15\$	x	Otro ...
------	--	------	--	------	---	----------

**8Cuál es el mercado en el cual usted vende su producto?**

Intermediarios	x	Mercado		Tienda		Supermercados
----------------	---	---------	--	--------	--	---------------

**9 Estaría usted de acuerdo que en la comunidad de Huayco Pungo se implemente una microempresa de acopio y comercialización de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

**10 Estaría usted de acuerdo en ser proveedor de esta microempresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

• Edad...32..... Género...masculino.....

Instrucción.....primaria.....

## ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE FRESA DEL SECTOR DE HUAYCOPUNGO

**Objetivo:** Conocer el nivel de producción de fresa en la zona de Huayco Pungo y su comercialización.

**Nombre:** Francisco Sánchez Espinoza

**1 Qué tiempo lleva en la producción de fresa?**

1 año		2 años		3 años		Más...x....
-------	--	--------	--	--------	--	-------------

**2 Qué tipo de cultivo realiza?**

Orgánico	x	Inorgánico	
----------	---	------------	--

**3 Qué extensión de terreno dispone para la producción de fresa?**

Menos de una hectárea.....	x	1 hectárea		2 hectáreas		Más.....
----------------------------	---	------------	--	-------------	--	----------

**4Cuál es el rendimiento por cada hectárea?**

200 libras		300 libras	x	400 libras		Más.....
------------	--	------------	---	------------	--	----------

**5Cuál es la frecuencia con la que produce fresa anualmente?**

1 vez	X	2 veces		3 veces		Todo el año
-------	---	---------	--	---------	--	-------------

**6Cuál es el costo de producción de fresa por hectárea?**

0 - 500\$		500 - 1000	x	Otro ...
-----------	--	------------	---	----------

**7Cuál es el precio por canasto (25 libras) de fresa que usted vende?**

10\$		12\$	x	15\$		Otro .....
------	--	------	---	------	--	------------

**8Cuál es el mercado en el cual usted vende su producto?**

Intermediarios	x	Mercado		Tienda		Supermercados
----------------	---	---------	--	--------	--	---------------

**9 Estaría usted de acuerdo que en la comunidad de Huayco Pungo se implemente una microempresa de acopio y comercialización de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

**10 Estaría usted de acuerdo en ser proveedor de esta microempresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

- **Edad...40..... Género.....masculino.....**
- **Instrucción...primaria.....**

## ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE FRESA DEL SECTOR DE HUAYCOPUNGO

**Objetivo:** Conocer el nivel de producción de fresa en la zona de Huayco Pungo y su comercialización.

**Nombre:** Jose Caiza Hinojoza

**1 Qué tiempo lleva en la producción de fresa?**

1 año		2 años		3 años		Más x.....
-------	--	--------	--	--------	--	------------

**2 Qué tipo de cultivo realiza?**

Orgánico	x	Inorgánico	
----------	---	------------	--

**3 Qué extensión de terreno dispone para la producción de fresa?**

Menos de una hectárea.....	x	1 hectárea		2 hectáreas		Más.....
----------------------------	---	------------	--	-------------	--	----------

**4Cuál es el rendimiento por cada hectárea?**

200 libras		300 libras		400 libras		Más.....x.
------------	--	------------	--	------------	--	------------

**5Cuál es la frecuencia con la que produce fresa anualmente?**

1 vez		2 veces		3 veces	x	Todo el año	
-------	--	---------	--	---------	---	-------------	--

**6Cuál es el costo de producción de fresa por hectárea?**

0 - 500\$		500 - 1000		Otro ...x
-----------	--	------------	--	-----------

**7Cuál es el precio por canasto (25 libras) de fresa que usted vende?**

10\$		12\$	x	15\$		Otro .....
------	--	------	---	------	--	------------

**8Cuál es el mercado en el cual usted vende su producto?**

Intermediarios	x	Mercado		Tienda		Supermercados	
----------------	---	---------	--	--------	--	---------------	--

**9 Estaría usted de acuerdo que en la comunidad de Huayco Pungo se implemente una microempresa de acopio y comercialización de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

**10 Estaría usted de acuerdo en ser proveedor de esta microempresa?**

Si	x	No	
----	---	----	--

- **Edad...52.....**                      **Género masculino.....**
- Instrucción...no.....**



## ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE FRESA DEL SECTOR DE HUAYCOPUNGO

**Objetivo:** Conocer el nivel de producción de fresa en la zona de Huayco Pungo y su comercialización.

**Nombre:** Barbarita Otavalo Tocagon

**1. Qué tiempo lleva en la producción de fresa?**

1 año	<input checked="" type="checkbox"/>	2 años	<input type="checkbox"/>	3 años	<input type="checkbox"/>	Más.....
-------	-------------------------------------	--------	--------------------------	--------	--------------------------	----------

**2. Qué tipo de cultivo realiza?**

Orgánico	<input checked="" type="checkbox"/>	Inorgánico	<input type="checkbox"/>
----------	-------------------------------------	------------	--------------------------

**3. Qué extensión de terreno dispone para la producción de fresa?**

Menos de una hectárea.....	<input checked="" type="checkbox"/>	1 hectárea	<input type="checkbox"/>	2 hectáreas	<input type="checkbox"/>	Más.....
----------------------------	-------------------------------------	------------	--------------------------	-------------	--------------------------	----------

**4.Cuál es el rendimiento por cada hectárea?**

200 libras	<input checked="" type="checkbox"/>	300 libras	<input type="checkbox"/>	400 libras	<input type="checkbox"/>	Más.....
------------	-------------------------------------	------------	--------------------------	------------	--------------------------	----------

**5.Cuál es la frecuencia con la que produce fresa anualmente?**

1 vez	<input checked="" type="checkbox"/>	2 veces	<input type="checkbox"/>	3 veces	<input type="checkbox"/>	Todo el año	<input type="checkbox"/>
-------	-------------------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	-------------	--------------------------

**6.Cuál es el costo de producción de fresa por hectárea?**

0 - 500\$	<input checked="" type="checkbox"/>	500 - 1000	<input type="checkbox"/>	Otro ...
-----------	-------------------------------------	------------	--------------------------	----------

**7.Cuál es el precio por canasto (25 libras) de fresa que usted vende?**

10\$	<input checked="" type="checkbox"/>	12\$	<input type="checkbox"/>	15\$	<input type="checkbox"/>	Otro ...
------	-------------------------------------	------	--------------------------	------	--------------------------	----------

**8.Cuál es el mercado en el cual usted vende su producto?**

Intermediarios	<input checked="" type="checkbox"/>	Mercado	<input type="checkbox"/>	Tienda	<input type="checkbox"/>	Supermercados	<input type="checkbox"/>
----------------	-------------------------------------	---------	--------------------------	--------	--------------------------	---------------	--------------------------

**9. Estaría usted de acuerdo que en la comunidad de Huayco Pungo se implemente una microempresa de acopio y comercialización de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa?**

Si	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	-------------------------------------	----	--------------------------

**10. Estaría usted de acuerdo en ser proveedor de esta microempresa?**

Si	<input checked="" type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
----	-------------------------------------	----	--------------------------

**Edad...40..... Género...femenina.....**

**Instrucción...no.....**

### 3.13 Segmentación del mercado

La microempresa se ubicará en el sector de Huayco Pungo, Comunidad de Otavalo. Este será el punto de acopio de la fresa, por la cercanía al sector agrícola productivo de la zona, donde también se diseñará la planta procesadora de la pulpa de fresa. Para en lo posterior realizar el proceso de ventas en la ciudad de Ibarra.

**Tabla N° 8: Segmentación del mercado**

<b>Segmentación</b>	<b>Tiendas, abastos</b>
<b>Sector</b>	<b>Ibarra</b>
<b>Fuente de información</b>	<b>Dirección de Salud</b>
<b>Técnica</b>	<b>Encuesta</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

### 3.14 Marco muestral o universo

El universo representa la población de la cual se obtiene una muestra. Para el desarrollo de la propuesta planteada, se ha considera el número de locales comerciales de la ciudad de Ibarra, puesto que la comercialización será realizada en tal lugar dadas las condiciones de un mercado de mayor porcentaje. Según los datos del Ministerio de Salud Pública, en la ciudad de Ibarra existen 1.705 locales comerciales, los cuales constituyen la población del proyecto.

### 3.11. Tamaño de la muestra.

La muestra representa un subconjunto determinado por la población a ser analizada. Para el trabajo planteado se aplicó un muestreo aleatorio simple. La muestra se calculó con los siguientes datos:

### 3.11.1. Muestra de locales comerciales

**n**= Tamaño de la Muestra

**N**= Tamaño de la población = 1705

$\delta$  = Varianza = 0.25

**Z**= Nivel de confianza del 95% que corresponde a = 1.96

$\mathcal{E}$  = Error= 0,05

La fórmula matemática para identificar el tamaño de la muestra es:

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

$$n = \frac{(1.705)(1,96)^2 (0,5)^2}{(0,05)^2 (1.705 - 1) + (1,96)^2 (0,5)^2}$$

$$n = 314$$

La Muestra para el estudio de este proyecto planteado es equivalente a 314 encuestas.

### 3.12. Tabulación y procesamiento de la información.

#### 3.12.1. Tabulación de la encuesta aplicada a las tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra

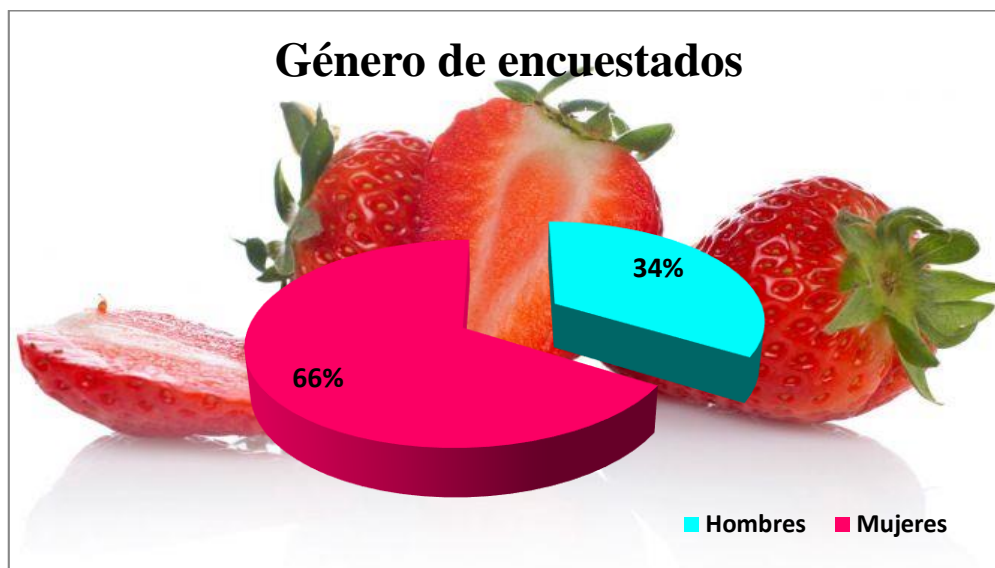
**Tabla N° 9: Género de encuestados**

ASPECTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hombres	106	33,8
Mujeres	208	66,24
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>100,0</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 3: Género de encuestados**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

#### **Aálisis**

De los encuestados, la mayoría representa a mujeres, que por lo general son quienes se dedican a este tipo de actividad comercial, sin embargo también existe un número considerable de hombres que se dedican a la actividad.

## Cuestionario

1. Ha adquirido su establecimiento pulpas de fruta?. En caso de haberlo realizado indique la fruta.

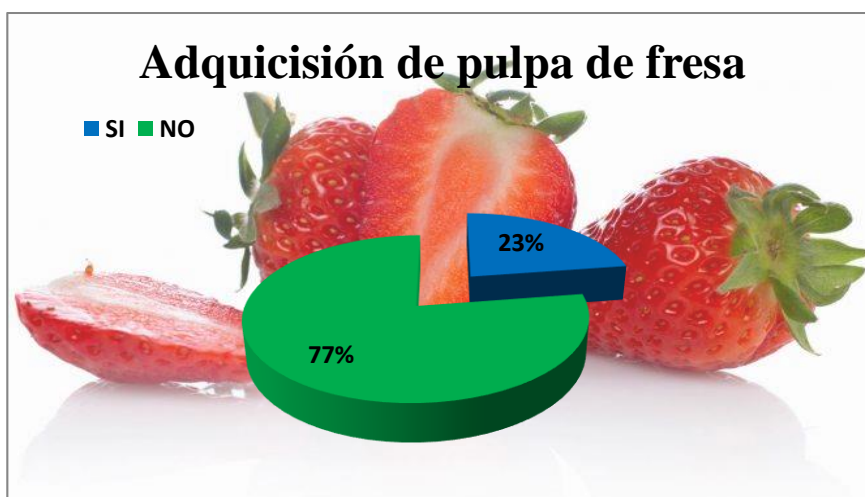
**Tabla N° 10: Adquisición de pulpa de fresa**

ASPECTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	71	22,61
NO	243	77,39
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

**Gráfico N° 4: Adquisición de pulpa de fresa**



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

### Análisis

De manera que, de los encuestados la mayor parte de ellos indica no haber adquirido pulpa de fresa para su local comercial, lo que muestra la innovación del producto y la aceptación que este puede tener al ser novedoso.

## 2. Como considera este producto?

**Tabla N° 11: Calificación del producto**

ASPECTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Muy innovador	291	92,68
Poco innovador	23	7,32
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 5: Calificación del producto**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis

De los encuestados la mayor parte de los comerciantes, consideran que la pulpa de fresa es un producto muy innovador, que facilita la necesidad de los consumidores en referencia a los nuevos estilos de vida

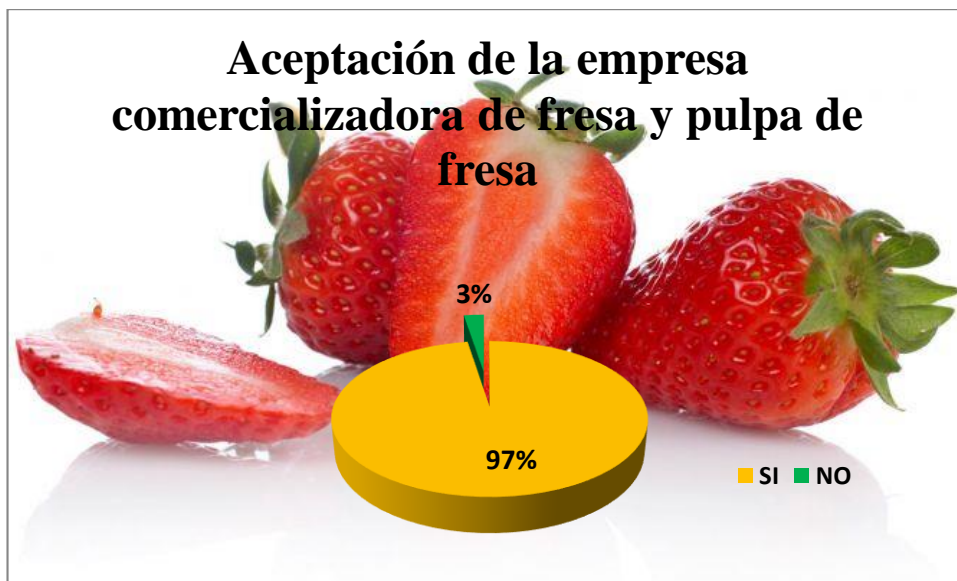
3. Estaría usted de acuerdo que se implemente una microempresa comercializadora de pulpa de fresa y fresas en tarrina?

**Tabla N° 12: Aceptación de la empresa comercializadora de fresa y de pulpa de fresa**

ASPECTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	306	97,45
NO	8	2,55
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación directa.  
Elaborado por: La Autora.

**Gráfico N° 6: Aceptación de la empresa comercializadora de fresa y de pulpa de fresa**



Fuente: Investigación directa.  
Elaborado por: La Autora.

### Análisis

Según los datos obtenidos, los encuestados muestran su aceptación para la implementación de la empresa comercializadora de fresa y de pulpa de fresa, observando este producto como un alimento nutritivo y llamativo.

