



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

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

### **CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

#### **TEMA:**

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PRODUCTORES DE GUANÁBANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN” EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTON IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría  
CPA

#### **AUTORAS:**

Quelal Chandi Jessenia Estefania

Vera Montesdeoca Jeniffer Mariuxi

#### **DIRECTORA:**

MSC. Arciniegas Romero María Gabriela

**Ibarra, 2020**

## RESUMEN EJECUTIVO

Enfocadas en mejorar las condiciones económicas de los socios se ha considerado la elaboración de un Plan de Negocios para la ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PRODUCTORES DE GUANÁBANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN”, en la Parroquia La Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador, el mismo que permita la producción, comercialización y distribución de pulpa de guanábana

La asociación fue registrada el 20 de agosto de 2018 en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria con el RUC N° 0491524634001. Esta una asociación agrícola que reúne actualmente a 28 socios de los cuales el 30% son mujeres y el 70% son hombres, entre todos los socios suman 50 hectáreas con producción de guanábana de la variedad la gigante brasileña, (Presidente de la Asociación) ubicada en el Vía a Chinambi 5 San Patricio, Parroquia Jijón y Caamaño (Cab. Río Blanco), Cantón Mira, Provincia del Carchi.

La presente investigación inició con una fundamentación teórica en la que se establece la estructura y contenido del plan de negocios que permita la comprensión de cada uno de los aspectos relacionados al mismo, seguido de la determinación de los procedimientos metodológicos necesarios para la recolección de la información considerando un enfoque cuantitativo de alcance descriptivo y exploratorio, utilizando los métodos como la encuesta, entrevista y observación. Posteriormente se establece un diagnóstico de las condiciones geográficas, demográficas, políticas, socio-económicas y agroindustrial de la parroquia La Carolina la cual reúne todas las condiciones necesarias para la implementación de la planta de producción, así como de la Parroquia Jijón y Caamaño en donde se encuentran las plantaciones de la fruta de guanábana.

Mediante el estudio de mercado se determinó el mercado meta al cual se pretende introducir, además, a través de las encuestas y observación se evaluó el nivel de aceptación y

frecuencia de consumo del producto, mientras que con la entrevista se determinó la presentación mayormente aceptada en el mercado y cuál será la principal competencia. En el estudio técnico se estableció el lugar más adecuado para la implementación de la planta al igual que su tamaño, capacidad, infraestructura, maquinaria y equipos necesarios para la puesta en marcha de la nueva empresa, esto relacionado con el estudio financiero en el que se evalúan los diferentes indicadores financieros como VAN, TIR, relación Costo beneficio, periodo de recuperación y punto de equilibrio que demostraron una rentabilidad aceptable en la producción comercialización y distribución de la pulpa de guanábana. Finalmente, el estudio organizacional en el que se estableció cómo estará instaurada la empresa, distribución de funciones, así como se definió la misión, visión, principios, políticas y valores lo que permitirá que cada uno de los empleados conozca lo que debe de hacer en el tiempo y momento correcto.

## ABSTRACT

Focused on improving the economic conditions of the partners, the development of a Business Plan has been considered for the ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PRODUCTORES DE GUANÁBANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN” in La Carolina Parish, Ibarra City, Imbabura Province, Ecuador, the same one that allows the production, commercialization and distribution of soursop pulp.

The association was registered on August 20, 2018 in the Superintendency of Popular and Solidarity Economy with RUC No. 0491524634001. This is an agricultural association that currently brings together 28 members of which 30% are women and 70% are men, among all the partners add 50 hectares with production of soursop of the Brazilian giant variety, (President of the Association) located in Vía a Chinambi 5 San Patricio, Jijón and Caamaño parish (Cab. Río Blanco), Cantón Mira, Province of Carchi.

This research began with a theoretical foundation in which the structure and content of the business plan is established that allows the understanding of each of the aspects related to it, followed by the determination of the methodological procedures necessary for the collection of information considering a quantitative approach of descriptive and exploratory scope, using methods such as survey, interview and observation. Subsequently, a diagnosis of the geographical, demographic, political, socio-economic and agro-industrial conditions of the La Carolina parish is established, which meets all the necessary conditions for the implementation

of the production plant, as well as of the Jijón and Caamaño Parish where are the soursop fruit plantations.

Through the market study, the target market to which it's intended to be introduced was determined, in addition, through surveys and observation, the level of acceptance and frequency of consumption of the product was evaluated, while with the interview the presentation most accepted in the market and what will be the main competition. In the technical study, the most suitable place for the implementation of the plant was established as well as its size, capacity, infrastructure, machinery and equipment necessary for the start-up of the new company, this related to the financial study in which they evaluate the different financial indicators such as NPV, IRR, cost-benefit ratio, recovery period and equilibrium point that demonstrated an acceptable profitability in the production, marketing and distribution of soursop pulp. At last, the organizational study in which it was established how the company will be established, distribution of functions, as well as the mission, vision, principles, policies and values were defined, which will allow each of the employees to know what they should do in the right time and time.

## AUTORÍAS

Nosotras: Quelal Chandi Jessenia Estefanía y Vera Montesdeoca Jeniffer Mariuxi declaramos bajo juramente que el trabajo de grado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PRODUCTORES DE GUANÁBANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN”, EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTON IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR”, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando los derechos intelectuales de terceros cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente son de exclusiva responsabilidad de los autores, el mismo que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional.



