



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y
AUDITORÍA, CPA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUANÁBANA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA, CPA

AUTORAS:

Katherine Mishelle Aguirre Villarreal

María Victoria Benavides Cevallos

DIRECTORA: Msc Ana Lucía Gómez

IBARRA, NOVIEMBRE 2018

RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad del presente proyecto es realizar un estudio que permita identificar cuan factible resulta la creación e implementación de una microempresa productora y comercializadora de té a base de hojas de guanábana en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, la investigación que se detalla a continuación proporciona un direccionamiento efectivo para la puesta en marcha del proyecto, el cual busca obtener suficiente rentabilidad misma que permita generar fuentes de empleo con salarios dignos a los trabajadores y de igual manera reinvertir en un futuro próximo con miras a la expansión microempresarial, buscando también, contribuir al cambio en los hábitos de consumo de la población Ibarreña en cuanto a bebidas más saludables que aporten con beneficios a la salud, a través de la oferta de un producto que cumpla con altos estándares de calidad en cada uno de sus procesos productivos desde la recepción de materia prima hasta la obtención del producto final y de igual manera presente varios beneficios enfocados en la cura y prevención de enfermedades; para su elaboración se toma en cuenta lineamientos legales estipulados por organismos reguladores tales como la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), el Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN) y el Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública, todo esto con la finalidad de contribuir con el cambio en la matriz productiva, al reducir las importaciones de té helado, ampliando así la oferta de productos ecuatorianos de calidad con la introducción del té a base de hojas de guanábana embotellado.

SUMMARY

This project aims to determine the feasibility of creating a production microenterprise and marketer of tea from bottled soursop leaves in the city of Ibarra, province of Imbabura, the investigation detailed below it is use for the effective direction of the project, which aims to generate sources of employment with decent payments and also reinvest in the near future with a view to the expansion of the microenterprise. This project seeks to contribute some change in population consumption habits in terms of healthiest beverages consumption, through the supply of products with high levels of quality in each of the productive processes from the receipt of the raw material till get the final product, and also has several benefits focused on the cure and prevention of diseases, for its creation will take into account the legal guidelines stipulated by regulatory agencies such as the National Agency for Regulation, Control and Health Surveillance (ARCSA), the Ecuadorian Institute of Normalization (INEN) and the National Institute of Public Health Research, with this project, we will contribute to the change of the productive matrix, which allows to reduce imports of iced tea, expanding the supply of Ecuadorian products with the introduction of tea from bottled soursop leaves

.

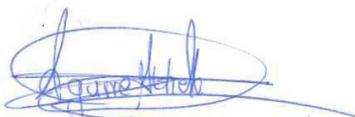
AUTORÍA

Nosotras, BENAVIDES CEVALLOS MARIA VICTORIA con C.C. 1003555271 y AGUIRRE VILLARREAL KATHERINE MISHELLE, con C.C. 1003621438, declaramos bajo juramento que el trabajo “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUANÁBANA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA” es de nuestra autoría, y que no ha sido previamente presentado para ningún otro fin de orden académico o profesional y que los resultados de la investigación que se incluyen en este documento son de nuestra responsabilidad.



BENAVIDES CEVALLOS MARIA VICTORIA

CI.1003555271



AGUIRRE VILLARREAL KATHERINE MISHELLE

C.I.1003621438

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las egresadas, **Aguirre Villarreal Katherine Mishelle** con C.C. **1003621438** con y **Benavides Cevallos María Victoria** con C.C. 1003555271 para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría, cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUANÁBANA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**.

Considerando que el presente trabajo reúne todos los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la Ciudad de Ibarra a los seis días del mes de febrero de 2018



.....

Msc. Ana Lucía Gómez

C.I. 1001972882

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

Nosotras, **BENAVIDES CEVALLOS MARIA VICTORIA** con C.C. 1003555271 y **AGUIRRE VILLARREAL KATHERINE MISHELLE** con C.C. 1003621438, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4,5 y 6, en calidad de autor(es) de la obra o trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUANÁBANA EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingenieras en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, 06 de Febrero de 2018

MARIA VICTORIA BENAVIDES

1003555271

KATHERINE MISHELLE AGUIRRE VILLARREAL

1003621438



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULAS DE IDENTIDAD:	100355527-1 1003621438
APELLIDOS Y NOMBRES:	BENAVIDES CEVALLOS MARIA VICTORIA AGUIRRE VILLARREAL KATHERINE MISHELLE
DIRECCIONES:	IBARRA: Calle 10 de Agosto Chorlavi Gral. Julio Andrade y Juan Francisco Bonilla
EMAIL:	mavibenavides8@gmail.com mishelle_aguirre@outlook.es
TELÉFONO FIJO:	062631846 062858044
TELÉFONO MÓVIL:	0997491567 0939995648
DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ A BASE DE HOJAS DE GUANÁBANA EN LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE IMBABURA”

AUTOR (ES):	BENAVIDES CEVALLOS MARÍA VITORIA; AGUIRRE VILLARREAL KATHERINE MISHELLE
FECHA:	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	X PREGRADO POSTGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERA CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA
ASESOR/DIRECTOR	MSC.ANA LUCIA GÓMEZ

2. CONSTANCIAS

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la Ciudad de Ibarra a los seis días del mes de febrero de 2018

Las Autoras:


 MARIA VICTORIA BENAVIDES CEVALLOS
 CI. 1003555271


 KATHERINE MISHELLE AGUIRRE VILLARREAL
 CI. 1003621438

Facultado por resolución del consejo universitario.

DEDICATORIA

Dedicamos de manera muy especial el presente proyecto a Dios, por darnos la fuerza y sabiduría en la culminación de nuestros estudios.

A nuestros queridos padres, quienes han permanecido a nuestro lado en todo momento durante esta trayectoria estudiantil brindando sus sabios consejos y su apoyo incondicional siempre.

Además agradecemos infinitamente a los docentes que nos han acompañado a lo largo de toda la carrera compartiendo sus conocimientos y brindando su apoyo para alcanzar toda meta propuesta, de manera muy especial al ingeniero Lenin Ubidia al cual llevaremos en nuestros corazones siempre, que en paz descanse.

Mishelle Aguirre

María Victoria Benavides

AGRADECIMIENTO

El camino hacia el éxito ha sido lleno de amor, sacrificio y tenacidad que al final ha sido recompensado con esta gran bendición que Dios nos ha dado; agradecidas infinitamente con nuestro Señor ya que él nos ha guiado para llegar a obtener este logro.

Agradecemos además, el apoyo que nos han brindado nuestros padres para continuar y no desmayar ante las adversidades que se han presentado en el transcurso de la carrera.

Extendemos una inmensa gratitud a todos los docentes por impartirnos conocimientos y valores indispensables en la vida profesional, gracias por los consejos por ser más que profesores amigos especialmente a nuestro querido docente Lenin Ubidia quien nos incentivó a ser mejores en cada objetivo que nos propongamos.

Mishelle Aguirre

María Victoria Benavides

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO	ii
SUMMARY	iii
AUTORÍA.....	¡Error! Marcador no definido.
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	iv
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	vii
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
2. CONSTANCIAS.....	viii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE GENERAL	xi
ÍNDICE DE TABLAS	xviii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xxii
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO.....	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxvii
OBJETIVOS DEL TRABAJO DE GRADO	xxviii
Objetivo general.....	xxviii
Objetivos específicos	xxviii
ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA.....	xxix
Método deductivo	xxix
Método inductivo	xxix
Método Analítico- Sintético.....	xxx
CAPÍTULO I	31
1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	31
1.1. Antecedentes	31
1.2. Objetivos del diagnóstico.....	31
1.2.1. General.....	31
1.2.2. Específicos	31
1.3. Variables	32
1.4. Indicadores.....	32
1.4.1. Aspecto geográfico, demográfico y socioeconómico	32

1.4.2. Producción	32
1.4.3. Comercialización	33
1.4.4. Talento Humano.....	33
1.5. Matriz de Relación Diagnóstica.....	34
1.6. Mecánica Operativa del Diagnóstico	35
1.6.1. Diseño de Instrumentos de Investigación	35
1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas	35
1.7.1. Geográfico, demográfico y Socioeconómico.....	35
1.7.2. Talento Humano.....	40
1.8. Entrevista a la Sra. Beatriz Quiroz propietaria de finca productora de guanábana	41
1.9. Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos	43
1.9.1. Aliados	43
1.9.2. Oponentes	44
1.9.3. Oportunidades	44
1.9.4. Riesgos.....	44
1.10. Visita a finca de producción de Guanábana en la provincia del Carchi	45
1.11. Determinación de la oportunidad diagnóstica.....	45
CAPÍTULO II.....	47
2. MARCO TEÓRICO.....	47
2.1. Microempresa	47
2.1.1. Definición	47
2.2. Marco legal	47
2.2.1. Persona Natural.....	47
2.3. Té.....	49
2.3.1. Definición	49
2.4. Hojas de guanábana	49
2.5. Té embotellado.....	50
2.6. Té de hojas de guanábana	50
2.6.1. Beneficios	50
2.7. Estructura Organizacional.....	51
2.7.1. Definición	51
2.7.2. Elementos del diseño organizacional.....	52
2.8. Estados financieros	55
2.8.1. Clases de Estados Financieros	55

2.9. Contabilidad de costos	56
2.9.1. Definición	56
2.9.2. Costos de producción.....	57
2.10. Materia prima.....	58
2.10.1. Materia prima directa.....	58
2.10.2. Materia prima indirecta.....	58
2.10.3. Mano de Obra	59
2.10.4. Mano de obra directa	59
2.10.5. Mano de obra indirecta	59
2.10.6. Gastos generales de fabricación.....	60
2.11. Marketing.....	60
2.11.1. Plan de marketing	60
2.11.2. Investigación de mercados	61
2.11.3. El Mercado.....	61
2.11.4. Segmentación de Mercado	63
2.12. Presupuestos.....	63
2.12.1. Definición	63
2.13. Indicadores de evaluación financiera.....	64
2.13.1. Valor Actual Neto	64
2.13.2. Tasa Interna de Retorno	64
2.13.3. Costo Beneficio.....	65
2.13.4. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	65
2.14. Punto de Equilibrio	66
2.14.1. Definición	66
2.15. Índices Económicos	66
2.15.1. Definición	66
2.15.2. Inflación	67
2.15.3. Producto Interno Bruto (PIB).....	67
CAPÍTULO III.....	69
3. ESTUDIO DE MERCADO	69
3.1. Presentación	69
3.2. Objetivos del estudio de mercado	70
3.2.1. Objetivo General.....	70
3.2.2. Objetivos Específicos.....	70

3.3. Variables	71
3.4. Indicadores	71
3.4.1. Demanda	71
3.4.2. Oferta	71
3.4.3. Producción	71
3.4.4. Estrategias Comerciales	72
3.5. Matriz de Relación Estudio de Mercado	73
3.6. Población y muestra	74
3.7. Identificación de la muestra	74
3.7.1. Tamaño de la muestra	75
3.8. Tabulación y análisis de la información	76
3.8.1. Encuesta aplicada a la población ocupada de la ciudad de Ibarra	76
3.8.2. Entrevista dirigida al Ingeniero Agrónomo Javier Rea.....	91
3.8.3. Ficha de observación.....	93
3.9. Análisis y proyección de la demanda.....	96
3.9.1. Análisis de la demanda	96
3.9.2. Proyección de la demanda	96
3.10. Análisis y proyección de la oferta.....	98
3.10.1. Análisis de la oferta	98
3.10.2. Oferta actual.....	99
3.10.3. Proyección de la oferta.....	99
3.11. Demanda Potencial a Satisfacer	100
3.12. Análisis de precios	101
3.12.1. Proyección de los Precios	102
3.13. Estrategias de mercado	103
3.13.1. Comercialización	103
3.13.2. Marca	103
CAPÍTULO IV.....	105
4. ESTUDIO TÉCNICO	105
4.1. Tamaño del proyecto.....	105
4.1.1. Tamaño del proyecto en relación a la demanda.....	105
4.1.2. Tamaño del proyecto y disponibilidad de materia prima o insumos.	106
4.1.3. Tamaño del proyecto en relación a la tecnología.....	106
4.1.4. Tamaño del proyecto y financiamiento.....	106

4.1.5. Capacidad instalada	107
4.1.6. Capacidad operativa.....	107
4.2. Localización del proyecto	107
4.2.1. Macro localización.....	107
4.2.2. Micro localización	108
4.3.2. Embotellado y Etiquetado.....	113
4.3.3. Tecnología, maquinaria y equipo.....	113
4.3.4. Obras civiles.....	113
4.4. Presupuesto técnico.....	116
4.4.1. Inversión fija	116
4.4.2. Capital de trabajo	121
4.4.3. Inversión total del proyecto	122
4.4.4. Financiamiento.....	122
4.4.5. Talento humano	123
4.5. Operación del proyecto	124
4.5.1. Flujogramas.....	124
CAPÍTULO V.....	126
5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	126
5.1. Ingresos Proyectados	126
5.2. Determinación de egresos proyectados.....	126
5.2.1. Costos de producción.....	126
5.2.2. Gastos de administración	131
5.2.3. Gastos de venta	133
5.3. Tabla de amortización.....	135
5.4. Tabla de depreciaciones	135
5.5. Resumen de egresos proyectados.....	137
5.6. Resumen de Ingresos y Egresos Proyectados	137
5.6.1. Estado de Situación Financiera Presupuestado.....	138
5.7. Estado de resultados proyectado	139
5.8. Flujo de caja proyectado	140
5.9. Evaluación financiera.....	141
5.9.1. Costo de oportunidad	141
5.9.2. Calculo del VAN.....	142
5.9.3. Calculo del TIR.....	143

5.9.4. Tiempo de recuperación del dinero.....	144
5.9.5. Índice beneficio costo	145
5.9.6. Punto de equilibrio.....	146
5.10. Conclusiones del estudio financiero	147
CAPÍTULO VI.....	148
6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	148
6.1. Actividad económica	148
6.1.1. Misión	148
6.1.2. Visión.....	148
6.1.3. Objetivos organizacionales	148
6.2. Políticas.....	149
6.2.1. Políticas generales.....	149
6.2.2. Políticas de calidad	150
6.2.3. Políticas de investigación, desarrollo e innovación	150
6.2.4. Políticas de servicio	151
6.2.5. Políticas de compra.....	151
6.2.6. Políticas del personal	151
6.2.7. Política de gestión ambiental	152
6.3. Estructura organizacional.....	152
6.4. Organigrama funcional	153
6.5. Manual de funciones	157
6.6. Aspectos.....	163
6.6.1. Legales de Funcionamiento	163
6.6.2. Permisos Municipales	164
6.6.3. Permiso Cuerpo de Bomberos:	165
6.6.4. Ley de Régimen Tributario	165
6.6.5. Licencia ambiental:.....	166
6.7. Constitución de la empresa	166
6.7.1. Tipo de microempresa.....	166
6.7.2. Razón social y forma jurídica	166
CAPÍTULO VII	179
7. IMPACTOS DEL PROYECTO	179
7.1. Impactos.....	179
7.1.1. Impacto económico.....	180

7.1.2. Impacto social	180
7.1.3. Impacto empresarial.....	182
7.1.4. Impacto cultural	183
7.1.5. Impacto Ambiental.....	184
7.1.6. Impacto general.....	185
CONCLUSIONES	186
RECOMENDACIONES.....	188
BIBLIOGRAFÍA	190
LINKOGRAFÍA	194
ANEXOS	195
Anexo N° 1: Encuesta	196
Anexo N° 2: Entrevista	201
Anexo N° 3: Entrevista	203
Anexo N° 4: Fichas de Observación	205
Anexo N° 5: Tabla de Amortización	207

ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz Relación Diagnóstico	34
2. Mercados en el cantón Ibarra	38
3. Población de Ibarra según grupo de ocupación, por sexo.....	39
4. Población Económicamente Activa	39
5. Matriz de Estudio de Mercado	73
6. Población Cantón Ibarra	74
7. PEA_Ibarra	74
8. Preferencia de marca.....	76
9. Preferencia de sabor.....	77
10. Frecuencia de compra	78
11. Aceptación del producto	79
12. Motivo de Compra	80
13. Lugar de Compra	81
14. Presentación del Producto.....	82
15. Tamaño del Producto	83
16. Estimación de Precios (250ML)	84
17. Estimación de Precios (500ML)	85
18. Estimación de Precios (950ML)	86
19. Consumo Mensual (250 ML).....	87
20. Consumo Mensual (500 ML).....	88
21. Consumo Mensual (950 ML).....	89
22. Medios de Publicidad.....	90
23. Ficha de observación – TÍA.....	93
24. Ficha de observación - Gran AKI	94
25. Ficha de observación - Santa María.....	95
26. Análisis de la Demanda	96
27. Proyección de la Demanda.....	97
28. Oferta Anual de Té Embotellado	99
29. Proyección de la Oferta.....	100
30. Demanda Insatisfecha	101
31. Proyección de Precios	102
32. Capacidad operativa.....	107

33. Matriz de evaluación de factores	110
34. Terreno	116
35. Infraestructura	117
36. Maquinaria y Equipos de Producción	117
37. Herramientas	118
38. Muebles y Enseres _Área de Producción.....	118
39. Muebles y Enseres _Área Administrativa.....	119
40. Muebles y Enseres _Área de Bodega.....	119
41. Muebles de Oficina	119
42. Equipo de Cómputo	120
43. Vehículo	120
44. Resumen de la Inversión Fija.....	121
45. Capital de Trabajo.....	122
46. Resumen de la Inversión Total	122
47. Estructura de Financiamiento	123
48. Gasto Personal de Producción	123
49. Gasto Personal Administrativo	124
50. Gasto Personal de Ventas.....	124
51. Ingresos proyectados.....	126
52. Materia prima requerida.....	127
53. Proyección de materia prima	127
54. Mano de obra directa	128
55. Mano de obra directa proyectada.....	128
56. Materia prima indirecta.....	129
57. Proyección Materia prima indirecta.....	129
58. Mano de obra indirecta	129
59. Servicios Básicos	130
60. Otros costos indirectos de fabricación Totales	130
61. Otros costos indirectos de fabricación proyectados.....	131
62. Sueldos administrativos	131
63. Proyección sueldos administrativos.....	131
64. Servicios básicos – administración	132
65. Suministros de oficina.....	132
66. Suministros de Limpieza.....	132

67. Gastos de constitución	133
68. Gastos de Administración Totales Proyectados.....	133
69. Sueldo personal de ventas.....	134
70. Proyección sueldo personal en ventas.....	134
71. Gasto publicidad	134
72. Gastos de Venta Totales Proyectados	134
73. Gastos Financieros	135
74. Resumen de depreciación de activos fijos	136
75. Resumen de egresos proyectados.....	137
76. Resumen de Ingresos y Egresos Proyectados	137
77. Estado de Situación Financiera Presupuestado.....	138
78. Estado de resultados proyectado	139
79. Flujo de caja proyectado	140
80. Costo de oportunidad	141
81. Calculo del VAN.....	143
82. Calculo del TIR.....	144
83. Resumen para el cálculo TIR.....	144
84. Tiempo de recuperación del dinero.....	145
85. Punto de equilibrio.....	146
86. Manual de funciones Gerente	155
87. Manual de funciones Contador	157
88. Horario asignado: 8H00 AM - 17:00 PM	158
89. Manual de funciones Jefe de Producción.....	159
90. Manual de funciones Operarios	161
91. Manual de funciones Vendedor	162
92. Valoración Cualitativa y Cuantitativa.....	179
93. Impacto económico	180
94. Impacto social	181
95. Impacto empresarial.....	182
96. Impacto cultural	183
97. Impacto ambiental.....	184
98. Impacto general.....	185
99. Ficha de observación – TÍA	205
100. Ficha de observación - Gran AKI.....	206

101. Ficha de observación - Santa María206

ÍNDICE DE FIGURAS

1. Actividades Económicas de la Ciudad de Ibarra	37
2. Marcas de Té Embotellado	50
3. Modelo Organizacional de Richard Daft	52
4. Té de Hojas de Guanábana Embotellado	70
5. Preferencia de Marcas	76
6. Preferencia de sabor	77
7. Frecuencia de compra	78
8. Aceptación del producto	79
9. Motivo de Compra	80
10. Lugar de Adquisición.....	81
11. Presentación del Producto.....	83
12. Tamaño del Producto	84
13. Estimación de Precios (250 ML)	85
14. Estimación de Precios (500ML)	85
15. Estimación de Precios (950ML)	86
16. Consumo Mensual (250ML).....	87
17. Consumo Mensual (500 ML).....	88
18. Consumo Mensual (950 ML).....	89
19. Medios de Publicidad.....	90
20. Macro localización del proyecto	108
21. Micro localización	108
22. Diseño de la planta.....	115
23. Flujograma de Bloques	125
24. Organigrama Estructural.....	153
25. Organigrama funcional	154

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

La situación actual referente a la salud de los habitantes de la provincia de Imbabura se ha visto afectada debido al excesivo consumo de bebidas isotónicas, carbonatadas y con altos niveles de edulcorantes, puesto que aquejan a la salud de los consumidores, ya que la cantidad de azúcar que se encuentra en estas bebidas puede superar los niveles recomendados tal y como lo señala la Organización Mundial de la Salud en su reporte del año 2017; además en dicho informe la OMS suma estas bebidas al grupo de responsables de las crecientes enfermedades tales como la obesidad, descalcificación ósea, acidificación del organismo y numerosas patologías más que afectan a gran parte del planeta, y a grado tal, que ha sugerido la adopción de medidas específicas para desestimular su consumo.

Por tal razón, en el presente proyecto se propone elaborar una bebida saludable que contrarreste y prevenga patologías adquiridas por el consumo de bebidas dañinas; realizada a base de hojas de guanábana, las cuales de acuerdo a un estudio in vitro realizado en conjunto por la facultad de farmacia y bioquímica de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y la Universidad Peruana Cayetano Heredia se demostró que poseen un efecto citotóxico sobre distintos tipos de cáncer además, de acuerdo a estudios realizados por la Asociación Americana del Corazón se comprobó sus diversas propiedades curativas y preventivas, contra la diabetes, hipertensión, mala circulación entre otras patologías.

La producción de guanábana contribuye además al desarrollo del sector económico al generar nuevas microempresas promoviendo así, la ampliación de oferta laboral en la provincia de Imbabura.

Capítulo I: El proyecto propone realizar un estudio que permita determinar cuan factible resulta la creación de una microempresa enfocada a la producción y comercialización de té a base de hojas de guanábana, para lo cual se desarrolla el diagnóstico situacional de los lugares de

producción de la planta; además de un análisis acerca del consumo actual de este tipo de bebidas.

Capítulo II: Se realizó una investigación bibliográfica que abarca conceptos de interés que sirven como fundamento teórico y científico en el desarrollo del proyecto; estos se basan en un enfoque económico, financiero, de organización, comercialización, mercado, marketing, técnico y ambiental.

Capítulo III: Se llevó a cabo un estudio de mercado a través de una encuesta aplicada a la población ocupada de la ciudad de Ibarra, con el objetivo de determinar los potenciales consumidores del producto, de igual manera se tomó en cuenta la opinión dada por el Ingeniero Agrónomo Javier Rea en cuanto a la elaboración del té. Además se examinó factores propios del mercado como la oferta, la demanda, los precios y la demanda insatisfecha a la cual está direccionada la investigación.

Capítulo IV: En este capítulo se pretende determinar el tamaño de la microempresa e identificar su macro y microlocalización además de estudiar aspectos relevantes tales como factores estratégicos, obtención de materia prima, maquinaria, sector comercial, capital de trabajo, entre otros que influyen de manera directa en la ejecución del proyecto.

Capítulo V: Se detalla en el presente capítulo los recursos económicos y materiales a comprometer en el estudio de factibilidad, además se analiza cuán viable resulta este, mediante el cálculo de indicadores financieros como: VAN, TIR, costo beneficio y período de recuperación de inversión

Capítulo VI: Este capítulo consiste en determinar aspectos organizacionales, estrategias, estatutos legales y reglamentos internos, los cuales representan lineamientos fundamentales para el correcto funcionamiento de la organización.

Capítulo VII: Se analizará de manera detallada cada uno de los impactos a los que está expuesta la microempresa, para posterior a esto identificar si los mismos son negativos o positivos y la manera en que estos puedan afectar a las operaciones.

INTRODUCCIÓN

Ibarra se encuentra constituida por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca, Priorato; y siete parroquias rurales como son: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas y La Carolina, cuenta con una superficie de 1.163,22 km² y con un total de 139.721 habitantes.

El presente proyecto tiene como propósito identificar cuan factible resulta la creación de una microempresa ubicada en la provincia de Imbabura dedicada a la producción y comercialización de té embotellado a base de hojas de guanábana.

Teniendo en cuenta que el comercio es la actividad que genera mayor crecimiento económico en la provincia, la microempresa aportará con la creación de fuentes de empleo para los habitantes locales y por ende contribuirá a la generación de nuevas alternativas de desarrollo agrícola y agroindustrial, además se busca contribuir al cambio de la matriz productiva al minimizar las importaciones de productos extranjeros, incentivando el consumo de lo propio.

Se vio la oportunidad de adentrarse al mercado con este nuevo producto, debido a la creciente inclinación por parte de los consumidores en cuanto al consumo de bebidas más saludables, ya que en los últimos años se ha experimentado un alto crecimiento de enfermedades, catastróficas y degenerativas, es así que los beneficios del té a base de hojas de guanábana se enfocan en la prevención y curación de dichas enfermedades.

A futuro se espera generar altos índices de rentabilidad en la microempresa, mismos que permitan ampliar el portafolio de productos derivados de la guanábana y generar un mayor crecimiento económico buscando que la empresa pase de ser una unidad microempresarial a una gran empresa reconocida a nivel nacional por brindar productos de calidad enfocadas a la satisfacción del cliente y a su bienestar.

JUSTIFICACIÓN

En los últimos años se ha producido un incremento en la demanda de bebidas naturales a base de plantas medicinales, los consumidores prefieren cada vez lo más natural, una tendencia que va en crecimiento. En las últimas décadas la situación de salud en nuestro país ha cambiado rotundamente, evidenciando un incremento aproximado del 25% en cuanto a enfermedades congénitas y metabólicas, que muchas de las veces nacen o se degeneran debido a la mala alimentación y a la ingesta de bebidas con edulcorantes perjudiciales para la salud tal y como lo señala el Ministerio de Salud Pública en su informe de rendición de cuentas del año 2016.

Debido al aumento considerable de estas patologías, se consideró oportuna la creación del presente proyecto a realizarse en la provincia de Imbabura, el cual es un emprendimiento de interés local y regional y tiene como objetivo incentivar una mayor ingesta de bebidas saludables que incursionen como una alternativa a aquellas bebidas que perjudican la salud de los ciudadanos y de igual manera contribuir al desarrollo de nuevas plazas de trabajo que incrementan la capacidad productiva del sector y por ende dinamicen su economía.

La microempresa aprovechará de la mejor manera la producción de guanábana en la provincia del Carchi y los compuestos de la misma como son sus hojas, buscando generar un ingreso adicional para los productores de la zona a través de estrategias comerciales, minimizando el desperdicio de lo que ellos consideran desecho (hojas de guanábana)

Por todo lo dicho anteriormente el proyecto de producción y comercialización de té a base de hojas de guanábana garantiza una óptima inversión ya que de acuerdo a la investigación realizada se revela el interés y las expectativas en cuanto al consumo de esta bebida por parte de la demanda potencial.

OBJETIVOS DEL TRABAJO DE GRADO

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de té a base de hojas de guanábana.

Objetivos específicos

1. Realizar un estudio diagnóstico situacional del proyecto mediante la investigación del medio que permita conocer más a fondo sobre los aliados, oportunidades y riesgos (AOOR) encontrados en el mercado de Ibarra.
2. Establecer las bases teóricas a través de la investigación de fuentes bibliográficas y linkograficas, que ayuden en la formulación y ejecución correcta del trabajo.
3. Realizar una investigación de mercado el cual va dirigido al producto mediante la aplicación de metodologías de estudio para reconocer los niveles de oferta y demanda precio y producción del mercado.
4. Desarrollar un estudio técnico que permita determinar los recursos a utilizar en el proceso productivo y la comercialización del té y la inversión que requiere el proyecto.
5. Realizar un estudio financiero que permita establecer la evaluación de la inversión, con la finalidad de asegurar rentabilidad a futuro.
6. Elaborar un diseño de estructura organizacional de la microempresa para el desempeño de las actividades acorde al perfil profesional.
7. Determinar la influencia de los impactos que origina el proyecto en el ámbito socioeconómico, comercial, empresarial y ambiental.

ORGANIZACIÓN METODOLÓGICA

El presente proyecto se desarrollará entorno a dos metodologías de investigación, la primera de ellas es la investigación cualitativa debido al enfoque en la recopilación de información a través de herramientas tales como la observación del entorno y las situaciones cotidianas consecuentes del comportamiento humano, mientras que la investigación cuantitativa aportará con valores numéricos de encuestas y entrevistas con respuestas concretas para realizar estudios posteriores y evaluar el comportamiento de las variables; un ejemplo claro de esta es el muestreo estadístico.

Método deductivo

Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquéllas. Cuando el problema está próximo al nivel observacional, el caso más simple, las hipótesis podemos clasificarlas como empíricas, mientras que en los casos más complejos, sistemas teóricos, las hipótesis son de tipo abstracto. (Borja Perez, 2013)

El método descrito anteriormente se enfoca primordialmente en una proposición universal para llegar a lo específico dentro de la investigación para realizar el emprendimiento y resolver de esta manera inquietudes concretas partiendo de una hipótesis o principios y leyes generales

Método inductivo

Según (Cegarra Sanchez, 2014). Este método “consiste en basarse en enunciados circulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías”.

El método inductivo permite trasladarse desde particularidades hacia algo general, es por tal razón que se utilizará dicho método de investigación debido a que se analizará la inferencia de

los resultados de las encuestas realizadas a la muestra de la población: del mercado al que se está enfocando el proyecto de emprendimiento

Método Analítico- Sintético

Los métodos analíticos se marcan unos objetivos concretos que consisten en describir la estructura específica de lo que ocurre en la realidad, frente al descubrimiento de las leyes generales o distribuciones masivas que con tanto ahínco intentan averiguar los promotores de los métodos cuantitativos. Se buscan más los significados atribuidos por los actores particulares en situaciones concretas a los hechos más que la realidad de estos mismos hechos. La tarea que se fijan así mismos estos métodos es la de catar el significado completo de los universales concretos que se da en cada fenómeno social. (Ruiz, 2012)

El método analítico y el método sintético van de la mano, el primero de ellos se enfoca en el análisis de los eventos comprendiendo su funcionamiento y relación, mientras que el otro hace referencia a la síntesis de aquellos eventos, Por ende se concluye que conjuntamente estos métodos conllevan el estudio de los hechos partiendo de la descomposición de cada una de las partes que conforman el objeto de estudio (análisis), para luego realizar una revisión íntegra de dichas partes (síntesis).