#### 4. Compraría usted pulpa de fresa?

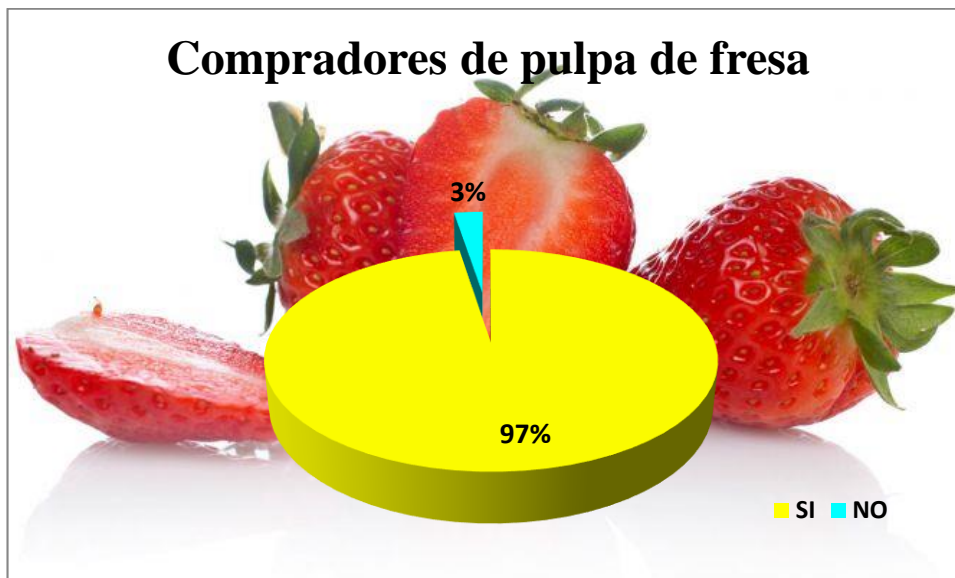
**Tabla N° 13: Compradores de pulpa de fresa**

ASPECTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	306	97,45
NO	8	2,55
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 7: Compradores de pulpa de fresa**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

#### **Análisis**

Los encuestados señalan que sí comprarían pulpa de fresa, con la finalidad de incrementar productos en su negocio y captar clientes que requieran de este fruto industrializado, además que es incrementar los ingresos de su local comercial.



## 5. Compraría usted fresa en tarrina?

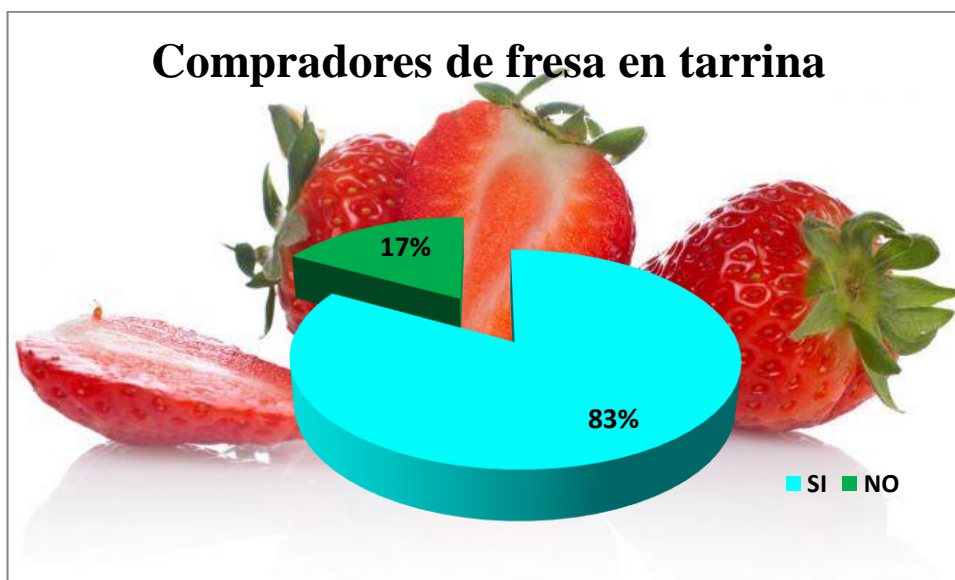
**Tabla N° 14: Compradores de fresas en tarrina**

ASPECTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	261	83,12
NO	53	16,88
<b>TOTAL</b>	<b>314</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 8: Compradores de fresas en tarrina**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis

De los encuestados la mayor parte de ellos, indican que comprarían fresas en tarrina, con el fin de incrementar los productos ofertados en sus locales comerciales, basandose en el criterio de brindar variedad para atraer a los clientes.

## 6. Con qué frecuencia compraría pulpa de fresa?

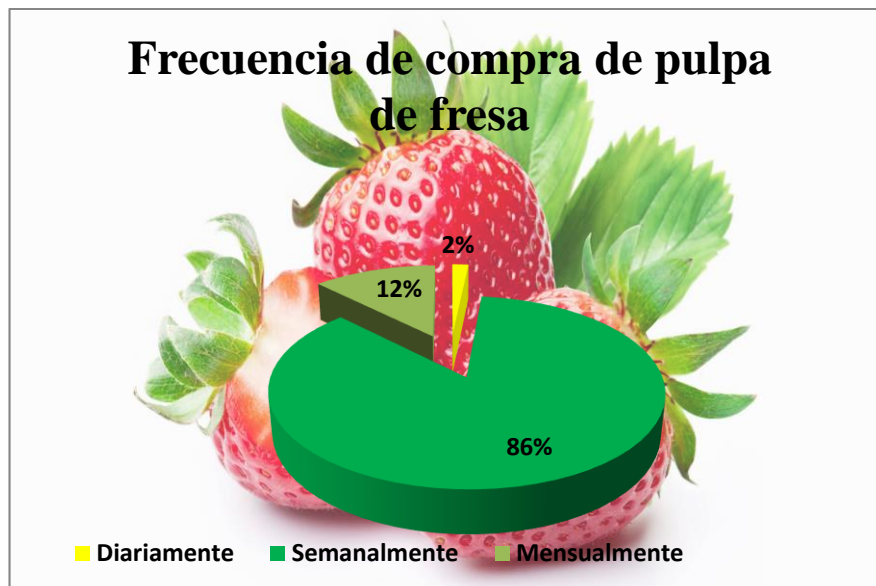
**Tabla N° 15: Frecuencia de consumo de pulpa de fresa**

ASPECTO	VALOR	PORCENTAJE
Diariamente	5	1,63
Semanalmente	263	85,95
Mensualmente	38	12,42
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 9: Frecuencia de consumo de pulpa de fresa**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis

Los encuestados han señalado, que realizarían la compra de pulpa de fresa de forma semanal, en función a que este producto sustituye a todo el procesos que implica la preparación de un jugo. En base a este análisis, los encuestados miran este producto como un sustituto.

## 7. Con qué frecuencia compraría fresa en tarrina?

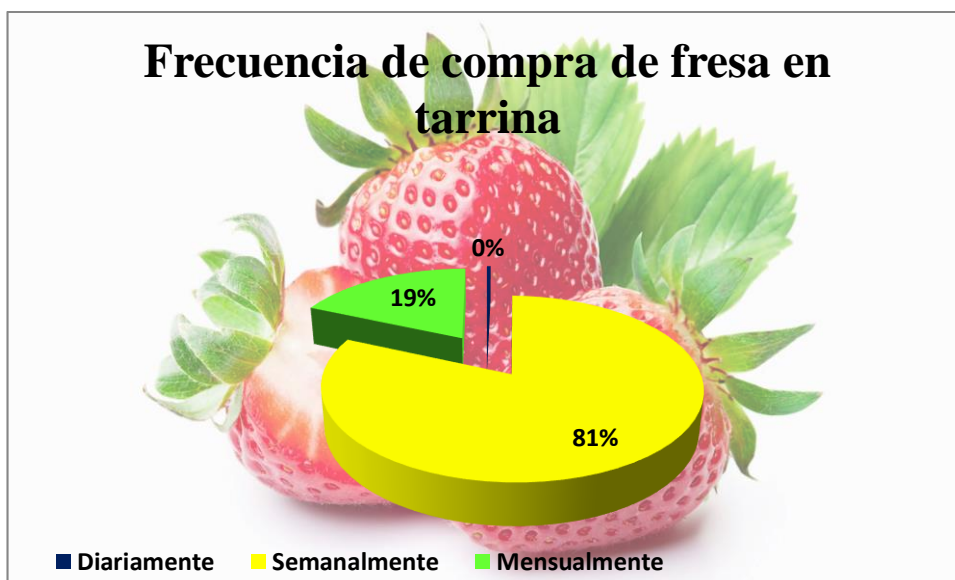
**Tabla N° 16: Frecuencia de compra de fresas en tarrina**

ASPECTO	VALOR	PORCENTAJE
Diariamente	1	0,38
Semanalmente	212	81,23
Mensualmente	48	18,39
<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 10: Frecuencia de compra de fresas en tarrina**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

## Análisis

Los encuestados señalan que adquirirían fresas en tarrina, de manera semanal con más frecuencia, este aspecto depende también del consumo de los clientes de cada local comercial.

## 8. Cuál es la cantidad de pulpa de fresa que usted compraría semanalmente?

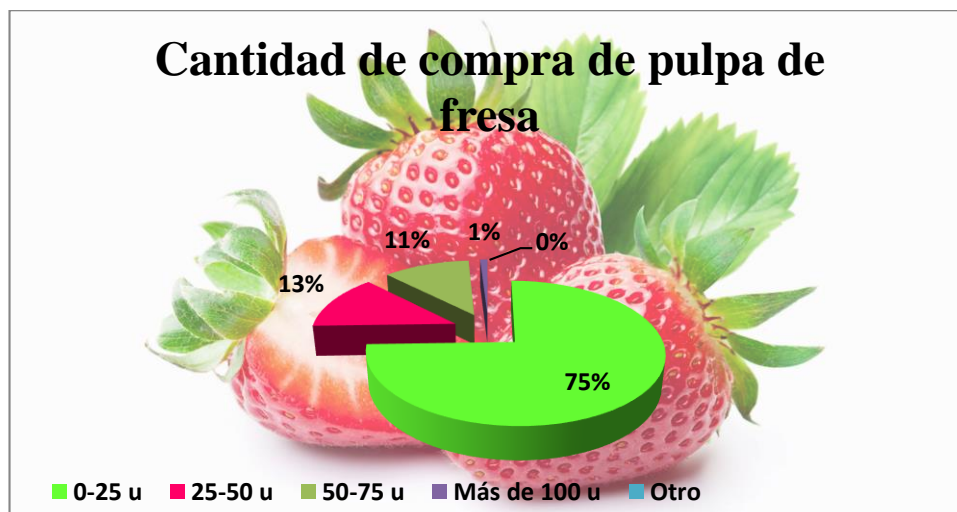
**Tabla N° 17: Cantidad de pulpa de fresa a comprar**

ASPECTO	VALOR	PORCENTAJE
0-25 u	228	74,51
25-50 u	40	13,07
50-75 u	35	11,44
Más de 100 u	3	0,98
Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

**Gráfico N° 11: Cantidad de pulpa de fresa a comprar**



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

### Análisis

De los encuestados la mayor parte, señala que comprarían semanalmente hasta las 25 unidades de pulpa de fresa y otro sector de los comerciantes indican que comprarían entre 25 y 50 unidades. Esto en dependencia de la demanda que posterior a la inserción del producto se alcance en el mercado.

9. ¿Cuál es la cantidad de fresa en tarrina que usted compraría semanalmente?

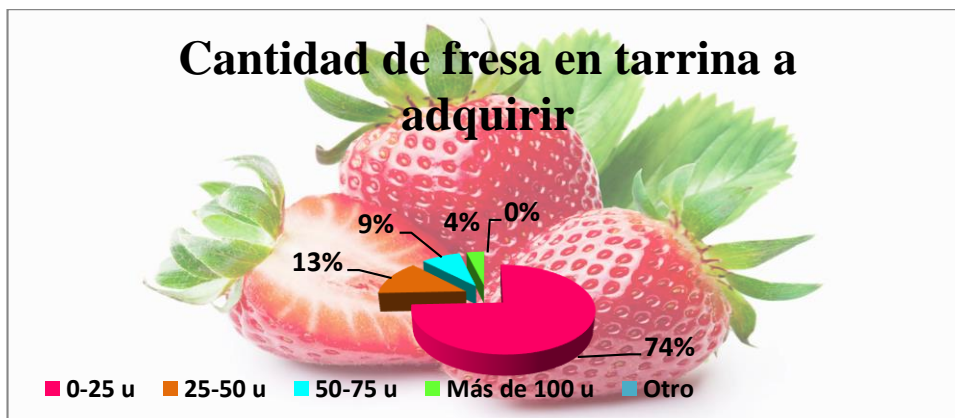
**Tabla N° 18: Compra de fresas en tarrina semanalmente**

ASPECTO	VALOR	PORCENTAJE
0-25 u	194	74,33
25-50 u	35	13,41
50-75 u	22	8,43
Más de 100 u	10	3,83
Otro	0	0
<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

**Gráfico N° 12: Compra de fresas en tarrina semanalmente**



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

### Análisis

Los encuestados han indicado que adquirirían mayoritariamente la cantidad de 25 unidades de fresas en tarrina de forma semanal, así como un grupo relevante señala la compra hasta las 50 unidades.

10. Cual es el precio que pagaría por un 500ml de pulpa?

Tabla N° 19: Precio a pagar por 500ml de pulpa de fresa

ASPECTO	VALOR	PORCENTAJE	
	1.25 \$	304	99,35
	1,5 \$	2	<b>0,65</b>
	1.75 \$	0	0
	2.00 \$	0	0
<b>Total</b>		306	100,00

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

Gráfico N° 13: Precio a pagar por 500ml de pulpa de fresa



Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: La Autora.

### Análisis

De los encuestados la mayoría de ellos indican que pagaría 1,25 \$ por el contenido de 500ml de pulpa de fresa, precio que es accesible al bolsillo no únicamente de los propietarios de locales comerciales sino del consumidor final.

### 11. Cual es el precio que pagaría por una libra de fresa?

**Tabla N° 20: Precio a pagar por la libra de fresa**

ASPECTO	VALOR	PORCENTAJE	
	1.10 \$	248	95,02
	1,20 \$	13	4,98
	1.25 \$	0	0
	1.50 \$	0	0
<b>Total</b>		261	100,00

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 14: Precio a pagar por la libra de fresa**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis

De los encuestados, la mayoría de ellos indican que estarían dispuestos a pagar 1,10\$ por la libra de fresa. Esto considerando que debe existir un precio que sea accesible y llamativo al producto.

## 12. Que medio de comunicación preferiría usted para conocer el producto?

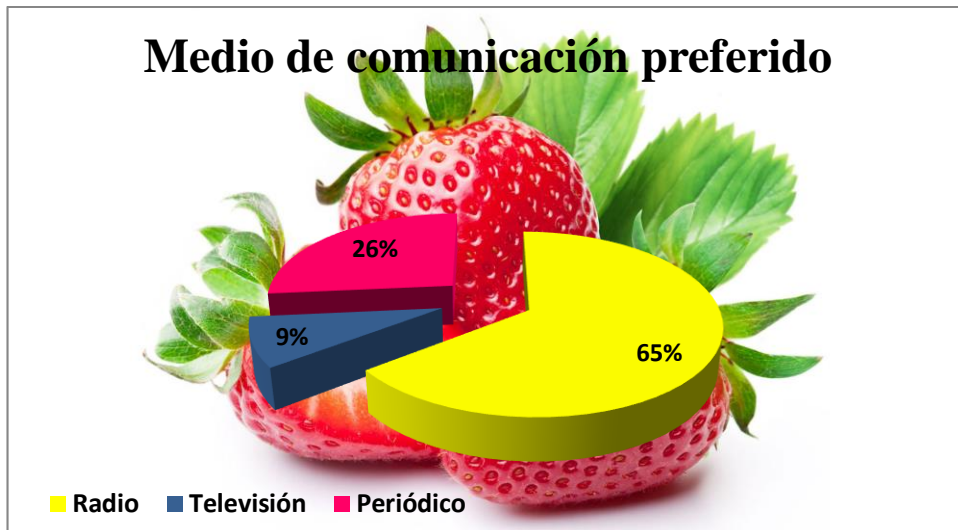
**Tabla N° 21: Medio publicitario preferido**

ASPECTO	VALOR	PORCENTAJE
Radio	198	64,71
Televisión	27	8,82
Periódico	81	26,47
<b>Total</b>	<b>306</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

**Gráfico N° 15: Medio publicitario preferido**



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

### Análisis

Los encuestados han señalado que preferirían la radio como medio de publicidad, para conocer de los diversos productos que la empresa pueda producir.