Quelal Chandi Jessenia Estefanía

C.I. 0401822282



Vera Montesdeoca Jeniffer Mariuxi

C.I. 1003308739

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas QUELAL CHANDI JESSENIA ESTEFANIA y VERA MONTESDEOCA JENIFFER MARIUXI para optar por el Título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: Plan de Negocios para la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, ASOPROGUAN, en la Parroquia La Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador". Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 14 días del mes de septiembre del 2020.



MSC. Arciniegas Romero María Gabriela

C.I. 1717245110



# 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			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401832282		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Quelal Chandi Jessenia Estefania		
DIRECCIÓN:	Bolívar: San Joaquín		
EMAIL:	<a href="mailto:quelalestefania2303@gmail.com">quelalestefania2303@gmail.com</a>		
TELÉFONO FIJO:	062287-672	TELÉFONO MÓVIL:	0969079849
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003308739		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Vera Montesdeoca Jeniffer Mariuxi		
DIRECCIÓN:	Cotacachi, Quiroga, El Punge		
EMAIL:	<a href="mailto:jenimariuxi@gmail.com">jenimariuxi@gmail.com</a>		
TELÉFONO FIJO:	06255-6010	TELÉFONO MÓVIL:	0979852265

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Plan de negocios para la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, "ASOPROGUAN" en la Parroquia la Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador
AUTOR (ES):	Quelal Chandi Jessenia Estefania Vera Montesdeoca Jeniffer Mariuxi
FECHA: DD/MM/AAAA	13/08/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Arciniegas Romero María Gabriela

## 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 los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 14 días del mes de octubre de 2020.



Quelal Chandi Jessenia Estefanía

C.I. 0401822282



Vera Montesdeoca Jeniffer Mariuxi

C.I. 1003308739

## **DEDICATORIA**

Este trabajo lo dedico a Dios, por haberme permitido culminar mi carrera universitaria.

A mis padres, por confiar siempre en mí y enseñarme que con lucha y perseverancia siempre se logra nuestros sueños y objetivos.

A mi hijo, por ser la inspiración y motor para culminar exitosamente esta investigación.

A mi hermana, por ser un ejemplo a seguir y ser una motivación de superación.

A las demás personas, que de una u otra manera me ayudaron a salir adelante con su apoyo y consejos.

**Estefania Quelal**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios, por todos los favores recibidos, por darme fortaleza y sabiduría para culminar con éxito todos mis ciclos de aprendizaje.

A mis padres, por su apoyo incondicional y sabios consejos que ayudaron a guiarme por el buen camino y cumplir esta meta tan anhelada.

A mis familiares y amigos, por su confianza y apoyo en cada uno de los procesos de mi desarrollo profesional.

A la Universidad Técnica del Norte y docentes, que compartieron día a día sus conocimientos y destrezas con paciencia y sabiduría para así convertirme en una profesional de excelencia.

A la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, “ASOPROGUAN”, en especial a los Ing. Mabel Ortega y Paúl Arends, por la confianza depositada en nosotros y que nos permitió realizar exitosamente esta investigación.

A mis tutores, por ser quienes me guiaron en el desarrollo de este trabajo, y que sin ellos esto no sería posible.

**Estefania Quelal**

## **DEDICATORIA**

A Dios, quien ha sido mi guía, en él mi fe siempre depositada, él que ha iluminado cada paso que he dado de toda mi carrera, hasta el día de hoy.

A mis padres Rodrigo y Elena, quienes, con su apoyo incondicional, amor, paciencia y esfuerzo han hecho que este largo camino sea más fácil, permitiéndome llegar a cumplir mi meta, mi sueño.

A mi esposo e hijo, quienes han sido mi motor y fuerzas para no desistir jamás, quienes con su comprensión, amor y persistencia en esos momentos más difíciles siempre alentándome a no rendirme, les amo.

A mi hermana, quien a pesar de la distancia siempre ha estado apoyándome en cada momento, quien siempre me ha inspirado a ser mejor.

**Jeniffer Vera**

## AGRADECIMIENTO

Agradecimiento infinito a Dios, pues en este logro alcanzado se reflejan cada bendición que ha depositado en mí a lo largo de este proceso.

A mi familia porque sin ellos esto jamás se hubiera hecho realidad, su ejemplo de superación y su persistencia han sido pilares fundamentales para alcanzar mi meta.

A la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, “ASOPROGUAN”, en especial al Sr. Paul Arends y la Sra. Mabel Ortega, por darnos la oportunidad y depositar su confianza en nosotras para desarrollar este proyecto en su asociación.

A la Universidad Técnica del Norte, pues se convirtió en mi segundo hogar, la cuna de mis conocimientos y formación.

A mis tutores y todos los docentes que han formado parte de este proyecto y toda mi vida universitaria pues aquí se refleja cada enseñanza y cada lección aprendida en las aulas.

A Estefanía Quelal, pues más que una compañera se convirtió en una amiga, con quien he trabajado a lo largo de mi carrera, por su paciencia y apoyo siempre, gracias.