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1. Antecedentes

El presente diagnóstico situacional se desarrolla con el propósito de conocer la situación actual del lugar donde se llevará a cabo el proyecto, la Ciudad de Ibarra, también abarca la investigación efectuada a los productores de guanábana de la provincia del Carchi para confirmar la existencia de materia prima y las condiciones en que esta se produce y se cosecha para lo cual se plantearon objetivos, variables e indicadores proyectados en la matriz de relación diagnóstica que proporcionaron información actual y veraz, permitiendo identificar las oportunidades, amenazas, aliados y oponentes del proyecto en su transcurso.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1. General

Realizar un diagnóstico situacional del entorno del proyecto utilizando la matriz diagnóstica Aliados Oponentes Oportunidades y Riesgos (AOOR)

1.2.2. Específicos

Conocer el aspecto geográfico, demográfico y socioeconómico de la ciudad de Ibarra, lugar donde se desarrollará el proyecto.

Analizar la producción de la guanábana en la zona del Carchi

Identificar las formas de comercialización de la guanábana y los lugares de producción.

Conocer las necesidades y oportunidades del talento humano en las zonas de producción y cosecha.

1.3. Variables

Aspecto geográfico, demográfico y socioeconómico

Producción

Comercialización

Talento Humano

1.4. Indicadores

1.4.1. Aspecto geográfico, demográfico y socioeconómico

Población Total

División Política

Actividades Económicas

Población Económicamente Activa

1.4.2. Producción

Proceso Productivo

Manejo de Residuos

Tiempo de crecimiento del cultivo

Productos Sustitutos

Tiempo de Vida del cultivo

1.4.3. Comercialización

Destino de Venta

Alianzas Comerciales

Disponibilidad para Proveer

1.4.4. Talento Humano

Experiencia

Capacitación y Asistencia Técnica

1.5. Matriz de Relación Diagnóstica

Tabla 1

Matriz Relación Diagnóstico

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TÉCNICA	INFORMANTE
Conocer el aspecto geográfico y socioeconómico de la ciudad de Ibarra, lugar donde se desarrollará el proyecto.	Aspecto geográfico, demográfico y socioeconómico	Población Total División Política Actividades Económicas Población económicamente Activa	Secundaria	Bibliográfica	INEC Plan de Ordenamiento Territorial Cantón Ibarra SIISE Dpto. Avalúos y Catastros IMI
Analizar la producción de la guanábana en la zona del Carchi	Producción	Proceso Productivo Manejo de Residuos Tiempo de crecimiento Productos sustitutos Tiempo de vida del cultivo	Primaria	Entrevista	Productor de la Guanábana
Conocer las formas de comercialización de la guanábana y los lugares de producción.	Comercialización	Destino de venta Alianzas Comerciales Disponibilidad para proveer	Primaria	Entrevista	Productor de la Guanábana
Identificar las necesidades y oportunidades del talento humano en las zonas de producción y cosecha.	Talento Humano	Experiencia Capacitación y Asistencia Técnica	Secundaria	Bibliográfica	Ministerio de Agricultura Gandería Acuicultura y Pesca

Fuente: Autoras
Año: 2017

1.6. Mecánica Operativa del Diagnóstico

1.6.1. Diseño de Instrumentos de Investigación

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

Información Primaria: Se la obtuvo de la entrevista realizada a la señora Beatriz Quiroz; propietaria de la Finca Productora de Guanábana, ubicada en la parroquia Jijón y Caamaño en el Cantón Mira, Provincia del Carchi,

Información secundaria: Obtenida principalmente del Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón de Ibarra, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Sistema Integrado de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE), Dirección Nacional de Avalúos y Catastros (DINAC), revistas, etc.

1.7. Análisis de las Variables Diagnósticas

1.7.1. Geográfico, demográfico y Socioeconómico

En el desarrollo de esta variable se pretende describir los aspectos sociales más relevantes de la ciudad de Ibarra, lugar en donde se desenvolverá la microempresa, se utilizó como fuente de consulta, el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, INEC, SIISE.

1. Población total

De acuerdo al censo realizado por el INEC en el año 2010. El cantón Ibarra tiene una población de 181.175 habitantes de los cuales 93.389 corresponden al sexo femenino y 87.786 al sexo masculino, la mayor parte de la población se acumula en las zonas urbanas y del total de esta más de 35.000 son personas extranjeras, o inmigrantes en proceso de legalización, principalmente españoles, portugueses, griegos, argentinos, alemanes, chilenos, uruguayos,

colombianos, peruanos, cubanos, brasileños y británicos; como sucede en la mayoría de las ciudades, imbabureñas, en Ibarra el grupo étnico predominante son los mestizos cuyo porcentaje corresponde al 65% de la población, seguido por los caucásicos (descendientes de europeos y argentinos) con un 22%, posterior a estos se encuentran los castizos (unión de mestizos con blancos) 7%, asiáticos con un 3%, los negros con un 2% y el 1% restante lo constituyen los mulatos, indígenas y otros grupos. El 40% de la población Imbabureña corresponde a personas adultas de entre los 25 y 45 años Más del 35% de la población sobrepasa esta edad y el 25% restante corresponde a menores de 25 años; la tasa de crecimiento poblacional baja dramáticamente, ubicándose en el 2.1% en el año 2001 y pasando al 1.9% en el año 2010.

2. División Política

a) Localización Geográfica

El cantón Ibarra se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, en la sierra norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Sus límites son al norte la provincia del Carchi, al noroeste la provincia de Esmeraldas, al oeste los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este el cantón Pimampiro y al sur la provincia de Pichincha.

El Cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: San Francisco, Caranqui, El Sagrario, La Dolorosa del Priorato Alpachaca y las siete parroquias rurales: Ambuquí, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio; con una superficie total de 1.162,22 km². (Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, 2013)

3. Clima del cantón Ibarra

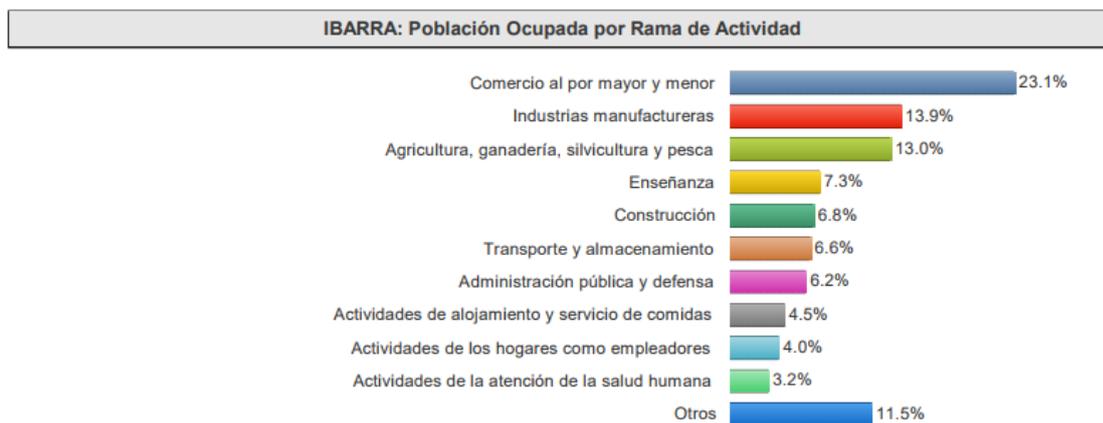
El Cantón de Ibarra posee variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua, hasta el tropical seco del valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y la Carolina. Por la variación de la precipitación a diferentes alturas se presentan

épocas de sequía entre los meses de junio y septiembre, con dos épocas de sequía adicionales en los meses de abril y noviembre. (Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, 2013)

4. Actividades comerciales

Figura 1

Actividades Económicas de la Ciudad de Ibarra



Fuente: INEC, 2010

El comercio al por menor y mayor de productos diversos lidera la actividad económica del cantón y son 3.415 casos que generan el 73,33% de los ingresos registrados en el año 2010; este sector representa el 16% de todas las actividades económicas que se desarrollan en el cantón y que están registradas por el Municipio. En total hay 2.615 establecimientos, que generan USD 109,2 millones en ingresos anuales a la provincia.

Los datos del Censo Económico permiten determinar que Ibarra tiene como actividad principal el comercio de bienes siendo así que los ibarreños se inclinan a la venta de bienes más no a la fabricación de los mismos.

Los pequeños negocios como tiendas de barrio, y locales de venta de artículos engloban la mayoría de negocios a los que se dedican los ibarreños, estos bordean el 23% de un total de 5.682 establecimientos.

Se ha determinado que el comercio no genera tantos empleos debido a que de 1.308 establecimientos existentes, hay apenas 1.964 trabajadores. (Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, 2013)

a) Mercados

Ibarra cuenta con todo tipo de instalaciones para el funcionamiento de mercados y ferias libres, donde se comercializan todo tipo de productos y a donde se da cita la población en forma masiva de preferencia sábado y/o domingo para realizar sus compras que les permitirá cubrir las necesidades básicas de la semana en forma permanente, además se cuenta con mercados mayoristas.

De acuerdo el Clasificador Internacional de Actividades CIU) se encuentran 6.215 actividades total catastro del cantón sin contar con las actividades de los mercados, esto permite observar que en la cabecera parroquial Ibarra se concentra el 92,1% de las actividades económicas (5.721 actividades) y generan el 96,6% de los ingresos totales. (Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos, 2013)

Tabla 2

Mercados en el cantón Ibarra

MERCADOS CANTON IBARRA		
PARROQUIA	Nº PUESTOS -PREDIOS	MERCADO
IBARRA	187	Santo Domingo
	518	Mayorista
	449	La Playa
	2045	Amazonas
	155	La Bahía
LITA	72	Lita
LA CAROLINA	63	Nuevo Amanecer

Fuente: Dpto. Avalúos y Catastros IMI, 2011

El sector terciario supone el 70% de los empleos en la ciudad, la agroindustria y al procesamiento de alimentos como las legumbres, cítricos, viñedos y aceitunas son también crecientes, el sector más próspero es el turismo, su prosperidad se hace también importante

gracias al sector financiero y bancario de Ibarra, el banco pichincha, banco del Guayaquil y más de 40 bancos y cooperativas mantienen sedes importantes en la región.

Tabla 3

Población de Ibarra según grupo de ocupación, por sexo

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

Fuente: INEC

5. Población económicamente activa

Tabla 4

Población Económicamente Activa

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

Fuente: INEC

La población económicamente activa corresponde a las personas de 15 años y más que trabajan o están buscando trabajo. Según INEC, en 2016 la población económicamente activa en Ecuador fue de aproximadamente 8 millones, del total de población económicamente activa estos desempeñan actividades agropecuarias, Industriales y de servicios. Cada uno de estos sectores genera Valor Agregado (PIB) que no es otra cosa que la suma del valor de todos los bienes y servicios finales producidos en la ciudad, en un determinado año.

1.7.2. Talento Humano

Experiencia

La producción de guanábanas en nuestro país es una actividad que empieza a formalizarse con la finalidad de consolidar empresas agroindustriales. Según datos del Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (Iniap) 2016, en el Ecuador se producen cerca de 3 000 toneladas de guanábana fresca anualmente. En la actualidad esta actividad busca ser ampliada, se determinó que cada pequeño agricultor lleva aproximadamente de 5 a 10 años en la producción y cosecha de este fruto; estos la consideran una actividad bastante rentable debido a la estabilidad de precios en el mercado y la inversión mínima en el cultivo del fruto y de igual manera debido a los altos índices de rentabilidad que arroja la producción.

Capacitación y Asistencia Técnica

Uno de los problemas de los productores son las malas prácticas en la siembra debido a la falta de conocimiento de nuevas técnicas de cultivo y cosecha sostenible, por ende es importante que los pequeños productores cuenten con plantas certificadas y reciban capacitaciones por parte de organizaciones manuales de siembra y soporte técnico. Con la finalidad de obtener mayor rentabilidad ya que un cultivo bien manejado, anualmente tiene una proyección de ingresos de USD 60 000, por lo que se considera que si se mejoran las

condiciones de cultivo, el negocio puede ser lucrativo. (Ministerio de Agricultura Gandería Acuacultura y Pesca, 2015)

1.8. Entrevista a la Sra. Beatriz Quiroz propietaria de finca productora de guanábana

El Objetivo de la siguiente entrevista consiste en determinar la forma en que se produce la guanábana, el manejo de sus compuestos (hojas de guanábana) y analizar la posibilidad de una alianza en cuanto a la comercialización de las mismas

Indicador: Proceso Productivo

1- ¿Cuál es el manejo del cultivo desde la siembra hasta la cosecha de la guanábana?

Tratar de buscar una planta mejorada, el manejo consiste en la fumigada desde el primer instante para hongos, fertilización, deshierbada de la planta para que crezca de mejor manera; cuando la planta alcance el metro ochenta se procede a la poda de la misma, la planta carga aproximadamente 10 flores, se procede a polinizar, enfundar para que los bichos no piquen el fruto además de abonar a la planta para que crezca de mejor manera.

Indicador: Manejo de residuos

2- ¿Una vez que realiza la poda cual es el destino de las hojas en las ramas que cortan?

Las hojas vienen a ser desecho no tienen ninguna utilidad posterior a poda

Indicador: Tiempo crecimiento

3- ¿Cuántas podas al año se realiza a la plantación?

Al año se realizan aproximadamente dos podas profundas y posterior a esto se cortan los llamados chupones cada dos o tres meses para que entren focos de luz a la planta y esta pueda cargar de mejor manera.

Indicador: Destino de venta

4- ¿En dónde comercializa su producto?

La comercialización del producto se realiza en todo el cantón de Ibarra

Indicador: Productos sustitutos

5- ¿Comercializa usted algún otro producto derivado de la guanábana?

Por el momento no, únicamente la fruta

Indicador: Beneficios

6- ¿Conoce usted los beneficios de la guanábana? ¿Ah consumido té de guanábana?

Personalmente ¿cuán beneficiosa ha sido para usted?

Sí, he consumido té de guanábana y por experiencia es recomendable para la hipertensión, y también he escuchado que funciona como té curativo para otras enfermedades como el cáncer, diabetes, asma entre otras.

Indicador: Ingresos

7- ¿El cultivo de guanábana es su principal fuente de ingresos?

Por el momento sí es mi única fuente de ingresos.

Tiempo de vida del cultivo

8- ¿Cuál es la edad del cultivo?

La edad del cultivo es de cinco años aproximadamente

Indicador: Costo de Producción

9- ¿Cuál es el costo de producción por hectárea?

No podría afirmar con certeza cuál es el costo ya que nunca se ha llevado una contabilidad de los gastos y de las inversiones realizadas.

Indicador: Vida útil del cultivo

10- ¿Cuál es el tiempo de vida del cultivo?

El tiempo de vida del cultivo se da de acuerdo con el manejo del mismo, pero se puede afirmar que llega hasta los 30 años aproximadamente.

Indicador: Alianza comercial

11- ¿Estaría usted dispuesta a comercializar la hoja de guanábana para su posterior procesamiento industrial?

Si, debido a los beneficios con los que cuenta esta planta, me parece interesante lo que se puede obtener con tan solo las hojas de este fruto.

1.9. Determinación de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos**1.9.1. Aliados**

Crecimiento constante de la población Imbabureña

Señora Beatriz Quiroz propietaria de finca de producción de guanábana de la provincia del Carchi.

Predisposición por parte de la proveedora para la obtención de la materia prima.

Preferencia por parte de la ciudadanía en el consumo de bebidas más saludables.

Cumplimiento de normas sanitarias es decir análisis microbiológicos y de calidad tomando en cuenta la norma INEN 2304:2008 aplicada a bebidas naturales.

1.9.2. Oponentes

La provincia de Imbabura tiene baja representatividad del cultivo de guanábana por lo que conlleva a adquirir esta materia prima de otras provincias como Carchi y Esmeraldas.

1.9.3. Oportunidades

Los cambios de hábitos de los consumidores de bebidas artificiales a bebidas naturales que ayuden a preservar la salud.

Tecnologías existentes en el medio.

Nuevas técnicas sostenibles de cultivo y cosecha para mejorar la productividad.

Existencia de medios alternativos de comunicación para promocionar el nuevo producto.

Demanda de bebidas naturales en el mercado local.

Apoyo por parte del gobierno a las MIPYMES con el establecimiento de políticas como el co-financiamiento adecuado de programas de acceso a activos productivos e incentivos como deducción de impuestos a la renta en función del tamaño de la empresa y que tiendan a mejorar la productividad.

1.9.4. Riesgos

Existe competencia que ofrece productos con similares características

Las entidades financieras no cuentan con facilidades de acceso a créditos para pequeños microempresarios.

1.10. Visita a finca de producción de Guanábana en la provincia del Carchi

El día 15 de Noviembre se realizó una visita a la finca ubicada en la parroquia Jijón y Caamaño en el Cantón Mira, Provincia del Carchi, en la cual se evidenció la existencia de una considerable extensión de árboles de guanábana debido al excelente clima y suelo que presenta esta región.

Se observó también, las constantes podas que se realizan a los cultivos y la gran cantidad de hojas que se desperdician tras la poda. Otro punto adicional es que debido al cuidado orgánico que se realiza integralmente al árbol, se disminuye notablemente la presencia de químicos dañinos para la salud del ser humano.

De esta manera, después de entablar una amena conversación con la Sra. Beatriz Quiroz propietaria de la finca es posible afirmar su buena predisposición en cuanto a una alianza para la venta de las hojas de guanábana consideradas como desecho después de las podas, facilitando de esta manera la elaboración y comercialización del té.

1.11. Determinación de la oportunidad diagnóstica

Una vez realizado el diagnóstico situacional, es posible la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, tomando en cuenta como punto inicial el apoyo que brinda el gobierno Ecuatoriano a los emprendimientos cuyo aporte promueve el cambio de la matriz productiva, facilitando el financiamiento para llevarlos a cabo, de igual manera se dispone de materia prima como factor principal en la elaboración de la nueva bebida que ayude a preservar la salud de sus consumidores conjuntamente con la buena predisposición por parte de los productores de la provincia del Carchi, ya que se realizó una visita previa a las fincas de producción de guanábana del sector y los productores se mostraron a gusto con una posible alianza estratégica para la elaboración del té. Actualmente existe competencia que

oferta productos con similares características, pero posiblemente no tiene la publicidad adecuada para llegar a sus clientes. Bajo este concepto, se plantea la creación de una microempresa de producción y comercialización de té a base de hojas de guanábana en la ciudad de Ibarra, que genere rentabilidad y empleo a nivel local y de igual manera aproveche la producción y reactive el comercio en la zona.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Microempresa

2.1.1. Definición

Según (Magill & Meyer, 2014)

(...)Una “microempresa” es un negocio personal o familiar en el área de comercio, producción, o servicios que emplea menos de 10 personas, el cual es poseído y operado por una persona individual, una familia, o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, cuyo propietario ejerce un criterio independiente sobre productos, mercados y precios y además constituye una importante (si no la más importante) fuente de ingresos para el hogar. (pág. 15)

Se define a la microempresa como un ente contable constituido de manera individual o familiar, con capitalización baja, dedicado a captar ingresos principalmente para sus hogares que opera bajo sus propios riesgos. Cabe recalcar que las microempresas pueden ser el inicio de negocios grandes es por tal razón que el gobierno y la perseverancia de los propietarios debe ser actores indispensables para surgimiento de dichas microempresas y de tal manera dinamizar la economía del país.

2.2. Marco legal

2.2.1. Persona Natural

(S.R.I., 2017)En su sitio web establece que:

Son todas las personas, nacionales o extranjeras, que realizan actividades económicas lícitas. Las personas naturales que realizan alguna actividad económica están obligadas a

inscribirse en el RUC; emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a su actividad económica.

Las personas naturales se clasifican en obligadas a llevar contabilidad y no obligadas a llevar contabilidad. Se encuentran obligadas a llevar contabilidad todas las personas nacionales y extranjeras que realizan actividades económicas y que cumplen con las siguientes condiciones: que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1° de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas.

En estos casos, están obligadas a llevar contabilidad, bajo la responsabilidad y con la firma de un contador legalmente autorizado e inscrito en el Registro Único de Contribuyentes (RUC), por el sistema de partida doble, en idioma castellano y en dólares de los Estados Unidos.

Las personas que no cumplan con lo anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, y demás trabajadores autónomos (sin título profesional y no empresarios), no están obligados a llevar contabilidad, sin embargo, deberán llevar un registro de sus ingresos y egresos.

2.3. Té

2.3.1. Definición

Según (Morales, 2015) *“Infusión elaborada a partir de las hojas jóvenes, secas y limpias de un arbusto perenne ‘Thea’ originario del sureste asiático, que crece en las regiones subtropicales húmedas a las alturas de hasta 2.000 metros”*

El té es una infusión a base de hojas secas, siendo preferido por personas que desean cuidar su salud de manera natural. Esta infusión se puede beber de manera caliente o fría, tradicionalmente fue consumida en China en el año 2800 a.c., por tal buena aceptación los consumidores de té fueron acrecentándose hasta llegar a ser una de las bebidas más tomadas en el mundo

2.4. Hojas de guanábana

En la página web

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2453/1/56T00321.pdf>

Manifiesta: Se trata de un pequeño árbol perenne, perteneciente a la familia de las Annonáceas, caracterizado por presentar una altura cercana a los 6-8 metros hasta 10. Su tronco es recto, de corteza lisa y color grisáceo, ramifica a baja altura siendo el ramaje intenso con ramas delgadas y grisáceas o pardeo grisácea. Su sistema radicular extensivo le permite soportar períodos relativamente largos de sequía, ya que explora y cubre una amplia franja de terreno. En suelos sin ningún obstáculo, las raíces llegan a penetrar más de un metro de profundidad.

Ovadas - oblongas y ocasionalmente elíptico - oblongas , miden de 5 a 15 cm de largo por 2 a 6 cm de ancho, usualmente coto – acuminadas en el ápice y agudas o un poco

redondeadas en la base, de color verde oscuro, brillante en el haz, amarillentas con estructuras semejantes a bolsas en las axilas de los nervios laterales por el envés

2.5. Té embotellado

Según (Caicedo, 2014) *“La mayor parte del té que se consume en el mercado corresponde al té en botella. Debido a que es una bebida ya preparada y además con un fuerte respaldo de marketing, es casi tan popular como las bebidas gaseosas.”*

El consumo de té embotellado ha ganado un amplio mercado a nivel mundial, desde su aparición provocando grandes volúmenes de venta y una gran tendencia entre los consumidores de productos más saludables. Debido a estos motivos muchas empresas dedicadas a la producción de gaseosas o aguas han decidido incursionar en este mercado al incluir dentro de su gama de productos el Té helado. Es así que en el mercado ecuatoriano podemos encontrar también este producto tanto en marcas nacionales como en productos importados.

Figura 2

Marcas de Té Embotellado



Fuente: Google Imágenes
Año: 2018

2.6. Té de hojas de guanábana

2.6.1. Beneficios

Según (García, 2015, pág. 168)

El té de guanábana se utiliza para el catarro, inflamación de las membranas mucosas; se utiliza con muña o menta en infusión.

Antihistamínico y antiespasmódico, en el asma, elimina los ácaros que se producen en los cilios pulmones. Poder sedativo, es excelente para el sistema nervioso al contener litio en cantidades microscópicas suficientes para ejercer su poder sedativo en personas irritables, nerviosas y ansiosas, es anticonvulsivo. Obesidad, al evitar la acumulación de grasa en el organismo hace perder peso paulatinamente. Diurético, colabora con la eliminación de líquidos, líquidos grasos (que forman el colesterol) y ayuda a eliminar el exceso de ácido úrico y calcificación de las nefronas (células renales). Aplicaciones contra el cáncer en cualquiera de sus formas y contra cualquier cáncer.

En la actualidad se han comprobado científicamente los diversos beneficios que presentan la guanábana y sus componentes, es así que la infusión de esta fruta es reconocida por sus propiedades curativas y preventivas contra enfermedades y patologías comunes que afectan a la sociedad actual, también es utilizado como un tratamiento ideal para adelgazar al poseer sustancias diuréticas y depuradoras.

2.7. Estructura Organizacional

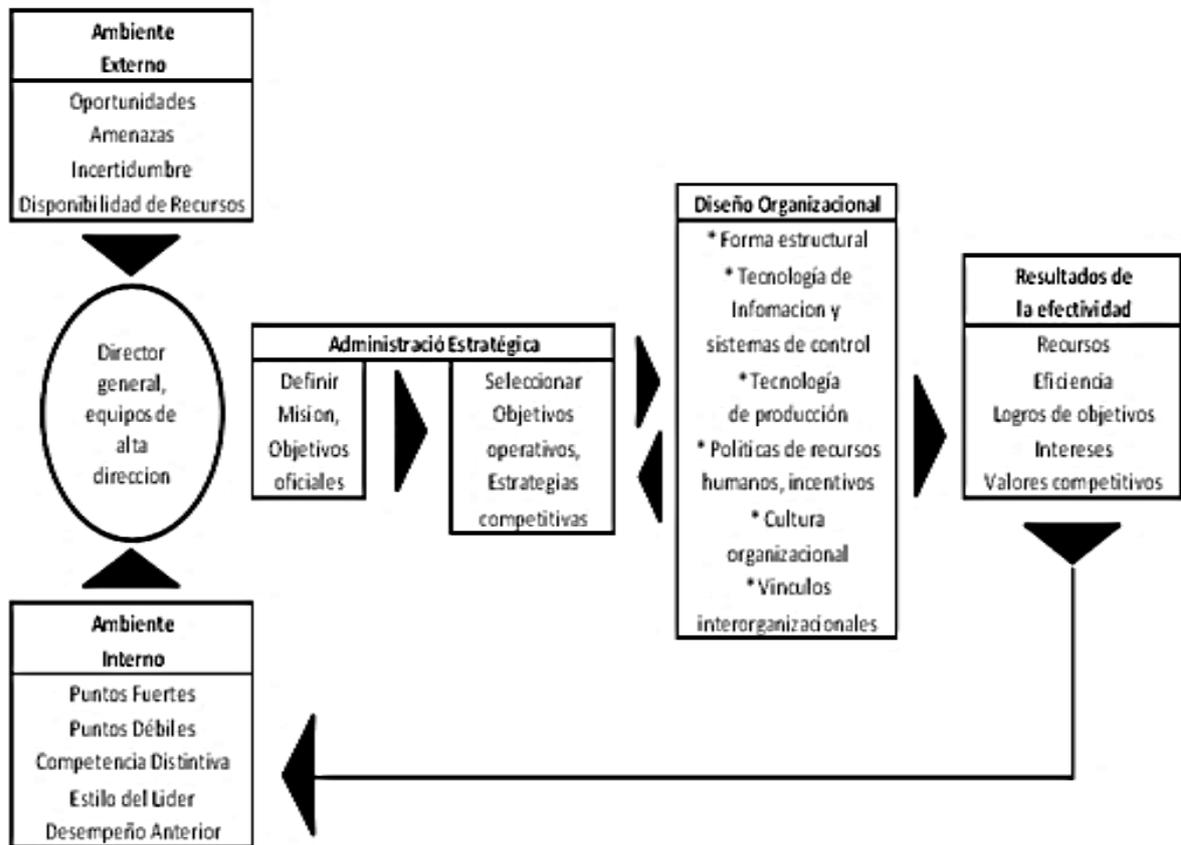
2.7.1. Definición

Según (Daft, 2014) *“el Diseño Organizacional refleja la forma en que se implementan las metas y estrategias en la organización. Este diseño implica la administración y planificación estratégica que se pretende llevar a cabo para su ejecución y consolidación de las organizaciones”*. (pág., 56).

La estructura organizacional abarca diferentes aspectos relacionados con la puesta en marcha de la microempresa tales como implementación de infraestructura, puestos de trabajo, funciones, toma de decisiones, entre otros; por ende, juega un papel fundamental en la creación de una microempresa.

Figura 3

Modelo Organizacional de Richard Daft



Fuente: Modelo de diseño organizacional
Elaborado por: Richard Daft (2014)

2.7.2. Elementos del diseño organizacional

1. La Administración

Según (Hernández, 2014). *“La administración de las organizaciones es el proceso de llevar a cabo eficientemente las actividades de planificación, organización dirección y control, mediante las personas, para conseguir un objetivo determinado”*. Pág. 30

La administración resulta esencial en el proceso de llevar a cabo las actividades operacionales de una empresa en la cual se inmiscuyen en conjunto los recursos humanos tecnológicos financieros y materiales para concretar de manera sistemática un objetivo en común.

2. Planificación Estratégica

La planeación estratégica es el proceso administrativo de desarrollar y mantener una relación viable entre los objetivos recursos de la organización y las cambiantes oportunidades del mercado. El objetivo de la planeación estratégicas modelar y remodelar los negocios y productos de la empresa, de manera que se combinen para producir un desarrollo y utilidades satisfactorios. (Cegarra Sanchez, 2014)pág. 13

La planificación estratégica es un proceso sistemático en el cual se establecen las directrices y estrategias a llevar a cabo para el cumplimiento de las operaciones en la organización, mediante el uso adecuado de los recursos disponibles.

3. Niveles administrativos

Según el autor (BENJAMIN & FINCOWSKY, 2014) Pag.34. Presenta los niveles administrativos que se desarrollan en la microempresa.

- *Nivel Directivo: Comprende los empleados a los cuales corresponden funciones de dirección general, de formulación de políticas institucionales y de adopción de planes, programas y proyectos.*
- *Nivel Asesor: Agrupa a los empleados cuyas funciones consiste en asistir, aconsejar y asesorar directamente a los empleados públicos del nivel directivo.*
- *Nivel Ejecutivo: Comprende los empleados cuyas funciones consiste en la dirección, coordinación, supervisión y control de las unidades o áreas internas encargadas de ejecutar y desarrollar las políticas.*
- *Nivel Administrativo: Agrupa a los empleados cuyas funciones implica el ejercicio de actividades de orden administrativo, complementarias de las tareas propias de los niveles superiores.*

- *Nivel Operativo: El nivel operativo comprende los empleados con funciones que implican el ejercicio de labores que se caracterizan por el predominio de actividades manuales o tareas de simple ejecución.*

En una empresa que cuente con un buen sistema jerárquico la toma de decisiones más importantes radica en el jefe de la organización. A partir de ahí, según la responsabilidad que tenga cada uno, ha de tomar decisiones acordes a su nivel dentro de la empresa. Esta estructura descende hasta llegar al nivel básico en el que se encuentran los empleados que también son capaces de tener iniciativas en su puesto pero siempre contando con la opinión de sus superiores

4. Misión

La misión es el quehacer de la organización, lo que se propone la organización. Es su razón de ser. Es el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía a las actividades de la empresa. La misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo. La descripción deberá incluir una amplia identificación del negocio al que la compañía se dedica, sus principales productos o líneas de producción y sus mercados y canales de distribución. (Palacios Acero I. C., 2013) pág. 16

La misión representa el propósito o la razón de ser de una organización en el mercado enfocada en lo que se pretende hacer, permite orientar las decisiones de los miembros de la empresa a través de la formulación de estrategias y objetivos en conjunto.