### **3.13. Análisis de la demanda**

De la aplicación de la herramienta para obtener información que en este caso fue la encuesta, se determinó que es necesario la implementación de emprendimientos que brinden satisfacción a los consumidores, en base a las nuevas formas de vida, junto con esto es importante el emprendimiento ya que este coopera con el cambio de la matriz productiva, el cual pretende que se eliminen las importaciones y ese cubra la demanda con productos nacionales, hechos por las manos de ecuatorianos, que a través de la innovación han generado diseño de nuevos artículos llamativos y de calidad. De manera que la implementación de esta microempresa contribuye con los objetivos del Buen Vivir y el cambio productivo que hoy Ecuador pretende alcanzar. El incremento de la demanda depende del extra que de las organizaciones apliquen a los productos.

#### **3.13.1. Factores que afectan la demanda**

Algunos aspectos que inciden en la demanda son:

- Ausencia de microempresas o empresas productoras en la región.
- Canales de producción y comercialización débiles.
- Precios elevados en resultado de esta debilidad de canales.

#### **3.13.2. Comportamiento de la demanda histórico**

Para la determinación de los datos se debió aplicar las encuestas y sobre ello determinar la demanda de fresa y de pulpa del miso fruto, debido a la inexistencia de datos históricos.

#### **3.13.3. Demanda actual**

La demanda actual se constituye por el mercado meta del proyecto, el cual se presenta en el siguiente cuadro:

**Tabla N° 22: Demanda actual**

<b>Detalle</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demanda</b>
Universo	100%	1705
Calificación de producto (p. 2)	92.68%	1580.194
Compraría pulpa de fresa	97.45 %	1539.89
Frecuencia de compra semanal	85.95 %	1323.54
Cantidad semanal de compra (25u)	74.51 %	986.166
<b>Compra anual de pulpa</b>	<b>986.166x 52 semanas</b>	<b>51.280</b>

<b>Detalle</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Demanda</b>
Universo	100%	1705
Calificación de producto	92.68%	1580.194
Compraría fresa en tarrina	83.12 %	1313.45
Frecuencia de compra semanal	81.23 %	1066.915
Cantidad semanal de compra (25u)	74.33 %	793.038
<b>Compra anual de tarrina en fresa</b>	<b>793.038 x 52</b>	<b>41.238</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### **3.14. Análisis de la oferta**

Como ya se ha indicado anteriormente no existe una microempresa que se dedique al acopio de fresa y a su comercialización así como también a la producción y comercialización de pulpa de la misma fruta, ubicada en la comunidad de Huayco Pungo, que distribuya su producto en la ciudad de Ibarra, especialmente en las tiendas y abastos de la ciudad.

### 3.14.1. Factores que afectan la oferta

Existen varios factores que inciden en la oferta en el mercado local, en el proyecto se considera los siguientes:

- Poca inversión en este tipo de proyectos productivos.
- Aumento de tiendas o abastos en los barrios.
- Existencia real de los productos.

### 3.15. Demanda insatisfecha

**Tabla N° 23: Demanda insatisfecha**

<b>Huayco Pungo</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
Pulpas	36.000	51.280	<b>15.280</b>
Tarrinas fresas	36.000	41.238	<b>5.238</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

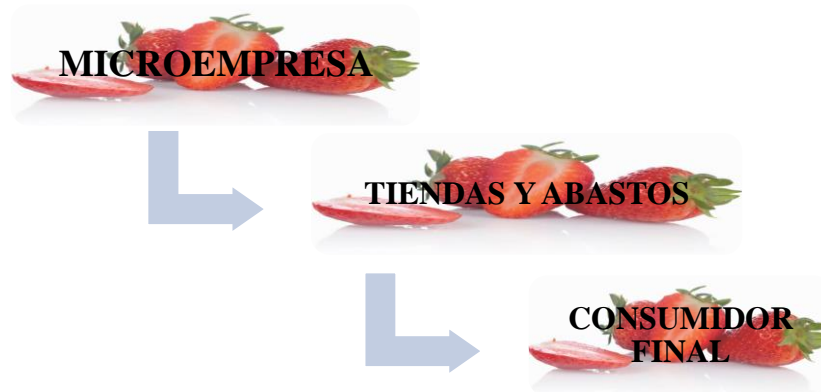
### 3.16. Análisis del precio

De acuerdo a la investigación realizada en las tiendas y abastos el valor que estos estarían dispuestos a pagar mayoritariamente por la libra de fresa en tarrina es 1,10\$ y por la pulpa de fresa de 500ml es de 1,25\$.

### 3.17. Canales de distribución

El canal de distribución que tendrá la microempresa de acopio y comercialización de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa, será indirecto puesto que se comercializará a los propietarios de tiendas y abastos de la ciudad de Ibarra, quienes a su vez lo exhibirán en sus congeladores para la venta al cliente final.

**Tabla N° 24: Canal indirecto de distribución**



**Fuente:** Investigación directa.  
**Elaborado por:** La Autora.

### 3.18. Publicidad

Huaycofres, poseerá la siguiente publicidad:

#### 3.18.1. Rótulo

Este rótulo se compone con el nombre de la microempresa, una imagen del fruto característico y se elaborará en dimensiones de 2x1.5 metros.

**Gráfico N° 16: Rotulo Huaycofres**



**Fuente:** Investigación directa.  
**Elaborado por:** La Autora.

### 3.18.2. Gafete

El gafete es un identificativo de la institución, en este caso este contiene el nombre del portador, su teléfono y correo electrónico, acompañado de los identificativos de la microempresa Huayco Pungo.

**Gráfico N° 17: Gafete Huayco Pungo**



**Fuente:** Investigación directa.  
**Elaborado por:** La Autora.

### 3.18.3. Etiqueta de la tarrina de fresa

**Gráfico N° 18: Etiqueta de la tarrina de fresa**



**Fuente:** Investigación directa.  
**Elaborado por:** La Autora.

### 3.18.4. Etiqueta de la pulpa de fresa

Gráfico N° 19: Etiqueta de la pulpa de fresa



**Fuente:** Investigación directa.  
**Elaborado por:** La Autora.



## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

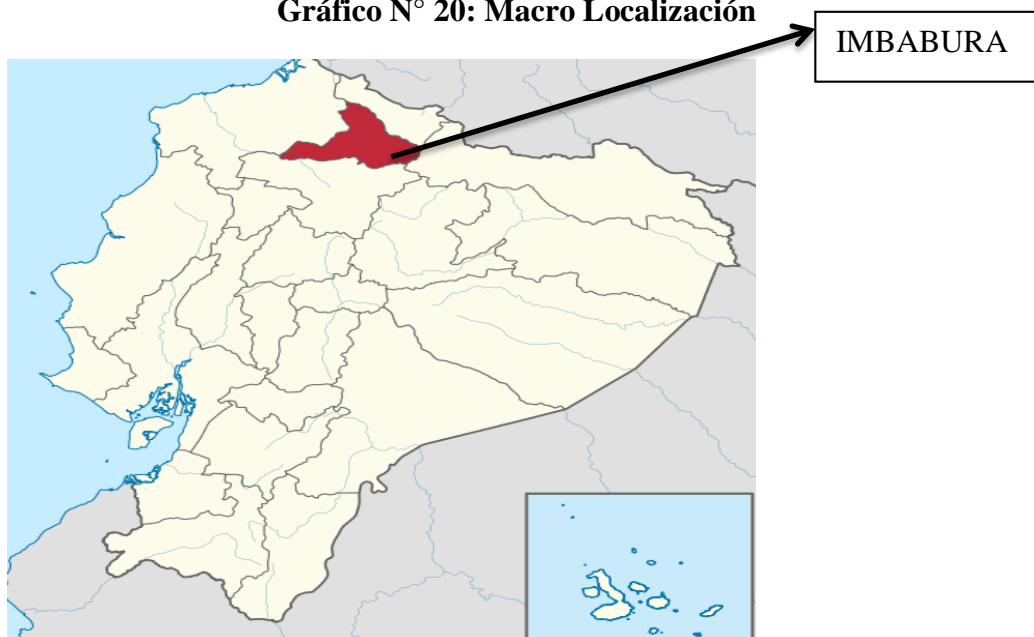
#### 4.1. Tamaño del Proyecto

La propuesta planteada empieza con el proceso de adquisición de los insumos necesarios o de la materia prima a emplearse, que en este caso es la fresa, para posteriormente pasa al proceso de lavado, y empaque de las frutillas; para la producción de pulpas se empleará el proceso pertinente.

#### 4.2. Localización del Proyecto

##### 4.2.1. Macro Localización

Gráfico N° 20: Macro Localización



**Fuente:** Investigación directa.

**Elaborado por:** La Autora.

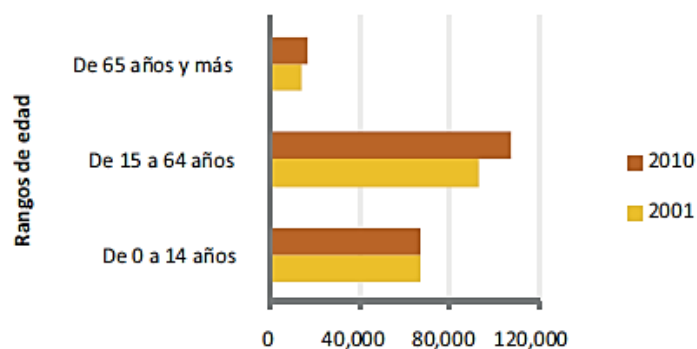
Ecuador, se ubica al noroccidente de América del Sur, país que limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico. Posee una extensión de 283. 561 kilómetros cuadrados y su capital es la hermosa ciudad de



Quito denominada la “Carita de Dios”. Ecuador se divide político-administrativamente en 9 regiones, distritos y circuitos, posee 24 provincias, distribuidas en la Costa, la Sierra, Oriente y Amazonía, tienen 221 cantones y 1.500 parroquias. El país posee una diversidad fabulosa de ecosistemas y recursos naturales que hacen una región turística de frecuente visita. Cuenta con una población de 15. 761. 731 habitantes y una densidad de 54,49 habitantes por kilómetro cuadrado, según datos 2013 de Ecuador en cifras.

Al norte de Ecuador se ubica Imbabura, conformada por seis cantones que son: Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Ibarra, Urcuquí y Pimampiro. Imbabura pertenece según el ordenamiento territorial a la zona uno, junto con las provincias de Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos. La flora, y fauna, los diversos ecosistemas de frailejones, lagunas, lagos y cascadas así como una mega diversidad en gastronomía es característico de la provincia y su población de cerca a los 418,357 habitantes.

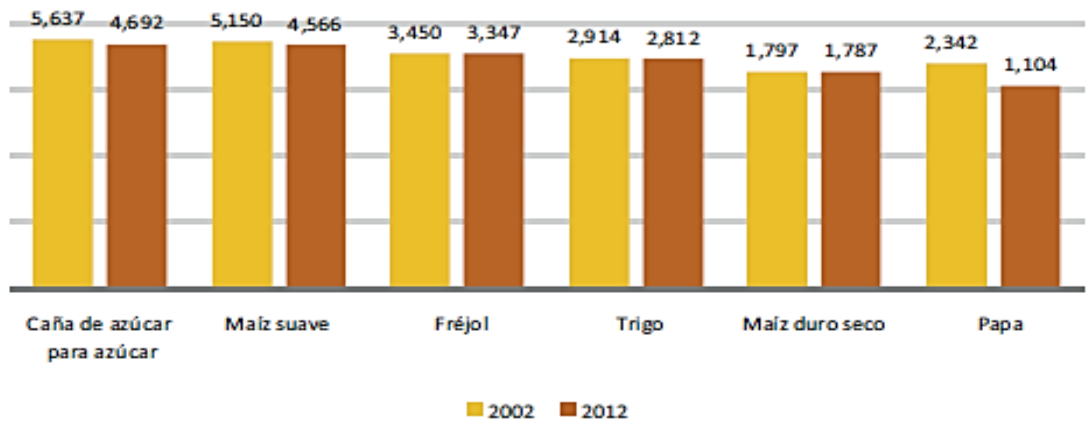
**Gráfico N° 21: Población Rural Imbabura**  
**Grandes Grupos de Edad**



**Fuente:** Magap.  
**Elaborado por:** La Autora.

La provincia aporta a la PEA zonal con un 33%, el sector rural absorbe el 43%, la gran mayoría de la población (56%) se encuentra en un rango de edad comprendida entre los 15 y 64 años. Las principales actividades reportadas son la agricultura, ganadería y silvicultura con un 36% y además la industria manufacturera aporta con el 17%.

**Gráfico N° 22 Superficie sembrada en Imbabura**  
**Superficie Sembrada (Ha)**

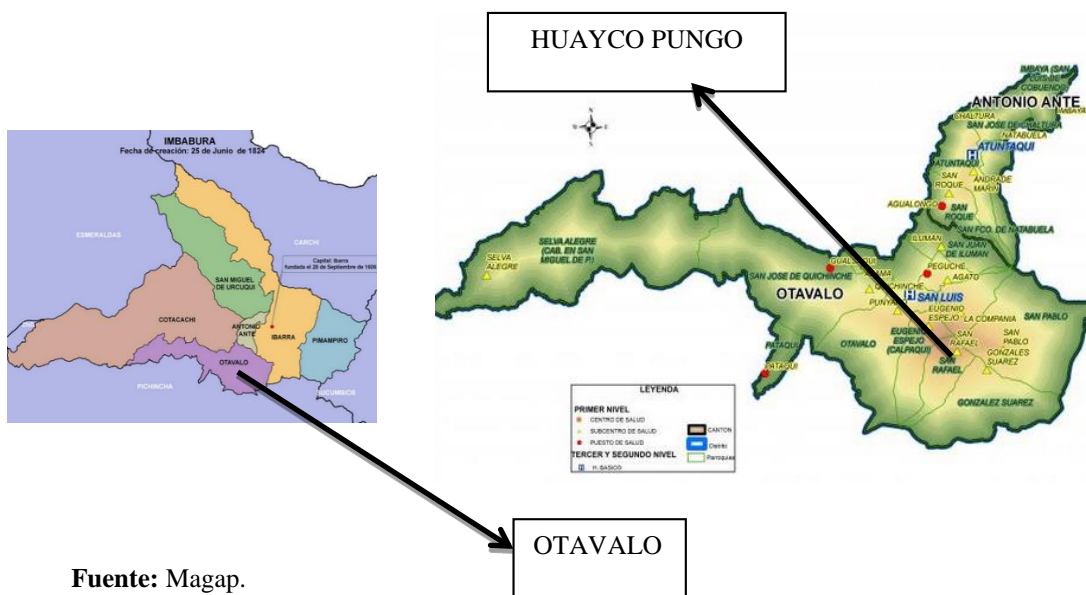


Fuente: Magap.  
 Elaborado por: La Autora.

En la provincia se destinaron 22,842.09 hectáreas a la producción agrícola de acuerdo a datos del ESPAC 2012, las mismas que fueron distribuidas en al menos 17 productos adaptados a sus diferentes climas y microclimas; en el gráfico adjunto se puede verificar los cultivos representativos en la zona (caña de azúcar para azúcar, maíz suave, fréjol, trigo, maíz duro seco, fréjol tierno y papa).

**4.2.2. Micro localización.**

**Gráfico N° 23: Micro localización**



Fuente: Magap.  
 Elaborado por: La Autora.

El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal de Otavalo. La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas: 78° 15' 49'' longitud oeste 0° 13' 43'' latitud norte.

El cantón se encuentra limitado: al norte con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

El cantón Otavalo está integrado por la ciudad del mismo nombre y por once parroquias dos urbanas y nueve rurales. Las parroquias rurales son: Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre. Según el quinto censo de población del INEC de 1990, el cantón Otavalo tenía 56.286 habitantes, se puede observar que para el censo 2001 la población aumentó a 90188 habitantes y para el censo 2010 se incrementó a 104874 habitantes, de los cuales el 48.10% de hombres y el 51.9% son mujeres, siguiendo el patrón tanto del país como de la provincia de Imbabura, en la que se puede observar mayor número de mujeres que de hombres. En el período inter censal del 2001 al 2010 hubo un aumento de población del 16.28%.