**Jeniffer Vera**

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
ABSTRACT .....	IV
AUTORÍAS .....	VI
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO .....	VII
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VIII
1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	VIII
2. CONSTANCIAS.....	IX
DEDICATORIA .....	X
AGRADECIMIENTO .....	XIII
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	XIV
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XXIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XXIV
PRESENTACIÓN.....	XXVIII
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Objetivo.....	1
1.3 Análisis de las Asociaciones Agrícolas como mecanismos de desarrollo. Caso ASOPROGUAN.....	1
1.4 Descripción Técnica.....	5
1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO .....	5
1.1 Resumen del proyecto (Resumen ejecutivo) .....	5
1.2. Evolución del proyecto (Cómo nace la idea y en qué situación se encuentra).....	6
1.3. Presentación de promotores (pueden ser o no ser socios): nombre, formación, experiencia, su papel en el proyecto. ....	6
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO .....	6
2.1 Análisis de mercado.....	6
2.1.1 Segmentación del mercado .....	7
2.1.2 Demanda .....	7
2.1.3 Oferta .....	8
2.4 Análisis de la competencia .....	8
3. PLAN DE MARKETING .....	9

3.1 Estrategias de precios .....	9
3.2 Estrategia de producto .....	10
3.3 Estrategia de distribución .....	10
3.4 Estrategia de promoción .....	11
3.5 Estrategia de posicionamiento .....	11
3.6 Objetivos iniciales de marketing .....	12
4. PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL.....	12
4.1 Previsión de ventas .....	12
4.2 Análisis de costos: fijos y variables.....	13
4.3 La fuerza de ventas: criterio, formación, organización .....	13
5. PLAN DE PRODUCCIÓN Y DE COMPRAS .....	13
5.1 Lugar y local.....	13
5.2 Plan de compras.....	14
5.3 Proceso de fabricación.....	14
5.4 Tecnología aplicada.....	14
5.5 Capacidad de producción.....	15
5.6 Gestión de proveedores .....	15
6. ÁREA ECONÓMICO-FINANCIERA.....	15
6.1 Plan de inversiones iniciales.....	15
6.2 Plan de financiamiento .....	15
6.3 Sistema de cobro a clientes y pago a proveedores.....	16
6.4 Previsión de la cuenta de resultados .....	16
6.5 Balance de situación .....	17
6.6 Ratios de rentabilidad .....	17
7. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS .....	18
7.1. Misión, Visión y valores (Filosofía de empresa).....	18
7.2 Socios.....	19
7.3 Organización.....	19
7.4 Recursos humanos propios .....	20
7.5 Asesores externos .....	20
8. ÁREA JURÍDICO-FISCAL .....	20
8.1 Datos de identificación .....	20
8.2 Trámites de constitución y puesta en marcha.....	21

1. Reserva un nombre .....	21
2. Elabora los estatutos .....	21
3. Abrir una “cuenta de integración de capital” .....	21
4. Eleva a escritura pública .....	22
5. Aprueba el estatuto .....	22
6. Publica en un diario .....	22
7. Obtener los permisos municipales .....	22
9. Realizar la Junta General de Accionistas .....	22
10. Obtener los documentos habilitantes .....	23
11. Inscribir el nombramiento del representante.....	23
12. Obtener el RUC.....	23
13. Obtener la carta para el banco.....	23
ANEXOS .....	24
CAPÍTULO II: PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS.....	24
2.1 Introducción .....	24
2.2 Objetivo.....	24
2.3 Tipo de Investigación .....	24
2.4. Métodos.....	25
2.4.1 Método Deductivo .....	25
2.4.2 Método Inductivo .....	26
2.4.3 Método Hipotético - Deductivo .....	26
2.4.4 Método Estadístico .....	26
2.5 Técnicas e Instrumentos.....	26
2.5.1 Observación.....	27
2.5.2 Encuesta.....	27
2.5.3 Entrevista .....	28
2.6 Variables Diagnósticas .....	28
2.6.1 Matriz de relación diagnóstica.....	29
CAPÍTULO III DIAGNÓSTICO .....	32
3.1 Introducción .....	32
3.2 Objetivo.....	32
3.3 Desarrollo de las variables .....	32
3.3.1 Aspecto Geográfico.....	32

3.3.1.1.1. Territorio Parroquia La Carolina .....	32
3.3.1.1.2. Territorio Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño .....	34
3.3.1.2.1. Clima Parroquia La Carolina .....	35
3.3.1.2.2. Clima Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño .....	36
3.3.1.3.1. Principales Productos Parroquia La Carolina .....	37
3.3.1.3.2. Principales Productos Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño .....	39
3.3.1.4. Redes Viales y Transporte .....	40
3.3.1.5. Transporte de pasajeros.....	41
3.3.2 Aspecto Político .....	42
3.3.2.1 Beneficios de las Asociaciones.....	42
3.3.2.2. Normativa Legal para producción .....	43
3.3.2.3. Legislación que apoya al desarrollo de proyectos productivos .....	43
3.3.3 Aspecto Demográfico.....	45
3.3.3.1 Estructura Población.....	45
3.3.3.2 Población Económicamente Activa.....	47
3.3.4 Aspecto Socio – Económico .....	51
3.3.4.1 Actividades Comerciales .....	51
3.3.4.2 Empleo y Desempleo.....	52
3.3.4.2.1 Tasa de participación .....	52
3.3.4.2.2 Tasa de desempleo .....	53
3.3.4.3 Nivel de Pobreza.....	54
3.3.4.4 Escolaridad .....	54
3.3.4.5 Necesidades Básicas Insatisfechas .....	55
3.3.4.5.1. Infraestructura de acceso a los servicios básicos y Alcantarillado .....	55
3.3.4.5.2. Recolección de basura.....	58
3.3.4.6 Inflación.....	60
3.3.5. Análisis Interno .....	62
3.3.5.1. Antecedentes.....	62
3.3.5.2. Objeto .....	62
3.3.5.3. Misión y Visión .....	63
3.3.5.3.1. Misión .....	63
3.3.5.3.2. Visión.....	63
3.3.5.4. Estructura Administrativa.....	63