5. Visión

Es la imagen ideal de la empresa que algunos definen como la exclusión mental de lo conocido a lo desconocido, creando un futuro con base en las esperanzas, los sueños, los peligros y las oportunidades que se suponen se presentaran; en realidad, es una manera de ver las cosas percibiendo en forma simultanea los problemas y soluciones. (Garcia, 2013) pág. 13

La visión representa de forma clara los objetivos que desea alcanzar la microempresa a largo plazo haciendo uso de los recursos a su disposición enfocándose en el mercado que se encuentra en constantes cambios

2.8. Estados financieros

Es el conjunto de instrumentos contables de medición financiera (balance general, estado de resultados, origen y aplicación de los recursos, etc.) que muestra la síntesis o resumen de las transacciones económicas de una entidad a una fecha o por periodos establecidos (anuales, semestrales, mensuales, etc.), de acuerdo con diferentes objetivos de análisis y requisitos legales. (Hernández y Rodríguez, 2014) pag.323

El objetivo fundamental de la contabilidad en una empresa es suministrar información de interés sobre la misma a un amplio conjunto de posibles usuarios o destinatarios de dicha información. Para cumplir con esta finalidad, el sistema contable genera documentos conocidos como estados financieros o estados contables. Estos documentos se elaboran conforme a reglas predefinidas, proporcionando información sobre la situación económico-financiera de una empresa y sobre los distintos flujos que han modificado dicha información

Además de proyectar información en cuanto a la disponibilidad de efectivo en la empresa y la ética en las operaciones, los estados financieros proporcionan un punto de partida para la toma de decisiones a futuro.

2.8.1. Clases de Estados Financieros

Estado de Situación Financiera

Documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa en un momento del tiempo. Consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. La legislación exige que este documento sea imagen fiel del estado patrimonial de la empresa. (KOONTZ, 2014)pág. 6

El estado de situación financiera es un documento contable que refleja la situación económica de la microempresa a través de los activos, pasivos y el patrimonio con el que cuenta la misma, resulta importante tanto para accionistas, directivos y partes externas a la empresa

Estado de resultados

Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General. (Moreno, 2015)pág. 8

El estado de resultados es un reporte financiero que proyecta las ganancias y pérdidas en un periodo determinado, muestra detalladamente los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y el beneficio o la pérdida generada por la microempresa, facilitando así, la toma de decisiones a la gerencia

2.9. Contabilidad de costos

2.9.1. Definición

La Contabilidad de Costos es un sistema de información que clasifica, asigna, acumula y controla los costos de actividades, procesos y productos, para facilitar la toma de decisiones, la planeación y el control administrativo; es aquel procedimiento contable diseñado para calcular lo que cuesta producir manufacturar algo, o lo que cuesta elaborar una unidad de producción disponible para la venta. (Pastrana, 2013)

La contabilidad de costos es un sistema de información con enfoque gerencial que proporciona información básica en cuanto a la planeación, control y costeo de los productos y servicios de una empresa.

Costo

Se denomina costo a todos los desembolso relacionados con la producción, puesto que se incorporan en los bienes producidos y quedan por lo tanto capitalizados en los inventarios hasta tanto se vendan los productos. Estos desembolsos están relacionados con Materiales Directos (MD), Mano de Obra Directa (MOD) y Costos Indirectos de Fabricación (CIF) necesarios para convertir la materia prima en productos terminados con la integración del elemento humano (Trabajadores) y el elemento técnico (las maquinas). También podemos afirmar que costos es aquel desembolso en se incurre directa o indirectamente en la adquisición de un bien en su producción. (Pastrana, 2013)

El costo es el desembolso de dinero que la empresa hace con la finalidad de producir un bien o comercializar un producto o prestar un servicio, Este costo incide en el precio de venta al consumidor final, ya que el precio es igual a la suma del costo más la ganancia para el productor.

Gasto

(Hernández y Rodríguez, 2014) Explica que: “Salida de efectivo efectuada en un periodo determinado para la operación de un negocio.” (p.329). El gasto representa aquellas salidas de dinero para la contraprestación real del exterior que permiten el adecuado funcionamiento de la microempresa. Estos gastos afectan directamente a la generación de utilidad o rentabilidad.

El gasto es el desembolso de una cantidad de dinero, ya sea en efectivo o por otro medio de pago, y lleva vinculada una contraprestación. Estos afectan directamente a la utilidad de la microempresa.

2.9.2. Costos de producción

(Calleja Bernal, 2013) Establece “Los costos de producción están asociados con la fabricación de bienes o la provisión de servicios .Los costos de producción pueden clasificarse en materiales directos, mano de obra, directa y gastos indirectos.”, (Pág. 12).

Los costos de producción representan el valor de los insumos en que incurre la empresa para la transformación de materia prima en productos terminados y/o servicios.

2.10. Materia prima

Las materias primas representan los materiales que, una vez sometidos a un proceso de transformación, se convierten en productos terminados. Para fabricar un producto se suele hacer uso de una amplia gama de materias primas. La materia prima se suele clasificar en materia prima directa e indirecta. (Valencia, 2016) pág. 14

La materia prima es el conjunto de materiales intervenidas en un proceso de transformación que conduce a la elaboración de un producto terminado y/o semi terminado listo para su comercialización y consumo.

2.10.1. Materia prima directa

La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se pueden asociar fácilmente con él. Por ejemplo, la madera que se emplea en la fabricación de una mesa de comedor hace parte del producto y su costo puede clasificarse como costo de material directo. El costo del material directo incluye normalmente el transporte, fletes y acarreos. (Valencia, 2016) pág. 14

La materia prima directa la conforman aquellos elementos principales que conforman el producto una vez terminado su proceso de fabricación y son fácilmente identificables.

2.10.2. Materia prima indirecta

Por materia prima indirecta se entiende aquellos materiales que integran físicamente el producto perdiendo su identidad, o que por efectos de materialidad se toman como indirectos. El pegante que se usa en la fabricación de la mesa hace parte del producto, pero su costo puede no ser tan fácilmente medido como costo de una unidad procesada, o su costo por unidad puede ser bastante insignificante para ser medido como costo de material directo. (Valencia, 2016) pág. 14.

La materia prima indirecta son aquellos materiales que no se pueden identificar o cuantificar plenamente con los productos terminados, si bien estos forman parte del producto final, no lo hacen de manera directa.

2.10.3. Mano de Obra

Según (Valencia, 2016) “El segundo elemento del costo de producción es la mano de obra. La mano de obra representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. La mano de obra, así como la materia prima, se clasifica en mano de obra directa e indirecta”. Pág. 14

En todo proceso de transformación, resulta indispensable el contar con personal que lleve a cabo las actividades productivas en la empresa y tenga la capacidad de poner sus conocimientos al servicio de la elaboración de un bien o prestación de un servicio a cambio de una remuneración que le permita satisfacer sus necesidades y las de su familia.

2.10.4. Mano de obra directa

La mano de obra directa constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual u operando una máquina. El costo del esfuerzo laboral que desarrollan los trabajadores sobre la materia prima para convertirla en producto terminado constituye el costo de la mano de obra directa. El salario y las prestaciones sociales que devenga, por ejemplo, el trabajador que corta la madera o arma la mesa se maneja como costo de mano de obra directa. (Valencia, 2016)

La mano de obra directa es aquella implicada en las áreas que tienen relación directa con la producción o prestación de servicios, por lo tanto resulta fundamental en el proceso de transformación.

2.10.5. Mano de obra indirecta

La parte del costo de la mano de obra que no se puede razonablemente asociar con el producto terminado o que no participa estrechamente en la conversión de los materiales en producto terminado se clasifica como mano de obra indirecta. Los salarios y prestaciones sociales que

devengan, por ejemplo, los trabajadores que desarrollan actividades de vigilancia y mantenimiento constituyen costo de mano de obra indirecta. (Valencia, 2016) pág. 14.

La mano de obra indirecta es aquella que no se encuentra en contacto directo con el proceso de transformación de un producto en el área productiva pero tiene relación con el mismo ya que de una u otra manera influye en que se lleve a cabo su proceso de fabricación.

2.10.6. Gastos generales de fabricación

Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación de los productos, con la excepción de la materia prima directa y la mano de obra directa. En este elemento se incluyen los materiales indirectos, la mano de obra indirecta y los sacrificios de valor que surgen por la utilización de la capacidad instalada, llamados costos generales de fabricación. Ejemplos de costos generales de fabricación son: suministros, servicios públicos, impuesto predial, seguros, depreciaciones, mantenimiento y todos aquellos costos relacionados con la operación de manufactura. (Valencia, 2016) pág. 15.

Estos gastos son desembolsos necesarios para la fabricación del producto, son diferentes a la materia prima y la mano de obra directa, y son indispensables en la elaboración de un producto.

2.11. Marketing

2.11.1. Plan de marketing

El plan de marketing es una herramienta que permite a una organización hacer un análisis de su situación actual para conocer con certeza sus principales debilidades y fortalezas, al igual que las oportunidades y amenazas del entorno. Gracias a esto la organización puede aclarar el pensamiento estratégico y definir prioridades en la asignación de recursos. El plan de marketing ayuda a la empresa a generar una disciplina en torno a la cultura de planear y supervisar las actividades de marketing de manera formal, sistemática y permanente. (Hoyos, 2013) pág. 3

El Plan de Marketing es un instrumento que ayuda a definir los objetivos comerciales que se pretenden alcanzar en un periodo de tiempo determinado a través de

estrategias y metodologías, para su elaboración se requiere un estudio y análisis previo del entorno en que se desenvuelve la empresa y de los factores que tienen influencia directa en el modelo de negocio

2.11.2. Investigación de mercados

(Prieto Herrera, 2013) Argumenta *“El comienzo de una investigación de mercados es conocer cómo se encuentra la organización y hacia dónde quiere llegar. Para eso se necesita hacer una evaluación de los objetivos de corto, mediano y largo plazo”* (p. 72).

La investigación de mercados es una herramienta útil que permite a la empresa obtener información necesaria referente a los mercados en que pretende incursar, esta permite establecer objetivos, políticas y estrategias adecuadas a los intereses empresariales, facilitando así, la toma de decisiones en cuanto al marketing estratégico y operacional.

2.11.3. El Mercado

El mercado es un espacio donde confluye la oferta y la demanda, interactúan proveedores e intermediarios con necesidades y con capacidades de compra. Para que un mercado sea una realidad, deben existir personas naturales o jurídicas con necesidades y deseos, pero al mismo tiempo deben existir productos y/o servicios que satisfagan totalmente esas necesidades. (Prieto Herrera, 2013) p.73

El mercado es el lugar en donde se desarrollan relaciones comerciales entre un comprador y un vendedor a través del intercambio de bienes y servicios en donde el precio es fijado en función a la oferta y demanda de aquellos productos.

Oferta

(NÚÑEZ, 2014) Manifiesta: *“La oferta es la cantidad de productos o servicios que un cierto número de empresas o productores están dispuestos a llevar al mercado por un precio determinado”*. Pág. 50.

En todo sistema económico, la oferta resulta importante en la determinación del precio ya que la interacción que esta tiene con la demanda posee relación directa en la cuantificación y valoración de los productos y servicios; el aumento o disminución de la oferta depende de factores tales como los costos de fabricación, avances tecnológicos, etc. con que se cuenta en el proceso productivo.

Demanda

(KOTLER, 2015) Manifiesta *“La demanda del mercado para un producto es el volumen total que adquirirá un grupo de clientes definido, en un área geográfica establecida, dentro de un periodo definido, en un ambiente de mercado específico”*. Pág. 217

La demanda que el consumidor tiene de un determinado producto o servicio se ve influenciada por diversos factores tales como preferencias, hábitos, capacidad económica, entre otros, mismos que determina la cantidad de producto demandado. La demanda es inversamente proporcional al precio, es decir si los precios del producto o servicio incrementan, se reducirá la cantidad demandada.

Competencia

La competencia constituye un grupo de organizadores que interactúan en el medio con la organización materia de estudio; por su estructura u objeto tienen funciones y propósitos similares, por lo que sus experiencias constituyen un factor decisivo para lograr resultados. La competencia es un factor fundamental que se debe analizar, en cualquier proyecto o empresa

que se desee implementar en una determinada zona de influencia. (BENJAMIN & FINCOWSKY, 2014) (p.140)

La competencia en el mercado se refiere al número de empresas dedicadas a ofertar productos similares a los de la empresa, con los cuales buscan maximizar sus beneficios, por lo tanto al incursionar con un proyecto en una determinada zona en el mercado es importante analizar este factor

2.11.4. Segmentación de Mercado

Una vez identificado el entorno del negocio, el paso siguiente es aislar en el mercado áreas homogéneas, es decir, segmentos de mercado en los cuales la empresa de bienes y servicios debe actuar. La importancia de la segmentación del mercado nace de las necesidades específicas de los consumidores y/o usuarios, que deberán ser atendidos por medio de un compuesto de mercadeo adecuado, para satisfacer esas necesidades. El objetivo de definir y segmentar el mercado no es sólo el de conocer y analizar mejor el negocio, sino optimizar las ventajas competitivas. (Jany, 2015) pág. 56

La segmentación de mercado divide al mercado en grupos de clientes con características semejantes con la finalidad de ofrecer un producto a las condiciones y necesidades de cada uno de ellos, enfocando adecuadamente las estrategias de marketing y optimizando de manera eficaz los recursos que se tiene a disposición; para segmentar el mercado se toma a consideración diferentes variables agrupadas en aspectos geográficos, demográficos, psicológicos y de conducta.

2.12. Presupuestos

2.12.1. Definición

De acuerdo a (Toro, 2016) Una definición más formal de un presupuesto podría ser esta: “Es la expresión cuantitativa de un plan de acción propuesto por la administración de una empresa para un determinado periodo de tiempo”. Cubre los aspectos financieros y no financieros de este

plan, pudiendo mencionar entre los de tipo financiero los ingresos esperados, el flujo de caja y los estados financieros. Pág. 128

Un presupuesto es un plan de acción proyectado al futuro cuyo objetivo es cumplir una meta preestablecida, haciendo un uso óptimo de los recursos, los presupuestos se consideran una herramienta de planificación y forman parte de la administración de finanzas de todo grupo económico que pretende evaluar las áreas de desempeño empresarial.

2.13. Indicadores de evaluación financiera

2.13.1. Valor Actual Neto

(Sapag, 2013) Manifiesta

Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y de restar la inversión total expresada en el momento 0. (p. 300).

Para calcular el valor actual neto se debe llevar a valor actual todos los flujos de caja futuros, originados por una inversión. El cálculo de este indicador permitirá a la empresa determinar si se recupera la inversión inicial en el tiempo de los flujos proyectados. Si el resultado del VAN es mayor a cero es factible poner en marcha el proyecto, caso contrario si el VAN es menor a cero el proyecto debería posponerse o no implementarse debido a que no se cumplen con las expectativas de los inversionistas.

2.13.2. Tasa Interna de Retorno

(DÍAZ, 2014) Afirma: *“Es la tasa de descuento que iguala el valor de los desembolsos previstos (inversiones) con el valor de los flujos de tesorería esperados, ambos actualizados.”*
Pág. 174.

La tasa interna de retorno busca hacer que el VAN de un proyecto sea igual a cero. La TIR permite comparar la tasa mínima de rendimiento requerida para un proyecto de inversión específico. Para determinar si el proyecto es factible o no se hace una evaluación entre la TIR y la tasa de descuento, es decir que si la TIR es mayor a la tasa de descuento, el proyecto se acepta ya que se espera un rendimiento mayor al mínimo requerido, por lo contrario si la TIR es menor a la tasa de descuento el proyecto se debe rechazar.

2.13.3. Costo Beneficio

De acuerdo a (Sapag, 2013) “Compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costos es igual a 1. Si el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1”. (p. 307)

El análisis Costo beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los ingresos y egresos de un proyecto de inversión con la finalidad de evaluar su rentabilidad, su resultado se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos entre el Valor Actual de los Costos de inversión de un proyecto.

2.13.4. Periodo de Recuperación de la Inversión

Según los autores SAPAG, CH. Nassir y SAPAG, CH. Reinaldo. (2014). Manifiestan: *“Ayuda a determinar el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa”*. Pág. 329.

El periodo de recuperación de la inversión de un proyecto permite medir el periodo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su inversión inicial, si el periodo de recuperación es menor al periodo de proyección de los flujos de caja, el proyecto es factible y si dicho periodo es mayor el proyecto se rechaza.

2.14. Punto de Equilibrio

2.14.1. Definición

(NÚÑEZ, 2014) Manifiesta: *“El punto de equilibrio es una herramienta usada en el estudio económico para determinar el punto a partir del cual la empresa comienza a tener ganancias, considerando sus funciones de costo total y de ingreso total”*. Pág. 85.

El punto de equilibrio es una herramienta que permite medir la solvencia y el nivel de rentabilidad de un negocio ya que permite determinar el monto de ventas necesarias que cubra los costos totales, estableciendo así un punto de equilibrio en la empresa.

Si una empresa genera mayores ventas la utilidad será positiva, pero si las ventas son por debajo del punto de equilibrio la utilidad es negativa.

2.15. Índices Económicos

2.15.1. Definición

En la página web (La Economía) se menciona “Los indicadores económicos son una serie de datos que se representan en valores estadísticos con el objeto de indicarnos como se encuentra la economía de un país; los indicadores económicos en sí reflejan el comportamiento de las principales variables económicas. Se calculan cada determinado tiempo (diario, quincenal, mensual, trimestral, etc.) con la finalidad de que se puedan hacer comparaciones y así determinar si la situación está mejorando o empeorando”.

Los indicadores económicos son valores estadísticos que permiten analizar el comportamiento de la economía de un país a través de índices, tasas de interés, producto interno bruto (PIB), entre otros.

2.15.2. Inflación

En la página (El mundo Economía y Negocios) se argumenta “La inflación, en economía, es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios con relación a una moneda sostenido durante un período de tiempo determinado. Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar menos bienes y servicios. Es decir que la inflación refleja la disminución del poder adquisitivo de la moneda: una pérdida del valor real del medio interno de intercambio y unidad de medida de una economía”.

Este índice económico muestra la capacidad adquisitiva de una persona basados en los precios de los bienes y servicios que se ofertan en el mercado, de esta manera si la inflación sube o es alta la capacidad adquisitiva de una persona para comprar un bien o servicio se reduce, reflejando la pérdida real del valor del dinero o de la moneda a través del tiempo. Este índice económico resulta esencial a la hora de tomar decisiones en cuanto a inversión de dinero tomando en cuenta que la tasa de interés que se ofrezca siempre debe ser superior a la de la inflación para evitar la pérdida del valor del dinero en el tiempo

2.15.3. Producto Interno Bruto (PIB)

En la página (La Economía, 2015) Paulo Nunes argumenta “PIB - Producto Interno Bruto es el valor del output (producción) final de todos los bienes (productos y servicios) producidos internamente en una economía durante un determinado período de tiempo (generalmente un año). El término “interno” describe el movimiento como uno que da cuenta de los productos elaborados por los residentes y no residentes en la economía cuando no hay registros de la asignación de los activos internos y externos. El término “bruto” significa que el importe de la depreciación (o “desgaste”) de capital (instalaciones, equipos, etc.) que se utiliza en la producción no se deducen del valor de la producción final”.

EL PIB es un indicador que permite medir el incremento o disminución en la producción de bienes y servicios de las empresas; es así que el PIB refleja la riqueza de un país, por lo tanto si una nación busca obtener un mayor crecimiento del PIB también es importante

que esta enfoque sus esfuerzos en la mejora de las condiciones económicas para el incremento en la inversión empresarial local

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Presentación

El presente capítulo tiene como finalidad determinar la factibilidad en el mercado en cuanto a la producción de té a base de hojas de guanábana en la ciudad de Ibarra, por dicha razón se procedió a realizar una investigación con el objetivo de cuantificar y cualificar las variables a evaluarse en el estudio de mercado utilizando como fuente información primaria recopilada por medio de encuestas aplicadas a la ciudadanía y de igual manera a los productores y comerciantes de guanábana, a través de esta investigación se logró definir los beneficios del producto, la existencia o no de productos sustitutos, características del mercado meta, precios y estrategias de mercado a aplicar.

Una vez concluido el estudio de mercado, se pudo visualizar que la preferencia por el consumo de té embotellado se encuentra en constante crecimiento ya que hoy en día las personas se inclinan hacia el consumo de bebidas más naturales y con mayores beneficios para la salud, motivo por el cual se puede evidenciar la aceptación por parte de la demanda para la creación de una microempresa productora y comercializadora de té a base de hojas de guanábana en la ciudad de Ibarra.

Figura 4**Té de Hojas de Guanábana Embotellado**

Fuente: Autoras
Año: 2018

3.2. Objetivos del estudio de mercado**3.2.1. Objetivo General**

Desarrollar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda, producción y comercialización de bebidas a base de la hoja de guanábana existente en el mercado, mediante la investigación efectuada en la Ciudad de Ibarra.

3.2.2. Objetivos Específicos

Identificar la demanda de bebidas a base de hojas de guanábana en el mercado para cuantificar su consumo.

Conocer la oferta de bebidas a base de hojas de guanábana en la ciudad de Ibarra

Determinar la producción de bebidas a base de hojas de guanábana y su empaque y comercialización en la ciudad de Ibarra.

Desarrollar estrategias comerciales para la venta del producto en el mercado.

3.3. Variables

Demanda

Oferta

Producción

Estrategias de Comercialización

3.4. Indicadores

3.4.1. Demanda

Gustos y preferencias

Frecuencia de compra

Medios de Adquisición

Aceptación del producto

3.4.2. Oferta

Tipos de té embotellado

Precios del producto

Comercialización

Medios de Comunicación

3.4.3. Producción

Proceso productivo

Maquinaria y Equipo

Registros Sanitarios

Materia prima lugar

3.4.4. Estrategias Comerciales

Beneficios del producto

Precio de compra

Presentación

Lugar de venta

Canales de publicidad

3.5. Matriz de Relación Estudio de Mercado

Tabla 5

Matriz de Estudio de Mercado

VARIABLE	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	POBLACION A INVESTIGAR
Demanda	Gustos y preferencias	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa
	Frecuencia de compra	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa
	Medios de Adquisición	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa
	Aceptación del producto	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa
Oferta	Tipos de té embotellado	Secundaria	Bibliografía	
	Precios del producto	Primaria	Ficha de Observación	Distribuidores locales
	Comercialización	Primaria	Ficha de Observación	Distribuidores locales
	Medios de Comunicación	Primaria	Ficha de Observación	Distribuidores locales
Producción	Proceso productivo	Primaria	Entrevista	Ingeniero Agrónomo
	Maquinaria y Equipo	Primaria	Entrevista	Ingeniero Agrónomo
	Registros Sanitario	Primaria	Entrevista	Ingeniero Agrónomo
Estrategias comerciales	Beneficios del producto	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa
	Precio de compra	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa
	Presentación	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa
	Lugar de venta	Primaria	Encuesta	Población Económicamente Activa

Fuente: Autoras
Año: 2018

3.6. Población y muestra

La población objeto de investigación para la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de té a base de hojas de guanábana, corresponde al total de habitantes de la zona urbana de la Ciudad de Ibarra pertenecientes a la población económicamente activa. Para determinar el tamaño de la muestra se obtuvo datos estadísticos como el número de habitantes del cantón Ibarra, la tasa de crecimiento población y la PEA según datos recopilados del censo de población y vivienda 2010_INEC.

Tabla 6

Población Cantón Ibarra

Sector	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Urbano	131.856	134.519	137.237	140.009	142.837	145.722	148.666	151.669
Rural	49.319	50.315	51.332	52.369	53.426	54.506	55.607	56.730
Total	181.175	184.835	188.568	192.377	196.264	200.228	204.273	208.399

Fuente: Autoras
Año: 2017

La Población económicamente activa de la ciudad de Ibarra, integra un total de 73.598 habitantes en el año 2017, esta información se obtuvo mediante datos recopilados en el censo de población y vivienda y para su proyección se utilizó la tasa de crecimiento poblacional correspondiente al 2,02%

Tabla 7

PEA_Ibarra

Sector	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Urbano	63.984	65.276	66.595	67.940	69.313	70.713	72.141	73.598

Fuente: Autoras
Año: 2018

3.7. Identificación de la muestra

Para la muestra en base al cuadro presentado anteriormente, se tomará en cuenta el total de personas de la zona urbana de la ciudad de Ibarra pertenecientes a la PEA del año 2017, es

decir aquellas personas con ocupación y capacidad adquisitiva, este segmento comprende a las personas con rango de edad de 15 años en adelante, designados como posibles consumidores del té a base de hojas de guanábana.

3.7.1. Tamaño de la muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra de la población, se utilizó la siguiente fórmula.

Dónde:

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

n= número de encuestas a levantar.

N= población a investigar.

Z= nivel de confianza, sugerencia trabajar al 95% (1,96).

δ^2 =Varianza

e= error, se sugiere 5%, error y confianza deben cuadrar

(N-1)= correcciones para mayores de treinta

Aplicando valores se obtiene:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)^2(73.598)}{(0,05)^2(73.598 - 1) + (1,96)^2(0,5)^2}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,25)(73.598)}{(0,0025)(73.597) + (3,8416)(0,062500)}$$

$$n = \frac{70.683,52}{(183,99) + (0,240100)}$$

$$n = \frac{70.683,52}{176,70}$$

$$n = 383,66$$

$$n = 384$$

3.8. Tabulación y análisis de la información

3.8.1. Encuesta aplicada a la población ocupada de la ciudad de Ibarra

Objetivo: Conocer los gustos y las preferencias de la ciudadanía de Ibarra, con el fin de determinar la demanda potencial del Té de Hojas de Guanábana.

Indicador: Gustos y preferencias

1. ¿Cuál de las siguientes marcas de Té embotellado consume?

Tabla 8

Preferencia de marca

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NESTEA	154	40%
FUZE TEA	132	34%
ICE TEA	45	12 %
INLYNE	14	4%
NINGUNO	39	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Figura 5

Preferencia de Marcas



Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Análisis:

La mayoría de personas tienen una mayor atracción por el té embotellado Fuze tea seguido de Nestea y a continuación también se presenta un porcentaje el cual refleja que las personas no toman té embotellado y una pequeñísima parte de la población investigada consume Ice Tea e Inlyne . Por lo cual se puede establecer que las marcas más representativas en Ecuador en cuanto a tés embotellados se refieren son las dos bebidas de las compañías Coca-Cola y Nestlé respectivamente.

Indicador: Gustos y preferencias

2. ¿De qué sabor consume mayoritariamente su Té embotellado

Tabla 9

Preferencia de sabor

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TE VERDE	178	46%
TE NEGRO	88	23%
TE DE DURAZNO	48	13%
TE DE TORONJA	14	4%
TE DE MORA	15	4%
NINGUNO	41	11%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Figura 6

Preferencia de sabor



Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Análisis:

En cuanto a la elección del sabor que prefiere la población investigada se determinó que independientemente de la marca, los sabores que más consumen es el Té Verde y el Té Negro, observando una pequeña diferencia que favorece a este último mencionado.

Indicador: Frecuencia de consumo

3. ¿Cuántas unidades mensuales consume usted de té embotellado?

Tabla 10

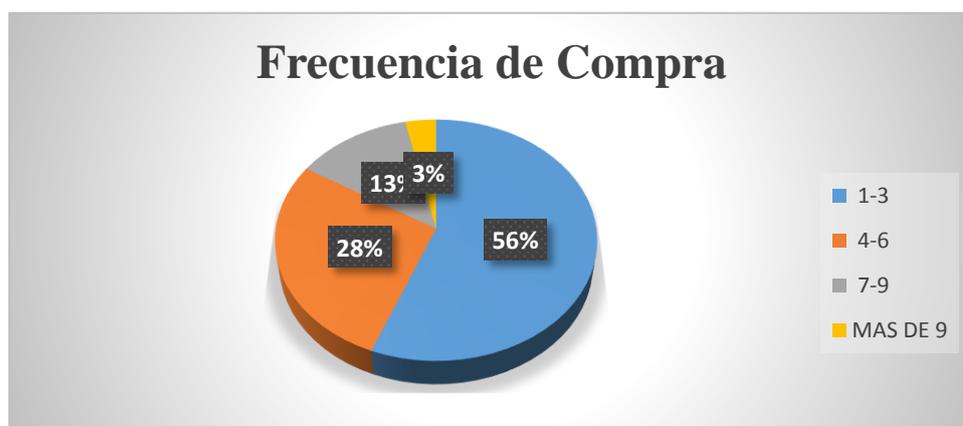
Frecuencia de compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-3	215	56%
4-6	107	28%
7-9	49	13%
MAS DE 9	13	3%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Figura 7

Frecuencia de compra



Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Análisis:

Con un mayor número de la población encuestada, respondió que consume mensualmente de 1 a 3 botellas de té al mes, seguido de este número respondió que compran de 4 a 6 botellas de Té embotellado al mes, a continuación, un número menor consume de la población adquiere mensualmente de 7 a 9 botellas y un mínimo porcentaje toma más de 9 botellas al mes.

Indicador: Aceptación del producto

4. ¿Le gustaría a usted consumir Té a base de hojas de guanábana embotellado?

Tabla 11

Aceptación del producto

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	326	85%
NO	58	15%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Figura 8

Aceptación del producto



Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Análisis:

Actualmente al preguntar a la población si consumiría Té a base de hojas de guanábana la respuesta Si es la que obtuvo mayor puntaje en comparación a la respuesta de No consumir dicho té. Esta pregunta es indispensable para la toma de decisión y ejecutar el presente proyecto.

Indicador: Beneficios del producto

5. ¿Porque motivo consumiría usted este tipo de té?

Tabla 12

Motivo de Compra

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SABOR Y OLOR	104	27%
PRESENTACIÓN	20	5%
PRECIO	18	5%
BENEFICIOS	224	58%
OTROS	18	5%
TOTAL	384	100%

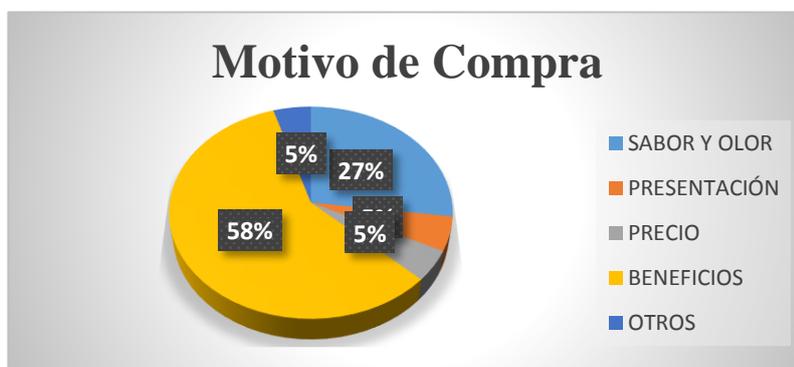
Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Figura 9

Motivo de Compra



Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Análisis:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta los beneficios que presenta el producto serían el mayor motivo de compra por parte de los posibles consumidores seguido de su sabor, presentación y precio.