En el contexto de la provincia de Imbabura, el cantón Otavalo posee el 26.33% de población para este censo mientras que en el 2001 fue del 26.21%, observándose un pequeño incremento.

**Tabla N° 25: Parroquias rurales y comunidades de Otavalo**

No.	San Jose de Quichinche	Eugenio Espejo	San Pablo del Lago	San Juan de Iluman	San Rafael de la Laguna	González Suárez	Miguel Egas Cabezas
1	Tangalí	Censo Copacabana	Araque	Ilumán Bajo	Huaycopungo	Pijal	Yaku Pata
2	Cambugan	Cuaraburo	Cusinpamba	Pinsaqui	Cachiviru	Gualacata	La Bolsaj
3	Perugachi	Pivarince	Imbaburita	San Luis de Agua Longo	Tocagón	Caluquí	Quinchuquí
4	Gualsaqui	Pucará Alto	Abatag	Angel Pamba	Cuatro Esquinas	Mariscal Sucre	Peguche
5	Panecillo	Huaczara	Gualabi	Carabuela	Cachimuel	Eugenio Espejo	Agato
6	Larcacunga	Calpaqui	Cochaloma	Jahua Pamba	San Miguel Alto	San Agustín de Cajas	FacchaLlacta
7	Agualongo de Quichinche	Arias Pamba	Casco Valenzuela	SinsiUcu	San Miguel Bajo	Inti Huaycopungo	Arias Ucu
8	Achupallas	Chuchuquí	El Topo	Picuasipugru	MushukNan		
9	Minas Chupa	Mojandita de Avelino Dávila	Angla				
10	Motilon Chupa	Puerto Alegre	Ucsha				

**Fuente:** División político administrativa del GMO, 2011

**Elaborado por:** La Autora.

### **Cultivos sembrados en Otavalo**

Dentro de los cultivos más sembrados tenemos maíz/choclo con aproximadamente 416 ha, según datos proporcionados por el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) este cultivo ha disminuido sustancialmente su participación dentro de los procesos de producción de las familias agricultoras que han optado por cultivos más rentables y de ciclos productivos cortos. Las papas concentran aproximadamente 301 ha y habas 100 ha, cebada 87 ha. y maíz seco 87 ha.

La frutilla es el tercer producto más importante, existen 208 ha de cultivos distribuidas en diferentes comunidades, la más representativa Huayco Pungo, esta producción se destina para la comercialización y sustento económico. Otro tipo de cultivo no tradicional que se está desarrollando en el cantón son las flores concentradas especialmente en la parroquia de San Pablo, con las florícolas Vega, Flor Lago, Rosa del Monte, cuya producción se destina al mercado externo. La producción de totora se concentra en las orillas del Lago San Pablo en las comunidades bajas de San Rafael, San Pablo y Eugenio Espejo, sin embargo solo

existe una organización estructurada denominada MAQUIPURASHUN (Manos Unidas) que siembran totora, recolectan y forman atados para luego comercializarlos o incorporar valor agregado hasta lograr convertir esta materia prima en una artesanía.

Entendiendo que los usos de suelo se deben clasificar por las actividades humanas que están presentes en la ciudad, y como Otavalo es una ciudad con cerca de 60.000 hab. En el área urbana, esta población demanda de varios servicios y equipamientos 51 que definirán zonas y sectores con usos dominantes y con ellos se alternarán con usos compatibles al dominante.

En las 9 parroquias rurales, los usos identificados dentro de las áreas urbanas, son:

**Tabla N° 26: Uso del suelo de las parroquias rurales de Otavalo**

ITEM	PARROQUIA	RESIDENCIAL	COMERCIAL	INDUSTRIAL	MIXTO	EQUIPAMIENTO	AGRICOLA	ESPECIALES
1	Miguel Egas	X	X	X	X	X	X	
2	Eugenio Espejo	X	X		X	X	X	
3	González Suárez	X	X		X	X	X	
4	Pataquí	X				X	X	
5	Quichinche	X	X		X	X	X	
6	Ilumán	X	X		X	X	X	
7	San Pablo	X	X	X	X	X	X	
8	San Rafael	X	X			X	X	
9	Selva Alegre	X				X	X	

**Fuente:** GAD Otavalo

**Elaborado por:** GAD Otavalo

### 4.3. Ingeniería del proyecto

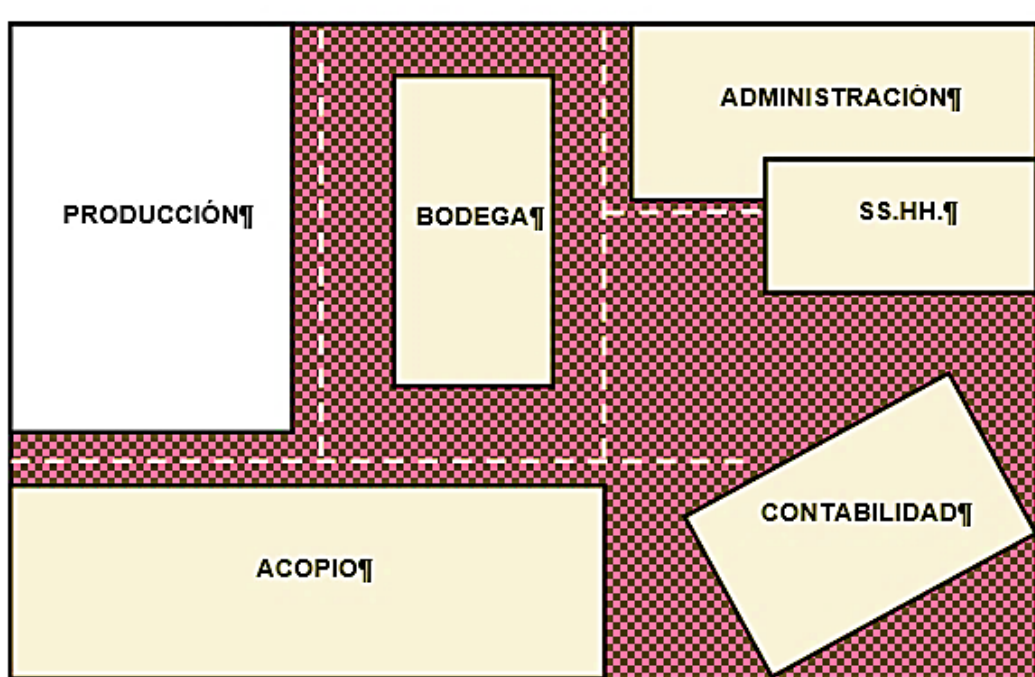
Para el proceso de industrialización, la alternativa de producción de pulpa es una idea innovadora que facilita el consumo en una fruta con una presentación diferente. Para realizar tal producción es necesario contar con la infraestructura adecuada así como la óptima participación de los diversos insumos. A continuación se presenta el proceso productivo de pulpa de fresa.

- a) Adquisición de fresa en el centro de acopio.
- b) Selección y lavado de la fresa.

- c) Eliminación del tallo y hojas de la fresa.
- d) Desinfectado de la fresa en contenedores de agua clorada.
- e) Cortado de la fresa con el fin de reducir el tamaño de la fruta y así se facilite el proceso de licuado.
- f) Triturado de la fresa en licuadoras industriales.
- g) El empaque del producto se envasará en fundas de polietileno de 500ml cada una.
- h) Congelamiento de la pulpa de fresa.

A continuación se presenta el gráfico de la distribución de la planta:

**Gráfico N° 24: Distribución de la planta**



**Fuente:** Investigación directa.

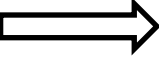








**Elaborado por:** La Autora.

El diseño de la planta se lo ha realizado en base a una distribución adecuada de cada área que incide en las actividades que debe desarrollar la microempresa. La microempresa contará con las siguientes áreas: administración, contabilidad, producción, el centro de acopio, y los servicios higiénicos.

### 4.3.1. Flujograma del proceso productivo

El Flujograma es una herramienta de organización visual de los procesos de una entidad, y funciona estableciendo asignaciones nominales a figuras como se presenta en la siguiente tabla.

**Tabla N° 27: Simbología del Flujograma**

Simbología	Significado
	Transporte
	Proceso
	Verificación
	Decisión
	Devolución
	Operación Combinada
	Almacenamiento Archivo
	Empaque
	Inicio / Fin

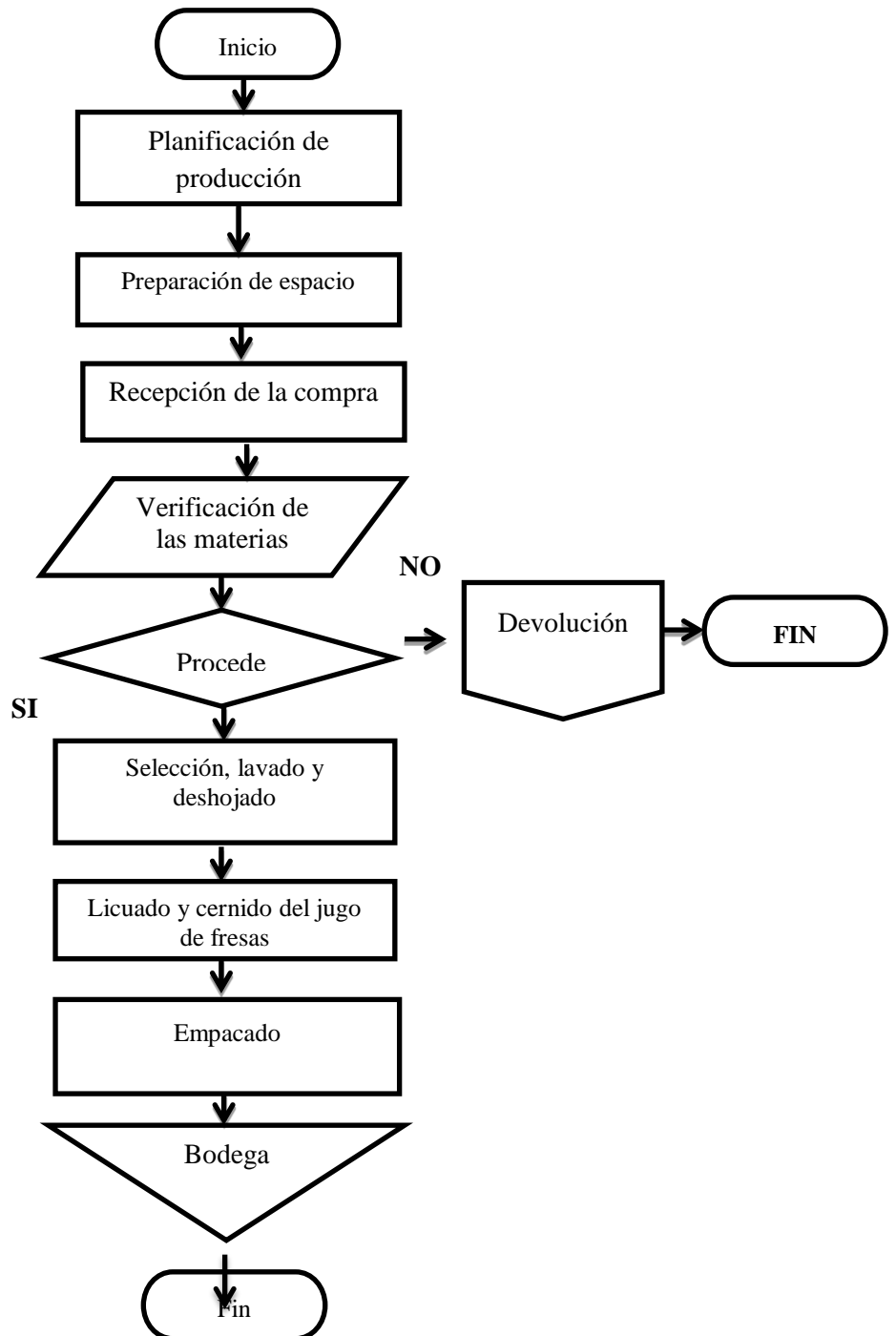
**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 4.3.2. Proceso de producción de pulpa de fresa.

Para obtener la pulpa de fresa es importante construir el proceso productivo de esta fruta, con el fin de determinar cada proceso.

**Gráfico N° 25: Proceso productivo de pulpa de fresa.**



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La Autora



#### 4.4. Inversión.

##### 4.4.1. Propiedad, planta y equipo.

El proyecto planteado sustenta su ejecución en la propiedad de la planta y equipo.

A continuación se muestra algunas especificaciones:

**Tabla N° 28: Maquinaria y equipo**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>VALOR USD</b>
<b>Maquinaria y equipos</b>			<b>6.643,00</b>
Licuada Industrial Waring Pro Hpb300/ 1.5hp	2	700,00	1.400,00
Congeladores	4	900,00	3.600,00
Cocina industrial	1	300,00	300,00
Calderos	2	60,00	120,00
Mesa acero inoxidable	1	250,00	250,00
Selladoras De Pedestal	2	90,00	180,00
Fundas Bolsa Plásticas 60cm			
Jarras	10	2,00	20,00
Coladores	10	1,50	15,00
Cuchillos	10	3,00	30,00
Utensilios cocina	4	5,00	20,00
Lavadora a Presión Black & Decker	1	658,00	658,00
Lavacaras	5	10,00	50,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla N° 29: Muebles y enseres**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>VALOR USD</b>
<b>Muebles y enseres</b>			<b>700,00</b>
Estación de trabajo	2	110,00	220,00
Silla computadora	2	80,00	160,00
Sillas	5	18,00	90,00
Archivador	1	80,00	80,00
Mesa de recepción	1	150,00	150,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla N° 30: Equipo de oficina**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>VALOR USD</b>
<b>Equipos de oficina</b>			<b>243,00</b>
Teléfono fax	1	163,00	163,00
Sumadora	1	80,00	80,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla N° 31: Equipo de computación**

<b>CONCEPTO</b>	<b>CANT</b>	<b>UNITARIO</b>	<b>VALOR USD</b>
<b>Equipo de computación</b>			<b>919,00</b>
Computador	1	759,00	759,00
Impresora	1	160,00	160,00

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.4.2. Activos diferidos.

Aquellos gastos de costos realizados con anterioridad y su restitución se realizarán a través de los costos en varios periodos de tiempo. Estos activos diferidos para la pequeña empresa serán los Gastos Constitución.

**Tabla N° 32: Activos diferidos**

<b>CONCEPTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>
		<b>AÑOS</b>
<b>Gastos de constitución</b>		5
	1.300.00	260.00
Investigación	900	
Ruc	20	
Permiso de Funcionamiento	80	
Permiso de Sanidad	120	
Patente Municipal	100	
Permiso de Bomberos	80	
<b>TOTAL USD</b>		<b>260.00</b>
	<b>1.300.00</b>	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 4.4.3. Capital de trabajo

**Tabla N° 33: Capital de trabajo**

CAPITAL DE TRABAJO PERSONAL Y GASTOS GENERALES		
CONCEPTOS	VALOR USD	VALOR USD
	MENSUAL	TRIMESTRAL
<b>Insumos</b>		
Materia Prima		<b>6.476,76</b>
Personal		<b>5.159,53</b>
<b>CONCEPTOS</b>	<b>VALOR USD</b>	<b>VALOR USD</b>
	<b>MENSUAL</b>	<b>TRIMESTRAL</b>
<b>Gastos Generales</b>		
Pago Local	100,00	300,00
Publicidad	70,00	210,00
Movilización	30,00	90,00
Suministros de Oficina	30,00	90,00
Energía Eléctrica	15,00	45,00
Agua Potable	30,00	90,00
Teléfono	30,00	90,00
Gas	10,00	30,00
Internet	40,00	120,00
<b>Total</b>	<b>355,00</b>	<b>1.065,00</b>
<b>Total general capital de trabajo</b>		<b>12.701,30</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

#### 4.4.4. Talento Humano

Uno de los factores más importantes de las organizaciones es el talento humano, pues es éste quien permite la ejecución de las actividades, tareas y todos aquellos procesos que la entidad deba realizar.