3.3.5.5. Ciclo de Producción.....	66
3.3.5.5.1. Preparación del Suelo .....	66
3.3.5.5.2. Siembra .....	67
3.3.5.5.3. Riego .....	69
3.3.5.5.4. Control de Malezas .....	69
3.3.5.5.5. Podas .....	70
3.3.5.5.6. Polinización.....	72
3.3.5.5.7. Cosecha .....	72
3.3.5.5.8. Poscosecha .....	72
3.3.6. Sector Agroindustrial .....	73
3.3.6.1 El Sector Agroindustrial en el Ecuador .....	73
3.3.6.2 Producción de Agroindustrial por Provincia .....	74
3.3.6.2.1 Industria Frutícola en Ibarra.....	75
3.3.6.3 Sector Agropecuario en la Actualidad.....	76
3.4 Análisis de la información.....	77
3.5 Conclusión Diagnóstica.....	79
CAPÍTULO IV: PROPUESTA.....	82
Introducción .....	82
Objetivo.....	83
4.1 Estudio de Mercado.....	83
Introducción .....	83
Objetivo del estudio de mercado.....	83
4.1.1 Segmentación de mercado .....	83
4.1.1.1. Variables de segmentación .....	84
4.1.1.1.1. Variable Geográfica: .....	84
4.1.1.1.2. Variable Demográfica .....	85
4.1.1.1.3. Segmentación de la Población.....	85
4.1.2. Mercado meta .....	86
4.1.3. Cálculo de la muestra .....	86
4.1.4. Análisis e interpretación de resultados .....	87
4.1.4.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta .....	87
4.1.4.1.1. Conclusión General .....	98
4.1.4.2. Análisis e interpretación de resultado de la Entrevista .....	99

4.1.4.2.1. Conclusión de la Entrevista.....	101
4.1.4.3. Análisis e interpretación de resultados de la Observación.....	101
4.1.4.3.1. Conclusión Ficha de Observación.....	103
4.1.5. Demanda.....	104
4.1.5.1. Identificación de la demanda .....	104
4.1.5.2. Demanda Efectiva.....	105
4.1.5.3. Proyección de la Demanda.....	106
4.1.6. Oferta.....	107
4.1.6.1. Identificar la oferta.....	107
4.1.6.2. Proyección oferta en dólares .....	110
4.1.7. Balance Oferta Demanda.....	110
4.1.8. Análisis de Precios.....	111
4.1.9. Estrategias de comercialización.....	112
4.1.9.1. Estrategia de Producto .....	112
4.1.9.2. Estrategia de Precio.....	114
4.1.9.3. Estrategia de Plaza .....	114
4.1.9.4. Estrategia de Promoción .....	114
4.1.10. Conclusión.....	120
4.2. Estudio Técnico.....	121
4.2.1. Introducción.....	121
4.2.2. Objetivos.....	121
4.2.2.1. Objetivo general.....	121
4.2.2.2. Objetivos Específicos.....	121
4.2.3. Localización del proyecto.....	122
4.2.3.1. Macrolocalización.....	122
4.2.4. Tamaño del Proyecto .....	126
4.2.4.1. El Mercado.....	127
4.2.4.2. Tecnología.....	128
4.2.4.3. El Financiamiento .....	129
4.2.4.4. Disponibilidad de Recursos .....	130
4.2.4.5. Capacidad instalada .....	132
4.2.5. Ingeniería del proyecto .....	132
4.2.5.1. Diseño y descripción técnica del producto .....	133

4.2.5.2 Proceso productivo.....	135
4.2.5.2.1. Selección de Tecnología.....	140
4.2.5.2.2. Disposición de la Planta .....	140
4.2.5.3 Inversiones del Proyecto .....	141
4.2.5.3.1. Inversiones Fijas .....	142
4.2.5.3.1.1. Inversiones Tangibles.....	142
4.2.5.3.1.1.1. Terreno .....	142
4.2.5.3.1.1.2. Obras civiles e instalaciones .....	142
4.2.5.3.1.1.3. Vehículo .....	143
4.2.5.3.1.1.4. Materiales y Equipos .....	143
4.2.5.3.1.1.5. Muebles y enseres .....	144
4.2.5.3.1.1.6. Equipo de Oficina.....	144
4.2.5.3.1.1.7. Equipo de Cómputo.....	144
4.2.5.3.1.2. Inversiones Intangibles .....	145
4.2.5.3.1.2.1. Gastos de Constitución.....	145
4.2.5.3.1.2.2. Intereses Preoperativos.....	145
4.2.5.3.1.2.3. Gastos de Instalación y Montaje .....	146
4.2.5.4. Gastos de Operación.....	148
4.2.5.4.1. Gastos Administrativos.....	148
4.2.5.4.1.1 Remuneraciones .....	148
4.2.5.4.1.2 Servicios Básicos.....	149
4.2.5.4.1.3 Equipo de Oficina.....	149
4.2.5.4.2. Gastos de Ventas.....	150
4.2.5.4.2.1. Remuneraciones .....	150
4.2.5.4.2.2. Gasto de combustible y mantenimiento Vehículo.....	151
4.2.5.4.2.3. Gastos de publicidad .....	152
4.2.5.5. Capital de Trabajo .....	152
4.2.5.6. Inversión Total.....	154
4.2.5.7. Financiamiento .....	154
4.3 Estudio Financiero.....	155
4.3.1 Introducción .....	155
4.3.2 Objetivos .....	155
4.3.2.1 General.....	155