Indicador: Plaza

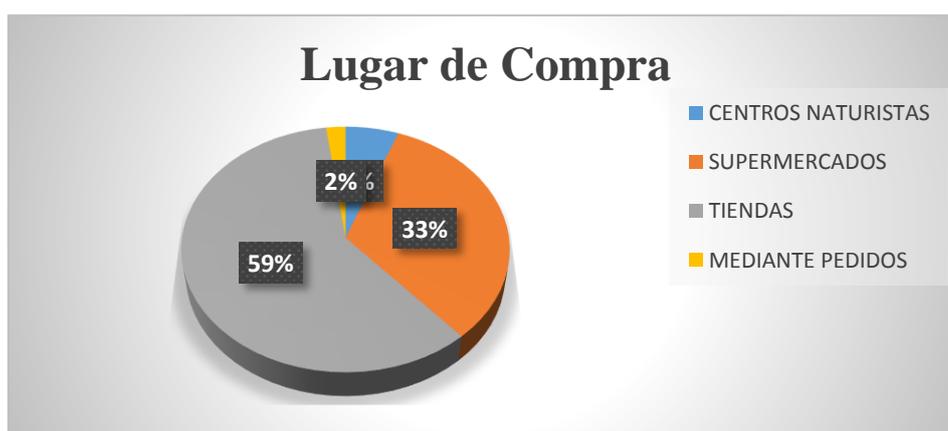
6.- ¿En qué lugar le gustaría adquirir este producto?**Tabla 13****Lugar de Compra**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CENTROS NATURISTAS	22	6%
SUPERMERCADOS	126	33%
TIENDAS	228	59%
MEDIANTE PEDIDOS	8	2%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Figura 10**Lugar de Adquisición**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Análisis:

A través de los resultados obtenidos es posible afirmar que la mayoría de encuestados tienen como preferencia la adquisición de este producto en lugares aledaños a su localidad como son las tiendas. Tal preferencia se debe a la cercanía y facilidad de acceso al producto, así como también los precios accesibles para el consumidor tomando en cuenta que los costos y por ende precios del producto disminuyen al ofertar un producto en una tienda local a diferencia de ofertarlo en un supermercado al que acuden un mayor número de demandantes y en el cual existen mayores y más exigentes condiciones de inducción y comercialización del producto.

Indicador: Presentación del producto

7.- En qué envase preferiría adquirir este producto?**Tabla 14****Presentación del Producto**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PLASTICO	279	73%
CRISTAL	105	27%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Figura 11**Presentación del Producto**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Análisis:

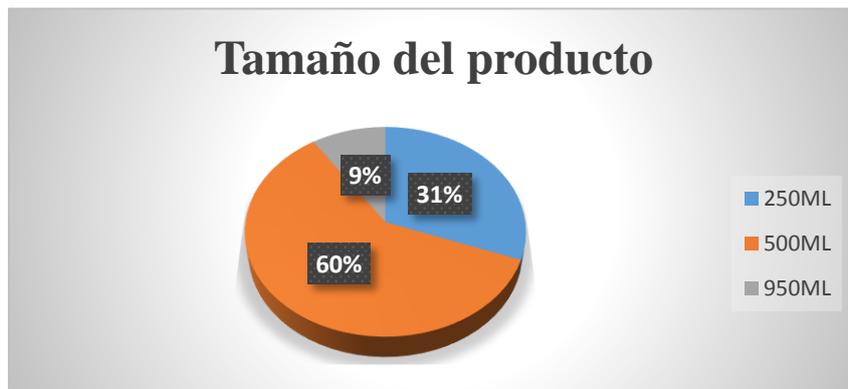
Una vez analizados los resultados obtenidos se pudo determinar que la mayoría de encuestados inclinan sus preferencias hacia el consumo de té en botella plástica, sin embargo se identificó que una minoría se inclina por el envase de cristal, por lo tanto se pondrá a consideración el factor ecológico en la elaboración del envase que contendrá la bebida.

Indicador: Tamaño del producto

8.- ¿De qué tamaño le gustaría consumir el producto?**Tabla 15****Tamaño del Producto**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250ML	118	31%
500ML	230	60%
950ML	36	9%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Figura 12**Tamaño del Producto**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Análisis:

En cuanto al tamaño de la bebida, la mayoría de las personas encuestadas manifestó que preferiría un envase de 500ml, esto debido a que el tamaño cumple con expectativas adecuadas al consumo diario de una persona promedio, catalogándose como el tamaño ideal para saciar las necesidades del demandante.

Indicador: Precio**9.- ¿Qué precio pagaría usted por el Té a base de hojas de guanábana embotellado?****Tabla 16****Estimación de Precios (250ML)**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,4ctvs	57	48%
0,5ctvs	61	52%
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Figura 13**Estimación de Precios (250 ML)**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Tabla 17**Estimación de Precios (500ML)**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,75ctvs	174	76%
\$1,00	55	24%
TOTAL	229	100

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Figura 14**Estimación de Precios (500ML)**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Tabla 18**Estimación de Precios (950ML)**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,25	23	62%
\$1,50	14	38%
TOTAL	37	100

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Figura 15**Estimación de Precios (950ML)**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Análisis:

De los resultados expresados en las tablas en cuanto al precio del producto se deduce que la mayoría de encuestados estarían dispuestos a pagar un precio de 50 ctvs. por la presentación de 250 ml mientras que para el envase de 500 ml pagarían hasta 75ctvs; por ultimo para el envase de mayor tamaño manifestaron que pagarían hasta \$ 1,25. Para determinar cada uno de los precios en función del tamaño se tomó en consideración bebidas similares que se ofertan en el mercado actual y son consumidos con frecuencia por los consumidores.

Indicador: Frecuencia de consumo

10.- ¿Cuántas botellas de té a base de hojas de guanábana embotellado al mes podría consumir

Tabla 19

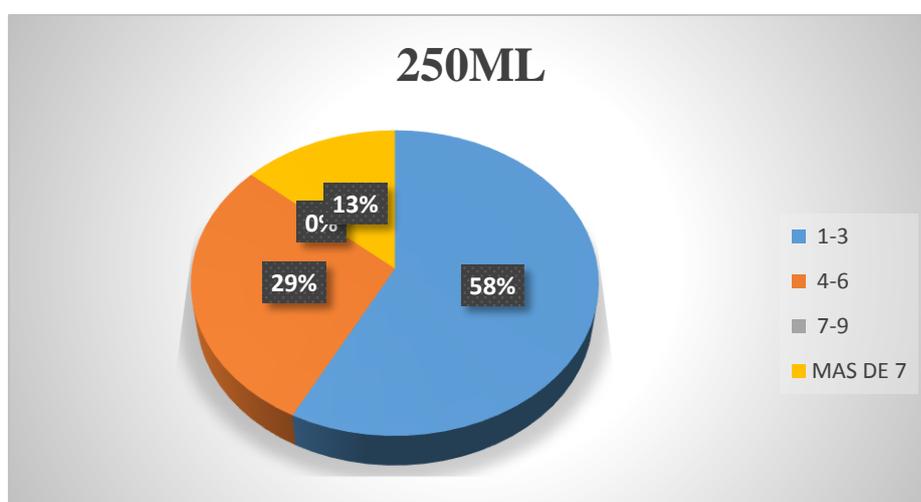
Consumo Mensual (250 ML)

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-3	68	58%
4-6	34	29%
7-9	0	0,00
MAS DE 9	16	13%
TOTAL	118	100

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Figura 16

Consumo Mensual (250ML)



Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

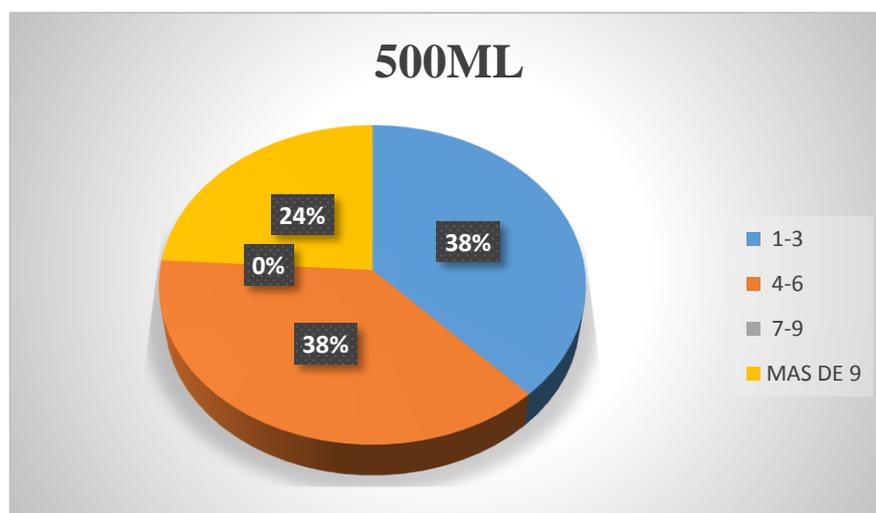
Tabla 20**Consumo Mensual (500 ML)**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-3	87	38%
4-6	87	38%
7-9	0	0%
MAS DE 9	55	24%
TOTAL	229	100

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Figura 17**Consumo Mensual (500 ML)**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

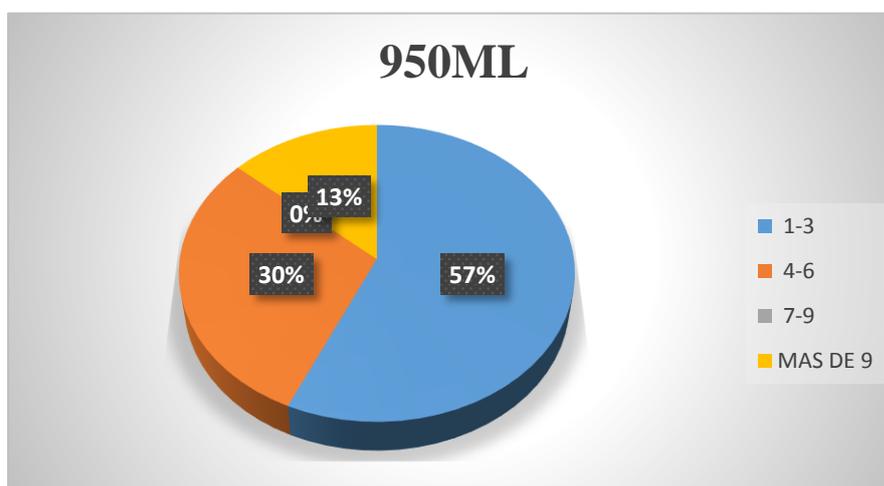
Tabla 21**Consumo Mensual (950 ML)**

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1-3	21	57%
4-6	11	30%
7-9	0	0,00
MAS DE 9	5	13%
TOTAL	37	100

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Figura 18**Consumo Mensual (950 ML)**

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Análisis:

De los resultados obtenidos en las tablas se concluye que la mayoría de personas encuestadas consumirían de 1 a 3 botellas mensuales de té en cada una de las tres presentaciones, periodo considerado suficiente para satisfacer las necesidades de consumo de bebidas naturales, aunque para casos preventivos o curativos se recomienda consumir la bebida en una mayor cantidad hasta que los resultados esperados sean notorios.

Indicador: Publicidad

11.- ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto?

Tabla 22

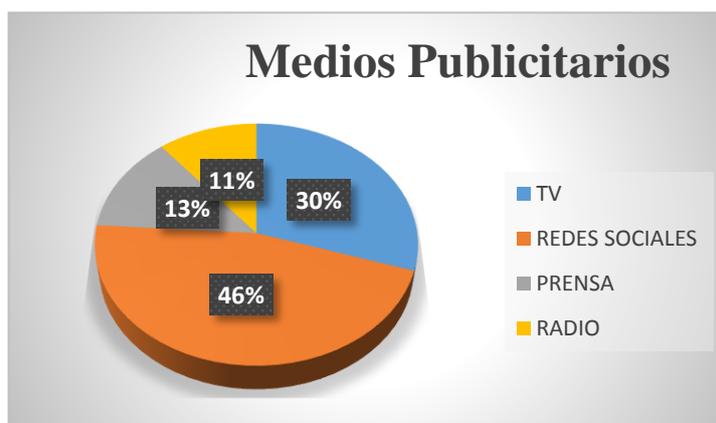
Medios de Publicidad

OPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TV	115	30%
REDES SOCIALES	177	46%
PRENSA	50	13%
RADIO	42	11%
TOTAL	384	100

Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Figura 19

Medios de Publicidad



Fuente: Encuesta a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Análisis:

Debido al incremento tecnológico en la actualidad y la facilidad de acceso al mismo, es comprensible que el mayor porcentaje de encuestados prefiera conocer las novedades y todo en cuanto a las mejoras del producto por medio de redes sociales, resultado esta opción la más conveniente y beneficiosa debido a la facilidad de acceso y manejo de este recurso y por el gran alcance que tiene hoy en día en la sociedad.

3.8.2. Entrevista dirigida al Ingeniero Agrónomo Javier Rea

El objetivo de la presente entrevista es conocer el proceso productivo del Té embotellado a base de hojas de guanábana para su comercialización en la ciudad de Ibarra.

Indicador: Proceso productivo

1. ¿Cuál es el proceso productivo del té a base de hojas de guanábana?

Se comienza con la recepción de la materia prima en este caso las hojas de guanábana, para proceder en la selección y clasificación. La selección se realiza en base al estado de la hoja y la clasificación se refiere al estado de madurez igualitario.

Luego se procede al lavado con agua corriente 3 veces y luego una desinfección con agua con cloro el 10% de cloro en relación con el agua que se vaya a ocupar y se sumerge completamente las hojas para el proceso de desinfección.

Para la elaboración del té de hojas de guanábana se debe realizar una cocción a 92°C durante 5 minutos. Una vez realizado la extracción se procede a añadir el endulzante y preservante necesarios, para posteriormente filtrar y clarificar y por último proceder al embotellamiento y etiquetado.

Indicador: Proceso productivo

2. ¿El estado de la hoja es esencial para la producción de té?

Es esencial que la hoja se encuentre deshidratada para conservar los nutrientes de la misma

Indicador: Proceso productivo

3. ¿Qué recomendación daría para la elaboración de té a base de hojas de guanábana?

Se debería tener muy en cuenta las normas de calidad para ver control de Ph, grados brix, control de proceso, envase.

Indicador: Registro Sanitario

4. ¿Qué registros sanitarios se debe tener para que un producto pueda salir al mercado?

Para poder adquirir el registro sanitario del producto se debe realizar un análisis previo del mismo, esto implica un análisis microbiológico para bebidas, el cual puede realizarse en cualquier laboratorio de alimentos y bebidas.

Indicador: Maquinaria

5. ¿Qué requerimientos se necesita para embotellar el té?

Para comenzar lo más recomendable es una envasadora manual.

3.8.3. Ficha de observación

Tabla 23

Ficha de observación – TÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

SUPERMERCADO EVALUADO: TÍA

EVALUADOR: María V.

Benavides y Mishelle Aguirre

FECHA: 09 de Junio del 2018

Empresa	Marca	Sabores	Presentación	Cantidad	Precio
Coca- Cola	Fuzetea	Té negro sabor a Limón	Plástico	550ml	0,75
				1,25 lt	1,25
				2lt	1,85
Nestlé	Nestea	Te negro y Té Verde	Plástico	500ml	0,85
				1250ml	1,15
Toni	Inlyne	Mora	Plástico	500m3	0,85

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Tabla 24

Ficha de observación - Gran AKI

FICHA DE OBSERVACIÓN					
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE					
SUPERMERCADO EVALUADO: Gran AKI					
EVALUADOR: María V. Benavides y Mishelle Aguirre FECHA: 09 de Junio del 2018					
Empresa	Marca	Sabores	Presentación	Cantidad	Precio
Coca- Cola	Fuzetea	Té negro sabor a limón, Té Light	Plástico	400ml	0,69
				550ml	0,80
				1,25ml	1,23
Nestlé	Nestea	Te negro y Té Verde Limón, Té sabor a durazno	Plástico	500ml	0,78
				1250ml	1,15
Toni	Inlyne	Limón, Durazno, Toronja	Plástico	500m3	0,80
Unileber	Ice tea	Té negro , Durazno	Plástico	500ml	0,71
				1,2 lt	1,25

Fuente: Ficha de observación

Elaborado por: Autoras

Año: 2018

Tabla 25

Ficha de observación - Santa María

FICHA DE OBSERVACIÓN					
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE					
SUPERMERCADO EVALUADO: Santa María					
EVALUADOR: María V. Benavides y Mishelle Aguirre					
				FECHA: 09 de Junio del 2018	
Empresa	Marca	Sabores	Presentación	Cantidad	Precio
Coca- Cola	Fuzetea	Té negro sabor a limón, Té Light	Plástico	400ml	0,65
				550ml	0,83
				1,25ml	1,50
Nestlé	Nestea	Te negro y Té Verde Limón, Té sabor a durazno	Plástico	500ml	0,85
				1250ml	1,25
Toni	Inlyne	Limón, Durazno, Toronja	Plástico	500ml	0,78
Unileber	Ice tea	Té negro , Durazno	Plástico	500ml	0,84
				1,2 lt	1,45

Fuente: Ficha de observación
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

3.9. Análisis y proyección de la demanda

3.9.1. Análisis de la demanda

Para la determinación de la demanda, se tomó como referencia las encuestas aplicadas a la población ocupada de Ibarra, en la cual se afirmó la aceptación por parte de un 85% de los encuestados en cuanto al consumo de té a base de hojas de guanábana en una presentación de 500ml, lo cual significa la aceptación del producto por parte de 307 personas encuestadas de un total de 384 a las cuales se les aplicó la encuesta. Tomando en cuenta que el producto va dirigido a aquellas personas con capacidad adquisitiva con un rango de edad de entre 15 años en adelante.

Tabla 26

Análisis de la Demanda

Población Total (Estudio de mercado) 100%	Población Interesada 85%	Unidad de Consumo Botella 500 ML	Frecuencia de Compra	Porcentaje	Unidad Demandada Mensual	Unidades Demandada Anual
73.598	62.558,30	1-3 Unidades	197	86%	107.633	1.291.597
		4-6 Unidades	25	11%	34.148	409.771
		7-9 Unidades	5	2%	10.927	131.127
		Más de 9 uds	2	1%	4.917	59.007
		Total	229	100%	157.625	1.891.501

Fuente: Encuesta aplicada a la población ocupada de Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

3.9.2. Proyección de la demanda

Al no disponer de datos históricos para proyectar la demanda de este proyecto se aplicará el método de crecimiento exponencial, para lo cual se tomó en consideración la tasa

de crecimiento poblacional de la zona urbana de la ciudad de Ibarra que según el censo de población y vivienda 2010 es de 2.02%. La fórmula a aplicar es la siguiente

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

Donde:

Q_n = Cantidad proyectada o futura

Q_0 = Cantidad inicial o actual

i = Tasa de crecimiento anual promedio

n = año proyectado Aplicando la fórmula para los 5 próximos se obtiene:

Desarrollo:

Uds. demandadas anuales= 1.891.501

$$Q_0 = 1.891.501(1 + 0,020200)^1$$

$$Q_0 = 1.929.709$$

Tabla 27

Proyección de la Demanda

Año	Demanda a Futuro
2017	1.891.501
2018	1.929.709
2019	1.968.689
2020	2.008.457
2021	2.049.028
2022	2.090.418

Elaborado por: Autoras
Año: 2018

3.10. Análisis y proyección de la oferta

3.10.1. Análisis de la oferta

Hoy en día, resulta notable la preferencia por parte de los consumidores hacia aquellos productos más saludables, razón por la cual se evidencia un mayor crecimiento en la oferta de estos productos por parte de empresas nacionales e internacionales, mismas que inclinan sus esfuerzos a la elaboración de estas bebidas; sin embargo es importante mencionar que aquellas empresas comercializadoras mencionadas anteriormente no poseen dentro de su línea de productos un té con características curativas y preventivas beneficiosas para la salud humana como lo es el té a base de hojas de guanábana

Mediante el análisis realizado a través de las fichas de observación aplicadas a los supermercados Supermaxi, Santa María, Tía, Gran AKI se logró determinar que las compañías que actúan como proveedoras de té embotellado en el país son Coca-Cola con su producto Fuze tea, Nestlé con Nestea, Tony con Inlyne y Unileber con Ice Tea de las cuales los sabores con mayor preferencia dentro de la población ecuatoriana son el té verde y el té negro mientras que los tés frutales ocupan una minoría preferencial.

A través los datos obtenidos en la encuesta también se logró recopilar información relevante en cuanto a la oferta, por medio de la cual se identifica los gustos y preferencias respecto al consumo del producto. Así podemos determinar que la marca más comercializada y de mayor preferencia es Nestea con un 40% y el sabor con mayor consumo es el té verde con un 46%. Además, se identificó que el 56% de la población investigada consume de 1 a 3 botellas mensuales de 500 ml.

3.10.2. Oferta actual

Para la oferta actual se tomó en consideración el resultado obtenido en cuanto a la oferta diaria de té y bebidas en las fichas de observación realizadas en los principales supermercados de la ciudad de Ibarra

Tabla 28

Oferta Anual de Té Embotellado

Comercializadores de Té y bebidas naturales	Cantidad aproximada de ventas diarias de té y bebidas naturales en presentación 500ml	Días	Oferta Anual de té y bebidas naturales en Presentación 500ml
Santa María	350	365	127.750
Supermaxi	412	365	150.380
Gran Aki	420	365	153.300
Aki	320	365	116.800
Tía	286	365	104.390
Total	1788	365	652.620

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

3.10.3. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se tomó en cuenta la cantidad aproximada de ventas diarias de té y bebidas embotelladas en cada una de las comercializadoras más reconocidas de la ciudad de Ibarra, facilitando así proyectar el consumo del producto de manera mensual, y anual.

Para proceder a la proyección se aplicó el método de crecimiento exponencial tomando en consideración la tasa de crecimiento dada por el INEC que corresponde al 2,02%.

Fórmula:

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

Dónde:

O_n = Oferta futura

O_o = Oferta actual

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

$$O_n = 652.620(1 + 0,0202)^1$$

$$O_n = 652.752$$

Tabla 29

Proyección de la Oferta

AÑOS	OFERTA ANUAL
2018	652.752
2019	665.937
2020	679.389
2021	693.113
2022	707.114
2023	721.398

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

3.11. Demanda Potencial a Satisfacer

Una vez Determinada la demanda y la oferta de té a base de Hojas de Guanábana se procede a identificar la Demanda Potencial a satisfacer.

Tabla 30***Demanda Insatisfecha***

AÑO	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	DEMANDA POTENCIAL A SATISFACER	PARTICIPACION DEL PROYECTO	
2017	1.891.501	652.752	1.238.749	-	
2018	1.929.709	665.937	1.263.772	12,15%	153548,25
2019	1.968.689	679.389	1.289.300	12,35%	159228,53
2020	2.008.457	693.113	1.315.344	12,55%	165075,63
2021	2.049.028	707.114	1.341.914	12,75%	171093,99
2022	2.090.418	721.398	1.369.020	12,95%	177288,13

Fuente: Proyección Oferta, Proyección Demanda

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

Visualizando la tabla de demanda potencial a satisfacer se determina que para el año 1 se tendrá una demanda potencial a satisfacer de 1.238.749 , de los cuales para el primer año se pretende tener una participación del proyecto del 12,15% con un crecimiento para los siguientes años de 0,20 debido al breve crecimiento que se experimenta en el mercado el té embotellado, como se puede observar en el análisis de la oferta histórica detallado en el reporte anual del diario el Universo del año 2016 ; es así que de acuerdo a la capacidad de la planta instalada se establece para el primer año una producción de 153.548,25 unidades para un año comercial de 360 días produciendo así diariamente 640 unidades.

3.12. Análisis de precios

Para definir el precio del té a base de hojas de guanábana, se tomó como referencia el valor de bebidas sustitutas existentes en el mercado, así como también los costos de producción que influyen de manera directa en el precio de venta al público, y sobre todo el análisis de los datos recopilados a través de la encuesta en cuanto al precio que estarían dispuestos a pagar los clientes. Con la finalidad de obtener mayor utilidad, producción efectiva y un crecimiento sostenible a futuro para la microempresa, se estableció un precio acorde a las expectativas.

Tomando en cuenta los datos proporcionados en la pregunta 9 de la encuesta se proyecta los precios para los próximos años determinando que habrá un incremento en los precios del producto acorde a la tasa de inflación anual pre establecida.

3.12.1. Proyección de los Precios

Para la proyección de los precios se tomó como referencia los resultados de la encuesta obtenidos en la pregunta 9. ¿Qué precio pagaría usted por el Té a base de hojas de guanábana embotellado?

De esta manera se determinó que el precio que estarían dispuestos a pagar por una por la unidad de 500ml es de 0,75 ctvs. Con lo cual se estableció una proyección para 5 años tomando en cuenta una tasa de inflación anual de 0,42% obteniendo los siguientes resultados:

Formula:

$$\begin{aligned} \text{Proyección de precios} &= (0,75 * 0,42\%) + 0,75 \\ &= 0,75\text{ctvs} \end{aligned}$$

Tabla 31

Proyección de Precios

AÑO	INFLACION	PRECIO PROYECTADO
2017	0,42%	0,75ctvs
2018	0,42%	0,75ctvs
2019	0,42%	0,76ctvs
2020	0,42%	0,76ctvs
2021	0,42%	0,76ctvs

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

3.13. Estrategias de mercado

Para posicionar el producto en el mercado, resulta esencial para la microempresa aplicar estrategias enfocadas al mercado meta, que le permitan alcanzar una ventaja competitiva en relación a productos similares logrando así obtener fidelidad por parte de los demandantes.

3.13.1. Comercialización

A través de las encuestas aplicadas a la población de Ibarra con capacidad adquisitiva en un rango de edad de 15 años en adelante se determinó que el mejor canal de distribución para el producto son las tiendas barriales y supermercados de la ciudad de Ibarra, por tal motivo la comercialización de la bebida ira enfocada específicamente a la distribución del producto en tiendas de los barrios más concurridos de la ciudad.

De esta manera se pretende comercializar el té en un total de 15 tiendas barriales de la zona urbana de la ciudad de Ibarra y en los 5 supermercados distintivos de la misma.

3.13.2. Marca

Con el fin de que la empresa se pueda mantener a través del tiempo y pueda diferenciarse de su competencia es indispensable que el producto y la marca se posicionen en la mente de los consumidores, es una tarea difícil, ya que en la actualidad existe publicidad masiva por parte de otras empresas que cuentan desde ya, con excelente aceptación por parte de los clientes.

Se ha elegido a “Guanaté” como la marca ideal para representar a esta bebida, el nombre deriva de la reconocida fruta (guanábana) y la infusión de sus hojas. El camino que se ha analizado como el más efectivo para la estrategia de posicionamiento en el mercado será

ofrecer una bebida natural con grandes beneficios preventivos y curativos para la salud de los consumidores, de ahí su slogan: “El placer de beber saludablemente”.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del proyecto

Para el establecimiento exacto del tamaño del proyecto y su capacidad instalada y operativa, la cual incluirá netamente los costos de producción, inversiones utilidad y capacidad de producción, es necesario establecer la demanda potencial a satisfacer, la disponibilidad de maquinaria, materia prima, mano de obra, tecnología y financiamiento, es necesario considerar la ubicación y distribución del espacio de toda la infraestructura según el proceso productivo, de tal manera que se realice una práctica eficiente y eficaz en cada etapa del proceso de producción.

4.1.1. Tamaño del proyecto en relación a la demanda

Se ha realizado un análisis óptimo sobre el tamaño del proyecto en relación a la demanda. El comportamiento de los consumidores ha cambiado drásticamente en los últimos años, al sustituir las gaseosas y productos con edulcorantes por bebidas que cuiden su salud; desde el año 2006 se ha introducido a los negocios el té helado con una presencia del 90.5%. Por tal razón en el presente proyecto se ha analizado los multi beneficios que aporta el té a base de hoja de guanábana como una oportunidad para incursionar en el mercado de bebidas con un enfoque en la prevención y cuidado de enfermedades en el ser humano.

A través de un análisis al balance oferta- demanda se estipula una demanda potencial a satisfacer en el primer año de 1.238.749 unidades para la ciudad de Ibarra de las cuales se

pretende captar para el mismo año un 12.15% es decir 153.548,25 botellas de té a base de hojas de guanábana

4.1.2. Tamaño del proyecto y disponibilidad de materia prima o insumos.

La materia prima y otros materiales para llevar a cabo el proceso productivo de té a base de hojas de guanábana se obtendrán en la ciudad de Ibarra a excepción de las hojas de guanábana, ya que estas se proveerán en la parroquia Jijón y Caamaño en el Cantón Mira Provincia del Carchi.

4.1.3. Tamaño del proyecto en relación a la tecnología

Para poner en ejecución el proyecto se necesitara de tecnología y maquinarias tales como balanzas industriales, marmita volcable MV-30, despulpadora, embotelladora semi manual, purificadora de agua filtro placas 20x20, taponadoras de rosca manual, con esta maquinaria se iniciará el proyecto, en caso de ampliación de la demanda y acogida por parte del mercado se incrementará la capacidad instalada.

La presencia e implementación de tecnología colaborará de tal manera que el producto final garantice la calidad y estándares previamente establecidos, cumpliendo con el objetivo de dar a conocer este producto como una bebida saludable que garantice la salud de sus consumidores

4.1.4. Tamaño del proyecto y financiamiento

En cuanto al financiamiento del proyecto, este se lo realizará a través de un crédito a la Corporación Financiera Nacional, pues esta institución tiene productos financieros dirigidos al fomento micro empresarial con una tasa activa de 11,83% anual para un plazo de 10 años. El financiamiento corresponde al 51% de la inversión total, ya que el 49% será inversión propia.

4.1.5. Capacidad instalada

Seguido del análisis y evaluación de los factores que inciden directamente para establecer el tamaño de la empresa y considerando el incremento de la demanda de té embotellado, se estableció una capacidad operativa de 153.548 botellas de 500 ml anuales.

4.1.6. Capacidad operativa

Se analizó la demanda potencial a satisfacer para la determinación de la capacidad operativa en donde se pudo determinar una participación en el mercado de té embotellado del 12,15% a través de una innovadora oferta de Té de Guanábana, con lo cual se fundamenta la capacidad operativa de 153.548 botellas de 500ml para el primer año con un crecimiento de 20% anual en el mercado de té embotellado.

Tabla 32

Capacidad operativa

Capacidad Operativa	Unidades
Producción anual	153.548
Producción mensual	12.796
Producción Diaria (20 días laborables)	640
Producción por hora (8 horas)	80

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

4.2. Localización del proyecto

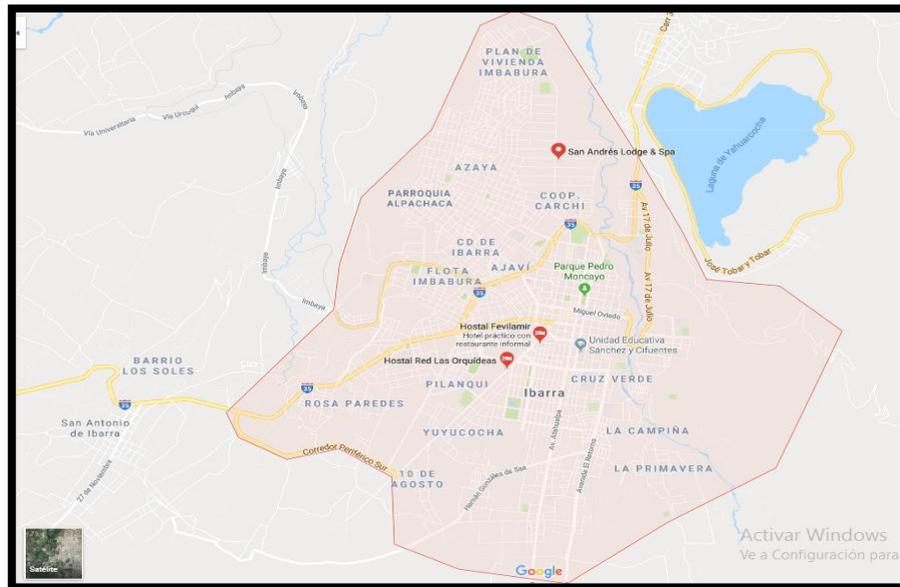
4.2.1. Macro localización

Para el establecimiento de la macro localización de la microempresa de elaboración y comercialización de té a base de hojas de guanábana se consideró varios factores tales como: el mercado, infraestructura física, disponibilidad de la mano de obra y acceso a servicios

básicos, todos estos aspectos serán fundamentales para que la planta de producción funcione óptimamente. La microempresa estará ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra.