**Tabla N° 34: Sueldo Básico Unificado 2015**

Cargo	S.B.U. Año 2015
Gerente	560
Contador	400
Jefe producción	354

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Tabla N° 35: Sueldo Básico Unificado Anual Proyectado**

CARGO	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	Sueldo Básico	6.720.00	7.231.35	7.781.60	8.373.73	9.010.91
	Décimo Tercero	560.00	602.61	648.47	697.81	750.91
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	816.48	878.61	945.46	1.017.41	1.094.83
	Fondo de reserva	0.00	602.61	648.47	697.81	750.91
	Vacaciones	280.00	301.31	324.23	348.91	375.45
<b>SUBTOTAL</b>		<b>8.730.48</b>	<b>9.997.42</b>	<b>10.758.16</b>	<b>11.576.78</b>	<b>12.457.69</b>
CONTADORA	Sueldo Básico	4.800.00	5.165.25	5.558.29	5.981.23	6.436.36
	Décimo Tercero	400.00	430.44	463.19	498.44	536.36
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	583.20	627.58	675.33	726.72	782.02
	Fondo de reserva		430.44	463.19	498.44	536.36
	Vacaciones	200.00	215.22	231.60	249.22	268.18
<b>SUBTOTAL</b>		<b>6.337.20</b>	<b>7.249.85</b>	<b>7.801.52</b>	<b>8.395.16</b>	<b>9.033.97</b>
JEFE DE	Sueldo Básico	4.248.00	4.571.24	4.919.08	5.293.39	5.696.18
PRODUCCIÓN	Décimo Tercero	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	516.13	555.41	597.67	643.15	692.09
	Fondo de reserva		380.94	409.92	441.12	474.68
	Vacaciones	177.00	190.47	204.96	220.56	237.34
	<b>SUBTOTAL</b>		<b>5.649.13</b>	<b>6.459.93</b>	<b>6.951.48</b>	<b>7.480.44</b>
<b>TOTAL</b>		<b>20.716.81</b>	<b>23.707.20</b>	<b>25.511.16</b>	<b>27.452.38</b>	<b>29.541.32</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**4.5. Inversiones**

A continuación se detallará los dos tipos de inversión de los cuales estará compuesta la pequeña empresa.

**Tabla N° 36: Inversión**

ACTIVOS	%	MONTO
<b>Activos fijos</b>	37.79%	8.505.00
<b>Activos pre operativos</b>	5.78%	1.300.00
<b>Capital de trabajo</b>	56.43%	12.701.30
		<b>22.506.30</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## **CAPÍTULO V**

### **5. EVALUACIÓN FINANCIERA**

En el presente capítulo se procederá a determinar cuál es el monto con respecto a los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuáles son los costos totales de operación, así como una serie de indicadores los cuales sirven para determinar la viabilidad económica del presente proyecto.

#### **5.1. Objetivo**

Realizar un análisis de la evaluación económico financiera, para establecer la rentabilidad de la propuesta planteada.

#### **5.2. Determinación de Ingresos**

Es indispensable realizar un presupuesto de las entradas de dinero generadas por la venta del producto durante los años de vida útil del proyecto, se elaborará en base a la información proveniente del presupuesto de ventas. Para proyectar las cantidades a vender se basa en el método de línea recta con un crecimiento anual del 10%, el crecimiento de las ventas está en relación a la demanda potencial de los insumos, que se puede proyectar con la información obtenida de la encuesta en donde observamos que la demanda de este producto es creciente. En referencia a los precios de ventas se toma como un parámetro el índice de inflación proyectado que es del 3.7% anual.

**Tabla N° 37: Proyección de Ingresos.**

PRODUCTOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD
Pulpa de fresa 500ml	36.000.00	1.25	45.000.00	39.600.00	1.30	51.331.50	43.560.00	1.34	58.553.84	47.916.00	1.39	66.792.37	52.707.60	1.45	76.190.05
Fruta fresa 500 g	36.000.00	1.10	39.600.00	39.600.00	1.14	45.171.72	43.560.00	1.18	51.527.38	47.916.00	1.23	58.777.28	52.707.60	1.27	67.047.25
<b>TOTAL USD</b>			<b>84.600.00</b>			<b>96.503.22</b>			<b>110.081.22</b>			<b>125.569.65</b>			<b>143.237.30</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3. Determinación de egresos

Son todos los gastos incurridos para la producción de pulpa de fresa, planeados al futuro. Se relaciona al total de egresos de dinero que tendrá la pequeña empresa que hacer durante el mismo período del presupuesto de ventas calculadas. Los métodos y parámetros de proyección son los mismos utilizados para proyectar las ventas.

**Tabla N° 38: Proyección egresos**

PRODUCTOS	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD	Cantidad	Precio	USD
Pulpa de fresa	36.000.00	0.72	25.907.05	39.600.00	0.75	29.552.17	43.560.00	0.77	33.710.16	47.916.00	0.80	38.453.18	52.707.60	0.83	43.863.55
Fruta fresa	36.000.00	0.70	25.200.00	39.600.00	0.73	28.745.64	43.560.00	0.75	32.790.15	47.916.00	0.78	37.403.73	52.707.60	0.81	42.666.43
<b>TOTAL USD</b>			<b>51.107.05</b>			<b>58.297.81</b>			<b>66.500.31</b>			<b>75.856.91</b>			<b>86.529.98</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## 5.4. Costos de Producción

### 5.4.1. Materia prima

Se estima producir 1.340 kilogramos mensuales de pulpa de fresa de 500 ml, la materia prima que se necesita está explicada en el siguiente cuadro de acuerdo a los expertos industriales.

**Tabla N° 39: Materia Prima en dólares**

INSUMOS	Fresa	Benzoato	Solvato	Envase	Etiqueta	Caja x 12
UNIDAD	Kilogramo	kilogramo	kilogramo	unidades	unidades	Unidades
CANTIDAD	16.080.00	0.50	0.50	36.000.00	36.000.00	3.000.00
PRECIO	1.36	3.75	8.75	0.08	0.01	0.30
UNITARIO						
SUBTOTAL	21.868.80	1.88	4.38	2.880.00	252.00	900.00
PRECIO TOTAL	<b>25.907.05</b>	anual				

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla N° 40: Materia prima en cantidad**

Insumo	diario	mes	año	
Fresa	67.00	1.340.00	16.080.00	kilos
Benzoato	0.0020	0.04	0.48	kilos
Solvato	0.0020	0.04	0.48	kilos

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora



## 5.4.2. Gasto personal

Para la operación inicial de la pequeña empresa es necesario contar con el siguiente personal.

**Tabla N° 41: Gasto personal**

CARGO	CONCEPTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	SUB-TOTAL
<b>GERENTE</b>	Sueldo	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	560.00	6.720.00
	Décimo Tercero	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	46.67	560.00
	Décimo Cuarto	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	354.00
	Aporte Patronal	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	68.04	816.48
	Fondo de reserva													0.00
	Vacaciones	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	23.33	280.00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>727.54</b>	<b>8.730.48</b>
<b>CONTADORA</b>	Sueldo	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4.800.00
	Décimo Tercero	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	33.33	400.00
	Décimo Cuarto	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	354.00
	Aporte Patronal	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	48.60	583.20
	Fondo de reserva													0.00
	Vacaciones	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	16.67	200.00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>511.43</b>	<b>6.137.20</b>
<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	Sueldo	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	354.00	4.248.00
	Décimo Tercero	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	354.00
	Décimo Cuarto	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	29.50	354.00
	Aporte Patronal	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	43.01	516.13
	Fondo de reserva													0.00
	Vacaciones	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	14.75	177.00
<b>SUBTOTAL</b>		<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>456.01</b>	<b>5.472.13</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1.694.98</b>	<b>1.694.9</b>	<b>1.694.9</b>	<b>1.694.9</b>	<b>1.694.9</b>	<b>1.694.98</b>	<b>1.694.98</b>	<b>1.694.98</b>	<b>1.694.98</b>	<b>1.694.98</b>	<b>1.694.98</b>	<b>1.694.98</b>	<b>20.339.81</b>
			<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>								

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

No.	AÑO	SMVG
1	2011	264.00
2	2012	292.00
3	2013	318.00
4	2014	340.00
5	2015	354.00
CRECIMIENTO		7.61%

**Tabla N° 42 Proyección gasto personal**

CARGO	CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GERENTE	Sueldo Básico	6.720.00	7.231.35	7.781.60	8.373.73	9.010.91
	Décimo Tercero	560.00	602.61	648.47	697.81	750.91
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	816.48	878.61	945.46	1.017.41	1.094.83
	Fondo de reserva	0.00	602.61	648.47	697.81	750.91
	Vacaciones	280.00	301.31	324.23	348.91	375.45
<b>SUBTOTAL</b>		<b>8.730.48</b>	<b>9.997.42</b>	<b>10.758.16</b>	<b>11.576.78</b>	<b>12.457.69</b>
CONTADORA	Sueldo Básico	4.800.00	5.165.25	5.558.29	5.981.23	6.436.36
	Décimo Tercero	400.00	430.44	463.19	498.44	536.36
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	583.20	627.58	675.33	726.72	782.02
	Fondo de reserva		430.44	463.19	498.44	536.36
	Vacaciones	200.00	215.22	231.60	249.22	268.18
<b>SUBTOTAL</b>		<b>6.337.20</b>	<b>7.249.85</b>	<b>7.801.52</b>	<b>8.395.16</b>	<b>9.033.97</b>
JEFE DE PRODUCCIÓN	Sueldo Básico	4.248.00	4.571.24	4.919.08	5.293.39	5.696.18
PRODUCCIÓN	Décimo Tercero	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Décimo Cuarto	354.00	380.94	409.92	441.12	474.68
	Aporte Patronal	516.13	555.41	597.67	643.15	692.09
	Fondo de reserva		380.94	409.92	441.12	474.68
	Vacaciones	177.00	190.47	204.96	220.56	237.34
<b>SUBTOTAL</b>		<b>5.649.13</b>	<b>6.459.93</b>	<b>6.951.48</b>	<b>7.480.44</b>	<b>8.049.65</b>
<b>TOTAL</b>		<b>20.716.81</b>	<b>23.707.20</b>	<b>25.511.16</b>	<b>27.452.38</b>	<b>29.541.32</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

El parámetro de crecimiento de las remuneraciones está determinado por el crecimiento del salario mínimo vital general en los últimos 5 años, que para el presente proyecto es del 7,61%.

## 5.5. Gastos generales

Los gastos generales incurridos para llevar adelante este negocio están comprendidos por: el arriendo, la publicidad necesaria para hacer conocer el producto, la movilización incurrida en la distribución del producto, los suministros de oficina básicos necesarios para la parte administrativa, los servicios básicos como electricidad, agua potable, teléfono e internet utilizados en la planta.

**Tabla N° 43: Gastos generales**

CONCEPTOS	VALOR MENSUAL	VALOR TRIMESTRAL
Pago Local	100.00	300.00
Publicidad	70.00	210.00
Movilización	30.00	90.00
Suministros de Oficina	30.00	90.00
Energía Eléctrica	15.00	45.00
Agua Potable	30.00	90.00
Teléfono	30.00	90.00
Gas	10.00	30.00
Internet	40.00	120.00
<i>Total</i>	<i>355.00</i>	<i>1.065.00</i>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## 5.6. Resumen de la inversión

A continuación se detallará los dos tipos de inversión de los cuales estará compuesta la pequeña empresa.

**Tabla N° 44: Inversión**

Concepto	Aporte Propio	Monto Financiado	Total
MAQUINARIA Y EQUIPOS		6.643.00	6.643.00
MUEBLES Y ENSERES		700.00	700.00
EQUIPOS DE OFICINA	243.00		243.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	919.00		919.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	1.300.00		1.300.00
CAPITAL DE TRABAJO	10.044.30	2.657.00	12.701.30
<b>Total</b>	<b>12.506.30</b>	<b>10.000.00</b>	<b>22.506.30</b>
<b>Porcentaje del Plan de Inversión</b>	56%	44%	100%

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## 5.7. Obligaciones financieras

En relación a la inversión se prefiere obtener un crédito en una Cooperativa de Ahorro y Crédito a una tasa del 15% anual, los valores por concepto de pago de interés y capital están reflejados en el Balance de Resultados.

**Tabla N° 45: Tabla de amortización**

Monto Operación		10.000				
Tasa interés anual		15.00%				
Plazo (meses)		60				
Cuota Mensual a cancelar		<b>237.90</b>				
Cuota No.	Saldo Inicial	Cuota Mensual	Interés	Abono Capital	Saldo Final	
1	10.000.00	237.90	125.00	112.90	9.887.10	
2	9.887.10	237.90	123.59	114.31	9.772.79	
3	9.772.79	237.90	122.16	115.74	9.657.05	
4	9.657.05	237.90	120.71	117.19	9.539.86	
5	9.539.86	237.90	119.25	118.65	9.421.21	
6	9.421.21	237.90	117.77	120.13	9.301.08	
7	9.301.08	237.90	116.26	121.64	9.179.44	
8	9.179.44	237.90	114.74	123.16	9.056.29	
9	9.056.29	237.90	113.20	124.70	8.931.59	
10	8.931.59	237.90	111.64	126.25	8.805.34	
11	8.805.34	237.90	110.07	127.83	8.677.50	
12	8.677.50	237.90	108.47	129.43	8.548.07	
13	8.548.07	237.90	106.85	131.05	8.417.03	
14	8.417.03	237.90	105.21	132.69	8.284.34	
15	8.284.34	237.90	103.55	134.35	8.149.99	
16	8.149.99	237.90	101.87	136.02	8.013.97	
17	8.013.97	237.90	100.17	137.72	7.876.25	
18	7.876.25	237.90	98.45	139.45	7.736.80	
19	7.736.80	237.90	96.71	141.19	7.595.61	
20	7.595.61	237.90	94.95	142.95	7.452.66	
21	7.452.66	237.90	93.16	144.74	7.307.91	
22	7.307.91	237.90	91.35	146.55	7.161.36	
23	7.161.36	237.90	89.52	148.38	7.012.98	
24	7.012.98	237.90	87.66	150.24	6.862.74	
25	6.862.74	237.90	85.78	152.11	6.710.63	
26	6.710.63	237.90	83.88	154.02	6.556.61	
27	6.556.61	237.90	81.96	155.94	6.400.67	
28	6.400.67	237.90	80.01	157.89	6.242.78	
29	6.242.78	237.90	78.03	159.86	6.082.92	
30	6.082.92	237.90	76.04	161.86	5.921.05	
31	5.921.05	237.90	74.01	163.89	5.757.17	
32	5.757.17	237.90	71.96	165.93	5.591.23	
33	5.591.23	237.90	69.89	168.01	5.423.22	

34	5.423.22	237.90	67.79	170.11	5.253.11
35	5.253.11	237.90	65.66	172.24	5.080.88
36	5.080.88	237.90	63.51	174.39	4.906.49
37	4.906.49	237.90	61.33	176.57	4.729.92
38	4.729.92	237.90	59.12	178.78	4.551.15
39	4.551.15	237.90	56.89	181.01	4.370.14
40	4.370.14	237.90	54.63	183.27	4.186.87
41	4.186.87	237.90	52.34	185.56	4.001.30
42	4.001.30	237.90	50.02	187.88	3.813.42
43	3.813.42	237.90	47.67	190.23	3.623.19
44	3.623.19	237.90	45.29	192.61	3.430.58
45	3.430.58	237.90	42.88	195.02	3.235.56
46	3.235.56	237.90	40.44	197.45	3.038.11
47	3.038.11	237.90	37.98	199.92	2.838.18
48	2.838.18	237.90	35.48	202.42	2.635.76
49	2.635.76	237.90	32.95	204.95	2.430.81
50	2.430.81	237.90	30.39	207.51	2.223.29
51	2.223.29	237.90	27.79	210.11	2.013.19
52	2.013.19	237.90	25.16	212.73	1.800.45
53	1.800.45	237.90	22.51	215.39	1.585.06
54	1.585.06	237.90	19.81	218.09	1.366.97
55	1.366.97	237.90	17.09	220.81	1.146.16
56	1.146.16	237.90	14.33	223.57	922.59
57	922.59	237.90	11.53	226.37	696.22
58	696.22	237.90	8.70	229.20	467.02
59	467.02	237.90	5.84	232.06	234.96
60	234.96	237.90	2.94	234.96	- 0.00
<b>TOTAL</b>		<b>14.273.96</b>	<b>4.273.96</b>	<b>10.000.00</b>	<b>-</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**Tabla N° 46: Interés anual**

<b>PERIODO</b>	<b>INTERESES</b>	<b>CAPITAL</b>
<b>AÑO 1</b>	1.402.87	1.451.93
<b>AÑO 2</b>	1.169.46	1.685.33
<b>AÑO 3</b>	898.54	1.956.25
<b>AÑO 4</b>	584.06	2.270.73
<b>AÑO 5</b>	219.03	2.635.76

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

## **5.8. Activos Fijos**

La inversión en activos se puede diferenciar claramente según su tipo, en esta parte del proyecto se define la inversión monetaria en activos fijos, los cuales

corresponden a todos los necesarios para el correcto procesamiento de pulpa de fresa, desde el punto de vista administrativo, técnico y de producción.