4.3.2.2 Específicos.....	156
4.3.3 Estructura financiera .....	157
4.3.3.1. Ingresos.....	157
4.3.3.1.1. Proyección de Ingresos .....	157
4.3.3.2. Costos y gastos proyectados .....	157
4.3.3.2.1. Costos de adquisición e importación .....	157
4.3.3.2.1.1. Proyección de costos .....	157
4.3.3.2.1.1.1. Materia Prima.....	158
4.3.3.2.1.1.2. Mano de Obra.....	159
4.3.3.2.1.1.3. Costos Indirectos de Fabricación .....	161
4.3.3.2.1.1.4. Costos Operativos .....	163
Resumen de Costos de Producción.....	165
4.3.3.2.2. Gastos Administrativos proyectados.....	166
4.3.3.2.2.1. Remuneración del personal administrativo .....	166
4.3.3.2.2.2. Servicios básicos .....	167
4.3.3.2.2.3. Suministros y materiales de oficina .....	167
4.3.3.2.3. Gastos de Ventas proyectados .....	169
4.3.3.2.3.1. Remuneración del personal de ventas .....	169
4.3.3.2.3.2. Gasto de combustible y mantenimiento de vehículo.....	170
4.3.3.2.4. Gastos financieros .....	171
4.3.3.2.4.1. Cuadro resumen de capital e interés anual .....	171
4.3.3.2.5. Amortizaciones .....	172
4.3.3.2.5.1. Gastos de Constitución.....	172
4.3.3.2.5.2. Gastos de Instalación.....	172
4.3.3.2.6. Depreciaciones.....	174
4.3.3.2.7. Resumen de costos y gastos .....	175
4.3.4. Estados Financieros Presupuestados .....	177
4.3.4.1. Estado de Resultados proyectado .....	177
4.3.4.2. Estado de Flujo de Efectivo.....	179
4.3.4.3. Estado de fuentes y usos .....	180
4.3.4.5 Estado de situación financiera .....	182
4.3.6. Evaluación Financiera .....	185
4.3.6.1. Costo de capital (Ck).....	185

4.3.6.2. Tasa de Rendimiento Medio (TRM) .....	186
4.3.6.3. Valor Actual Neto (VAN) .....	186
4.3.6.4. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	188
4.3.6.5. Relación Costo Beneficio .....	189
4.3.6.6. Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).....	189
4.3.6.7. Punto de Equilibrio (PE).....	191
4.3.6.8. Resumen de la evaluación financiera .....	192
4.3.7. Conclusiones de la evaluación financiera .....	192
4.4 Estudio Organizacional .....	193
4.4.1. Introducción .....	193
4.4.2. Objetivo.....	194
4.4.3. La empresa .....	194
4.4.3.1. Nombre de la Empresa o Razón Social .....	194
4.4.3.1.1. Imagen Corporativa .....	194
4.4.3.1.2. Logotipo.....	195
4.4.3.1.3. Slogan .....	195
4.4.3.1.4. Misión .....	195
4.4.3.1.5. Visión.....	195
4.4.3.1.6. Objetivos estratégicos .....	196
4.4.3.1.7. Valores corporativos .....	199
4.4.3.1.8. Políticas empresariales.....	199
4.4.3.1.8.1. Políticas Administrativas.....	199
4.4.3.1.8.2. Políticas de Producción .....	200
4.4.3.1.8.3. Políticas de Ventas .....	200
4.4.3.1.9. Organigrama estructural.....	201
4.4.3.1.10. Niveles administrativos.....	203
4.4.3.1.11. Constitución Jurídica .....	212
4.4.3.1.11.1. Nombre o Razón Social.....	212
4.4.3.1.11.2. Figura Jurídica.....	212
4.4.3.1.11.3. Domicilio.....	215
4.4.3.1.11.4. Objeto Lícito .....	215
4.4.3.1.12. Requisitos Legales para el Funcionamiento .....	215
4.4.3.1.12.1. RUC.....	215

4.4.3.1.12.2. Patente Municipal.....	216
4.4.3.1.12.3. Permiso Ocasional de Bomberos.....	216
CAPÍTULO V VALIDACIÓN.....	218
5.1 Introducción .....	218
5.3 Equipo de Trabajo.....	218
5.2 Método de Verificación.....	219
5.3 Factores para validar .....	219
5.3.1 Método de calificación .....	220
5.3.2 Rango de interpretación.....	220
5.4 Resultados .....	222
5.4.1 Calificación e interpretación.....	223
CONCLUSIONES .....	225
RECOMENDACIONES.....	226
Bibliografía .....	229

