

INDICE GENERAL

CONTENIDOS	PAG.
PORTADA	I
AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
INTRODUCCION	vi
INDICE DE CONTENIDOS	viii
INDICE DE CUADROS	xii
INDICE DE GRÁFICOS	xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EJECUTIVE SUMMARY	xv

CAPITULO 1

1. Diagnostico situacional	1
1.1 Antecedentes	
1.2 Objetivos	2
1.2.1 General	
1.2.2 Especifico	3
1.3 Indicadores	4
1.3.1 Variable Independiente	
1.3.2 Variable Dependiente	
1.4 Matriz de relación diagnóstica	5
1.5 Identificación de la población	
1.6 Calculo de la muestra	
1.7 Formula de calculo	

1.8	Diseño de instrumentos de recolección de información	6
1.9	Evaluación de la información	8
1.10	Construcción de la matriz AOOD	18
1.11	Construcción de la matriz AOOD del Dulce de Guanábana	20
1.12	Cruces estratégicos , AO, OO, AR, OR	21
1.13	Identificación del problema diagnóstico causas – efectos	22

CAPITULO II

2.	Marco teórico	24
2.1	Marco referencial	
2.2	Marco conceptual	25
2.2.1	Guanábana	26
2.3	La Microempresa	28
2.3.1	Características de una Microempresa	
2.4	Estructura Administrativa	29
2.5	Evaluación Organizacional	30
2.6	Asociatividad	32
2.7	Diagnóstico	34
2.8	Estudio de Mercado	
2.9	Estrategia de Marketing	35
2.10	Formulación de una Estrategia	38
2.11	Estudio técnico e Ingeniería	42
2.11.1	Estudio Técnico	
2.11.2	Ingeniería del Proyecto	43
2.11.3	Diagrama de Líneas de Producción	
2.12	Evaluación Económica	
2.13	Evaluación Financiera	44
2.14	Evaluación de Impactos positivos y negativos	
2.14.1	Impactos Negativos	
2.14.2	Normas de Gestión Ambiental	
2.14.3	Impactos Positivos	

CAPITULO III

3.	Estudio de mercado	45
3.1	Presentación	
3.2	Identificación del producto con análisis cualitativo y cuantitativo según sus características	46
4.6.2.	Identificación del Producto	
3.3	Definición del Mercado Meta	50
3.4	El Mercado Potencial	51
3.5	Variables utilizadas en la segmentación de los consumidores	52
3.6	Análisis de la Demanda	61
3.7	Proyección de la Demanda	63
3.8	Análisis de la competencia	66
3.9	Estrategias de mercado para posicionar los productos (dulce de guanábana)	87
3.10	Conclusiones del estudio	92

CAPITULO IV

4.	Estudio técnico e ingeniería	96
4.1	Estudio técnico	
4.2	Factores del Tamaño del Proyecto (de la planta)	99
4.3	Ingeniería del proyecto	103
4.4	Transporte, venta	109
4.5	Requerimiento de talento humano	117
4.6	Estructura orgánica	119
4.6.1	Organización de la Empresa	
4.6.2	Misión – Visión	120
4.6.2.1	Misión	
4.6.2.2	Visión	
4.6.2.3	Valores de la Organización	

4.6.2.4 Imagen Corporativa	
4.6.2.5 Objetivos	121
4.6.2.6 Organigrama Estructural	
4.6.2.7 Perfil y Competencias de los puestos	122

CAPITULO V

5. Estudio económico	136
5.1 Inversiones fijas	
5.2 Descripción de inversiones fijas	
5.3 Rubros de gastos preoperativos	138
5.4 Financiamiento de inversiones	139
5.5 Depreciación – amortización	141
5.6 Costos directos proforma	143
5.7 Costos indirectos de producción (operación)	144
5.8 Gastos administrativos	145
5.9 Gastos de operación y financiación	148
5.10 Ingresos consolidados proforma	149
5.11 Capital de trabajo – saldo de efectivo requerido en caja	
5.11.1 Calculo del capital de trabajo	152
5.12 Estado de pérdidas y ganancias	153
5.13 Punto de equilibrio	154
5.14 Flujo neto de efectivo	155
5.15 Balance proforma	157
5.16 Índices del balance	160
5.17 Resultados Operacionales	161
5.18 Evaluación financiera	162

CAPITULO VI

6. Evaluación de impactos	169
6.1 Herramienta de validación de impactos	
6.2 Impactos negativos	170

6.3 Impactos positivos	174
CONCLUSIONES	181
RECOMENDACIONES	183
BIBLIOGRAFIA	185
ANEXOS	187

INDICE DE CUADROS

Cuadro N. 1	Producción de dulce de frutas a nivel Nacional	53
Cuadro N. 2	Segmentación del Mercado en relación a la ubicación geográfica	
Cuadro N. 3	Demanda Histórica	57
Cuadro N. 4	Consumo Picapica aparente proyectado	67
Cuadro N. 5	Consumo Aparente Histórico	68
Cuadro N. 6	Demanda futura de dulces en la Provincia de Imbabura	69
Cuadro N. 7	Oferta Histórica de Dulces de Fruta	70
Cuadro N.8	Proyección de la Oferta	71
Cuadro N. 9	Oferta futura de dulces	73
Cuadro N. 10	Balance oferta demanda	74
Cuadro N. 11	Categorías y fuerzas competitivas	75
Cuadro N. 12	Competidores directos	83
Cuadro N. 13	Precios ponderados de los dulces	84
Cuadro N. 14	Método cualitativo por puntos	91
Cuadro N. 15	Capacidad operativa de la planta	102
Cuadro N. 16	Equipos de Producción	107
Cuadro N. 17	Equipos de Punto de Ventas	115
Cuadro N. 18	Equipos de Oficina (administración)	116
Cuadro N. 19	Área ambientes físicos	
Cuadro N. 20	Requerimiento de Personal	117
Cuadro N. 21	Personal de Ventas	122
Cuadro N. 22	Personal de Administración	

CAPITULO V

Cuadro N. 23	Inversiones Fijas	
Cuadro N. 24	Descripción de Inversiones Fijas	
Cuadro N. 25	Equipos y Mobiliario de Oficina	136
Cuadro N. 26	Gastos Preoperativos	137
Cuadro N. 27	Fuentes de Financiamiento	138
Cuadro N. 28	Depreciación - Amortización	139
Cuadro N. 29	Costos Directos Proforma	140
Cuadro N. 30	Presupuesto de Costos Indirectos de Producción	142
Cuadro N. 31	Gastos Administrativos	144
Cuadro N. 32	Gastos Financieros	145
Cuadro N. 33	Costos de Operación de Financiación	146
Cuadro N. 34	Ingresos Proforma	147
Cuadro N. 35	Capital de Trabajo – Saldo de Efectivo requerido en Caja	148
Cuadro N. 36	Capital de Trabajo	149
Cuadro N. 37	Estado de Pérdidas y Ganancias	151
Cuadro N. 38	Punto de Equilibrio	152
Cuadro N. 39	Flujo Neto de Efectivo	154
Cuadro N. 40	Balance Proforma	155
Cuadro N. 41	Costo de Oportunidad	156
Cuadro N. 42	Periodo de Recuperación de la Inversión	158
		163
	INDICE DE GRÁFICOS	165

Gráfico N. 1-23 Encuestas