**Tabla N° 47: Activos fijos**

CONCEPTO	CANT	UNITARIO	VALOR USD
MAQUINARIA Y EQUIPOS			6.643.00
Licuada Ind Waring Pro Hpb300/ 1.5hp	2	700.00	1.400.00
Congeladores	4	900.00	3.600.00
cocina industrial	1	300.00	300.00
Calderos	2	60.00	120.00
mesa acero inoxidable	1	250.00	250.00
Selladoras de Fundas Bolsa Plásticas	2	90.00	180.00
Jarras	10	2.00	20.00
Coladores	10	1.50	15.00
Cuchillos	10	3.00	30.00
utensilios cocina	4	5.00	20.00
Lavadora a Presión Black & Decker	1	658.00	658.00
Lavacaras	5	10.00	50.00
MUEBLES Y ENSERES			700.00
Estación de trabajo	2	110.00	220.00
Silla computadora	2	80.00	160.00
Sillas	5	18.00	90.00
Archivador	1	80.00	80.00
Mesa de recepción	1	150.00	150.00
EQUIPOS DE OFICINA			243.00
teléfono fax	1	163.00	163.00
Sumadora	1	80.00	80.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN			919.00
Computador	1	759.00	759.00
Impresora	1	160.00	160.00
TOTAL USD		<b>4.579.50</b>	<b>8.505.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.8.1. Depreciación de activos fijos

Los compromisos de depreciación son gastos permitidos por las leyes ecuatorianas y en los porcentajes reconocidos por la Ley de Régimen Tributario Interno, para que el inversionista recupere la inversión inicial realizada.

**Tabla N° 48: Depreciación de activos fijos**

CONCEPTO	AÑOS	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MAQUINARIA Y EQUIPOS	10	6.643.00	664.30	664.30	664.30	664.30	664.30
MUEBLES Y ENSERES	10	700.00	70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
EQUIPOS DE OFICINA	10	243.00	24.30	24.30	24.30	24.30	24.30
EQUIPO DE COMPUTA	3	919.00	306.33	306.33	306.33		
		<b>8.505.00</b>	<b>1.064.93</b>	<b>1.064.93</b>	<b>1.064.93</b>	<b>758.60</b>	<b>758.60</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.9. Activos diferidos

Aquellos gastos de costos realizados con anterioridad y su restitución se realizarán a través de los costos en varios periodos de tiempo. Estos activos diferidos para la pequeña empresa serán los Gastos Constitución.

**Tabla N° 49: Activos diferidos**

CONCEPTO	VALOR	AMORT AÑOS
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	1.300.00	5
Investigación	900	
Ruc	20	
Permiso de Funcionamiento	80	
Permiso de Sanidad	120	
Patente Municipal	100	
Permiso de Bomberos	80	
<b>TOTAL USD</b>	<b>1.300.00</b>	<b>260.00</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

## 5.10. Estructura del Financiamiento

Para la implementación de la pequeña empresa luego de un análisis de las tasas de interés para créditos de las instituciones financieras, la mejor opción es obtener un crédito en una Cooperativa de Ahorro y Crédito quienes brindan más facilidades de endeudamiento. El financiamiento será del 44% de la inversión total, la cual asciende a \$ 10.000,00.

### 5.10.1. Costo de capital y tasa de rendimiento medio.

**Tabla N° 50: Costo de capital y tasa de rendimiento medio**

Concepto	Aporte Propio	Monto Financiado	Total
Inversión	12.525.97	10.000.00	22.525.97
Porcentaje del Plan de Inversión	0.56	0.44	100.00
Tasa Ponderada	4.00	15.00	19.00
Valor Ponderado	2.22	6.66	8.88
<b>Costo de Capital</b>	<b>8.88%</b>		
Tasa de inflación	3.70%		
<b>Tasa de redescuento</b>	<b>12.91%</b>		

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

### 5.10.2. Estado de flujo de caja

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la pequeña empresa.

**Tabla N° 51: Flujo de caja**

DETALLE	0	1	2	3	4	5
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>4.920.09</b>	<b>6.448.26</b>	<b>9.575.43</b>	<b>13.385.01</b>	<b>17.294.56</b>
(+) Depreciaciones		1.064.93	1.064.93	1.064.93	758.60	758.60
(+) Amortización		260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
(-) Pago de principal		1.451.93	1.685.33	1.956.25	2.270.73	2.635.76
(+) Recuperación de la inversión						3.793.00
(-) Inversiones	22.525.97					
<b>FLUJO DE CAJA NETO USD</b>	<b>-</b>	<b>4.793.10</b>	<b>6.087.86</b>	<b>8.944.11</b>	<b>12.132.88</b>	<b>19.470.40</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora



## 5.11. Estados Financieros

Los Estados Financieros son aquellos que se utilizan para informar de la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la pequeña empresa a una fecha o período determinado, con el principal objetivo de facilitar la toma de decisiones.

### 5.11.1. Balance general

Es un documento que muestra detalladamente los activos, los pasivos y el patrimonio con que cuenta una empresa en un momento determinado.

**Tabla N° 52: Balance general**

1	ACTIVO	1
1.1	<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	
1.1.1	Caja	
1.1.2	Bancos	1.065.00
1.1.3	Cuentas por Cobrar	
1.1.4	Inventarios	25.907.05
1.2	<b>ACTIVO FIJO</b>	
1.2.2	Maquinaria y Equipo	6.643.00
1.2.3	Muebles y Enseres	700.00
1.2.4	Equipo de Oficina	243.00
1.2.5	Equipo de Computación	919.00
1.3	<b>OTROS ACTIVOS</b>	
1.3.1	Gastos de Constitución	1.040.00
	<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>36.517.05</b>
2	<b>PASIVO</b>	
2.1	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	
2.1.1	Préstamo Bancario	8.548.07
3	<b>PATRIMONIO</b>	
3.1	Capital	27.968.98
3.2	Utilidad o pérdida	
	<b>TOTAL PASIVO PATRIMONIO</b>	<b>36.517.05</b>

**Fuente: directa**

**Elaborado por: La autora**

---

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.11.2. Estado de resultados

Es un documento complementario, donde se muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtendrá la utilidad del ejercicio contable, de los cinco años siguientes.

**Tabla N° 53: Estado de resultados**

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>1. Ingresos</b>	<b>84.600.00</b>	<b>96.503.22</b>	<b>110.081.22</b>	<b>125.569.65</b>	<b>143.237.30</b>
Ventas	84.600.00	96.503.22	110.081.22	125.569.65	143.237.30
<b>2. Costos</b>	<b>56.756.18</b>	<b>64.757.74</b>	<b>73.451.80</b>	<b>83.337.35</b>	<b>94.579.63</b>
Materia Prima	51.107.05	58.297.81	66.500.31	75.856.91	86.529.98
Operario	5.649.13	6.459.93	6.951.48	7.480.44	8.049.65
<b>3. Gastos Administrativos</b>	<b>20.652.61</b>	<b>22.989.83</b>	<b>24.465.68</b>	<b>25.741.11</b>	<b>27.436.60</b>
Gerente	8.730.48	9.997.42	10.758.16	11.576.78	12.457.69
Secretaria Contadora	6.337.20	7.249.85	7.801.52	8.395.16	9.033.97
Pago Local	1.200.00	1.244.40	1.290.44	1.338.19	1.387.70
Publicidad	840.00	871.08	903.31	936.73	971.39
Movilización	360.00	373.32	387.13	401.46	416.31
Suministros de Oficina	360.00	373.32	387.13	401.46	416.31
Energía Eléctrica	180.00	186.66	193.57	200.73	208.16
Agua Potable	360.00	373.32	387.13	401.46	416.31
Teléfono	360.00	373.32	387.13	401.46	416.31
Gas	120.00	124.44	129.04	133.82	138.77
internet	480.00	497.76	516.18	535.28	555.08
Depreciación	1.064.93	1.064.93	1.064.93	758.60	758.60
Amortización	260.00	260.00	260.00	260.00	260.00
<b>4. Gastos Financieros</b>	<b>1.402.87</b>	<b>1.169.46</b>	<b>898.54</b>	<b>584.06</b>	<b>219.03</b>
Intereses	1.402.87	1.169.46	898.54	584.06	219.03
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION</b>	<b>5.788.34</b>	<b>7.586.19</b>	<b>11.265.21</b>	<b>15.907.13</b>	<b>21.002.04</b>
Participación trabajadores 15%	868.25	1.137.93	1.689.78	2.386.07	3.150.31
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>4.920.09</b>	<b>6.448.26</b>	<b>9.575.43</b>	<b>13.521.06</b>	<b>17.851.73</b>
Impuesto Renta Personal				136.05	557.17
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>4.920.09</b>	<b>6.448.26</b>	<b>9.575.43</b>	<b>13.385.01</b>	<b>17.294.56</b>

**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

## 5.12. Evaluación financiera

Es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Esto sirve para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable y así tener cierta seguridad en la inversión proyectada.

### 5.12.1. Valor actual neto

El Valor Actual Neto es una razón financiera que consiste en establecer el valor actual de los flujos de caja que se esperan en el transcurso de la inversión, mediante su descuento a una tasa de capital adecuado al valor temporal del dinero y al riesgo de la inversión. Según este criterio, se recomienda realizar aquellas inversiones cuyo valor actual neto sea positivo, de acuerdo al análisis realizado el proyecto arroja un Van de **\$ 10.780.97**; que nos muestra es conveniente la ejecución del proyecto.

**Tabla N° 54: Criterios de Decisión VAN**

Aspecto	Criterio
VAN= 0	El proyecto únicamente recuperará la inversión inicial, no tendrá utilidad ni pérdida.
VAN> 0	El proyecto se acepta.
VAN< 0	El proyecto no rechaza.

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

**Tabla N° 55: Valor actual neto**

TMAR: %		12.91%
AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-22.526	\$ -22.525.97
1	4.793	\$ 4.244.99
2	6.088	\$ 4.775.13
3	8.944	\$ 6.213.23
4	12.133	\$ 7.464.56
5	19.470	\$ 10.609.03
<b>VAN</b>		<b>\$ 10.780.97</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.12.2. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es el segundo indicador más utilizado en la evaluación de un proyecto, siendo la medida de rentabilidad más adecuada ya que indica la capacidad que tiene el proyecto de producir utilidades, independientemente de las condiciones del inversionista.

Devuelve la tasa interna de retorno de los flujos de caja representados por los números del argumento valores. Los flujos de caja deben ocurrir en intervalos regulares, como meses o años. La tasa interna de retorno equivale a la tasa de interés producida por un proyecto de inversión con pagos (valores negativos) e ingresos (valores positivos) que ocurren en períodos regulares.

La tasa interna de retorno es de **26.91%** que es el porcentaje de interés al que recuperaremos el valor total de la inversión.

**Tabla N° 56: Criterios de Decisión TIR**

Aspecto	Criterio
TIR = TMAR	El proyecto no representa ningún beneficio o pérdida
TIR > TMAR	El proyecto es rentable
TIR < TMAR	El proyecto representa pérdida para el inversionista

$$TIR = TDi + (TDs - TDi) \left[ \frac{VANTi}{VANTs - VANTi} \right]$$

**Tabla N° 57: Tasa interna de retorno**

TIR DEL PROYECTO		26.91%
AÑOS	FNC (USD)	VA
0	-22.526	\$ -22.525.97
1	4.793	\$ 3.776.89
2	6.088	\$ 3.780.08
3	8.944	\$ 4.376.14
4	12.133	\$ 4.677.73
5	19.470	\$ 5.915.13
<b>VAN</b>		<b>\$ 0.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.12.3. Razón Costo Beneficio.

Este indicador permitirá determinar la forma de retorno de los ingresos en función de los egresos.

**Tabla N° 58: Criterios de decisión Costo -Beneficio**

Aspecto	Criterio
Si $B/C = 1$	La inversión no genera ni beneficio ni perdida, por lo tanto la inversión en el proyecto es indiferente.
Si $B/C > 1$	Los ingresos son mayores a los egresos, el proyecto genera utilidad.
Si $B/C < 1$	El proyecto no es aconsejable pues los egresos son mayores a los ingresos.

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS}/(1+i)^n}{\sum \text{EGRESOS}/(1+i)^n}$$

**Tabla N° 59: Costo Beneficio**

<b>INVERSIÓN</b>	<b>22.526</b>
VA 1	4.245
VA 2	4.775
VA 3	6.213
VA 4	7.465
VA 5	10.609
VAN	33.307
<b>R B/C =</b>	<b>1.48</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Esto quiere decir que por cada dólar de gasto, se genera \$ 0,48 de utilidad.

#### 5.12.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

Permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista certidumbre en lo pronosticado, lo cual en la realidad no es muy cierto porque las condiciones son flotantes o cambiantes. De acuerdo a la inversión realizada el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 3 meses.

**Tabla N° 60: Período de recuperación de la inversión**

<b>INVERSIÓN</b>		<b>22.526</b>
<b>FNC</b>	<b>(FNC) USD</b>	<b>SUMA (FNC) USD</b>
1	4.793	4.793
2	6.088	10.881
3	8.944	19.825
4	12.133	31.958
5	19.470	51.428
<b>PRI =</b>	<b>3</b>	<b>AÑOS</b>
	<b>3</b>	<b>MESES</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### 5.12.5. Análisis de sensibilidad del proyecto

En todo proyecto se trabaja con herramientas que facilitan la toma de decisiones, en este caso se utilizó el análisis de sensibilidad, el cual permite diseñar escenarios en los cuales se puede analizar posibles resultados del proyecto, cambiando los valores de sus variables y restricciones financieras y determinar cómo éstas afectan el resultado final.

**Tabla N° 61: Análisis de sensibilidad**

	22%	24%	26%	28%
<b>TASA DE DESCUENTO</b>				
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>\$ 3.250.87</b>	\$ 1.909.80	\$ 670.52	\$ -476.55
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>	<b>27.15%</b>			
<b>COSTO BENEFICIO</b>	<b>1.49</b>			

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 5.13. Punto de Equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta del producto en este caso con la pulpa de fresa. En la práctica, el análisis del punto de equilibrio de esta pequeña empresa, en función de la información disponible, se realiza considerando un período determinado, normalmente de un año. Para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos.

**Tabla N° 62: Identificación de costos**

T	PRINCIPALES RUBROS DE EGRESOS	AÑO 1
	<b>COSTOS DIRECTOS</b>	
	<b>Insumos</b>	
V	Materia Prima	51.107.05
	<b>Recursos humanos</b>	
F	Operario	5.649.13
	<b>TOTAL COSTOS DIRECTOS</b>	<b>56.756.18</b>
	<b>COSTOS INDIRECTOS</b>	
	<b>Recursos humanos</b>	
F	Gerente	8.730.48
F	Secretaria Contadora	6.337.20
	<b>CONCEPTOS</b>	
F	Pago Local	1.200.00
V	Publicidad	840.00
F	Movilización	360.00
V	Suministros de Oficina	360.00
V	Energía Eléctrica	180.00
V	Agua Potable	360.00
V	Teléfono	360.00
V	Gas	120.00
F	Internet	480.00
F	Depreciación	1.064.93
F	Amortización	260.00
F	Intereses	1.402.87
	<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>22.055.48</b>
	<b>TOTAL USD</b>	<b>78.811.66</b>
	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>25.484.61</b>
	<b>COSTOS VARIABLES</b>	<b>53.327.05</b>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

**Fórmula:**

$$MC = PV - CVU$$

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

Dónde:

PE = Punto de equilibrio del proyecto

CF = Costo fijo

II = Inversión Inicial

PV = Precio de Venta

CVU = Costo variable unitario

MC = Margen de Contribución

**Tabla N° 63: Punto de equilibrio**

<b>TOTAL</b>	<b>USD ANUAL</b>
CF (costo fijo)	25.484.61
CV (costo variable)	53.327.05
Pvu (precio variable unitario)	1.18
Cantidad	72.000.00
Cvu (costo variable unitario)	0.74
MC (Margen de contribución unitario)	0.43
<b>Peq (punto de equilibrio en unidades)</b>	<b>58.673.45</b>

**Fuente:** Investigación Directa**Elaborado por:** La Autora

De acuerdo a la proyección de ventas se estima vender 36,000. tarrinas de fresas y 36.000 pulpas de fresa, sin embargo de acuerdo al punto de equilibrio para no perder ni ganar se debe vender 58.673 tarrinas y pulpas con un promedio mensual de 4874 entre pulpa y fruta.