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Parroquia la Carolina; Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 - 2019 .....	34
<b>Figura 2</b> Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño; Padilla (2013) .....	34
<b>Figura 3</b> Mapa Mesotérmico Parroquia La Carolina .....	36
<b>Figura 4</b> Mapa de Tipos de Clima Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño.....	36
<b>Figura 5</b> Tabla Climática; Climate-data (s.f.).....	37
<b>Figura 6:</b> Tasa de participación bruta. ....	52
<b>Figura 7:</b> Tasa de desempleo .....	53
<b>Figura 8:</b> Nivel de Pobreza .....	54
<b>Figura 9:</b> Inflación Mensual del IPC y por divisiones de Bienes y Servicios .....	60
<b>Figura 10</b> Edad.....	87
<b>Figura 11</b> Compra de pulpa .....	88
<b>Figura 12</b> Razón por la que no compra pulpa.....	89
<b>Figura 13</b> Disponibilidad de compra de pulpa en algún momento .....	90
<b>Figura 14</b> Sabor de pulpa que más compran.....	91
<b>Figura 15</b> Frecuencia de compra.....	92
<b>Figura 16</b> Precio que pagan por pulpa .....	93
<b>Figura 17</b> Canales de compra.....	93

<b>Figura 18</b> Aceptación del producto.....	94
<b>Figura 19</b> Preferencia de presentación.....	95
<b>Figura 20</b> Disponibilidad a pagar según el tipo de presentación .....	96
<b>Figura 21</b> Importancia de un producto.....	97
<b>Figura 22</b> Medio de información sobre productos congelados.....	98
<b>Figura 23</b> Empaque.....	112
<b>Figura 24</b> Presentación del producto .....	113
<b>Figura 25</b> Publicidad del producto.....	115
<b>Figura 26</b> Publicidad del producto.....	116
<b>Figura 27</b> Página de Facebook del producto.....	117
<b>Figura 28</b> Instagram del producto.....	118
<b>Figura 29</b> Mapa de Macrolocalización .....	122
<b>Figura 30</b> Mapa de Microlocalización .....	123
<b>Figura 31</b> Logotipo del producto .....	133
<b>Figura 32</b> Flujograma del proceso de producción .....	138
<b>Figura 33</b> Flujograma del Proceso de Venta.....	139
<b>Figura 34</b> Diseño de la planta procesadora.....	141
<b>Figura 35</b> Imagen Corporativa.....	194
<b>Figura 36</b> Logotipo de FRUTI NORT .....	195
<b>Figura 37</b> Objetivos Estratégicos .....	196
<b>Figura 38</b> Macroproceso .....	198

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Matriz de relación diagnóstica.....	29
<b>Tabla 2</b> Principales Productos.....	38
<b>Tabla 3</b> Población La Carolina.....	45
<b>Tabla 4</b> Población Desagregada por Edad y Sexo .....	46
<b>Tabla 5</b> Población Económicamente Activa .....	48
<b>Tabla 6</b> Trabajo según rango de edad .....	49
<b>Tabla 7</b> Producción de agroindustrial en Ecuador .....	74
<b>Tabla 8</b> Matriz AOOR.....	77
<b>Tabla 9</b> Matriz FODA de ASOPROGUAN .....	78

<b>Tabla 10</b> Segmentación de la Población .....	85
<b>Tabla 11</b> Ficha de Observación María Moreno .....	101
<b>Tabla 12</b> Ficha de Observación FrutaSí.....	102
<b>Tabla 13</b> Ficha de Observación Planhofa .....	103
<b>Tabla 14</b> Demanda Efectiva.....	105
<b>Tabla 15</b> Tasa de crecimiento demográfico en cantón Ibarra de 20 a 54 años .....	106
<b>Tabla 16</b> Proyección de la Demanda.....	107
<b>Tabla 17</b> Identificación de la Oferta .....	108
<b>Tabla 18</b> Proyección de la Oferta.....	110
<b>Tabla 19</b> Balance entre la Oferta y Demanda .....	111
<b>Tabla 20</b> Análisis de Precios con la Competencia .....	111
<b>Tabla 21</b> Matriz de criterios de selección de alternativas .....	125
<b>Tabla 22</b> Demanda del Mercado .....	127
<b>Tabla 23</b> Materia Prima.....	131
<b>Tabla 24</b> Empaques.....	131
<b>Tabla 25</b> Capacidad Instalada .....	132
<b>Tabla 26</b> Información Nutricional.....	134
<b>Tabla 27</b> Tecnología.....	140
<b>Tabla 28</b> Disposición de la planta .....	140
<b>Tabla 29</b> Obra Civil.....	142
<b>Tabla 30</b> Vehículo.....	143
<b>Tabla 31</b> Equipo de producción .....	143
<b>Tabla 32</b> Muebles y enseres .....	144
<b>Tabla 33</b> Equipo de oficina .....	144
<b>Tabla 34</b> Equipo de cómputo .....	145
<b>Tabla 35</b> Gastos de Constitución .....	145
<b>Tabla 36</b> Intereses preoperativos.....	146
<b>Tabla 37</b> Gastos de Instalación y Montaje .....	146
<b>Tabla 38</b> Inversiones fijas .....	147
<b>Tabla 39</b> Remuneraciones Administrativos .....	148
<b>Tabla 40</b> Servicios básicos administrativos .....	149
<b>Tabla 41</b> Equipo de oficina .....	149
<b>Tabla 42</b> Remuneraciones de ventas.....	150
<b>Tabla 43</b> Gasto de combustible y mantenimiento del vehículo .....	151