Figura 20

Macro localización del proyecto

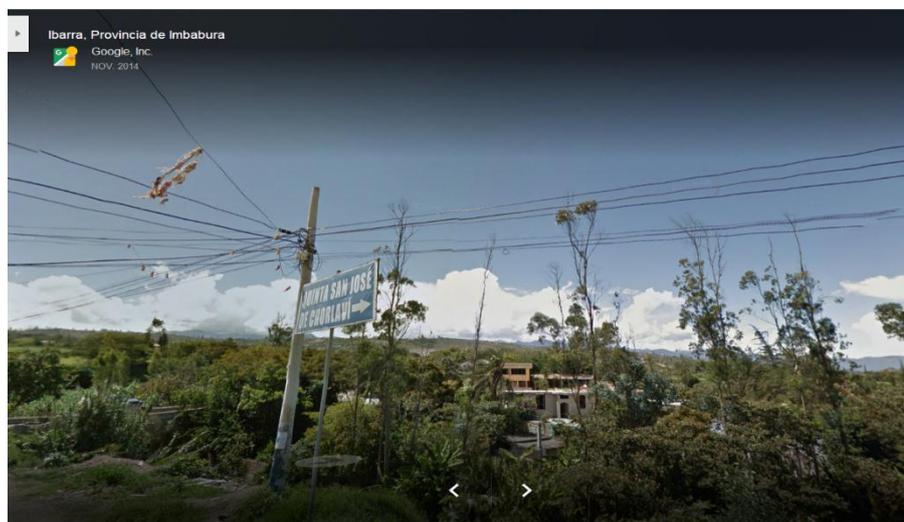


Fuente: Google Maps
Año: 2018

4.2.2. Micro localización

Figura 21

Micro localización



Fuente: Google Maps
Año: 2018

Para determinar la micro localización del emprendimiento se tomó en cuenta los siguientes factores:

1. Identificación de factores

Factores comerciales

- Sector
- Precio de terreno
- Seguridad
- Accesibilidad
- Vías de comunicación
- Disponibilidad de mano obra

Factores sociales

- Aceptación de la comunidad

Factores legales

- Permisos del cuerpo de bomberos, patente municipal y comercial

Evaluación de factores

El análisis y evaluación de los factores se realizó calificando del 1 al 10, de tal manera 10 el valor más alto y 1 el más bajo.

Selección de lugares

Los sitios han sido preseleccionados en base a sus características y ventajas ante los demás sectores de la ciudad

- Sector Yacucalle
- Sector Chorlavi
- Sector El Olivo

2. Desarrollo de la matriz de evaluación de factores

El método aplicado para la realización de la matriz de evaluación de factores para determinar la micro localización del proyecto fue cuantitativo, para lo cual se asignó a cada una de las variables un valor adecuado a su importancia de tal forma que sumandos den 1. A los factores se los asocio con la ubicación del proyecto asignándoles calificaciones del 1 al 10. Para terminar se obtuvo la calificación ponderada multiplicando el valor asignado a cada factor de localización por la calificación a cada sector escogido.

Tabla 33

Matriz de evaluación de factores

FACTORES RELEVANTES	PESO	Sector el Olivo		Sector Chorlavi		Sector Yacucalle	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Factores Comerciales							
Sector Estratégico	0,2	7	1,4	9	1,8	8	1,6
Precio del terreno	0,1	7	0,7	9	0,9	8	0,8
Seguridad	0,1	7	0,7	8	0,8	7	0,7
Accesibilidad	0,15	8	1,2	7	1,05	8	1,2
Servicios básicos	0,16	7	1,12	8	1,28	8	1,28
Disponibilidad de mano de obra	0,1	8	0,8	9	0,9	8	0,8
Total factor 1	0,81	44	5,92	50	6,73	47	6,38
Factores sociales							
Aceptación de la comunidad	0,09	8	0,72	8	0,72	8	0,72
Total factor 2	0,09	8	0,72	8	0,72	8	0,72
Factores legales							
Permisos del cuerpo de bomberos	0,05	7	0,35	7	0,35	7	0,35
Patente municipal y comercial	0,05	7	0,35	7	0,35	7	0,35
Total factor 3	0,1	14	0,7	14	0,7	14	0,7
Total final	1	66	7,34	72	8,15	69	7,8

Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Después de realizar la evaluación de los factores y obtener los resultados se estableció como la alternativa más viable como micro localización para el proyecto es el sector de Chorlavi en la ciudad de Ibarra con una calificación 8,15 puntos, puesto que es la ubicación que reúne todos los requisitos para la localización de la microempresa.

Ingeniería del proyecto

El producto final que lanzara al mercado la empresa A&B Ice Tea es el té embotellado a base de hojas de guanábana este cumplirá con las normas INEN 2304:2008 que se emplea para bebidas de consumo directo.

Proceso productivo

El proceso de elaboración del té a base de hoja de guanábana será a través del siguiente sistema de producción.

3. Compra de materia prima e insumos

Para llegar al objetivo de brindar al consumidor un producto de calidad se debe abastecer de materia prima y demás herramientas e insumos para llevar a cabo un efectivo proceso de elaboración del té a base de hojas de guanábana, para elegir el mejor proveedor se debe hacer un análisis de los mismos con el fin de evaluar las ventajas que ofrecen y de esta manera poder escoger la mejor opción.

Otro de los materiales que se considera materia prima en la producción del té es el azúcar para lo cual se elegirá al mejor proveedor en función a las ventajas que ofrece ante los de más distribuidores.

4. Recepción de materia prima e insumos

Para la recepción de la materia prima es indispensable seleccionar y clasificar la hoja según el color y madurez, este proceso se debe realizar con el mínimo cuidado ya que de este filtro de calidad depende el producto final.

5. Almacenamiento

La hoja de la guanábana se almacenará en un lugar fresco para que se puedan conservar. Se preferirá hojas de cinco a siete centímetros, cortadas desde la rama.

6. Lavado y desinfección

Antes de su procesamiento las hojas de guanábana se lavarán con desinfectante especializado para verduras, con el fin de no dañar los componentes esenciales que caracterizan a la hoja y a su vez eliminar cualquier tipo de bacteria.

7. Cocción

En esta etapa se procede a hervir las hojas de guanábana en una mermita volcable con el fin de obtener su extracto. Posterior a esto, se añadirá el resto de insumos de acuerdo a proporciones determinadas previamente.

8. Mezcla

En esta etapa se procede a mezclar todos los ingredientes mencionados ya anteriormente con medidas exactas que no alteren el sabor ni los beneficios de la bebida final,

9. Verificación de calidad del producto

Se procede a verificar el cumplimiento del producto final en cuanto a las normas de calidad y producción INEN 2304:2008, referentes a la producción de bebidas no carbonatadas.

Esta norma tiene como objeto verificar el proceso productivo desde la recepción de la materia prima en lo que respecta al color, olor, sabor, conservantes, control de ph, contaminantes , envasado, etiquetado, entre otros aspectos, esenciales para la producción de un producto de calidad.

4.3.2. Embotellado y Etiquetado

La última etapa para la posterior venta del producto es el embotellado y etiquetado del producto para lo cual se tiene como materia prima botellas plásticas de 500 ml previamente procesadas con el fin de que no alteren la composición de la bebida y aseguren la higiene en el consumo, de igual manera estas deben ser resistentes a la acción del consumidor.

4.3.3. Tecnología, maquinaria y equipo

La maquinaria y equipos que se utilizaran, serán adquiridos con el objetivo de cumplir con los requisitos establecidos por la norma INEN, obtener el registro sanitario, reducir los desperdicios de materia prima, disminuir costos y tiempos de producción.

De esta manera se pretende brindar al cliente un producto de calidad. Además se adquirirá equipo de computación y software que permita a la administración del negocio llevar un manejo contable, financiero y de costos adecuado.

4.3.4. Obras civiles

1. Diseño de las instalaciones

Para el diseño de la planta se tomó en consideración cada uno de los procesos productivos del producto desde la adquisición de materia prima hasta su transformación final, de manera que exista operación continua, con un mínimo margen de errores. Es así que se

consideró de suma importancia establecer las siguientes áreas para el respectivo manejo y control de los procesos productivos.

Área de producción:

Para el área productiva resulta esencial contar con el espacio físico adecuado para el desempeño de las actividades, basándose en el aspecto ergonómico en cuanto a la conformidad por parte de los operarios en el área productiva , proporcionando de esta manera, un espacio físico con iluminación artificial y natural adecuadas, ventilación apropiada y abastecimiento de recursos y materiales necesarios para llevar a cabo los procesos preservando los equipos, y maquinaria así como también la integridad física de los trabajadores.

Área de bodega

Para preservar la fruta en óptimas condiciones, es necesario que la bodega este equipada con implementos adecuados tales como aire acondicionado para que la materia prima y los insumos se mantengan libres de humedad y en calidad para su posterior proceso productivo.

Área administrativa:

La ubicación de las oficinas se acoplará de tal manera que permitan una supervisión periódica sin interferir con las actividades de producción, y de igual manera una interacción efectiva entre el personal de cada área.

Una vez mencionados los aspectos anteriores, se diseñó la planta tal como lo muestra el gráfico que se presenta a continuación:

Figura 22
Diseño de la planta



Elaborado por: Autoras
Año: 2017
2018

4.4. Presupuesto técnico

4.4.1. Inversión fija

La inversión fija establecida para el proyecto corresponde a aquellos bienes necesarios para dar inicio a las actividades de la microempresa, comprendiendo de esta manera aquellos bienes para la producción y la administración tales como: terreno, infraestructura, maquinaria y equipo, equipo de cómputo, muebles y enseres.

1. Terreno

Para llevar a cabo el proyecto es necesario contar con un terreno de 150,68 m² ubicado en el sector de Chorlavi cuyo valor catastral corresponde a \$13.561,20 de acuerdo con el avalúo correspondiente a esa zonificación.

Tabla 34

Terreno

Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Terreno	m ²	150,68	90	13.561,2

Fuente: Avalúo catastral GAD Ibarra
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

2. Infraestructura

El avalúo realizado por el Arq. Andrés Cevallos para la edificación de la infraestructura física según las especificaciones dadas para cada área tanto de producción, administración y bodega. es el siguiente:

Tabla 35**Infraestructura**

Rubro	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Construcciones	m2	130,26	200,00	26.052,00

Fuente: Avalúo catastral GAD Ibarra
Elaborado por: Autoras

3. Maquinaria y equipo de producción

Para poner en marcha el proceso productivo es necesario contar con cierta maquinaria y equipos que garantice el cumplimiento de requisitos y normativa legal en cuanto a la producción de bebidas no alcohólicas,

Tabla 36**Maquinaria y Equipos de Producción**

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Marmita Volcabe MV-30	1	1300,00	1300,00
Mezcladora de líquidos	1	950,00	950,00
Purificador de agua	1	1250,00	1250,00
Filtro de 12 Placs 20x20	1	242,00	242,00
Embotelladora semi manual	1	1600,00	1600,00
Taponadora de rosca manual	2	95,07	190,14
Total	7	5437,07	5532,14

Fuente: mercadolibre.com/maquinariarotar.blogspot.com/quebarato.com/
milanuncios.com/maquinariamac.galeon.com/es.aliexpress.com
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

4. Herramientas

Las herramientas necesarias para el proceso productivo del té de hojas de guanábana son las siguientes:

Tabla 37**Herramientas**

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Brixometro	2	140,00	280,00
Gavetas plásticas	8	6,00	48,00
Medidor PH	2	195,00	390,00
Baldes plásticos 15 litro	4	6,59	26,36
Bowl	6	4,50	27,00
Malla para cabello	8	1,35	10,8,
Mascarillas	8	1,50	12,00
Guantes	8	0,40	3,2,00
Delantal Plástico	8	6,70	53,60
Basurero	1	28,60	28,60
Botiquín	1	25,00	25,00
Extintor	1	80,00	80,00
Total			984,56

Fuente: Todo Hogar
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

5. Muebles y enseres

La microempresa de producción y comercialización de té a base de hojas de guanábana dispondrá del mobiliario detallado a continuación por áreas.

Tabla 38**Muebles y Enseres Área de Producción**

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Lokers metálicos	1	140,00	140,00
Archivador	1	89,00	89,00
Sillas	2	25,50	51,00
Sillas Giratorias	2	115,00	230,00
Escritorio	2	135,00	270,00
Estanterías de aluminio	1	120,00	120,00
Mesas de acero inoxidable	3	165,00	495,00
Total			1395,00

Fuente: Página web mercado libre
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

Tabla 39**Muebles y Enseres _Área Administrativa**

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Archivador metálico	2	89,00	178,00
Silla estándar	4	25,00	100,00
Silla giratoria	2	105,00	210,00
sillón gerencial	1	130,00	130,00
escritorio ejecutivo	1	135,00	135,00
Total			753,00

Fuente: Página web mercado libre
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

Tabla 40**Muebles y Enseres _Área de Bodega**

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Estanterías de Aluminio	5	120,00	600,00
Total			600,00

Fuente: Página web mercado libre
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

6. Equipo de oficina

El equipo de oficina requerido para el área administrativa se presenta a continuación:

Tabla 41**Muebles de Oficina**

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Teléfono Panasonic kx-tg 9321 dos líneas	2	158,00	316,00
Calculadora Casio	1	28,00	28,00
Total			344,00

Fuente: Página web mercado libre
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

7. Equipo de computación

El equipo de computación destinada para el área administrativa y el desarrollo de sus respectivas funciones en el siguiente:

Tabla 42

Equipo de Cómputo

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Computadora Intel Core i5	2	508,00	1016,00
Impresora Canon Mg 2910 multifunción	1	85,00	85,00
Sistema contable, facturación, inventarios, cartera syscofin	1	200,00	200,00
Total			1301,00

Fuente: Página web mercado libre
Elaborado por: Autoras

8. Vehículo

Para la distribución del producto en los principales puntos de venta de la ciudad de Ibarra, se contará con una camioneta doble cabina en óptimas condiciones, misma que se detalla a continuación:

Tabla 43

Vehículo

Rubro	Cantidad	Precio Unitario	Inversión en cada detalle
Camioneta	1	26.850,00	26.850,00
Total			26.850,00

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

9. Resumen de la inversión fija

El monto total de la inversión fija asciende a dólares, detallados a continuación

Tabla 44**Resumen de la Inversión Fija**

Descripción	Valor
Terreno	13.561,20
Infraestructura	26.052,00
Maquinaria y Equipos de producción	5.532,14
Herramientas	984,56
Muebles y Enceres	2.337,56
Equipo de Oficina	344,00
Equipo de Computación	1301,00
Vehículo	26.850,00
Total	76.962,46

Fuente: Cuadros 31, 32, 33, 34, 35, 36,37, 38, 39, 40

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

4.4.2. Capital de trabajo

El capital de trabajo se estableció para un periodo de 30 días tomando en cuenta que la distribución del producto se realizará en tiendas locales y supermercados de la ciudad de Ibarra garantizando de esta manera, la cancelación inmediata del producto por parte de los propietarios de dichos locales.

Se consideró también que el producto tiene como tiempo máximo de fabricación un promedio de 4 a 5 minutos por unidad

De esta manera, se detalla a continuación los activos corrientes necesarios para financiar las operaciones de la microempresa en un periodo de 1 mes llevando a cabo un normal funcionamiento de las actividades.

Tabla 45**Capital de Trabajo**

Descripción	Valor
Materia Prima Directa	1561,0739
Mano de Obra Directa	1026,6313
CIF	1731,2323
Mano de obra Indirecta	524,5341667
Materia prima Indirecta	895,6981481
Otros costos Indirectos de fabricación	311
Gastos Administrativos	1248,85
Sueldos administrativos	1136,32
Servicios básicos	53,3
Suministros de oficina	6,24
Suministros de limpieza	17,57083333
Gastos de Constitución	35,42
Gastos de ventas	594,69167
Publicidad	35,41666667
Vendedor	524,5341667
Combustible	34,74083323
Total Capital de trabajo 1 mes	6162,48

Fuente: Cuadros 52, 54,56, 58, 59 61, 63, 64, 65, 66, 68, 70, 72

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

4.4.3. Inversión total del proyecto

La Inversión total para llevar a cabo el proyecto se detalla a continuación:

Tabla 46**Resumen de la Inversión Total**

DESCRIPCION	VALOR
Inversión Fija	76962,46
Capital de Trabajo	6162,48
Total	83124,9417

Fuente: Cuadros 41, 42

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

4.4.4. Financiamiento

El financiamiento para la puesta en marcha del negocio está conformado por un 50% de capital propio y un 50% financiado por la Corporación Financiera Nacional

La aportación propia se debe a que las autoras aportaran con recursos para llevar a cabo las actividades, tales corresponden al terreno, 2 computadores y una camioneta, con un total equivalente a 41.712,20

Tabla 47**Estructura de Financiamiento**

Detalle	%	Monto en USD
Inversión Propia	50,18	41712,2
Financiada	49,82	41412,74
Total	100	83124,94

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

4.4.5. Talento humano

El Talento Humano necesario para llevar a cabo las actividades de la microempresa se detalla a continuación:

Tabla 48**Gasto Personal de Producción**

Cargo	Sueldo Nominal	IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacación	Coso mensual por empleado	Costo anual por cargo
Jefe de Producción	395,00	47,99	32,92	32,17	16,46	524,54	6294,45
Operario 1	386,00	46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79
Operario 2	386,00	46,90	32,17	32,17	16,08	513,32	6159,79
Total	1167,00	141,79	97,25	96,50	48,63	1551,17	18614,03

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 49**Gasto Personal Administrativo**

Cargo	Sueldo Nominal	IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacación	Coso mensual por empleado	Costo anual por cargo
Gerente	430,00	52,25	35,83	32,17	17,91	568,16	6817,94
Contadora	430,00	52,25	35,83	32,17	17,91	568,16	6817,94
Total	760,00	92,34	71,67	64,34	35,83	1136,32	13635,88

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 50**Gasto Personal de Ventas**

Cargo	Sueldo Nominal	IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacación	Coso mensual por empleado	Costo anual por cargo
Vendedor	395,00	47,99	32,92	32,17	16,46	524,53	6294,41
Total	395,00	47,99	32,92	32,17	16,46	524,53	6294,41

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

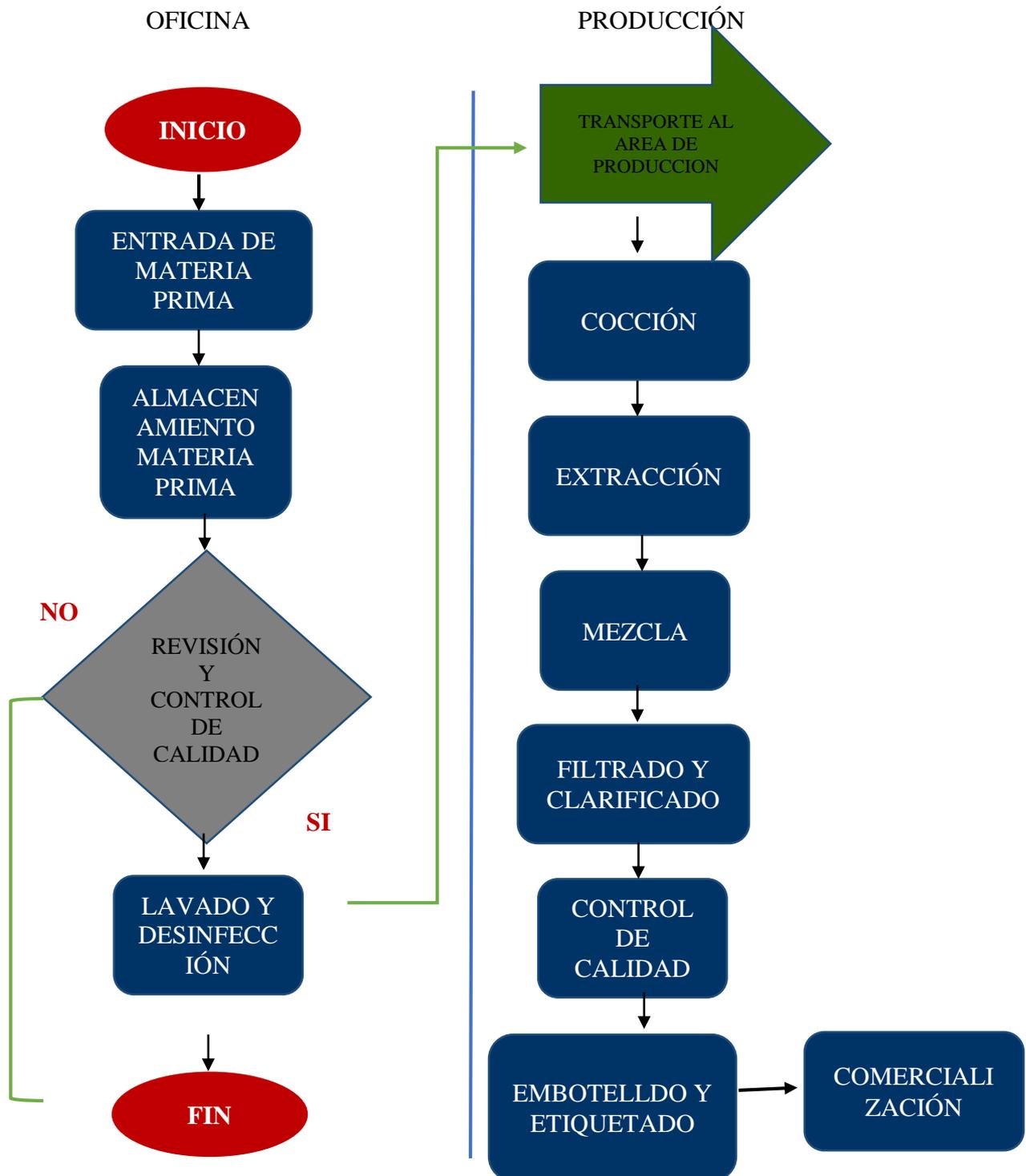
4.5. Operación del proyecto**4.5.1. Flujogramas**

Los flujogramas presentados a continuación reflejan el proceso sistemático de producción para el té a base de hojas de guanábana embotellado.

1. Flujograma de Bloques

Figura 23

Flujograma de Bloques



Elaborado por: Autoras
Año: 2018

CAPÍTULO V

5. EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

5.1. Ingresos Proyectados

Para determinar los ingresos proyectados se tomó en cuenta los precios proyectados de acuerdo con la inflación anual 0,42 % se determinó en el estudio de mercado, según los cuadros cuyos valores representan:

Tabla 51

Ingresos proyectados

Detalle	2017	2018	2019	2020	2021
Volumen	153.548	159.228,53	165.075,63	171.093,99	177.288,13
Precio	0,75	0,75	0,76	0,76	0,76
Ingreso	115.161,19	119.919,98	124.842,67	129.934,42	135.200,57

Fuente: Estudio de Mercado Cuadros 30,31
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

5.2. Determinación de egresos proyectados

5.2.1. Costos de producción

1. Materia Prima Directa

La Materia Prima directa para la elaboración del producto son las Hojas de Guanábana, cuya cantidad se calculó tomando en consideración el volumen de producción anual de la microempresa en su periodo operativo.

Los costos de la materia prima se establecieron tomando en cuenta los precios referenciales que tiene el kilogramo de Stevia, el m³ de agua y el extracto de té verde; para

determinar el valor de las hojas de guanábana se tomó como referencia los precios de comercialización de la productora ubicada en San patricio de Chinanby Carchi cantón mira parroquia Jijón y Caamaño la cual está dispuesta a comercializar las hojas del árbol de guanábana posterior a la poda. Por lo tanto, para la producción de una unidad de 500ml se necesitará 0,7 kg de Hojas de guanábana.

Tabla 52

Materia prima requerida

DESCRIPCIÓN	UD. MED	CANTIDAD		COSTO UNITARIO		VALOR
		Unidad	Unidad Anual	Unidad	Unidad anual	TOTAL
Hojas de Guanábana	gr	0,7	107.483,78	0,06	0,09	9.212,90
Stevia	Kg	0,06	9.212,90	0,05	0,83	7.677,41
Extracto de Té Verde	Lt	0,05	7.677,41	0,01	0,20	1.535,48
Agua	m3	0,00014	21,50	0,002	14,29	307,10
Costo total anual				0,122		18.732,89

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Para la proyección de los precios de la materia prima directa para los próximos 5 años se consideró la tasa de inflación expuesta por el Banco Central en el año 2017 que corresponde a 0.42%.

Tabla 53

Proyección de materia prima

Descripción	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Hojas de Guanábana	9212,89	9251,36	9289,98	9328,76	9367,71
Stevia	7677,41	7709,47	7741,65	7773,97	7773,97
Extracto de Té Verde	1535,48	1541,89	1548,33	1554,79	1554,79
Agua	307,09	308,38	309,66	310,95	310,95
Total	18732,88698	18811,10	18889,63	18968,50	19007,44

Fuente: Tabla 52
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

2. Mano de obra directa

Para la elaboración del té de Hojas de Guanábana embotellado se necesitará de 2 operarios, cuyo costo se fijó en base a las regulaciones del Ministerio de Relaciones Laborales.

Tabla 54

Mano de obra directa

Cargo	Sueldo Nominal	IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacación	Costo mensual por empleado	Costo anual por cargo
Operario 1	386,00	46,899	32,17	32,17	16,08	513,32	6.159,79
Operario 2	386,00	46,899	32,17	32,17	16,08	513,32	6.159,79
Total	772,00	93,80	64,33	64,34	32,16	1.025,72	12.319,58

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 55

Mano de obra directa proyectada

Cargo	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Operario 1	6.159,79	6.185,51	6.211,33	6.237,26	6.263,30
Operario 2	6.159,79	6.185,51	6.211,33	6.237,26	6.263,30
Total	12.319,58	12.371,01	12.422,66	12.474,52	12.526,60

Fuente: Cuadro 54
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

3. Costos indirectos de fabricación

- Materia prima indirecta

Para elaborar el té a base de hojas de Guanábana embotellado será necesario utilizar otros insumos tales como botellas plásticas de 500ml y etiquetas. La proyección de Materia prima Indirecta se realizó aplicando la tasa de inflación del 0,42%

Tabla 56**Materia prima indirecta**

DETALLE	UNID MEDIDA	CANTIDAD	V. UNIT	V. TOTAL
Botellas Plásticas 500 ml	Unidad	153.548	0,05	7677,41
Etiquetas	Unidad	153.548	0,02	3070,97
Costo Total Anual				10748,38

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 57**Proyección Materia prima indirecta**

Detalle	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Botellas Plásticas 500 ml	7677,41	7709,47	7741,65	7773,97	7806,43
Etiquetas	3070,97	3083,79	3096,66	3109,59	3122,57
Costo Total Anual	10748,38	10793,25	10838,31	10883,56	10929,00

Fuente: Cuadro 56
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

- Mano de obra indirecta

Para la producción del té a base de hojas de guanábana embotellado resulta necesario contratar un jefe de producción el cual se encargará de verificar todo el proceso productivo y los estándares de calidad y sanidad.

Tabla 58**Mano de obra indirecta**

	Sueldo Nominal	IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacación	Coso mensual por empleado	Costo anual por cargo
Jefe de Producción	395,00	47,9925	32,92	32,17	16,46	524,53	6294,41
Total	395,00	47,99	32,92	32,17	16,46	524,53	6294,41

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 59**Mano de obra indirecta proyectada**

Cargo	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Jefe de Producción	6294,41	6320,69	6347,08	6373,58	6400,19
Total	6294,41	6320,69	6347,08	6373,58	6400,19

Fuente: Cuadro 58
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

Otros costos indirectos de fabricación

Otros costos indirectos de fabricación necesarios para elaborar el producto comprenden los servicios básicos, reparación y mantenimiento de las maquinarias y sus respectivas depreciaciones.

Tabla 60**Servicios Básicos**

CONCEPTO	U. DE CONSUMO	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNIT. MENSUAL	COSTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Agua	m3	250	0,4	100	1200
Luz	Kwh	400	0,35	140	1.680
Gas Industrial	Unidad	2	23	46	552
Total			23,75	286	3.432

Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

Tabla 61**Otros costos indirectos de fabricación Totales**

CONCEPTO	VALOR
Mantenimiento	300
Servicios Básicos	3.432
Total	3.732

Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

Tabla 62**Otros costos indirectos de fabricación proyectados**

Cargo	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Mantenimiento	300	301,25	302,51	303,77	305,04
Servicios Básicos	3.432	3.446,33	3.460,72	3.475,17	3.489,67
Total	3.732,00	3.747,58	3.763,23	3.778,94	3.794,72

Fuente: Cuadro 61
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

5.2.2. Gastos de administración

Los gastos de administración del proyecto incluyen el gasto al personal administrativo, el pago por servicios profesionales a una contadora, pago de servicios básicos, suministros de oficina, suministros de limpieza, y los gastos de constitución de la microempresa.

Tabla 63**Sueldos administrativos**

Cargo	Sueldo Nominal	IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacación	Coso mensual por empleado	Costo anual por cargo
Gerente	430,00	52,245	35,83	32,17	17,92	568,16	6817,94
Contadora	430,00	52,245	35,83	32,17	17,92	568,16	6817,94
Total	860,00	104,49	71,67	64,33	35,83	1136,32	13635,88

Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

Tabla 64**Proyección sueldos administrativos**

Cargo	AÑOS PROYECTADOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
Gerente	6817,94	6846,40	6874,99	6903,69	6932,51
Contadora	6817,94	6846,40	6874,99	6903,69	6932,51
Total	13635,88	13692,81	13749,98	13807,38	13865,03

Fuente: Cuadro 63
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Tabla 65**Servicios básicos – administración**

CONCEPTO	UNID. DE CONSUMO MENSUAL	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO POR MES	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
Luz	Kwh	38,00	0,25	9,50	114,00
Agua	m3	28,00	0,35	9,80	117,60
Teléfono	Línea	1	16,00	16,00	192,00
Internet		1	18,00	18,00	216,00
Total			34,60	53,30	639,60

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 66**Suministros de oficina**

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Resmas de Hojas	8	5,50	44,00
Esferos	15	0,30	4,50
Carpetas	25	0,50	12,50
Grapadora	2	3,50	7,00
Perforadora	2	2,20	4,40
Caja de Grapas	5	0,50	2,50
Facturero	10	7,30	73,00
Total		12,50	74,90

Fuente: Papelería Popular
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 67**Suministros de Limpieza**

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Detergente	6	3,15	18,90
Papel Higiénico	24	5,80	139,20
Desinfectante	4	3,50	14,00
Escoba	2	2,50	5,00
Recogedor	2	3,50	7,00
Trapeador	2	4,00	8,00
Polvax	3	6,25	18,75
Total		28,70	210,85

Fuente: Santa María
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 68**Gastos de constitución**

CONCEPTO	VALOR
Patente	15,00
Permiso de Funcionamiento	100,00
Constitución	80,00
Permiso Sanitario	50,00
Capacitación	180,00
Total	425,00

Fuente: IMI, cuerpo de bomberos, ARCOSA

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

Tabla 69**Gastos de Administración Totales Proyectados**

Cargo	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldos administrativos	13635,88	13692,81	13749,98	13807,38	13865,03
Servicios Básicos	639,60	642,27	644,95	647,64	650,35
Suministros de Oficina	74,90	75,21	75,53	75,84	76,16
Suministros de Limpieza	210,85	211,73	212,61	213,50	214,39
Gastos de constitución	425,00		0,00	0,00	0,00
Total	14986,23	14622,02	14683,07	14744,37	14805,93

Fuente: Cuadros 63, 65, 66, 67,68

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

5.2.3. Gastos de venta

Los gastos de ventas corresponden al sueldo que se pagará al vendedor de la microempresa ya que la distribución del producto se la realizará en las principales tiendas barriales y supermercados de la ciudad de Ibarra, y por ende otro de los gastos en que se incurre en las ventas corresponde al combustible; de igual manera se consideró como gasto de venta los gastos para la publicidad y posicionamiento del producto en el mercado.