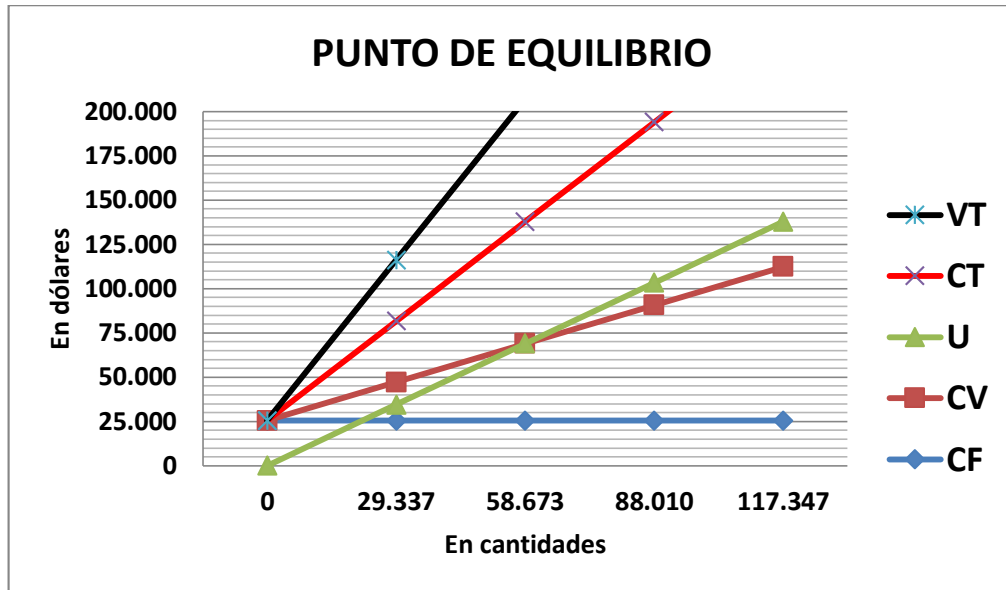
**Tabla N° 64: Análisis punto de equilibrio**

<b>Productos vendidos</b>	<b>PV</b>	0	29.337	58.673	88.010	117.347
<b>Ventas Totales</b>	<b>VT</b>	0	34.471	68.941	103.412	137.883
<b>Costos Variables</b>	<b>CV</b>	0	21.728	43.457	65.185	86.913
<b>Costos Fijos</b>	<b>CF</b>	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485
<b>Costo Total</b>	<b>CT</b>	25.485	47.213	68.941	90.670	112.398
<b>Utilidad</b>	<b>U</b>	-25.485	-12.742	0	12.742	25.485

**Fuente:** Investigación Directa**Elaborado por:** La Autora



Gráfico N° 26: Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación Directa  
Elaborado por: La Autora

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1. Objetivo

Diseñar la estructura orgánica funcional de la microempresa, para fortalecer las operaciones del emprendimiento.

#### 6.2. Constitución de la microempresa.

Una microempresa es una unidad económica organizada por el talento humano, quien desarrolla actividades en base a un puesto que contiene funciones y responsabilidades que realizan toda la pro de la organización.

La microempresa de acopio y comercialización de fresa; productora y comercializadora de pulpa de fresa, ubicada en la comunidad de Huayco Pungo, llevará el nombre de “**HUAYCOFRES**”, esta denominación hace referencia a Huayco nombre de la Comunidad y Fres de fresa.

#### 6.3. Requisitos para la constitución jurídica de la microempresa

- Solicitud de aprobación dirigida al Señor Ministro de Trabajo;
- Acta constitutiva de la entidad, en original y copia, certificadas por el Secretario, la misma que contendrá los nombres y apellidos completos de los fundadores o del propietario, el nombramiento del Directorio provisional, y las firmas autógrafas de los concurrentes y número de cédula de identidad.
- Dos ejemplares del estatuto debidamente certificados por el Secretario, este debe contener:

- La denominación y domicilio exacto.
- Fines de la empresa.
- Derechos y obligaciones de los socios.
- Estructura y organización interna.
- Patrimonio económico.
- Causas de disolución y liquidación.
- Las demás disposiciones de los socios consideren necesarias, siempre que no se opongan al orden público, las leyes y las buenas costumbres;
- Dos ejemplares de la lista de socios fundadores, en la que conste: Si son personas naturales, los nombres y apellidos, el domicilio, cedula de identificación el valor del aporte económico y la firma. Si son persona jurídicas, la razón social, el registro único de contribuyentes, nombramiento del representante legal y copias de los documentos de identificación; y,
- Certificado de apertura de la cuenta de integración del aporte de los socios, en una cooperativa o banco y/o la declaración de los bienes debidamente valorados, que los socios aportan, Para la aprobación de reformas de estatutos, la Directiva en funciones deberá presentar la siguiente documentación:

La razón social de cualquier organización en ningún caso será igual a la de otra que se esté registrada en este Ministerio. El Ministerio solicitará de forma anual la presentación de actas de asambleas y directorios, informes económicos, y toda clase de documentación que se refiera a sus actividades.

#### **6.4. Requisitos para la obtención del Registro Único de Contribuyentes**

Para la obtención del registro único de contribuyentes, es necesario la presentación de los siguientes documentos.

- Original y copia de la cédula de identidad o de ciudadanía.
- Original y copia del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa vigente.  
(Para extranjeros)
- Presentación del certificado de votación del último proceso electoral.

- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos: planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico, o consumo de agua potable a nombre del contribuyente, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realización del trámite.
- Comprobante del pago del impuesto predial del año actual.
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello del juzgado de inquilinato vigente a la fecha de inscripción.

### **6.5. Requisitos para obtener la Patente Municipal**

Para la obtención de la patente municipal, es necesaria la presentación de los siguientes documentos.

- Formulario de solicitud y declaración de patente (Comprar en Recaudación).
- Tres timbres.
- Certificado de no adeudar al municipio (comprar en tesorería presentando cedula y certificado de votación de cónyuges).
- Copias de cédula de ciudadanía y certificado de votación actualizado.
- Copia del RUC actualizado.
- Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Copia del estado de situación inicial.

### **6.6. Requisitos para obtener el permiso del Cuerpo de Bomberos**

Este permiso se lo obtiene el Ilustre Municipio de Otavalo con los siguientes trámites:

- Comprar un formulario de declaración de Activos Totales en las ventanillas de recaudación del Municipio.
- Llenarlo y registrarlo en las ventanillas municipales.
- Acudir con este formulario a las oficinas de Recaudación del Cuerpo de Bomberos de Otavalo para proceder al pago correspondiente.

Solicitar la respectiva Inspección del local por parte de los señores inspectores de Bomberos.

### **6.7. Requisitos para obtener el permiso del Ministerio de Salud**

Este permiso se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud para lo cual el interesado deberá presentar:

- Una solicitud dirigida al Director Provincial de Salud del Carchi, con los siguientes datos:
  - Nombre del propietario o representante legal.
  - Nombre o razón social o denominación del establecimiento.
  - Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento.
  - Actividad o actividades que se realizan en el establecimiento.
  - Ubicación del establecimiento: cantón, parroquia, sector, calle principal número e intersecciones, teléfono, fax, correo electrónico si lo tuviere.
  - Copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC);
  - Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario
  - Copia de la cédula de ciudadanía o identidad del propietario o representante legal del establecimiento;
  - Documentos que acrediten la personería jurídica cuando corresponda.
  - Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
  - Plano del establecimiento a escala 1:50.
  - Croquis de ubicación del establecimiento;
  - Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos; y,
  - Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

## 6.8. Misión

La misión debe ser motivadora y expresiva, con aspectos que la diferencie de otras organizaciones que realicen actividades similares. Básicamente la misión es la respuesta a la pregunta: ¿Para qué existe la microempresa? La misión planteada es:

“Huaycofres es una microempresa de acopio y comercialización de fresa; productora y comercializadora de pulpa de fresa que cumple estándares de calidad, atendiendo los requerimientos y exigencias de nuestros clientes”.

## 6.9. Visión

La visión hace referencia a lo que la microempresa quiere llegar a ser en un tiempo determinado, para el diseño de este aspecto, se ha tomado en cuenta la proyección de los sueños, los anhelos e intereses. La visión responde a la pregunta ¿Qué quiero ser en los próximos años? La visión planteada es:

“En el año 2020 seremos una empresa líder a nivel provincial en la producción y comercialización de pulpa de fresa, ofreciendo siempre un producto de calidad, con fines a cubrir nuevos mercados de la localidad”.

## 6.10. Valores

Toda organización sin importar su actividad o tamaño debe diseñar su identidad propia por ello los valores que se plantea para la microempresa son los siguientes:

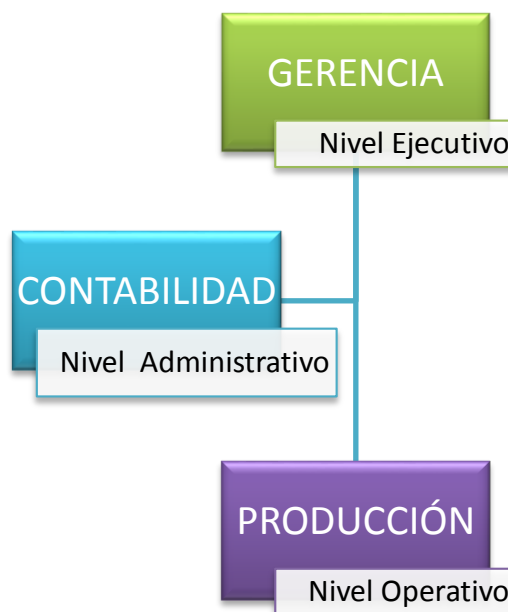
- a) **Responsabilidad:** a través de este se cumplirá con puntualidad la producción y comercialización del producto, así como también la ejecución de las actividades asignadas de forma adecuada, eficiente y eficaz.

- b) **Honestidad:** las actividades dentro y fuera de la microempresa son en base a este valor, en cada situación deberá mantener un criterio verdadero y con respeto siendo justos en cada decisión tomada.
- c) **Lealtad:** la organización necesita personal leal, que ante toda circunstancia justa, la apoye a la organización con su actitud y esfuerzo. Es decir que el personal se empodere de esta entidad.
- d) **Calidad:** una de las características de la microempresa debe ser el desarrollar no únicamente productos de calidad, sino cada actividad independientemente de ser productiva, será realizada con calidad.

### 6.11. Organigrama

El organigrama representa la estructura de la microempresa, conformada por la gerencia, la contabilidad, el área de producción, y de comercialización. A continuación la gráfica.

**Gráfico N° 27: Organigrama**



**Fuente:** Investigación Directa  
**Elaborado por:** La Autora

## 6.12. Manual de funciones

### 6.12.1. Funciones gerente

**Tabla N° 65: Funciones gerente**

<b>Gerente</b>	
<b>Misión</b>	El gerente es la persona encargada de realizar la gestión administrativa y financiera, su responsabilidad será realizar la planificación de la adquisición de materias compras y ventas, tomará las acciones para determinar proveedores y clientes.
<b>Nivel de educación</b>	Título de tercer nivel.
<b>Título</b>	Administración de empresas y/o afines.
<b>Experiencia</b>	Mínimo de 2 años de experiencia en empresas.
<b>Requisitos adicionales.</b>	Conocimientos en planificación estratégica, procesos administrativos. generales, paquetes utilitarios, técnicas de negociación y de ventas.
<b>Funciones</b>	Dirigir la microempresa. Realizar el proceso administrativo de la microempresa efectivamente. Crear métodos de control interno para la microempresa. Mantener e incrementar un portafolio de clientes y proveedores. Realizar ventas a distribuidores mayoristas y minoristas con apoyo del personal técnico y en coordinación con contabilidad. Buscar actores estratégicos que fortalezcan las operaciones de la organización.

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora



### 6.12.1.1. Competencias Gerente

**Tabla N° 66: Competencias gerente**

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	BAJA
1	Orientación de servicio.	Involucra un gran deseo de servir a los demás brindando satisfacción a sus necesidades. Significa considerar los requerimientos de la colectividad y traducirlos en productos que brinde satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X	
2	Resultados en base a objetivos.	Significa el cumplimiento de los objetivos como resultados de la gestión, además de sobrepasar las expectativas.	X	
3	Flexibilidad.	Capacidad de adaptarse y trabajar en distintas circunstancias que se puedan presentar en la operación de la microempresa.	X	
4	Construcción de relaciones.	Se refiere a mantener relaciones interpersonales con características de jovialidad y amabilidad.	X	
5	Iniciativa	Se refiere a la innovación que debe existir constantemente en la creación de nuevos productos, en la solución a las problemáticas que pueden existir. Así como la iniciativa a sostener y mejorar los emprendimientos.	X	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 6.12.2. Funciones del contador.

**Tabla N° 67: Funciones contador**

<b>Contador</b>	
<b>Misión</b>	Se encargará de cumplir con las obligaciones contables, tributarias y laborales y llevar el archivo contable de la microempresa, realizará órdenes de pedido y ordenes de entrega de la mercadería
<b>Nivel de educación</b>	Título de tercer nivel
<b>Título</b>	Ingeniero en Contabilidad
<b>Experiencia</b>	Mínimo un año
<b>Requisitos adicionales.</b>	Conocimientos en contabilidad, facturación, oficios, manejo de utilitarios y NIIF's.
<b>Funciones</b>	<p>Cumplir los principios contables exigidos por ley.</p> <p>Cumplir con las obligaciones contables y tributarias ante el Servicio de Rentas Internas.</p> <p>Cumplir con el IESS y las obligaciones laborales que este manda, y así como ordenan otros organismos gubernamentales.</p> <p>Actualizar constantemente el inventario de materiales de la microempresa.</p> <p>Mantener la documentación en orden y disponible.</p> <p>Conservar los archivos en papel y magnéticos en buen estado.</p>

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 6.12.2.1. Competencias del Contador.

**Tabla N° 68: Competencias contador**

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	BAJA
1	Orientación de servicio	Significa focalizar los esfuerzos en el descubrimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes, tanto internos como externos.	X	
2	Orientación a los resultados	Es el esfuerzo por trabajar adecuadamente tendiendo al logro de estándares de excelencia.	X	
3	Flexibilidad	Es la capacidad para adaptarse y trabajar en distintas y variadas situaciones y con personas o grupos diversos.	X	
4	Construcción de relaciones	El contador debe tener la habilidad de construir y mantener relaciones cordiales con personas internas o externas a la organización.	X	
5	Conocimiento del entorno organizacional	El contador debe ser capaz de comprender e interpretar las relaciones de poder e influencia en la institución o en otras instituciones, clientes o proveedores. Incluye la capacidad de prever la forma en que los nuevos acontecimientos o situaciones afectarán a las personas y grupos de la institución.	X	
6	Iniciativa	Se refiere a la predisposición para actuar pro activamente.	X	
7	Aprendizaje continuo	Es la habilidad para buscar y compartir información útil, comprometiéndose con el aprendizaje. Incluye la capacidad de aprovechar la experiencia de otros y la propia.	X	

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 6.12.3. Funciones del jefe de producción.