<b>Tabla 44</b>	Gastos de publicidad .....	152
<b>Tabla 45</b>	Ciclo productivo.....	152
<b>Tabla 46</b>	Capital de Trabajo.....	153
<b>Tabla 47</b>	Inversión total .....	154
<b>Tabla 48</b>	Porcentaje de financiamiento.....	154
<b>Tabla 49</b>	Tabla de amortización.....	155
<b>Tabla 50</b>	Materia prima.....	158
<b>Tabla 51</b>	Mano de Obra .....	159
<b>Tabla 52</b>	Empaques.....	161
<b>Tabla 53</b>	Protección personal.....	161
<b>Tabla 54</b>	Depreciación .....	162
<b>Tabla 55</b>	Costos Operativos .....	163
<b>Tabla 56</b>	Utensilios .....	163
<b>Tabla 57</b>	Servicios Básicos .....	164
<b>Tabla 58</b>	Resumen de Costos .....	164
<b>Tabla 59</b>	Resumen de costos de producción .....	165
<b>Tabla 60</b>	Proyección sueldo administrativos .....	166
<b>Tabla 61</b>	Servicios básicos.....	167
<b>Tabla 62</b>	Equipo de cómputo .....	167
<b>Tabla 63</b>	Muebles y enseres .....	168
<b>Tabla 64</b>	Equipo de Oficina .....	168
<b>Tabla 65</b>	Proyección sueldo ventas.....	169
<b>Tabla 66</b>	Gasto combustible y mantenimiento de vehículo .....	170
<b>Tabla 67</b>	Inversión en porcentajes .....	171
<b>Tabla 68</b>	Tabla de amortización.....	171
<b>Tabla 69</b>	Gastos de constitución .....	172
<b>Tabla 70</b>	Gastos de instalación.....	172
<b>Tabla 71</b>	Activos intangibles.....	173
<b>Tabla 72</b>	Amortización de Activos Intangibles.....	173
<b>Tabla 73</b>	Depreciación .....	174
<b>Tabla 74</b>	Resumen costos y gastos.....	175
<b>Tabla 75</b>	Estado de Resultados .....	177
<b>Tabla 76</b>	Estado de Flujo de Efectivo .....	179
<b>Tabla 77</b>	Estado de Fuentes y usos .....	180

<b>Tabla 78</b> Estado de situación financiera .....	182
<b>Tabla 79</b> Costos de capital .....	185
<b>Tabla 80</b> Flujos de caja para VAN.....	187
<b>Tabla 81</b> Flujo de caja para TIR.....	188
<b>Tabla 82</b> Relación costos beneficio .....	189
<b>Tabla 83</b> Periodo de recuperación de la inversión .....	190
<b>Tabla 84</b> Punto de Equilibrio .....	191
<b>Tabla 85</b> Resumen de la evaluación financiera.....	192
<b>Tabla 86</b> Manual de funciones del Administrador.....	203
<b>Tabla 87</b> Manual de funciones del Auxiliar Contable .....	205
<b>Tabla 88</b> Manual de funciones del Vendedor .....	206
<b>Tabla 89</b> Manual de funciones del Chofer .....	207
<b>Tabla 90</b> Manual de funciones del Receptor de fruta .....	208
<b>Tabla 91</b> Manual de funciones del Operario de producción .....	209
<b>Tabla 92</b> Manual de funciones del Bodeguero.....	210
<b>Tabla 93</b> Vocales de la Junta Directiva.....	213
<b>Tabla 94</b> Vocales de la Junta de Vigilancia .....	214
<b>Tabla 95</b> Equipo de Trabajo.....	219
<b>Tabla 96</b> Factores para validar .....	219
<b>Tabla 97</b> Rangos de Interpretación .....	221
<b>Tabla 98</b> Porcentajes de Calificación.....	221
<b>Tabla 99</b> Matriz de Validación Directora de Tesis .....	222

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto de nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PRODUCTORES DE GUANÁBANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN” EN LA PARROQUIA LA CAROLINA, CANTON IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA, ECUADOR.”, está centrado en ayudar a ASOPROGUAN para que puedan posicionar su producto de pulpa de guanábana en el mercado de una manera eficaz y eficiente, considerando como mercado meta la ciudad de Ibarra y puedan expandirse a todo el país.

**CAPÍTULO I.-** Fundamentación teórica, contiene todas las bases teóricas, que sirvieron de ayuda para la elaboración del proyecto, para poder comprender de mejor manera todo lo que sucede de forma real en el país mediante diferentes conceptos y teoría referente al tema, esta información fue recopilada a través de artículos, libros, periódicos digitales, artículos científicos, etc.

**CAPÍTULO II.-** Procedimientos Metodológicos, posee todos los métodos de investigación que se aplicarán para la recolección de datos a lo largo del desarrollo del proyecto.

**CAPÍTULO III.-** Diagnóstico, contiene toda la información del entorno del sector en que se extrae la materia prima y se instalará la planta procesadora, Parroquia Jijón y Caamaño y la Parroquia La Carolina respectivamente, agregando datos estadísticos a nivel nacional; todo lo recabado nos ayudarán a determinar la problemática que se registra en estas áreas y de igual manera sirve de soporte para definir los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos que se presentan en cuanto al desarrollo del plan de negocios.