Tabla 70**Sueldo personal de ventas**

Cargo	Sueldo Nominal	IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Vacación	Coso mensual por empleado	Costo anual por cargo
Vendedor	395,00	47,9925	32,92	32,17	16,46	524,53	6294,41
Total	395,00	47,99	32,92	32,17	16,46	524,53	6294,41

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 71**Proyección sueldo personal en ventas**

Cargo	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Vendedor	6294,41	6320,69	6347,08	6373,58	6400,19
Total	6294,41	6320,69	6347,08	6373,58	6400,19

Fuente: Cuadro 70
Elaborado por: Autoras

Tabla 72**Gasto publicidad**

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL ANUAL
Página Web	1	125,00	125,00
Hojas Volantes	1200	0,25	300,00
Total		125,25	425,00

Fuente: Imprenta Grafito
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Tabla 73**Gastos de Venta Totales Proyectados**

Cargo	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Sueldo en Ventas	6294,41	6320,69	6347,08	6373,58	6400,19
Publicidad	425,00	426,77	428,56	430,35	432,14
Combustible	410	411,71	413,43	415,16	416,89
Total	7129,41	7159,18	7189,06	7219,08	7249,22

Fuente: Cuadros 72
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

5.3. Tabla de amortización

Para poner en marcha las actividades micro empresariales se requiere un capital de 85.733,26 dólares, de los cuales el 50% se financiara con recursos propios es decir 41.712,2 y el 50% a través de un préstamo por parte de la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 11,83% con pagos mensuales a un periodo de 10 años, obteniendo así, el siguiente cuadro correspondiente a gastos financieros generados por el interés anual a pagar.

Tabla 74

Gastos Financieros

Detalle	AÑOS PROYECTADOS				
	2017	2018	2019	2020	2021
Interés por pagar	4674,58	4555,51	3694,76	3204,85	2714,93
Total	4674,58	4555,51	3694,76	3204,85	2714,93

Fuente: Anexo 5

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

5.4. Tabla de depreciaciones

Para el cálculo de la depreciación de infraestructura, maquinaria y equipo de producción, muebles y enceres, equipos de oficina, equipo de computación y vehículo, se tomó en cuenta los años en que cada uno de ellos se deprecia, acorde a lo que dicta el Reglamento a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno en su art 25 numeral 6 literal a), los resultados se pueden apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 75

Resumen de depreciación de activos fijos

DEPRECIACIONES PROYECTADAS									
DETALLE	COSTO	%	2018	2019	2020	2021	2022	DEP.ACUM	VALOR
									EN LIBROS
Infraestructura	26052	5%	1302,6	1302,6	1302,6	1302,6	1302,6	6513	19539
Maquinaria y Equipo de Producción	5532,14	10%	553,214	805,21	805,21	805,21	805,21	3774,054	1758,086
Muebles y Enseres	2337,56	10%	233,756	274,8	274,8	274,8	274,8	1332,956	1004,604
Equipo de oficina	344	10%	34,4	34,4	34,4	34,4	34,4	172	172
Equipo de computación	1301	33%	429,33	429,33	429,33	13,01	-	1301	0
Vehículo	26850	20%	5370	5370	5370	5370	5370	26850	0
Total	62416,7		7923,3	8216,34	8216,34	7800,02	7787,01	39943,01	22473,69

Fuente: Estudio técnico (Cuadro N° 35, 36, 37, 38, 39, 41, 42,43)

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

5.5. Resumen de egresos proyectados

Tabla 76

Resumen de egresos proyectados

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2020	2021	2022
Costos de producción	52380,46	52043,63	52260,91	52479,10	52657,96
Gastos de Administración	14561,23	14622,02	14683,07	14744,37	14805,93
Gastos de ventas	7129,41	7159,18	7219,08	7249,22	7249,22
Gastos Financieros	4674,58	4555,51	3694,76	3204,85	2714,93
Gastos de depreciación	7370,086	8216,34	8216,34	7800,02	7787,01
Total	86115,77	86596,68	86074,16	85477,56	85215,05

Fuente: Cuadros 53, 56, 59, 62,69, 73, 74, 75

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

5.6. Resumen de Ingresos y Egresos Proyectados

Tabla 77

Resumen de Ingresos y Egresos Proyectados

DETALLE	AÑOS PROYECTADOS				
	2018	2019	2019	2020	2021
Ingresos Proyectados					
Ventas	115161,19	119919,98	124842,66	129934,42	135200,57
Proyectadas					
Total Ingresos Proyectados	115161,19	119919,98	124842,66	129934,42	135200,57
Egresos Proyectados					
Costos de producción	52380,46	52043,63	52260,91	52479,10	52657,96
Gastos de administración	14561,23	14622,02	14683,07	14744,37	14805,93
Gastos de ventas	7129,41	7159,18	7189,06	7219,08	7249,22
Gastos Financieros	4674,58	4555,51	3694,76	3204,85	2714,93
Gastos de Depreciación	7370,086	8216,34	8216,34	7800,02	7787,01
Total Egresos Proyectados	86115,77	86596,68	86044,15	85447,42	85215,05
Utilidad Operativa Proyectada	29045,42	33323,30	38798,52	44487,01	49985,53

Fuente: Cuadros 51,76

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

5.6.1. Estado de Situación Financiera Presupuestado

Con el estado de situación financiera proyectado es posible determinar la posición financiera que tendrá la microempresa, en el cual podemos visualizar los activos, pasivos y patrimonio.

Tabla 78

Estado de Situación Financiera Presupuestado

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTE		PASIVOS A LARGO PLAZO	
Capital de Trabajo	6162,48	Deuda a largo plazo	41412,74
Total activo corriente	6162,48	TOTAL PASIVOS	41412,74
ACTIVOS NO CORRIENTES		PATRIMONIO	
Propiedad, Planta y Equipo			
Terreno	13561,20	Aporte propio	41712,20
Infraestructura	26052,00		
Maquinaria y Equipo de Producción	5532,14	TOTAL PATRIMONIO	41712,20
Herramientas	984,56		
Muebles y Enseres	2337,56		
Equipo de oficina	344,00		
Equipo de computación	1301,00		
Vehículo	26850,00		
Total activos no corrientes	76962,46		
TOTAL ACTIVO	83124,94	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	83124,94

Fuente: Cuadros 44, 46,47
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

5.7. Estado de resultados proyectado

Tabla 79

Estado de resultados proyectado

Descripción	2018	2019	2020,00	2021	2022
Ventas	115161,19	119919,98	124842,67	129934,42	135200,57
(-) Costo de Ventas	52380,46	52043,63	52260,91	52479,10	52657,96
Utilidad Bruta proyectada	62780,73	67876,35	72581,76	77455,32	82542,62
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	14561,23	14622,02	14683,07	14744,37	14805,93
Gasto de Ventas	7129,41	7159,18	7189,06	7219,08	7249,22
Gastos Financieros	4674,58	4555,51	3694,76	3204,85	2714,93
Gasto de Depreciación	7370,09	8216,34	8216,34	7800,02	7787,01
Total Egresos operacionales	33735,31	34553,05	33783,23	32968,32	32557,09
Utilidad Operativa	29045,42	33323,30	38798,52	44487,01	49985,53
15% Participación	4356,81	4998,50	5819,78	6673,05	7497,83
Trabajadores					
Utilidad antes de impuestos	24688,60	28324,81	32978,74	37813,96	42487,70
Impuesto a la Renta	1416,79	1962,22	2660,31	3385,59	4086,65
Utilidad Neta Proyectada	23271,81	26362,59	30318,43	34428,36	38401,04

Fuente: Cuadros (69; 73; 74; 75; 77)

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

Desarrollo Impuesto a la Renta:

Utilidad antes de impuestos 2017=24.688,60

Fracción= 21.550

% Imp. Fracción excedente= 15%

Imp Fracción Básica= 946

IR=24.688,60-21550

IR= 3.138,60*15%

IR= 470,79+946

IR= 1416,79

El costo de venta se determinó tomando en cuenta los costos en los que se incurrirá para poder brindar el producto al público; es así que se tomaron en cuenta los valores calculados en cuanto a materia prima requerida, mano de obra directa y Costos Indirectos de Fabricación (CIF) como materia prima indirecta requerida, mano de obra indirecta y otros costos indirectos de fabricación

5.8. Flujo de caja proyectado

Tabla 80

Flujo de caja proyectado

Descripción	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Inversión	-					
Inicial	83124,94173					
Ingresos						
Utilidad Neta Proyectada		23271,81	26362,59	30318,43	34428,36	38401,04
Depreciación Activos Fijos		7370,09	8216,34	8216,34	7800,02	7787,01
Reinversión					1587,08	
Valor de Rescate				-		22473,69
Total		30641,90	34578,93	38534,77	40641,30	68661,74
Ingresos						
Egresos						
Pago de la deuda		4141,27	4141,27	4141,27	4141,27	4141,27
Total		4141,27	4141,27	4141,27	4141,27	4141,27
Egresos						
FLUJO NETO DE CAJA		26500,62	30437,65	34393,50	36500,03	64520,47

Fuente: Cuadros (78; 79; 75; anexo 5)

Elaborado por: Autoras

Año: 2017

5.9. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite determinar la factibilidad de poner en marcha la microempresa productora y comercializadora de té a base de hoja de guanábana embotellado, mediante el análisis de los siguientes evaluadores financieros:

5.9.1. Costo de oportunidad

La tasa de rendimiento medio permite conocer el rendimiento mínimo que tendrá el proyecto para ser aceptado. Para el cálculo del costo de oportunidad se consideró la tasa promedio anual de inflación para el año 2017 que es de 0.42% y una tasa activa del préstamo con la CFN del 11,85, tasa pasiva efectiva del 5% según el Banco Central del Ecuador 2017

Tabla 81

Costo de oportunidad

Descripción	Monto	Porcentaje	Tasa de Ponderación	Valor Ponderado
Inversión Propia	41712,20	50%	5%	2%
Inversión Financiativa	41412,74	50%	11,85%	6%
	83124,94			8%
<hr/>				
Costo de Oportunidad		8%		
Inflación		0,42%		

Elaborado por: Autoras
Año: 2018

El costo de oportunidad del proyecto sin considerar la inflación es del 8%, la cual se utilizará para calcular la tasa de descuento o tasa de rendimiento medio haciendo uso de la siguiente fórmula:

$$TRM = (1 + CK)(1 + Inf) - 1$$

Donde:

TRM= Tasa de Rendimiento Medio

CK= Costo de Capital

Inf= Inflación

Por lo tanto:

$$TRM=(1+0,0842)(1+0,0042)-1$$

$$TRM=0,086$$

i=	$(1+k)(1+Rp)-1$
i=	0,086

Fuente: Cuadro 81
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

El rendimiento esperado del proyecto es de 9% lo cual representa la rentabilidad mínima que se debe obtener para que el proyecto sea factible.

5.9.2. Calculo del VAN

El valor actual neto permite determinar si el proyecto genera flujos de caja positivos, los cuales permitan cubrir la inversión de este, para lo cual se utilizará la TRM calculada anteriormente. La fórmula se detalla a continuación:

Donde:

$$VAN = (II) + \frac{\sum FCN}{(1 + TRM)^n}$$

VAN= Valor Actual Neto

II= Inversión Inicial

$\sum FCN$ = Sumatoria de flujos de caja netos

TRM= Tasa de rendimiento medio

n= tiempo de vida útil del proyecto

Tabla 82

Calculo del VAN

Año	Flujos de Caja Netos	T Redescuento	Flujos Netos
0	-83124,94		
1	26500,62	1,09	24398,44
2	30437,65	1,18	25800,21
3	34393,50	1,28	26840,74
4	36500,03	1,39	26225,11
5	64520,47	1,51	42680,32
Total			145944,83
		VAN	62819,88

Fuente: Cuadros 81
Elaborado por: Autoras
Año: 2017

$$\text{VAN} = (83.124,94) - 146.454,16$$

$$\text{VAN} = 62819,88$$

Es así que se obtuvo un VAN de 63.329,21 dólares, lo que indica que al final de los cinco años y una vez recuperada la inversión inicial, los inversionistas obtendrán un monto que ascendería al valor antes mencionado.

5.9.3. Calculo TIR

La Tasa Interna de Retorno TIR busca hacer que el VAN de un proyecto sea igual a cero. Usando los flujos netos de efectivo se procedió a calcular la TIR, tomando en cuenta la inversión inicial del proyecto y aplicando la siguiente fórmula:

Tabla 83**Calculo TIR**

DETALLE	TASA SUPERIOR		30%	
AÑOS	FLUJOS NETOS	T Redescuento	FNA	
0	-83124,94			
1	26500,62	1,30	20385,10	
2	30437,65	1,69	18010,45	
3	34393,50	2,20	15654,76	
4	36500,03	2,86	12779,67	
5	64520,47	3,71	17377,24	
TOTAL			84207,21	
		VAN	1082,27	

Tabla 84**Resumen para el cálculo TIR**

RESUMEN PARA EL CALCULO TIR

TASA INFERIOR	9%
TASA SUPERIOR	30%
VAN TASA INFERIOR	62819,88
VAN TASA SUPERIOR	1082,27

Fuente: Cuadros (82; 83)
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

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

$$\text{TIR} = 39\%$$

La Tasa Interna de Retorno por otra parte se pudo determinar en 39% que es superior al costo de capital, determinando así que la que la tasa es atractiva, volviendo al proyecto rentable en términos financieros.

5.9.4. Tiempo de recuperación del dinero

Teniendo en cuenta los flujos de caja proyectados este indicador permite determinar el tiempo en el cual se recuperará la inversión.

Tabla 85**Tiempo de recuperación del dinero**

	0	1	2	3	4	5	
Flujo Neto de Fondos	-	83.124,94	26.500,62	30.437,65	34.393,50	36.500,03	64.520,47
Factor de descuento	1,00	0,92	0,85	0,78	0,72	0,66	
Flujo Neto Actualizado	-	83.124,94	24.398,44	25.800,21	26.840,74	26.225,11	42.680,32
Flujo Neto Acumulado	-	-	-	-	-	-	-
Flujo Neto Acumulado	83.124,94	58.726,50	32.926,29	6.085,55	20.139,56	62.819,88	
Periodo	2,96 años						
Recuperación							

Fuente: Cuadros (82; 83)
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2017

5.9.5. Índice beneficio costo

El índice beneficio costo evalúa los ingresos y egresos llevados a valor actual en los flujos de caja de esta manera permite determinar la ganancia que se obtendrá por cada dólar invertido. Para el cálculo del índice beneficio costo se utilizará la siguiente formula

$$C/B = \frac{\text{Sumatoria FNA}}{\text{Inversión}} = \frac{145.944,83}{83.124,94} = \mathbf{1,76}$$

Al hacer el análisis del índice beneficio/costo se pudo determinar que la utilidad generada por el proyecto por cada dólar invertido será de 0.76 centavos, así mismo analizando el tiempo de recuperación del dinero se pudo observar que se podrá recuperar la inversión en 3 años, 1 mes y 15 días, inferior al periodo de los flujos de caja proyectados, esto tomando en cuenta que la inversión resulta ser considerable.

5.9.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite igualar los ingresos y los costos de manera que no se obtenga ni una utilidad ni pérdida, determinando también el número de unidades que la microempresa necesita producir para obtener un punto de equilibrio.

Para el cálculo del punto de equilibrio se tomó en cuenta los datos presentados en el siguiente cuadro:

Tabla 86

Punto de equilibrio

Precio Unitario	0,75
Costo Fijo Total	33.735,31
Costo Variable Total	51.827,25
Cantidad	153.548,25
Costo Variable Unitario	0,34

Costo Fijo Total		Costo Variable Total	
Gastos de Administración	14561,23	Materia Prima Directa	18732,89
Gastos de ventas	7129,41	Mano de obra directa	12319,58
Gastos Financieros	4674,58	CIF	20774,79
Gastos de depreciación	7370,086		
TOTAL	33.735,31	TOTAL	51827,25

PE\$ =	$\frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$
PE\$ =	$\frac{34288,52}{1 - \frac{51.827,25}{115.161,19}}$

PE\$ =	62.347,41
--------	-----------

PE =	$\frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Cvu}}$
------	--

PE =	$\frac{33735,31}{0,75 - 0,34}$
------	--------------------------------

PE=	81.789
-----	--------

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

Por último, se realizó el análisis del punto de equilibrio tanto en dólares como en unidades determinando que para que la microempresa deberá producir un total de 81.789 unidades equivalentes a 62.347,41 dólares igualando así sus ventas con los costos y gastos generados

5.10. Conclusiones del estudio financiero

Una vez concluido el estudio financiero y los criterios de evaluación aplicados al proyecto como VAN, TIR, tiempo de recuperación del dinero e índice de beneficio/costo se determinó que el proyecto es factible operativa y financieramente.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

6.1. Actividad económica

La microempresa “A&B Ice Tea” se dedicará a la producción y comercialización de té a base de hojas de guanábana embotellado en la ciudad de Ibarra, el cual será elaborado teniendo en cuenta los estándares de calidad y normas sanitarias requeridas para la comercialización de bebidas, buscando de esta manera satisfacer la necesidad de nuestros consumidores de adquirir una bebida sana y refrescante

6.1.1. Misión

A&B Ice Tea es una microempresa ubicada en el cantón Ibarra que oferta a los consumidores una bebida saludable y natural que cumple con las normas y estándares de calidad en todo su proceso productivo.

6.1.2. Visión

Ser reconocida para el 2022 como una microempresa nacional de bebidas saludables preferida en la región norte del país por su calidad y generación de bienestar a su entorno.

6.1.3. Objetivos organizacionales

- Promover el uso eficiente y responsable de los recursos que se tenga a disposición para la elaboración de la bebida.
- Incorporar maquinaria y equipo adecuado que aseguren un proceso productivo de calidad.

- Cumplir con todo tipo de normativa legal necesaria para llevar a cabo las actividades empresariales.
- Generar fuentes de empleo para los habitantes de la ciudad de Ibarra, fomentando el desarrollo económico del sector.
- Determinar estrategias competitivas para el posicionamiento de la marca en el mercado y en la mente de los consumidores

6.2. Políticas

Las políticas que establece la empresa son estándares que se deben cumplir a cabalidad y que guían el accionar de los directivos, empleados y trabajadores a continuación se establecen las políticas que se deberán ejecutar en la empresa.

6.2.1. Políticas generales

La administración será la autoridad encargada de definir la estructura organizacional de la empresa y de la planificación de actividades y funciones de cada uno de sus miembros tomando en cuenta la eficiencia y eficacia en todos los procesos para que de tal forma se llegue a obtener un producto de calidad.

Las modificaciones o cambios a la estructura organizacional serán aprobados por el más alto nivel de la organización y socializar a todos los miembros de la empresa.

Para evitar la repetición de tareas y permitir la eficiencia y eficacia en la empresa, cada cargo será ocupado por trabajadores que cumplan con las competencias y habilidades que el cargo requiera definiendo claramente las responsabilidades y tareas de puesto de trabajo.

La información de la empresa será tratada con la mayor prudencia profesionalismo y responsabilidad por todos los miembros de la organización, para de esta manera tomar las mejores decisiones.

El cumplimiento de metas y objetivos organizacionales, serán medidos y evaluados por parte de la administración de manera constante, logrando la mejora continua en todas las actividades de la empresa.

La administración deberá informar cualquier cambio en las políticas reglamentos y procedimientos de la empresa a todo el personal para que no exista omisión de estándares planteados.

6.2.2. Políticas de calidad

La calidad del producto a ofertar va hacer una de sus características más competitivas y atractivas para los consumidores es por esta razón que debe cumplir con todas las normas y requisitos que solicita el consumidor.

Uno de nuestros requisitos hacia los proveedores será que la materia prima cumpla con estándares es decir que la hoja sea orgánica con la edad adecuada y cumplan con el tiempo de entrega de la materia prima para que de esta manera no se interrumpa el proceso productivo.

6.2.3. Políticas de investigación, desarrollo e innovación

Desarrollar programas que faciliten los procesos de producción y comercialización.

Elaborar programas orientados a la innovación con el objetivo de diversificar la oferta de productos.

6.2.4. Políticas de servicio

La distribución del producto final a las pequeñas tiendas y supermercados de la ciudad de Ibarra se la realizará de manera oportuna.

6.3.5. Políticas de compra

La compra de materia prima se realizará en base a especificaciones en cuanto a calidad, precio, plazo de entrega y formas de pago previamente acordados con el proveedor, el cual deberá brindar confiabilidad experiencia y disponibilidad de la materia prima.

La maquinaria, herramienta y demás equipos que servirán para el proceso productivo serán escogidos a través del cumplimiento de requisitos como: calidad, durabilidad, formas de pago.

La adquisición de materia prima será a través de pedidos previos por parte del departamento de producción teniendo en cuenta stocks mínimos en bodega.

6.2.6. Políticas del personal

La selección y contratación del personal deberá seguir estrictamente el siguiente el proceso:

Se estudiará el cargo y se establecerá el perfil del puesto, para posteriormente realizar la publicación y convocatoria.

Consecutivamente se receptorá las solicitudes de empleo presentadas que concuerden con el perfil requerido para evaluar y calificar a los postulantes.

Después de seleccionar las mejores carpetas de los postulantes se realizará la entrevista personal, así como también los antecedentes y recomendaciones presentados por los postulantes.

Seleccionada la persona idónea para el cargo se iniciará la capacitación e inducción.

El empleado será evaluado firmemente para confirmar su productividad, capacidad y conocimientos aplicados al puesto.

Ningún empleado tendrá la potestad de sacar de las instalaciones cualquier material, maquinaria de las instalaciones de la empresa sin antes tener una debida autorización

Todos los trabajadores deberán conservar su ropa de trabajo limpia, uñas apropiadamente cortadas, usar malla para el cabello, mascarilla y demás herramientas que sean precisos para desarrollar sus funciones.

Los empleados deberán recibir la debida capacitación perennemente en el área en el cual desempeñen sus funciones.

6.2.7. Política de gestión ambiental

Se instaurará un sistema de gestión ambiental con el objetivo de ajustarse a los reglamentos normativas y procedimientos ambientales.

6.3. Estructura organizacional

La estructura organizacional aporta una guía para cada colaborador diagramando las funciones que cada uno desempeñara para llevar a cabo las actividades de la microempresa de manera oportuna, cumpliendo así con las metas fijadas en la planificación. De esta manera la estructura organizacional se compone de los siguientes niveles:

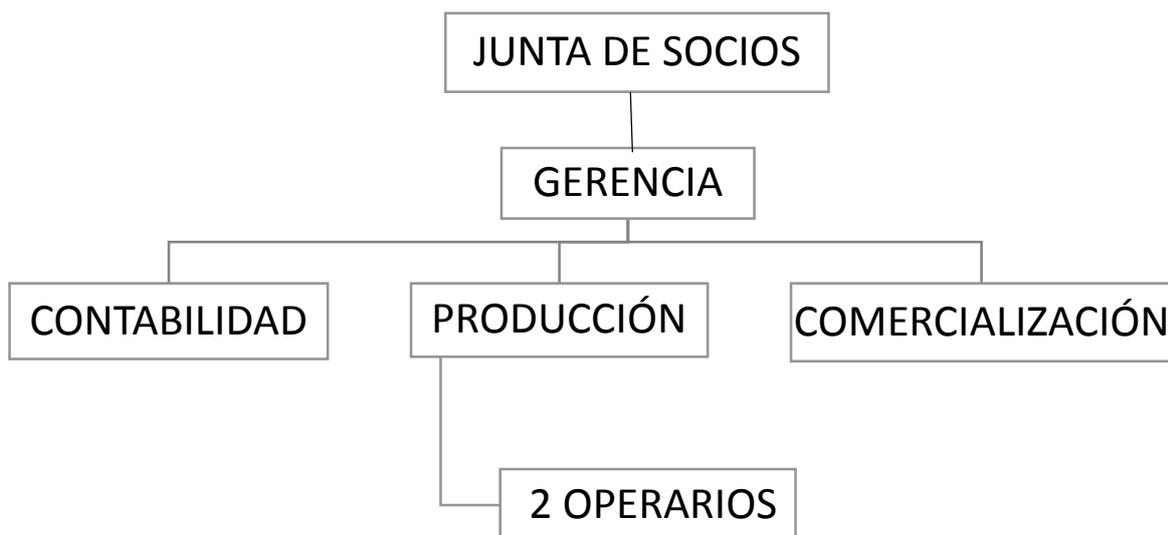
Primer nivel: Nivel Gobernante.

Segundo nivel: Nivel agregado de valor.

Tercer nivel: Nivel Operativo.

La estructura organizacional basada en los tres niveles jerárquicos permite mejorar la eficiencia operativa en cuanto a la toma de decisiones, dejando en claro quién tiene la responsabilidad a acerca de la toma de decisiones en cada área, permitiendo que cada departamento trabaje de manera conjunta enfocando su tiempo y energía en una meta en común.

Figura 24
Organigrama Estructural



6.4. Organigrama funcional

El Organigrama funcional es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general con cada una de las actividades asignadas a los empleados; es así como se lo detalla a continuación:

Figura 25
Organigrama funcional

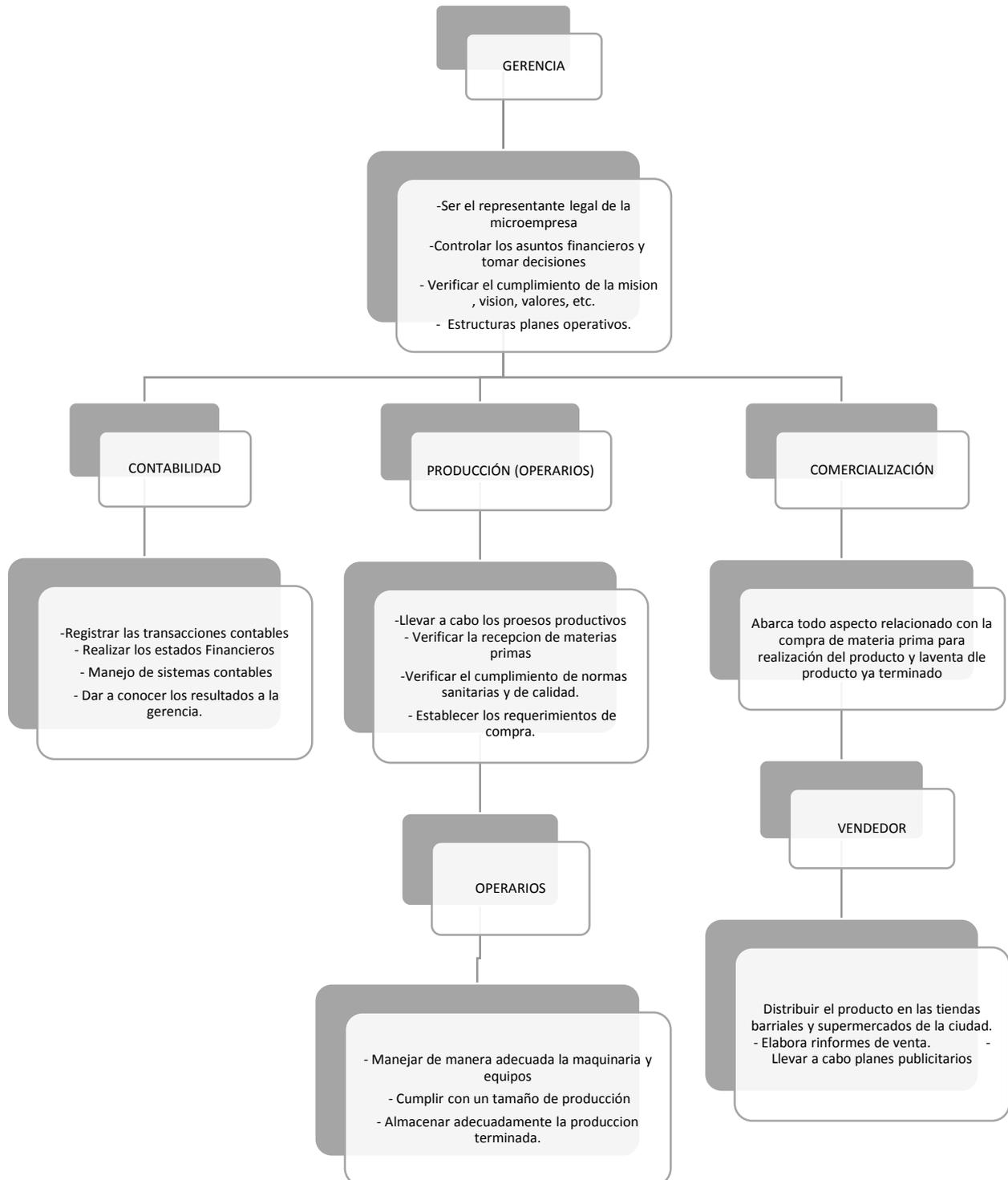


Tabla 87**Manual de funciones Gerente****DESCRIPCIÓN DE CARGOS**

Nombre del Puesto: Gerente General

Departamento: Administrativo

Resumen del puesto:

- ✓ Administrar, coordinar y dirigir las actividades que sean necesarias para el crecimiento de la empresa.
- ✓ Decidir en base al cumplimiento de los objetivos estratégicos y tácticos organizacionales.
- ✓ Evaluar el rendimiento, desempeño y crecimiento de la Compañía.

Responsabilidades/Funciones:

- ✓ Tomar decisiones objetivas.
- ✓ Evaluar la situación actual de la organización.
- ✓ Gestionar las actividades para el crecimiento empresarial.
- ✓ Controlar y monitorear el cumplimiento de los objetivos.

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- ✓ Estudios Superiores relacionados.
- ✓ Certificación de cursos de liderazgo.
- ✓ Conocimientos de trato con personal.
- ✓ Experiencia mínima de 5 años en cargos similares.
- ✓ Conocimiento de producción de plásticos.

- ✓ Buen análisis de reportes para toma de decisiones acertadas.
- ✓ Conocer la Industria Nacional.
- ✓ Hablar y dominar Inglés.
- ✓ Conocimientos avanzados de las ciencias en materiales.