**Tabla N° 69: Funciones del jefe de producción**

<b>Funciones jefe de producción</b>	
<b>Misión</b>	El jefe de producción es el encargado de la producción, así como deberá planificar la compra de materia prima e insumos necesarios para la producción óptima.
<b>Nivel de educación</b>	Título de tercer nivel.
<b>Título</b>	Ingeniero, industrial, agroindustrial o a fines.
<b>Experiencia</b>	Dos años.
<b>Requisitos adicionales.</b>	Conocimiento industrial, optimización de recursos, uso de computador y paquetes utilitario.
<b>Funciones</b>	Mantener el stock óptimo de la materia prima e insumos para la producción. Controlar la producción de acuerdo a las órdenes de producción. Minimizar al máximo los tiempos de producción. Controlar la calidad de la pulpa de fresa Establecer fechas preventivas del mantenimiento de maquinaria. Recibir la materia prima Organizar los pedidos realizados a los proveedores de los insumos Apilar los insumos para no dañarlos. Proceder a entregar los productos de acuerdo a los pedidos realizados Entregar los productos en condiciones adecuadas Entregar a contabilidad los documentos necesarios para los procesos administrativos

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### 6.12.3.1. Competencias jefe de producción

**Tabla N° 70: Competencias jefe de producción**

Fuente: Investigación Directa

N°	COMPETENCIA	DESCRIPCIÓN	ALTA	BAJA
1	Orientación a los resultados	Todo esfuerzo realizado debe ser en pro de la organización, enfocado a la consecución de objetivos institucionales.	X	
2	Flexibilidad	Adaptarse a los cambios permite activar la innovación en los procesos.	X	
3	Construcción de relaciones	Todo ambiente de trabajo se ve influenciado por las relaciones interpersonales, por tanto estas deben ser manejadas adecuadamente.	X	
4	Conocimiento del entorno organizacional	Es la capacidad para comprender las relaciones de influencia en las organizaciones, clientes o proveedores,		
5	Iniciativa	El jefe de producción debe manejar sus procesos con iniciativa, las decisiones internas deben basarse en el diseño de innovar.	X	

Elaborado por: La Autora

## CAPÍTULO VII

### 7. ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 7.1. Objetivo

Determinar el nivel de incidencia de los impactos socio económico, ambiental y empresarial generado con la ejecución de la microempresa.

#### 7.2. Matriz de criterios

Para la determinación del análisis de impactos se ha planteado un estudio cuantitativo y cualitativo, el cual numera en una matriz los impactos generados en el proyecto. Este análisis se hace mediante la asignación de una escala numérica que asigna valores desde -3 a 3, calificando según los siguientes criterios:

**Tabla N° 71: Matiz de criterios**

Tabla de valoración de impactos	
Significado	Puntaje
Negativo en el Nivel Alto	-3
Negativo en el Nivel Medio	-2
Negativo en el Nivel Bajo	-1
Indiferente	0
Positivo en el Nivel Bajo	1
Positivo en el Nivel Medio	2
Positivo en el Nivel Alto	3

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

Para conocer el grado de impacto se emplea la siguiente ecuación:

$$\text{Grado de impacto} = \frac{\Sigma}{\text{Indicador}}$$

### 7.3. Impactos

#### 7.3.1. Impacto socio económico

**Tabla N° 72: Impacto socio económico**

Impacto	Aspectos	Valoración						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
Socioeconómico	Calidad de vida							X
	Empleo							X
	Estabilidad Económica							X
	<b>Total</b>							9/3 =3
	<b>Resultado</b>							Positivo en el Nivel Alto

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

#### **Análisis**

La aplicación de este proyecto tiene un impacto positivo en el nivel alto, de manera que tiene una gran incidencia en mejorar la calidad de vida, no únicamente de quienes integran la organización sino de quienes se convertirán en proveedores de la entidad, esto implica el acceso a la satisfacción de las necesidades como vivienda, alimentación, vestimenta, educación y otros aspectos indispensables; además quienes se muestren involucrados directamente con la estabilidad económica, que esta actividad generará. Además al ser un producto innovador, hace referencia al cambio de la matriz productiva, donde se pretende impulsar a los emprendimientos y generar mejores condiciones de los sectores involucrados en el proyecto.

### 7.3.2. Impacto ambiental

**Tabla N° 73: Impacto ambiental**

Impacto	Aspectos	Valoración						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
Ambiental	Manejo de Residuos							X
	Cuidado de suelo						X	
	<b>Total</b>						5/2 = 2.5 => 3	
	<b>Resultado</b>	Positivo en el Nivel Alto						

**Fuente:** Investigación Directa

**Elaborado por:** La Autora

### Análisis

El impacto ambiental generado por la aplicación de este proyecto presenta un resultado positivo en el nivel alto, de manera que la organización realizará un manejo adecuado de residuos, en este caso los residuos obtenidos por el proceso productivo servirán como abono para las mismas plantaciones de fresa de los proveedores de la fruta, de esta manera se contribuye al cuidado del suelo y a la no contaminación con productos químicos. Es así que la organización también se ve relacionada con la responsabilidad de cuidado ambiental, promoviendo la sostenibilidad de los suelos agrícolas. En este sentido, este aspecto también se ve relacionado al buen vivir, donde se reconoce el valor de la naturaleza, de los diversos ecosistemas rurales característicos de la zona de Otavalo.



### 7.3.3. Impacto empresarial

**Tabla N° 74: Impacto empresarial**

Impacto	Aspectos	Valoración						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
Empresarial	Responsabilidad Social							X
	Calidad							X
	<b>Total</b>						6/2 =3	
	<b>Resultado</b>	Positivo en el Nivel Alto						

Fuente: directa

Elaborado por: la autora

### Análisis

El resultado de este análisis, es la incidencia positiva en el nivel alto del impacto empresarial, por tanto la responsabilidad social se ve acompañada de la asociatividad al participar con los proveedores de la misma comuna donde se ubica este proyecto, junto con ello el aseguramiento de la calidad de las materias primas, propias de la zona, las cuales a través del emprendimiento se ven traducidos en la industrialización de nuevos productos que brindan satisfacción a los consumidores. Parte del crecimiento de las organizaciones, es la contribución a la satisfacción de las necesidades, mientras se creen y diseñen artículos o productos llamativos, necesarios, y a precios adecuados el mercado respaldará a tales productos.

## 7.4. Impacto General

**Tabla N° 75: Impacto general**

Impacto	Aspectos	Valoración						
		-3	-2	-1	0	1	2	3
General	Socio económico							<b>X</b>
	Ambiental							<b>X</b>
	Empresarial							<b>X</b>
	<b>Total</b>							9/3 =3
	<b>Resultado</b>	Positivo en el Nivel Alto						

Fuente: directa

Elaborado por: la autora

### Análisis

El impacto generado por la ejecución de este proyecto, presenta un resultado positivo en el nivel alto, de manera que en los aspectos socio económico, ambiental y empresarial esta propuesta tienen gran incidencia, generando en principio el acceso al trabajo estable de los comuneros del sector de Huayco Pungo, quienes se convertirán en propios proveedores de fresa, manteniendo así una producción segura, la cual se verá fortalecida por la misma organización, de lo cual la estabilidad de los ingresos se destinará a la sostenibilidad en el acceso a la satisfacción de las necesidades, contribuyendo a la generación de empleo. Así también es importante señalar que la producción generará un impacto positivo, con el buen uso del suelo promovido a través de la concientización a los proveedores, además que con ello la entidad fortalecerá sus operaciones con productos de calidad.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Después de haber formulado el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de acopio y comercialización de fresa; productora y comercializadora de pulpa de fresa, en la comunidad de Huayco Pungo, cantón Otavalo, provincia de Imbabura; se puede afirmar que, se han alcanzado todos los objetivos propuestos, a través del desarrollo de todas las fases o capítulos que debe contemplar un proyecto de factibilidad. A continuación se exponen los principales logros y hallazgos en las siguientes conclusiones:

### CONCLUSIONES:

A través del desarrollo del diagnóstico situacional, se concluye que la Comunidad de Huayco Pungo, es un sector adecuado para la ubicación, del centro de acopio y procesamiento de la fresa, por sus características de suelo, climáticas y su geografía.

En el estudio técnico, se ha determinado los elementos necesarios para el procesamiento de pulpa de fresa, así como los recursos materiales, financieros, tecnológicos y el talento humano necesarios para este proyecto.

En el análisis de la evaluación financiera, se ha determinado que la empresa de acopio de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa es muy factible, puesto que genera una tasa interna de retorno del **26,91 %**, un VAN positivo de \$ **10.780,97** y la relación costo – beneficio de **1,48**; lo que muestra la factibilidad económica de esta propuesta.

Respecto al análisis de impactos, se concluye mencionando que existe un nivel positivo en los aspectos socio económico, ambiental y empresarial, de manera que el proyecto demuestra total viabilidad.

## **RECOMENDACIONES:**

Es importante que la sociedad plantee proyectos innovadores, que contribuyan a satisfacer las necesidades del ser humano, además que se debe aprovechar los recursos naturales, el clima, la temperatura y todas las características geográficas de las diversas zonas.

Según el análisis del estudio de mercado, es vital el apoyo e impulso a la innovación y al diseño de nuevos productos autóctonos, que junto con un valor agregado sean competitivos y se mantengan en los mercados.

Del análisis del estudio técnico se debe considerar que las organizaciones deben planificar adecuadamente, el uso de los recursos que inciden en el proceso productivo, de ahí que con la administración adecuada, sin desperdicios la organización se convierte en un ente competitivo.

El estudio financiero, se lo debe realizar con la mayor precisión posible, pues de este análisis se determinará la factibilidad económica del proyecto. En base a los aspectos financieros que componen este literal.

El análisis de impactos, debe recoger a todos los aspectos en los cuales la organización tendrá incidencia, puesto que de una u otra manera se generará un tipo de impacto, y de existir algún valor negativo es importante conocerlo para de este modo mitigarlo y de ser posible eliminarlo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alet, J. (2012). *Marketing directo e interactivo: Campañas efectivas con sus clientes*. Madrid: Artegraf.
- Bello, A. (2013). *Nacimiento de una empresa*. Caracas-Venezuela.
- Caldas, E., & Reyes, A. (2010). *Gestión de atención al cliente/ consumidor*. España: Paraninfo.
- Chacón, S. (2010). *Manual de procesamiento de frutas tropicales, Ministerio de agricultura y ganaderia*. El Salvador.
- CHACÓN, Silvia . (2010).
- Chamorro, M. (2010). *Financiamiento a la inversión de las pequeñas y medianas empresas*. Publicación de las Naciones Unidas.
- Cruz, A. (2010). *Gestión tecnológica hospitalaria: un enfoque sistémico*. Bogotá-Colombia: Universidad del Rosario.
- Dez, I., De Castro, M., & Montorio, M. (2014). *Economía de la empresa*. España: Paraninfo.
- Ecoagricultor. (2012). *Propiedades nutricionales de las fresas*. Obtenido de <http://www.ecoagricultor.com/fresas-propiedades-nutricionales/>
- Ecoagricultor, R. (2012-2015).
- Fernandez, E. (2010). *Administración de empresas, un enfoque interdisciplinar*. . Colombia: Paraninfo .
- García, A. (2010). *Correrías sin fatigarte y andarias sin desmayarte*. Palibrio.
- García, A. (2011). *Correrías sin fatigarte y andarás sin desmayar*. eUROPA: Palibrio.

- Griffin, R. (2011). *Administración, Cengage Learning*. México: Cengage Learning.
- Jiménez, F. (2012). *Costos Industriales*. Costa Rica: ETCR.
- Keat, P., & Young, P. (2011). *Economía de Empresa*. México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de marketing*. México: Pearson.
- Mañeru, M. (2014). *El huerto en casa*. MÉXICO: LIBSA.
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2010).
- Murillo, M. Á. (2010).
- Ongallo, C. (2012). *El reto de la comunicación con el cliente*. España: Días Santos.
- Organización de Naciones Unidas. (17 de Noviembre de 2010). *Agricultura*. Obtenido de <http://www.un.org/es/globalissues/agriculture/>
- Organización de Naciones Unidas. (2013). Obtenido de <http://onu.org>
- Organización de Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura FAO. (2013).
- Pérez, J. (2013). *Control y gestión empresarial*. Colombia: Alfaomega.
- Revista El Agro. (2012).
- Revista El Agro. (18 de Diciembre de 2013). <http://www.revistaelagro.com/2013/12/18/agricultores-le-apuestan-al-cultivo-de-fresas/>. Obtenido de <http://www.revistaelagro.com/2013/12/18/agricultores-le-apuestan-al-cultivo-de-fresas/>
- Robbins, S. (2013). *Comportamiento organizacional*. México: Pearson.
- Rodríguez, I. (2013). *Dret penal II*. Romanyá: UOC.

- Rodríguez, I., & Moya, H. (2011). *Finanzas para no financieros*. España: Vértice.
- Sánchez, P. (2012). *Empresa y comunicación*. Editex.
- Toledo, Á. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. México: McGraw-Hill .
- Vargas, A. (2013). *Marketing y plan de negocios de la microempresa*. Málaga: ICE.
- Yate, A. (2012). *Publicidad en punto de venta*. Bogotá-Colombia: Ecoe.
- Zambrano, Pablo. (2010).

# ANEXOS









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

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**ENCUESTA DIRIGIDA A TIENDAS Y ABASTOS DE IBARRA**

**Objetivo:** Conocer la aceptación de fresa y pulpa de fresa en la ciudad de Ibarra.

**1. Ha adquirido su establecimiento pulpas de fruta?. En caso se haberlo realizado indique la fruta.**

Si		No	
----	--	----	--

**2. Como considera este producto?**

Muy Innovador		Poco Innovador	
---------------	--	----------------	--

**3. Estaría usted de acuerdo que se implemente una microempresa comercializadora de pulpa de fresa y fresas en tarrina?**

Si		No	
----	--	----	--

**4. Compraría usted pulpa de fresa?**

Si		No	
----	--	----	--

**5. Compraría usted fresas en tarrina?**

Si		No	
----	--	----	--

**6. Con qué frecuencia compraría pulpa de fresa?**

Diariamente		Semanalmente		Mensualmente	
-------------	--	--------------	--	--------------	--

**7. Con qué frecuencia compraría fresa en tarrina?**

Diariamente		Semanalmente		Mensualmente	
-------------	--	--------------	--	--------------	--

**8. Cuál es la cantidad de pulpa de fresa que usted compraría semanalmente?**

0-25 u		25-50 u		Otro.....
50-75 u		Más de 100 u		

**9. Cuál es la cantidad de fresa en tarrina que usted compraría semanalmente?**

0-25 u		25-50 u		Otro .....
50-75 u		Más de 100 u		

**10. Cuál es el precio que pagaría por un 500ml de pulpa?**

1.25 \$		1,5 \$	
1.75 \$		2.00 \$	

**11. Cuál es el precio que pagaría por una libra de fresa?**

1.10 \$		1.20 \$	
1.25 \$		1.50 \$	

**12. ¿Qué medio de comunicación preferiría usted para conocer el producto?**

Radio		Televisión		Periódico	
-------	--	------------	--	-----------	--

**Género..... 106 masculino 20 femenino**

**Gracias por su ayuda!**



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

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PRODUCTORES DE FRESA DEL SECTOR**  
**DE HUAYCO PUNGO**

**Objetivo:** Conocer el nivel de producción de fresa en la zona de Huayco Pungo y su comercialización.

**1. Qué tiempo lleva en la producción de fresa?**

1 año		2 años		3 años		Más.....
-------	--	--------	--	--------	--	----------

**2. Qué tipo de cultivo realiza?**

Orgánico		Inorgánico	
----------	--	------------	--

**3. Qué extensión de terreno dispone para la producción de fresa?**

Menos de una hectárea.....		1 hectárea		2 hectáreas		Más.....
----------------------------	--	------------	--	-------------	--	----------

**4.Cuál es el rendimiento por cada hectárea?**

200 libras		300 libras		400 libras		Más.....
------------	--	------------	--	------------	--	----------

**5.Cuál es la frecuencia con la que produce fresa anualmente?**

1 vez		2 veces		3 veces		Todo el año	
-------	--	---------	--	---------	--	-------------	--

**6.Cuál es el costo de producción de fresa por hectárea?**

0 - 500\$		500 - 1000		Otro ...
-----------	--	------------	--	----------

**7.Cuál es el precio por canasto (25 libras) de fresa que usted vende?**

10\$		12\$		15\$		Otro .....
------	--	------	--	------	--	------------

**8. Cuál es el mercado en el cual usted vende su producto?**

Intermediarios		Mercado		Tienda		Supermercados	
----------------	--	---------	--	--------	--	---------------	--

**9. Estaría usted de acuerdo que en la comunidad de Huayco Pungo se implemente una microempresa de acopio y comercialización de fresa, productora y comercializadora de pulpa de fresa?**

Si		No	
----	--	----	--

**10. Estaría usted de acuerdo en ser proveedor de esta microempresa?**

Si		No	
----	--	----	--