Horario asignado: 8H00 AM - 17:00 PM

Fuente: MANUAL DE POLITICAS Y FUNCIONES PARA LA DISTRIBUIDORA LÁCTEOS ISRAEL
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

6.5. Manual de funciones

Tabla 88

Manual de funciones Contador

DESCRIPCIÓN DE CARGO

Nombre del Puesto: Contador General.

Departamento: Administrativo

Resumen del puesto: Se debe asistir en la gestión contable, financiera y tributaria de la empresa, realizando la parte operativa de este sistema para lograr eficientemente los objetivos del departamento implementado las normativas actualizadas.

Jefe inmediato: Gerente General

Responsabilidades /Funciones:

- ✓ Preparar Estados Financieros y reporte para la Gerencia.
- ✓ Supervisar y controlar los estados financieros, contabilidad general y de costos.
- ✓ Acatar y cumplir con los requerimientos de los Organismos de Control.
- ✓ Interpretar los balances y cuentas de resultados y presentar informes al Gerente General de la empresa
- ✓ Monitorear el pago y retención de impuestos y tasas.
- ✓ Gestionar y controlar pagos a proveedores y cobro a clientes.
- ✓ Revisar roles de pago y beneficios sociales y pagos de nómina.
- ✓ Verificar Ingresos de Caja versus Depósitos Bancarios y asientos.
- ✓ Revisión de Facturación versus guías de remisión.
- ✓ Revisar y Aprobar Conciliaciones Bancarias.

- ✓ Revisar Asientos de diario de facturas proveedores.
- ✓ Gestionar y controlar pagos a proveedores y cobro a clientes.
- ✓ Colaborar según requerimiento con la emisión de cheques.
- ✓ Procesar las de facturas de proveedores y notas de débito (inclusión en el sistema).
- ✓ Registrar los asientos contables referente a proveedores.
- ✓ Elaboración de declaraciones de impuestos y anexos de impuestos.
- ✓ Efectuar cierre de inventarios mensuales y conciliación de mayores con reporte de Ingreso a Bodega. Revisar Kardex y Conciliaciones de producción con reporte diario así como también las conciliaciones con bodega tanto de materia prima y producto terminado.
- ✓ Atención de consultas e inquietudes de proveedores.
- ✓ Verificar Inventarios físicos.
- ✓ Realizar y contabilizar depósitos y retiros bancarios.

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- ✓ Título de C.P.A., Ingeniero Comercial, Economía, Comercio exterior, Conocimientos de Contabilidad Financiera y de Costos. Experiencia mínima de 2 años.
- ✓ Conocimiento de NIFF y Servicio al Cliente, Normativas en Tributación, IESS, Laboral y Societario.

Horario asignado: 8H00 AM - 17:00 PM

Fuente: MANUAL DE POLITICAS Y FUNCIONES PARA LA DISTRIBUIDORA LÁCTEOS ISRAEL
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

Tabla 89**Manual de funciones Jefe de Producción****DESCRIPCIÓN DE CARGO**

Nombre del Puesto: Jefe de Producción

Departamento: Producción

Resumen del puesto: Encargado de Supervisar las diferentes áreas de producción que son almacenamiento, clasificación, extracción, embotellado y etiquetado para lograr que se lleve a cabo lo planificado. Con eficiente manejo de los materiales y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos

Jefe inmediato: Gerente General

Responsabilidades /Funciones:

- ✓ Supervisar las diferentes áreas de producción.
- ✓ Supervisar a los operarios en su trabajo y apoyar en las actividades emergentes.
- ✓ Aprobar las respectivas órdenes de trabajo y entregar la parte correspondiente a cada área.
- ✓ Planificar Producción y Mantenimientos.
- ✓ Apoyo al departamento de ventas con información de factibilidad del producto.
- ✓ Comunicación constante con logística para el respectivo despacho del producto.
- ✓ Revisar, analizar y buscar solución a los productos no conformes.
- ✓ Aprobar el reproceso de los productos no conformes.
- ✓ Tomar las pruebas respectivas para el ingreso de nuevos operarios.
- ✓ Responsable de la calidad de los trabajos de mantenimiento.

- ✓ Supervisar y trabajar conjuntamente con los operarios de su respectiva área.
- ✓ Supervisar que se realice a cabalidad la orden de trabajo asignada.
- ✓ Mantener comunicación constante con jefe de planta para conocimiento de los avances o anomalías que se presenten.
- ✓ Llenar el reporte con sus respectivos productos elaborados.
- ✓ Llenar el reporte de Producto No Conforme que hayan resultado del proceso de cada área.
- ✓ Supervisar que toda actividad en su área de trabajo y la de sus operarios dentro y fuera del área sea realizada de manera segura.
- ✓ Responsable de velar por el buen estado y uso de las herramientas o máquinas de trabajo.

Personal a su cargo: Supervisores y operarios de cada área (almacenamiento, clasificación, extracción, embotellado y etiquetado.)

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- ✓ Ingeniero Mecánico, Bachiller con mención en mecánica, Cursos de Computación.
- ✓ Experiencia mínima de 5 años en cargos similares.
- ✓ Conocimiento Servicio al Cliente.

Horario asignado: 8H00 AM-17:00PM y rotativos según la necesidad de la empresa.

Tabla 90**Manual de funciones Operarios****DESCRIPCIÓN DE CARGO**

Nombre del Puesto: Operarios

Departamento: Producción

Resumen del puesto: Encargado de realizar el trabajo indicado por su supervisor de área asignado, para lograr que se lleve a cabo lo planificado y lo indicado en las respectivas órdenes de trabajo. Con eficiente manejo de los materiales y dentro de los estándares de productividad y calidad establecidos.

Jefe inmediato: Jefe de producción

Responsabilidades /Funciones:

- ✓ Trabajar en la respectiva área asignada. (poli funcional)
- ✓ Mantener comunicación constante con su supervisor para el conocimiento de los avances o anomalías que se presenten.

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- ✓ Bachiller común o Bachiller con mención en mecánica, Cursos de Computación.
- ✓ Experiencia mínima de 3 meses en cargos similares.
- ✓ En el caso de soldador tener cursos o experiencia en soldadura y mínimo 1 año de experiencia.

Horario asignado: 8H00 AM - 17:00 PM y rotativos según la necesidad de la empresa.

Tabla 91**Manual de funciones Vendedor**

DESCRIPCIÓN DE CARGO

Nombre del Puesto: Vendedor**Departamento:** Comercial**Resumen del puesto:**

Realiza la atención al cliente, se encarga de la búsqueda de nuevos clientes, la persuasión en la compra del producto por parte del cliente y las respectivas visitas post-venta.

Jefe inmediato: Coordinador de Ventas**Responsabilidades/Funciones:**

- ✓ Tener el contacto adecuado y acordado con el coordinador de ventas para no perder presencia ante el cliente.
- ✓ Atraer nuevos clientes.
- ✓ Dar el correcto asesoramiento a los clientes de manera directa, o con la ayuda de personal con la experiencia adecuada.
- ✓ La presencia y el trato deben ser siempre adecuados.
- ✓ Comunicación clara y veraz con el coordinador de ventas.
- ✓ Revisar esporádicamente el desempeño de los productos una vez puestos en función.
- ✓ En caso que haya problemas con la calidad del producto el vendedor liderará la investigación para llegar a la causa raíz del evento y luego reportará al gerente administrativo.
- ✓ Realizar la gestión con el cliente.

- ✓ Realizar visitas a organizaciones públicas y privadas con fines comerciales.
- ✓ Cotizar en el mercado.
- ✓ Monitorear las ventas de la organización.
- ✓ Coordinar que las operaciones de los vendedores sean eficientes.
- ✓ Participar activamente en el desarrollo de nuevos productos.
- ✓ Controlar el correcto asesoramiento de los vendedores a los clientes.
- ✓ Análisis de factibilidad de los procesos de compras públicas.

Experiencia y Estudios mínimos requeridos:

- ✓ Mínimo 6 meses de experiencia en cargos similares.
- ✓ Conocimiento de Servicio al cliente.
- ✓ Estudios en carreras técnicas
- ✓ Disponibilidad para viajar.

Horario asignado: 8H00 AM - 17:00 PM. Horarios de Oficina y Disponibilidad de 24 horas para ventas por teléfono.

Fuente: MANUAL DE POLITICAS Y FUNCIONES PARA LA DISTRIBUIDORA LÁCTEOS ISRAEL
Elaborado por: Autoras
Año: 2018

6.6. Aspectos**6.6.1. Legales de Funcionamiento**

Para que la microempresa pueda llevar a cabo sus actividades de manera legal es necesario cumplir con ciertas leyes y reglamentos exigidos por entes Reguladores tales como el Gobierno Autónomo Descentralizado de Ibarra, El servicio de Rentas Internas, el Departamento de Bomberos y el Ministerio de Salud Pública.

6.6.2. Permisos Municipales

Los permisos municipales deben tramitarse en el Ilustre Municipio de San Miguel de Ibarra, entre estos se encuentran:

Patente Para obtener la Patente, es necesarios presentar:

- Copias de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada del Representante Legal.

Dirección donde funcionará el negocio.

Licencia de Funcionamiento Para obtener la licencia anual de funcionamiento se debe presentar:

- Copia del comprobante de pago de la patente municipal actualizada.
- Permiso del uso de suelo.
- Certificado del curso “Buenas prácticas de manipulación higiénica de alimentos”
- Copia del RUC (Registro único de contribuyente) actualizada.

Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento debidamente llenado y firmado por el Representante Legal.

➤ Permiso Sanitario.

Para obtener el Permiso Sanitario, se debe presentar:

- Solicitud de Inscripción.
- Copia de la patente municipal autorizada.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Copia de Cédula de Identidad.

- Copia del certificado de salud de los empleados que laboran en la empresa.

6.6.3. Permiso Cuerpo de Bomberos:

Se debe también tramitar anualmente el permiso de funcionamiento ante el Cuerpo de Bomberos, para lo cual se requiere:

- Solicitud escrita pidiendo la inspección, dirigida al Jefe del Cuerpo de Bomberos de la localidad.
- Pago anual del impuesto reflejado en el pago de la patente municipal.
- Inspección realizada a las instalaciones
- Informe favorable de la inspección

6.6.4. Ley de Régimen Tributario

Para que la microempresa esté sujeta a la Ley se registrará a las normativas y reglamentos vigentes actualmente los cuales son emitidos y regulados por el SRI como son:

- Inscripción en el RUC
- Presentar declaraciones del Impuesto a la Renta
- Presentar la declaración de IVA mensual
- Efectuar las retenciones en la fuente por concepto de Impuesto a la Renta e IVA y presentar las correspondientes declaraciones y pagos de los valores retenidos.
- Realizar la presentación de los ATS (Auxiliar Técnico Sanitario).
- Presentar el RDEP anual (Anexo de Retención en la Fuente bajo Relación de Dependencia)

6.6.5. Licencia ambiental:

Al ser una empresa de distribución de bebidas, debe obtener una licencia ambiental, con los siguientes requisitos:

- Certificado de Intersección con el SNAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas) BP (British Petroleum Co. Ltd.) y PFE (Premier Field Engineer que significa Ingenieros de Soporte Premier)
- Solicitud de la aprobación de los TdR (Términos de Referencia).
- Solicitud de la aprobación del EIA (Evaluación del Impacto Ambiental) y PMA (Programa Mundial de Alimentos).
- Solicitud de la emisión de la Licencia Ambiental para la realización del proyecto.

6.7. Constitución de la empresa

6.7.1. Tipo de microempresa

La microempresa actúa como un ente productivo y de comercialización de bebidas refrescantes especialmente enfocadas en la fabricación del té a base de hojas de guanábana embotellado constituyéndose una unidad económica que aportará al desarrollo de la ciudad de Ibarra. La microempresa se constituirá con la aportación de las socias, siendo las únicas inversoras, por lo cual toda responsabilidad y decisión recaerá sobre ellas.

6.7.2. Razón social y forma jurídica

La microempresa será constituida bajo la forma jurídica empresa individual de carácter persona natural no obligada a llevar contabilidad cuya razón social será Guanaté con RUC N°1004328578001. La microempresa se manejará bajo el nombre comercial de “A&B Ice Tea”.

REGLAMENTO INTERNO MICROEMPRESA “A&B ICE TEA”

Principios Generales:

Art.1.- Todo funcionario y empleado de “A&B Ice Tea”, debe tener conciencia que el correcto desempeño de sus funciones, cualquiera que sea su nivel, es parte fundamental del buen prestigio de esta compañía.

Art.2.- El trabajo de la Microempresa está basado en una mutua confianza; por esta razón es indispensable que se guarde reserva y absoluto secreto sobre las operaciones que realiza la Compañía dentro de sus oficinas.

Art.3.- Los Trabajadores deberán realizar sus actividades en medio de un ambiente de cordialidad, seguridad, confianza, cooperación y comunicación

Disposiciones generales

Art.4.- La representación de la microempresa., le corresponde al Gerente de la compañía que haya sido legalmente nombrado.

Art.5.- Son empleados de la microempresa todas aquellas personas que presten servicios personales, bajo relación de dependencia, de conformidad con lo dispuesto en el Código de Trabajo, a fin de garantizar y regular el normal y armónico desenvolvimiento de las relaciones laborales.

La Compañía exhibirá un ejemplar de este reglamento en un lugar visible para sus trabajadores.

Ingreso

Art.6.- Los trabajadores para prestar sus servicios dentro de la Compañía previo su ingreso deben entregar los siguientes documentos:

- Cedula de Identidad (copia).
- Certificado de votación (copia).
- Dos fotos tamaño carnet.
- Record Policial.
- Documentos Legales que den fe de su estado civil.
- Documentos probatorios de las cargas familiares presentadas (partida de nacimiento o cualquier documento adicional que de acuerdo a las circunstancias se considere necesario).
- Certificados de estudios (títulos o actas de grado, certificados y diplomas adicionales).
- Certificado del trabajo inmediatamente anterior que de fe de valores retenidos para el pago del impuesto a la renta.
- Certificado médico que demuestre que el trabajador goza de buena salud y no sufre de enfermedad alguna.

Jornada y horarios.

Art.7.- Constituye una obligación del personal concurrir diaria y puntualmente al desempeño de sus labores, en los días hábiles y de acuerdo al horario asignado por Microempresa, y a lo dispuesto en el Código de Trabajo.

Son días hábiles todos los del año, excepto los considerados como feriados, los de celebración cívica nacional o de descanso obligatorio, legalmente establecidos.

Art.8.- La Compañía se encuentra facultada para establecer horarios especiales, cuando las necesidades de trabajo lo exijan, sin que esto signifique alteración a las normas legales vigentes.

Del trabajo suplementario o extraordinario.

Art.9.- El trabajo suplementario o extraordinario remunerado solo podrá ser autorizado por el Administrador cuando se requiera satisfacer necesidades especiales de trabajo.

Art.10.- El trabajo realizado por quienes desempeñen funciones de confianza o dirección, esto es de quienes en cualquier forma representan al empleador o hagan sus veces, no tendrá limitaciones de jornada, debiendo trabajar el tiempo necesario para cumplir sus deberes, sin que esto implique remuneración adicional alguna.

Art.11.- No se considerara trabajo extraordinario o suplementario el que tuviere que realizarse como consecuencia de error del empleado, negligencia o abandono de sus labores.

De la asistencia y la puntualidad.

Art.12.- Todos los funcionarios y empleados deben cumplir con el requisito de registrar su asistencia y puntualidad, utilizando para el efecto los respectivos controles.

Art.13.- La Compañía llevara un control de asistencia y puntualidad.

Art.14.- Los empleados una vez que hayan registrado su ingreso deben incorporarse en forma inmediata a sus labores.

Art.15.- Todos los funcionarios de la Compañía, están obligados a registrar su ingreso.

Art.16.- Los empleados deberán ingresar a sus labores de manera puntual.

El tiempo que inmediatamente después del ingreso sea empleado en actividades ajenas a sus funciones podrá considerarse como retraso o falta de puntualidad a la asistencia, esto siempre y cuando sea comprobado por el empleador.

Art.17.- Cuando se produzca una falta por problemas de salud, esta deberá ser justificada por el medico señalado por la Compañía o con el certificado médico conferido por el IESS.

Los permisos para ausencias motivadas por tratamientos médicos y ocupaciones varias se solicitaran, siempre que sea posible, por lo menos con un día de anticipación.

Art.18.- Si un empleado por razones personales no pudiera concurrir a su trabajo deberá notificar este particular al Administrador dentro de los treinta primeros minutos de la jornada correspondiente, para que se proceda a remplazarlo en sus funciones.

Art.19.- Los empleados a cuyo cargo se hallen valores o dinero, cuando por cualquier circunstancia deban abandonar su puesto, aun cuando sea por pocos minutos, deberán dejar con las debidas seguridades los valores o dinero a su cargo, prohibiéndose el encargo de valores y dinero sin autorización del jefe inmediato.

Art.20.- Aquellos empleados que dada la naturaleza de sus labores tuvieran a su cargo valores o dinero en efectivo, no podrán retirarse de su lugar de trabajo, sin haber concluido a satisfacción sus labores diarias.

La constatación de que el trabajo está concluido corresponde al jefe inmediato, quien autorizará al empleado a que se retire de su trabajo.

Art.21.- Toda solicitud para la obtención de licencias y permisos tendrá que ser comunicada al Administrador o a quien haga sus veces.

Art.22.- Se considerara como falta repetida a la puntualidad, para efectos de lo determinado en el Art. 172 del Código de Trabajo, si un empleado dentro de un periodo mensual de labor en forma injustificada incurriere en atrasos en un número igual o mayor a tres veces.

Cuando las faltas fueren superiores a tres en un periodo mensual, las mismas se considerarán como causales para que la Compañía pueda solicitar el Visto Bueno de acuerdo a lo establecido en el Art. 172 del Código del Trabajo.

Retenciones en la remuneración.

Art.23.- Solo podrán retenerse de la remuneración de los empleados lo siguiente:

- Dividendos de préstamos otorgados por el IESS
- Préstamos otorgados por la Compañía.
- Multas según lo determinado en este reglamento.
- Retenciones ordenadas judicialmente.
- Los demás permitidos por la Ley.

De las vacaciones y de las licencias con sueldo.

Para hacer uso de sus vacaciones anuales conforme lo dispone el Código del Trabajo, los empleados deberán presentar la solicitud respectiva en la Oficina Administrativa ocho días antes de la fecha señalada en el calendario de vacaciones. Esta solicitud deberá contar con el visto bueno del Jefe inmediato.

Art.25.- La microempresa está facultada para modificar o postergar los periodos de vacaciones de su Personal cuando existan razones que justifiquen este particular.

Art.26.- Como norma general se evitará que los empleados acumulen vacaciones.

Art.27.- Tendrá derecho a licencia con sueldo los empleados que deban concurrir a conferencias, seminarios, visitas de observación y cualquier otro evento que a juicio de la Compañía convenga para un mejor entrenamiento y capacitación de los empleados y funcionarios que hayan asistido.

Cambio en las funciones específicas

Art.28.- La Gerencia podrá efectuar cambios de puestos o funciones en forma rotativa, con el objeto de incrementar la experiencia y debida capacitación de los empleados de la Compañía, sin que ello en ningún caso implique disminución de la remuneración económica, ni causa de

despido para los efectos del Código de Trabajo. Los cambios deberán ser informados al empleado por escrito por el gerente, y contarán con el consentimiento del trabajador.

De la ropa de trabajo y la apariencia personal.

Art.29.- Los empleados y funcionarios de la Compañía deberán siempre presentarse correctamente vestidos.

Dentro de las oficinas de la Compañía la vestimenta apariencia deben ser llevadas con sobriedad y elegancia; los funcionarios y empleados que atienden al público deberán laborar con el uniforme entregado por la Compañía.

Obligaciones de los empleados.

Art.30.- A más de las obligaciones del Art. 45 del Código del Trabajo, las que se entienden debidamente incorporadas a este reglamento interno, todo empleado deberá cumplir con las siguientes obligaciones:

- Proporcionar los datos necesarios que forman el registro de empleados e informar a la Oficina Administrativa sobre los cambios que se produjeran en el estado civil, número de hijos, aumento o disminución de cargas familiares (nacimientos, defunciones u otros), educativos, (escuelas, colegios, universidades, etc.) comprobando tales datos con las respectivas partidas o certificación de orden legal.
- Ejecutar el trabajo conforme a las normas y procedimientos establecidos por la Compañía, a los manuales e instructivos de funciones y procesos, y a las instrucciones impartidas por sus superiores, realizando el mismo con iniciativa y eficiencia.
- Asistir puntualmente a sus labores. Cualquier retraso deberá justificarse de acuerdo a lo establecido en este Reglamento.

- Asistir puntualmente a los cursos de capacitación internos y externos, en los días y horarios que determine la Compañía y entregar copia de los certificados de asistencia o títulos obtenidos en la oficina Administrativa. El empleado que no concurra a dichos cursos deberá rembolsar a la Compañía los gastos y egresos en que hubiere incurrido a fin de posibilitar su asistencia, dejando como constancia un llamado de atención firmado por el empleado y el jefe inmediato que entregará a la Administración, para su registro y control en la carpeta individual.
- Mantener limpio y ordenado su puesto de trabajo.
- Cumplir los turnos de replazo.
- Respetar el horario y turnos asignados.
- Acatar las normas de Seguridad e Higiene vigentes en la Compañía.
- Utilizar adecuadamente el material, útiles o enseres, así como computadoras, copiadoras, impresoras, internet, mail, fax y demás bienes de “A&B Ice Tea” únicamente para el desempeño de las funciones asignadas.
- Guardar la debida reserva y confidencialidad sobre las claves asignadas para el desempeño de sus funciones.
- Cuidar debidamente las instalaciones y edificios de la Compañía, y en especial los equipos y maquinas a su cargo, debiendo dar aviso a su superior de cualquier desperfecto que ocurriere en los mismos.
- La información deberá ser respaldada mediante medios magnéticos y documentos impresos, cada semana.
- Comunicar oportunamente a su Jefe inmediato cualquier circunstancia que impida el normal cumplimiento de sus funciones.

- Responder personal y pecuniariamente por la pérdida de dinero, pérdida o daño de útiles, instrumentos de trabajo, productos y recursos materiales de la Compañía, ocasionados por negligencia. La valoración se realizará de acuerdo al valor referencial dentro del mercado.
- El personal encargado de ventas debe presentar un reporte de las ventas realizadas al final de cada día.

De las prohibiciones a los empleados.

Art.31.- A más de las prohibiciones del Art. 46 del Código del Trabajo, las que se entienden expresamente incorporadas a este reglamento interno es prohibido a los empleados:

- Ingerir cualquier tipo de alimento, bebida, fumar cuando trabajan en las áreas internas y en áreas de atención directa al público.
- Recibir cheques como pago de las ventas realizadas, a menos de que cuente con autorización dispuesta por la Administración.
- Abandonar sus funciones sin haber entregado el puesto al empleado remplazante, en actividades que se realicen por turnos.
- Abandonar su área de trabajo, sin autorización del jefe inmediato.
- Salir de las oficinas o locales comerciales durante la jornada de labores o abandonar injustificadamente el trabajo antes de las horas establecidas.
- Permanecer en las dependencias de la Compañía en horas diferentes a la jornada de trabajo, salvo que se estén desempeñando labores o actividades debidamente autorizadas.
- Efectuar cambios de muebles o equipos entre departamentos o personas sin el visto bueno previo del funcionario responsable.
- Confiar a otro empleado, sin la autorización correspondiente, la ejecución de su propio trabajo

- Crear un ambiente de hostilidad dentro del trabajo, evitando chismes, rumores que alteren las relaciones entre compañeros de trabajo.

De las faltas graves.

Art.32.- Además de lo dispuesto en el Código del Trabajo, se consideran, a título enunciativo y no limitativo, como faltas graves, motivo suficiente para dar por terminado el contrato de trabajo, previo el trámite legal de visto bueno, las siguientes:

- Faltar al respeto, de palabra u obra, a los propietarios y a quienes ejercen funciones de dirección y administración, a sus representantes y a los miembros de su familia.
- No acatar las disposiciones verbales o escritas dictadas por los superiores por asuntos disciplinarios y para prevenir accidentes o enfermedades.
- Faltar al respeto, de palabra u obra, a clientes.
- Cometer cualquier acto que signifique abuso de confianza, fraude u otros que impliquen comisión de delito o contravención penal, o constituirse en cómplice o encubridor de los mismos.
- Usar formularios o documentos de la Compañía para tomarlos como patrón para su producción en beneficio de otras compañías, personas naturales o para si mismo.
- Utilizar o proporcionar a terceros información que no sea pública, con el fin de lograr tratamientos especiales o ventajas económicas.
- Alterar los documentos o registros propios de la Compañía, de los clientes o proporcionar intencionalmente información falsa o alterada.
- Vender, cambiar, prestar o negociar, en cualquier forma, algún objeto o información de la Compañía.
- Intervenir en actividades de proselitismo político o religioso dentro de la Compañía.

- Realizar una actividad económica tal, que pudiera producir conflictos de interés con la Compañía o que sean del giro normal de la Compañía.
- Utilizar el nombre de la Compañía o comprometerla de cualquier manera en asuntos ajenos a sus funciones.
- Aceptar comisiones, gratificaciones u obsequios de los clientes, proveedores en recompensa de servicios otorgados o por motivos que puedan influir en la ejecución del deber por parte de los empleados.
- Introducir a las instalaciones drogas o estupefacientes, así como consumirlos en su interior o presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo el efecto de drogas.

De las sanciones.

Art.33.- El empleado que incumpliere con las disposiciones de este reglamento podrá ser sancionado teniendo en cuenta el tipo de falta que hubiese incurrido, leve o grave, de acuerdo a la clasificación del presente reglamento interno.

Faltas leves: Se podrán sancionar con amonestación verbal o escrita, y/o con sanción pecuniaria que será el 5% de la remuneración mensual del empleado. Tres faltas leves concurrentes constituyen falta grave a este Reglamento.

En caso de que existan faltas leves reiteradas, en ningún caso estas podrán exceder de la sanción pecuniaria del 10% de la remuneración mensual del empleado.

Faltas graves: La Compañía podrá sancionar al empleado con amonestación verbal o escrita y con multas que será del 10% de su remuneración mensual, o con la terminación del contrato de trabajo, previo el visto bueno respectivo del Inspector del Trabajo.

Cualquier empleado que cometa errores en las ventas, tales como recibir billetes falsos, cheques sin autorización de la Gerencia, permita por su negligencia robos o hurtos de mercadería,

cambie cheques o altere documentos de cualquier clase, especialmente los Boucher de tarjetas de créditos, será responsable de tales valores, los que se le descontarán de su respectivo rol de pagos, sin perjuicio de las responsabilidades penales a que hubiere lugar.

Art.34.- Si la violación de cualquiera de las normas de este Reglamento por parte de los empleados de la Compañía causare perjuicios de cualquier índole a esta, o alarma en la sociedad, la Compañía podrá solicitar de inmediato el Visto bueno para dar por terminadas las relaciones laborales.

Art.35.- Cuando un empleado hubiere cometido una infracción fuera del trabajo y hubiere recaído sobre la sentencia judicial confirmando su culpabilidad, previo el trámite legal correspondiente, la Compañía podrá dar por terminadas las relaciones de trabajo.

De la presentación de reclamos.

Art.39.- El empleado que se sintiese con derecho de elevar una queja o un reclamo podrá hacerlo verbalmente o por escrito a la Administración de la Compañía.

La Oficina de Personal llevará por cada empleado una carpeta personal en la cual registrará todo los hechos o novedades con relación a su trabajo.

CÓDIGO DE ÉTICA

La Microempresa A&B Ice Tea cuenta con el siguiente código de ética, el mismo que representa un instrumento que ofrece comportamientos acordes al respeto de la dignidad humana y que además produce un sentido de unidad en todos los colaboradores lo cual garantiza la permanencia de la empresa en el tiempo.

Como parte de la Microempresa Los trabajadores se comprometen a:

- Ser ciudadanos honrados.
- Mantener las más altas normas de conducta personal y profesional.
- Ayudar a cumplir los objetivos y misión de la empresa
- Informarse y actuar bajo el Reglamento interno de Trabajo de la empresa.
- Realizar el trabajo con eficacia y eficiencia.
- Promover un excelente ambiente laboral
- Ser noble a su empleador.
- No usar bajo ningún motivo el puesto de trabajo para conseguir privilegios o beneficios personales.
- Reconocer completa responsabilidad por el trabajo que realiza.
- Moderar los intereses de cada uno de los colaboradores, clientes y proveedores con los del bienestar público.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1. Impactos

El objetivo de evaluar los impactos en el proyecto es poder identificar los efectos que podrían ocasionar en el desarrollo de las operaciones sean estos positivos o negativos; a continuación en el presente capítulo se analizarán los posibles impactos que se generan en el ámbito económico, social, cultural y ambiental.

Para realizar un análisis cuantitativo y cualitativo se desarrolló una matriz de valoración de impactos a partir de su evaluación utilizando indicadores a los cuales se les asignó valores numéricos positivos y negativos dependiendo del nivel de impacto.

A continuación se realizó la valoración cuantitativa y cualitativa con su respectiva calificación:

Tabla 92

Valoración Cualitativa y Cuantitativa

VALORACIÓN	
CUALITATIVA	CUANTITATIVA
Alto Positivo	3
Medio Positivo	2
Bajo Positivo	1
No hay impacto	0
Bajo Negativo	-1
Medio Negativo	-2
Alto Negativo	-3

7.1.1. Impacto económico

El proyecto planteado pretende alcanzar grandes niveles de rentabilidad, además de dinamizar el trabajo de las personas que elaboren el té a través de incremento de la eficiencia y disminución de costos operacionales en el sistema productivo. Con estas tareas se obtendrá mayor competitividad que permita un mejor posicionamiento del producto en el mercado.

Tabla 93

Impacto económico

Indicadores	Nivel de Impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Fomentación de la microempresa						X		2
Generación de fuentes de empleo					X			1
Reinversión de las utilidades						X		2
Estabilidad Económica						X		2
TOTAL	0	0	0	0	1	6	0	7

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{N^{\circ} \text{ de Indicadores}} = \frac{7}{4} = 1,8 \text{ Medio Positivo}$$

El impacto económico que generará el proyecto es positivo medio, ya que su propósito está enfocado principalmente en la generación de fuentes de empleo con pagos justos a los trabajadores y un crecimiento económico estable a través del tiempo con miras a expandirse a futuro, buscando la preferencia por parte de los consumidores y posibles inversionistas y un posicionamiento amplio en el mercado.

7.1.2. Impacto social

Enfocándonos a los impactos sociales que produce el proyecto estos pueden ser tanto internos como externos. Los impactos sociales internos se basan en la generación de fuentes

de trabajo, los empleados recibirán la remuneración justa y apegada a la ley la cual permitirá un mejor nivel y calidad de vida, adicionalmente se pretende impulsar a los proveedores de la materia prima. El impacto social externo se basa en brindar satisfacción al cliente y promover el cuidado de salud y la prevención de enfermedades y de igual manera satisfacer su sed con una bebida fresca y natural, cumpliendo con todos los requisitos de ley.

Tabla 94

Impacto social

Indicadores	Nivel de Impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Mejoramiento de la calidad de vida							X	3
Consumo de bebidas saludables						X		2
Fidelización a la marca						X		2
Satisfacción del cliente							X	3
Bienestar social							X	3
TOTAL	0	0	0	0	0	4	9	13

Elaborado por: Autoras
Año: 2078

$$\text{Nivel de impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de indicadores}} = \frac{13}{5} = 2,6 \text{ positivo alto}$$

Al evaluar el impacto social con todos sus indicadores se muestra un resultado positivo de 2,6 con la implementación de este emprendimiento se pretende mejorar la calidad de vida de todos los miembros de la empresa, además de brindar estabilidad económica y satisfacer a nuestros clientes a través de un servicio y producto de calidad. A demás este emprendimiento incentiva el cultivo de árbol de guanábana y contribuye al cuidado de la salud de la comunidad. Un punto muy importante es que la producción del té a base de hojas de guanábana se realizará

en base a especificaciones y parámetros de buenas prácticas agrícolas, uso de plaguicidas y manejo integrando de plagas, garantizando un alto nivel de calidad al producto final.

7.1.3. Impacto empresarial

La inserción de este producto en el mercado pretende alcanzar un impacto positivo en los consumidores y posicionarse como una microempresa eficiente en el manejo de los recursos humanos financieros y materiales, poniendo a disposición del mercado un producto innovador, capaz de satisfacer las necesidades colectivas.

Tabla 95

Impacto empresarial

Nivel de Impacto							TOTAL
	-3	-2	-1	0	1	2	
Indicadores							
Inserción de la microempresa en la ciudad de Ibarra						X	2
Fortalecimiento de la producción						X	2
Fomento de emprendimientos micro Empresariales							X 3
Impulso en el crecimiento de pequeñas industrias en la ciudad						X	3
TOTAL	0	0	0	0	0	4	6
							10

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{N^{\circ} \text{ de Indicadores}} = \frac{10}{4} = 2,5 \text{ Positivo Alto}$$

El Nivel de Impacto Empresarial muestra un resultado Positivo Alto, debido a que el proyecto se enfoca en la inserción al mercado de un nuevo producto que busca fomentar e incentivar la actividad industrial de las pequeñas empresas de la ciudad de Ibarra, generando nuevas plazas de trabajo para los habitantes; por ende lo que se pretende conseguir al llevar a cabo este proyecto es dinamizar la economía fortaleciendo los micro emprendimientos que

generan nuevos productos enfocados en mejorar la salud de la ciudadanía brindando calidad y satisfacción al consumidor en su vida diaria.

7.1.4. Impacto cultural

El impacto cultural que generará el proyecto esta visualizado en la siguiente matriz:

Tabla 96

Impacto cultural

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicadores								
Cambio de hábitos de consumo de Bebidas							X	3
Fortalecimiento de valores culturales y Organizacionales						X		2
Consumo de productos amigables con el medio ambiente						X		2
TOTAL	0	0	0	0	0	4	3	7

Elaborado por: Autoras
Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}} = \frac{7}{3} = 2,33 \text{ Positivo Medio}$$

El análisis del impacto cultural que generara la producción del proyecto será positivo medio 2,33 ya que se busca con el proyecto cambiar los hábitos de bebida y cuidado de salud de todos nuestros consumidores. La empresa fomentara una cultura organizacional de ética y valores organizacionales

7.1.5. Impacto Ambiental

Tabla 97

Impacto ambiental

	Nivel de Impacto							
Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Contaminación del aire				X				0
Contaminación del agua			X					-1
Manejo de desperdicios			X					-1
Contaminación Acústica			X					-1
TOTAL	0	0	-3	0	0	0		-3

Elaborado por: Autores
Año: 2018

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{N^{\circ} \text{ de Indicadores}} = \frac{3}{5} = 0.6 \text{ negativo bajo}$$

El impacto ambiental que generará la empresa es negativo bajo 0,60 puesto que esta contará con maquinaria amigable con el medio ambiente, haciendo un uso adecuado de los recursos y mejorando la eficiencia y eficacia en todos los procesos. La contaminación al aire será nula, debido a que el proceso de producción no generará CO2 humo u otros gases a la atmosfera. Por otra parte, la contaminación olfativa y emanación de ruidos será cero pues la maquinaria no posee estas características.

7.1.6. Impacto general

Tabla 98

Impacto general

	Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Indicadores									
Impacto Económico							X		1,8
Impacto Social								X	2,6
Impacto Empresarial								X	2,5
Impacto Cultural							X		2,33
Impacto Ambiental				X		X			-0,6
TOTAL									8,6

Elaborado por: Autoras
Año: 2017

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\sum \text{Nivel de Impacto}}{\text{N}^\circ \text{ de Indicadores}} = \frac{8.6}{5} = 1.72 \text{ positivo medio}$$

La evaluación de los impactos en general cede a la viabilidad del proyecto pues produce un impacto positivo medio de 1.72 esta calificación es adecuada para emprender el proyecto y garantizar la factibilidad del mismo, pues al realizar el análisis de todos los impactos se comprobó que se dará una calidad de vida adecuada a las personas involucrados en el proyecto y a la comunidad en general, pues no tendrá ningún perjuicio ante su salud, por otro lado la población que consume el té a base de hoja de guanábana adquirirá buenos hábitos de consumo beneficiosos para su salud.

CONCLUSIONES

El cultivo del árbol de guanábana en Ecuador es de gran calidad, debido a que cumple con requisitos y estándares de buenas prácticas agrícolas, garantizando un producto de calidad que satisfaga las necesidades del cliente y sobre todo sea natural y beneficioso para la salud.

En el análisis y estudio de mercado se concluyó que existe una gran acogida de nuestro producto por parte de los consumidores debido al cambio en sus hábitos de consumo y por la constante preocupación en cuanto al cuidado preventivo de la salud, también se identificó que en la actualidad las grandes productoras de té embotellado incursionan no únicamente en grandes supermercados sino también en tiendas de barrio donde los productos son más accesible para el consumidor.

Se determinó que el emprendimiento es factible técnicamente, ya que se evaluó el tamaño de la planta basándose en la demanda potencial a satisfacer, asegurando de tal manera la calidad del producto cumpliendo con normas sanitarias y de calidad que requiere este tipo de producción. Para la fabricación del producto se percibió la necesidad de instalar maquinaria y demás utensilios de producción adecuados para capacidad instalada del proyecto haciendo un uso óptimo de recursos materiales, humanos y financieros.

El diseño e infraestructura de la planta se lo ha realizado en base a las necesidades de la producción y de tal modo que asista a la secuencia del proceso productivo con el fin de obtener eficiencia y eficacia en toda la fabricación.

Financieramente se pudo observar, que si se ejecuta el plan financiero correctamente, existen grandes probabilidades de recuperar la inversión, debido a que se obtuvo resultados favorables en la evaluación financiera convirtiéndolo en un proyecto viable operativa y financieramente.

Enfocándose en el estudio organizacional de la empresa se logró identificar la importancia de la administración y de su buena gestión la cual asegura el cumplimiento de los objetivos empresariales, además de formar una herramienta de apoyo para la planificación organización dirección y control de la microempresa.

En el análisis de impactos se determinó que el proyecto genera impactos positivos, puesto que se creará nuevas plazas de trabajo con salarios y beneficios sociales de acuerdo a la ley permitiendo mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias favoreciendo además a la comunidad en general con el desarrollo socio económico del sector donde se pretende instalar la fábrica, y de igual manera se incentiva el cuidado de la salud con la incursión al mercado de esta nueva bebida.

RECOMENDACIONES

- De acuerdo con los resultados obtenidos previamente, es factible recomendar la creación y puesta en marcha de la microempresa productora y comercializadora de té a base de hojas de guanábana, ya que el mercado presta las condiciones adecuadas para el desarrollo de las actividades productivas del té embotellado y existe una gran acogida por parte de los consumidores en cuanto a nuevas bebidas saludables.
- Aprovechar al máximo las hojas de guanábana consideradas como desecho por los agricultores, incentivando así mejores prácticas agrícolas y generando mayor beneficio económico para los agricultores de la zona, aportando al medio ambiente.
- Realizar sondeos y estudios de mercado frecuentes enfocados en los gustos y preferencias de los consumidores mismos que permitan adaptar e innovar el producto a las necesidades de los consumidores, fomentando la participación activa de la microempresa en el mercado de bebidas.
- Se debe aprovechar al máximo la capacidad productiva de la planta, controlando cada uno de los procesos que se llevan a cabo dentro de la misma, estableciendo políticas sobre el manejo de materiales y recursos con el fin de verificar su correcta utilización reduciendo el porcentaje de daños y desperdicios, de igual manera con el fin de evitar costos innecesarios es importante realizar un mantenimiento periódico a la maquinaria y equipo inmerso en el proceso productivo de té de guanábana.
- Al haberse obtenido resultados positivos en la evaluación financiera del proyecto, y con el fin de obtener rentabilidad y utilidades para la microempresa, resulta esencial controlar y monitorear estrictamente todos los procesos que se ejecuten en cada área de manera eficiente y eficaz para que los resultados sean los esperados.
- Es importante aplicar la estructura organizativa propuesta conjuntamente con el manual descriptivo de cada área para llevar a cabo las actividades previamente planificadas de

manera sistemática fomentando el trabajo en equipo a través de un excelente ambiente laboral para todos los miembros de la microempresa.

- Velar por el cumplimiento de la planificación estratégica y para esto, es indispensable comunicar a los trabajadores desde el inicio de sus actividades, responsabilidades políticas obligaciones y derechos que a cada uno le corresponde. Se deberá evaluar el cumplimiento de los objetivos organizacionales con el fin de establecer acciones correctivas y preventivas para resultados fructíferos en la empresa.
- Para que los impactos se mantengan en un margen positivo de acuerdo con la evaluación realizada se necesita de compromiso y responsabilidad por parte de todos quienes conforman el equipo de trabajo en la empresa desde directivos, personal administrativo y de apoyo.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, J. (2007). *Tratado de fitofármacos y nutraceuticos*. Corpus .

BENJAMIN, E., & FINCOWSKY, F. (2009). *Organización de Empresas (Tercera ed.)*.
México: Mac Graw Hill.

bomberosibarra.gob.ec. (s.f.). Obtenido de <http://bomberosibarra.gob.ec/?p=1353#!/>

Borja Perez, M. (2013). *Métodos cuantitativos: Herramientas para investigación en la salud*.
Barranquilla: Universidad Del Norte.

Bravo Valdivieso, M. (2013). *Contabilidad General*. Quito: Escobar impresiones.

Bravo, M. (2007). *Contabilidad General*. Quito: Editorial Nuevo Día.

Calleja Bernal, F. J. (2013). *Costos*. Mexico: Pearson.

Cantos Aguirre, E. (2008). *Diseño y Gestión de Microempresas*. Ecuador: CODEU.

Casamytea. (s.f.). Obtenido de Casamytea: <https://www.casamytea.com/es/elaboracion-del-te.php>

Cegarra Sanchez, J. (2014). *Los Métodos de Investigación*. Madrid: Diaz de Santos.

Daft, R. L. (2007). *Teoría del diseño organizacional* . Thomson 2 Edición9 .

DÍAZ, M. Á. (2008). *Iniciación del Proyecto. Primera Edición*. México: Alfaomega.

Evoli, J. (2009). *PLanificación Estratégica*. El Cid Editor.

Expreso.ec. (s.f.). Obtenido de ambridgelms.org/main/p/splash

- Flórez, U. J. (2011). . *Matemáticas financieras empresariales (2a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Francisco García Ortiz, M. G. (2003). *Bebidas*. Paraninfo.
- García, A. E. (2011). *Estrategias empresariales*. Bogota: L art ediciones.
- García, G. (2012). *Alimentos Que Ayudan a Prevenir y Combatir Enfermedades*. Estados Unidos de Norte America.
- Hernández y Rodríguez, S. &. (2012). *ADMINISTRACIÓN: Teoría, proceso, areas funcionales y estrategias para la competitividad*. Mexico: The Mc graw-hill.
- Hoyos, B. R. (2013). *Plan de marketing: diseño, implementación y control,*. Bogota: Ecoe ediciones.
- INIAP. (s.f.). *INIAP*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mfruti/rguanabana>
- Jany, C. J. (2005). *Investigación integral de mercados: decisiones sin incertidumbre (3a. ed.)*. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- KOONTZ, H. H. (2008). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial, Décima tercera edición*. México: Mac Graw Hill.
- KOTLER, P. (2009). *Principios de Marketing. Doceava Edición*. México: Prentice Hall.
- Magill, J. H., & Meyer, R. L. (2004). *Microempresas y microfinanzas en Ecuador*. Ecuador: Development Alternatives, Inc.
- Melgar Callejas, J. M. (2009). *La misión empresarial dentro de un marco estratégico para el nuevo milenio*. El CID editor.

- Morales, A. R. (2011). *Bienestar y vida: frutoterapia*. Ecoe Ediciones.
- Moreno, D. L. (2009). *Estados financiero*. El Cid editor.
- Norte, U. T. (2013). *Proyecto Análisis de Vulnerabilidades a Nivel Municipal- Perfil Territorial Canton San Miguel de Ibarra*. Ibarra.
- NÚÑEZ, Z. R. (2007). *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión, primera edición*. México: Editorial Trillas.
- Ortega, M. J. (2010). *Análisis de estados financieros: teoría y aplicaciones*. Editorial Desclee de Brouwer ProQuest Ebook Central.
- Palacios Acero, L. C. (2009). *Dirección Estratégica*. Ecoe Ediciones.
- Palacios Acero, I. C. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Ecoe.
- PALAO Jorge, G. G. (2009). *Administre sus recursos Humanos*. Lima: Palao editores SAC.
- Pastrana, P. A. (2012). *Contabilidad de costos*. el Cid.
- Prieto Herrera, J. E. (2013). *Investigación de mercados*. Bogotá: Ecoe ediciones.
- Rodriguez, M. (2016). *Planificación estratégica: fundamentos y herramientas de actuación*. Brujas.
- Ruiz, O. J. (2012). *Metodología de la Investigacion cualitativa*. Bilbao: Deusto.
- S.R.I. (2017). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/personas-naturales>
- Sapag, C. N. (2011). *Proyectos de inversion formulacion y evaluacion (Segunda ed.)*. (I. F. Maluf, edu). Chile: Pearson Education.

Té selección. (s.f.). Obtenido de <http://www.teseleccion.com/>

Toro, L. F. (2016). *Costos ABC y presupuestos: herramientas para la productividad (2a. ed.)*.

Bogotá: Ecoe Ediciones.

Valencia, S. G. (2011). *Contabilidad de Costos*. Ecoe ediciones.

ZAPATA, S. P. (2008). *Contabilidad general, Sexta*. Mexico DF: Editorial McGRAW-HILL.

LINKOGRAFÍA

<http://laeconomia.com.mx/que-son-los-indicadores-economicos-y-cuales-son/>

<http://www.elmundo.com.ve/diccionario/inflacion.aspx>

<http://www.old.knoow.net/es/cieeconcom/economia/pib-producto-interno-bruto.htm>

ANEXOS

Anexo N° 1: Encuesta

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN OCUPADA DE LA CIUDAD DE IBARRA**OBJETIVO**

Conocer los gustos y las preferencias de la ciudadanía de Ibarra, con el fin de determinar la demanda potencial del Té a base de hojas de guanábana embotellado.

BENEFICIOS DEL TÉ A BASE DE HOJAS DE GUANÁBANA:

- Ayuda a combatir el cáncer
- Disminuye la Hipertensión
- Controla el Asma, Bronquitis y Tos
- Combate la Diabetes
- Corrige desordenes del Hígado
- Elimina Tumores
- Elimina parásitos internos
- Previene y Corrige la mala circulación
- Calma los nervios
- Induce al sueño
- Favorece la producción de leche materna

- Impide la proliferación de bacterias

INSTRUCCIONES

Lea detenidamente las preguntas antes de contestarlas

Marque con una X en el paréntesis según corresponda su respuesta

NOTA: La encuesta es anónima para garantizar la veracidad de su respuesta.

DATOS GENERALES:

Género:

- () Masculino
() Femenino

Edad:

- () 15-20 años
() 20-25 años
() 25-30 años
() 30-35 años
() 35-40 años
() 40 en adelante

CUESTIONARIO:

Indicador: Gustos y preferencias

1. ¿Cuál de las siguientes marcas de Té embotellado consume?

- | | |
|----------|-----|
| Nestea | () |
| Fuze tea | () |
| Ice tea | () |
| Inlyne | () |
| Ninguno | () |

Otro.....

Indicador: Gustos y preferencias

2. ¿De qué sabor consume mayoritariamente su Té embotellado?

- Té Verde ()
 Té Negro ()
 Té de Mora ()
 Té de Durazno ()
 Té de Toronja ()
 Ninguno ()

Otro.....

Indicador: Frecuencia de consumo

3. ¿Cuántas unidades mensuales consume usted de té embotellado?

1 a 3 () 4 a 6 () 7 a 9 ()

Más de 9 ()

Indicador: Aceptación del producto

4. ¿Le gustaría a usted consumir Té a base de hojas de guanábana embotellado?

Si ()

No ()

5. ¿Porque motivo consumiría usted este tipo de té?

Sabor y olor ()

Presentación ()

Precio ()

Beneficios ()

Otros ()

Cuales.....

Indicador: Vías de compra

6. ¿En qué lugar le gustaría adquirir este producto?

- | | |
|--------------------|-----|
| Centros naturistas | () |
| Supermercados | () |
| Tiendas | () |
| Mediante pedidos | () |

Indicador: Presentación del producto

7. ¿En qué envase preferiría adquirir este producto?

- | | | | |
|----------|-----|---------|-----|
| Plástico | () | Cristal | () |
|----------|-----|---------|-----|

Indicador: Tamaño del producto

8. ¿De qué tamaño le gustaría consumir el producto?

- () 250ml
 () 500ml
 () 950ml

Indicador: Precio de compra

9. ¿Qué precio pagaría usted por el Té a base de hojas de guanábana embotellado?

- | | | |
|-------|------|------|
| | 0,40 | 0,50 |
| 250ml | () | () |
| | 0,75 | 1,00 |
| 500ml | () | () |
| | 1,25 | 1,50 |
| 950ml | () | () |

Indicador: Frecuencia de consumo

10. ¿Cuántas botellas de té de guanábana de 500 ml al mes podría consumir?

	1-3	4-6	Más de7
250ml	()	()	()
500ml	()	()	()
950ml	()	()	()

Indicador: Publicidad

¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de este producto?

Radio	()	Prensa	()
TV	()	Redes sociales	()

Anexo N° 2: Entrevista



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Entrevista dirigida a la Sra Beatriz Quiroz productora de guanábana en la provincia del Carchi

OBJETIVO

Determinar la forma de en qué se produce la guanábana, el manejo de sus compuestos (Hojas de Guanábana) y analizar la posibilidad de una alianza en cuanto a la comercialización de las mismas.

ENTREVISTADOR:.....
 ENTREVISTADO:.....
 LUGAR:.....PUESTO:.....
 FECHA:.....HORA:.....
 INSTRUCCIÓN:.....EDAD:.....

CUESTIONARIO:

Indicador: Proceso Productivo

1- ¿Cuál es el manejo del cultivo desde la siembra hasta la cosecha de la guanábana?

Indicador: Manejo de residuos

2- ¿Una vez que realiza la poda cual es el destino de las hojas en las ramas que cortan?

Indicador: Tiempo crecimiento

3- ¿Cuántas podas al año se realiza a la plantación?

Indicador: Destino de venta

4- ¿En dónde comercializa su producto?

Indicador: Productos sustitutos

5- ¿Comercializa usted algún otro producto derivado de la guanábana?

Indicador: Beneficios

6- ¿Conoce usted los beneficios de la guanábana? Ah consumido té de guanábana?

Personalmente ¿cuán beneficiosa ha sido para usted?

Indicador: Ingresos

7- ¿El cultivo de guanábana es su principal fuente de ingresos?

Tiempo de vida del cultivo

8- ¿Cuál es la edad del cultivo?

Indicador: Costo de Producción

9- ¿Cuál es el costo de producción por hectárea?

Indicador: Vida útil del cultivo

10- ¿Cuál es el tiempo de vida del cultivo?

Indicador: Alianza comercial

11- ¿Estaría usted dispuesta a comercializar la hoja de guanábana para su posterior procesamiento industrial?

Anexo N° 3: Entrevista



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Entrevista dirigida al Ingeniero Agrónomo Javier Rea

Objetivo: Determinar la forma de producción del Té a base de hojas de guanábana y su proceso de embotellado para la comercialización en la ciudad de Ibarra.

ENTREVISTADOR: María Victoria Benavides y Mishelle Aguirre

ENTREVISTADO: Ing. Javier Rea

LUGAR: Ibarra – Universidad Técnica del Norte – FICAYA

FECHA: 20 de Diciembre del 2017

HORA: 16:00

INSTRUCCIÓN: Superior

EDAD: 36 años

CUESTIONARIO:

Indicador: Proceso productivo

1. ¿Cuál es el proceso productivo del té a base de hojas de guanábana?

Indicador: Proceso productivo

2. ¿El estado de la hoja es esencial para la producción de té?

Indicador: Proceso productivo

3. ¿Qué recomendación daría para la elaboración de té a base de hojas de guanábana?

Indicador: Registro Sanitario

- 4. ¿Qué registros sanitarios se debe tener para que un producto pueda salir al mercado?**

Indicador: Maquinaria

- 5. ¿Qué requerimientos se necesita para embotellar el té?**

Anexo N° 4: Fichas de Observación



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Objetivo: Conocer las bebidas que se ofertan en los diferentes supermercados de la ciudad; su presentación cantidad y precio.

Tabla 99

Ficha de observación – TÍA

FICHA DE OBSERVACIÓN					
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE					
SUPERMERCADO EVALUADO: TÍA					
EVALUADOR: María V. Benavides y Mishelle Aguirre					
				FECHA: 09 de Junio del 2018	
Empresa	Marca	Sabores	Presentación	Cantidad	Precio
Coca- Cola	Fuzetea	Té negro sabor a Limón	Plástico	550ml	0,75
				1,25 lt	1,25
				2lt	1,85
Nestlé	Nestea	Te negro y Té Verde	Plástico	500ml	0,85
				1250ml	1,15
Toni	Inlyne	Mora	Plástico	500m3	0,85

Fuente: Ficha de observación
 Elaborado por: Autoras
 Año: 2018

Tabla 100

Ficha de observación - Gran AKI

FICHA DE OBSERVACIÓN					
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE					
SUPERMERCADO EVALUADO: Gran AKI					
EVALUADOR: María V. Benavides y Mishelle Aguirre			FECHA: 09 de Junio del 2018		
Empresa	Marca	Sabores	Presentación	Cantidad	Precio
Coca- Cola	Fuzetea	Té negro sabor a limón, Té Light	Plástico	400ml	0,69
				550ml	0,80
				1,25ml	1,23
Nestlé	Nestea	Te negro y Té Verde Limón, Té sabor a durazno	Plástico	500ml	0,78
				1250ml	1,15
Toni	Inlyne	Limón, Durazno, Toronja	Plástico	500m3	0,80
Unileber	Ice tea	Té negro , Durazno	Plástico	500ml	0,71
				1,2 lt	1,25

Tabla 101

Ficha de observación - Santa María

FICHA DE OBSERVACIÓN					
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE					
SUPERMERCADO EVALUADO: Santa María					
EVALUADOR: María V. Benavides y Mishelle Aguirre			FECHA: 09 de Junio del 2018		
Empresa	Marca	Sabores	Presentación	Cantidad	Precio
Coca- Cola	Fuzetea	Té negro sabor a limón, Té Light	Plástico	400ml	0,65
				550ml	0,83
				1,25ml	1,50
Nestlé	Nestea	Te negro y Té Verde Limón, Té sabor a durazno	Plástico	500ml	0,85
				1250ml	1,25
Toni	Inlyne	Limón, Durazno, Toronja	Plástico	500ml	0,78
Unileber	Ice tea	Té negro , Durazno	Plástico	500ml	0,84
				1,2 lt	1,45

Anexo N° 5: Tabla de Amortización**PRESTAMO PROPORCIONADO POR LA CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL**

Capital inicial	44931,32	44021,06
REDITO %	12%	12%
Períodos	120	120
Años	10	10
Pagos/año	12	12
REDITO %	11,83	11,83

Año	Capital pte. de amortización	Intereses del período	Cuota de amortiz.	Capital amortizado	Anualidad
1	44931,32	442,95	374,43	374,43	817,38
2	44556,89	439,26	374,43	748,86	813,68
3	44182,46	435,57	374,43	1123,28	809,99
4	43808,04	431,87	374,43	1497,71	806,30
5	43433,61	428,18	374,43	1872,14	802,61
6	43059,18	424,49	374,43	2246,57	798,92
7	42684,75	420,80	374,43	2620,99	795,23
8	42310,33	417,11	374,43	2995,42	791,54
9	41935,90	413,42	374,43	3369,85	787,85
10	41561,47	409,73	374,43	3744,28	784,15
11	41187,04	406,04	374,43	4118,70	780,46
12	40812,62	402,34	374,43	4493,13	776,77
13	40438,19	398,65	374,43	4867,56	773,08
14	40063,76	394,96	374,43	5241,99	769,39
15	39689,33	391,27	374,43	5616,41	765,70
16	39314,90	387,58	374,43	5990,84	762,01
17	38940,48	383,89	374,43	6365,27	758,32
18	38566,05	380,20	374,43	6739,70	754,62
19	38191,62	376,51	374,43	7114,13	750,93
20	37817,19	372,81	374,43	7488,55	747,24
21	37442,77	369,12	374,43	7862,98	743,55
22	37068,34	365,43	374,43	8237,41	739,86
23	36693,91	361,74	374,43	8611,84	736,17
24	36319,48	358,05	374,43	8986,26	732,48
25	35945,06	354,36	374,43	9360,69	728,79
26	35570,63	350,67	374,43	9735,12	725,09

27	35196,20	346,98	374,43	10109,55	721,40
28	34821,77	343,28	374,43	10483,97	717,71
29	34447,35	339,59	374,43	10858,40	714,02
30	34072,92	335,90	374,43	11232,83	710,33
31	33698,49	332,21	374,43	11607,26	706,64
32	33324,06	328,52	374,43	11981,69	702,95
33	32949,63	324,83	374,43	12356,11	699,26
34	32575,21	321,14	374,43	12730,54	695,56
35	32200,78	317,45	374,43	13104,97	691,87
36	31826,35	313,75	374,43	13479,40	688,18
37	31451,92	310,06	374,43	13853,82	684,49
38	31077,50	306,37	374,43	14228,25	680,80
39	30703,07	302,68	374,43	14602,68	677,11
40	30328,64	298,99	374,43	14977,11	673,42
41	29954,21	295,30	374,43	15351,53	669,73
42	29579,79	291,61	374,43	15725,96	666,04
43	29205,36	287,92	374,43	16100,39	662,34
44	28830,93	284,22	374,43	16474,82	658,65
45	28456,50	280,53	374,43	16849,24	654,96
46	28082,07	276,84	374,43	17223,67	651,27
47	27707,65	273,15	374,43	17598,10	647,58
48	27333,22	269,46	374,43	17972,53	643,89
49	26958,79	265,77	374,43	18346,96	640,20
50	26584,36	262,08	374,43	18721,38	636,51
51	26209,94	258,39	374,43	19095,81	632,81
52	25835,51	254,70	374,43	19470,24	629,12
53	25461,08	251,00	374,43	19844,67	625,43
54	25086,65	247,31	374,43	20219,09	621,74
55	24712,23	243,62	374,43	20593,52	618,05
56	24337,80	239,93	374,43	20967,95	614,36
57	23963,37	236,24	374,43	21342,38	610,67
58	23588,94	232,55	374,43	21716,80	606,98
59	23214,52	228,86	374,43	22091,23	603,28
60	22840,09	225,17	374,43	22465,66	599,59
61	22465,66	221,47	374,43	22840,09	595,90
62	22091,23	217,78	374,43	23214,52	592,21
63	21716,80	214,09	374,43	23588,94	588,52
64	21342,38	210,40	374,43	23963,37	584,83
65	20967,95	206,71	374,43	24337,80	581,14
66	20593,52	203,02	374,43	24712,23	577,45
67	20219,09	199,33	374,43	25086,65	573,75
68	19844,67	195,64	374,43	25461,08	570,06

69	19470,24	191,94	374,43	25835,51	566,37
70	19095,81	188,25	374,43	26209,94	562,68
71	18721,38	184,56	374,43	26584,36	558,99
72	18346,96	180,87	374,43	26958,79	555,30
73	17972,53	177,18	374,43	27333,22	551,61
74	17598,10	173,49	374,43	27707,65	547,92
75	17223,67	169,80	374,43	28082,07	544,22
76	16849,24	166,11	374,43	28456,50	540,53
77	16474,82	162,41	374,43	28830,93	536,84
78	16100,39	158,72	374,43	29205,36	533,15
79	15725,96	155,03	374,43	29579,79	529,46
80	15351,53	151,34	374,43	29954,21	525,77
81	14977,11	147,65	374,43	30328,64	522,08
82	14602,68	143,96	374,43	30703,07	518,39
83	14228,25	140,27	374,43	31077,50	514,69
84	13853,82	136,58	374,43	31451,92	511,00
85	13479,40	132,88	374,43	31826,35	507,31
86	13104,97	129,19	374,43	32200,78	503,62
87	12730,54	125,50	374,43	32575,21	499,93
88	12356,11	121,81	374,43	32949,63	496,24
89	11981,69	118,12	374,43	33324,06	492,55
90	11607,26	114,43	374,43	33698,49	488,86
91	11232,83	110,74	374,43	34072,92	485,16
92	10858,40	107,05	374,43	34447,35	481,47
93	10483,97	103,35	374,43	34821,77	477,78
94	10109,55	99,66	374,43	35196,20	474,09
95	9735,12	95,97	374,43	35570,63	470,40
96	9360,69	92,28	374,43	35945,06	466,71
97	8986,26	88,59	374,43	36319,48	463,02
98	8611,84	84,90	374,43	36693,91	459,33
99	8237,41	81,21	374,43	37068,34	455,63
100	7862,98	77,52	374,43	37442,77	451,94
101	7488,55	73,82	374,43	37817,19	448,25
102	7114,13	70,13	374,43	38191,62	444,56
103	6739,70	66,44	374,43	38566,05	440,87
104	6365,27	62,75	374,43	38940,48	437,18
105	5990,84	59,06	374,43	39314,90	433,49
106	5616,41	55,37	374,43	39689,33	429,80
107	5241,99	51,68	374,43	40063,76	426,10
108	4867,56	47,99	374,43	40438,19	422,41
109	4493,13	44,29	374,43	40812,62	418,72
110	4118,70	40,60	374,43	41187,04	415,03

111	3744,28	36,91	374,43	41561,47	411,34
112	3369,85	33,22	374,43	41935,90	407,65
113	2995,42	29,53	374,43	42310,33	403,96
114	2620,99	25,84	374,43	42684,75	400,27
115	2246,57	22,15	374,43	43059,18	396,58
116	1872,14	18,46	374,43	43433,61	392,88
117	1497,71	14,76	374,43	43808,04	389,19
118	1123,28	11,07	374,43	44182,46	385,50
119	748,86	7,38	374,43	44556,89	381,81
120	374,43	3,69	374,43	44931,32	378,12