**CAPÍTULO IV.-** Propuesta, aquí se encuentra detallado todo lo que abarca a los cuatro principales aspectos del proyecto, en primer lugar el estudio de mercado, en el cual expone las

herramientas que se utilizaron para la recolección y análisis de información, de esta forma poder determinar oferta, demanda y estrategia de marketing; en segundo lugar el estudio técnico, en él se determina la macro y microlocalización del proyecto, el tamaño, ingeniería del proyectos, distribución de las instalaciones, flujogramas de procesos, la inversión para su implementación y todos los procesos para el buen funcionamiento; tercero el estudio financiero, aquí se expone todo el análisis financiero, desde la determinación de ingresos y gastos, sueldos y beneficios de ley, activos fijos, inversiones, estados financiero, y todos los análisis de los indicadores como son el VAN, TIR, B/C, TRM y PRI, los cuales son fundamentales para la determinación de la viabilidad del proyecto; finalmente el estudio organizacional, contiene todo lo que refiere a estrategias, políticas, organigrama, manuales de funciones, permisos de funcionamiento y todo lo que compete a la estructuración del proyecto.

**CAPÍTULO V.-** Validación, refiere a la evaluación de validación o rechazo del proyecto a través de los docentes, mediante diferentes matrices de calificación.

## **CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **1.1 Introducción**

En el presente capítulo se pretende abordar la problemática, la fundamentación teórica y dar a conocer la estructura del plan de negocios a realizar en cada una de las partes de la investigación, las cuales van a servir como base para la propuesta del proyecto de ASOPROGUAN.

### **1.2 Objetivo**

Fundamentar los referentes teóricos relacionados con el Plan de Negocios para la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, “ASOPROGUAN”.

### **1.3 Análisis de las Asociaciones Agrícolas como mecanismos de desarrollo. Caso ASOPROGUAN**

Las actividades económicas, exportaciones e ingresos fiscales en Ecuador continúan dependiendo en un alto porcentaje del petróleo. En los últimos años se ha notado un gran crecimiento en lo que compete al sector productivo, dando lugar a la exportación de otros productos como son rosas, camarones y banano. Para continuar con el crecimiento en el sector productivo se solicita que exista un mejoramiento a las reformas gubernamentales, en especial para apoyar a los grupos sociales generalmente excluidos, entre ellos se encuentran poblaciones indígenas, afro ecuatorianas y gran parte del sector campesinos mestizos. (Corporación Andina de Fomento, 2015)

Con el pasar de los años se detectan diferentes reformas que favorecen las actividades productivas dentro del país, pero no son suficiente, ya que todo lo relacionado con el sector agrícola se encuentra en un notable estancamiento.

En el Ecuador se estima que un 29,3% de los empleos pertenecen al sector agrícola, convirtiéndose en el mayor número de plazas en comparación con las actividades de comercio y manufactureros equivalentes al 17,9% y 10,3% respectivamente. (El Telégrafo, 2017)

A pesar de ello este sector es considerado como un grupo vulnerable frente al gobierno, pues las exigencias por parte de los agricultores van creciendo cada vez más; desde la solicitud de préstamos para mejorar su producción, hasta políticas que favorezcan sus acciones.

Como mecanismos que permiten al agricultor mejorar su productividad deciden formar asociaciones o buscan pertenecer a alguna de ellas, ya que mediante estas pueden acceder a beneficios gubernamentales, como viene a ser el caso de las asociaciones pertenecientes a la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, así esta se convierte en una alternativa para generar una posición más sólida ante el gobierno nacional.

Se concluye en el informe “Políticas de Apoyo a la Agricultura en América Latina y el Caribe”, que a pesar que el sector agrícola constituye el segundo generador de divisas dentro del Ecuador, empleando aproximadamente 1.800.000 personas la inversión y las políticas públicas por parte del Gobierno son escasas e ineficientes. (La Hora, 2018)

Las escasas propuestas de desarrollo en el Cantón Mira y sus parroquias ha generado altos niveles de pobreza como lo establece (Terán Rosero, Estrada Pinchao, & Tarapuéz Cando, 2017) los niveles de ingresos no logran satisfacer las necesidades básicas de sus pobladores, ya que su principal ocupación son actividades agropecuarias ya sea de jornaleros o peones, lo que no ha permitido que tengan una calidad de vida adecuada, por lo que la mayoría de las familias viven mal.

Otro factor que incide en la falta de desarrollo es el nivel de educación, así menciona (Aguilera, 2013) El nivel de instrucción más alto dentro del cantón Mira es el “primario” con

48,63 %, en segundo lugar, se encuentra el nivel “educación básica” que presenta 18,70 %, y prosigue el nivel “secundario” con un 13,34 %. El nivel “ninguno” presenta 7,90 %, que indica un alto nivel de analfabetismo en esta zona.

Ante esta problemática los pobladores han decidido formar una asociación que según lo que establece la *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, (2014) Art.- 24.- Son organizaciones económicas del sector asociativo, las constituidas, al menos, por cinco personas naturales, productores independientes, de idénticos o complementarios bienes y servicios, establecidas con el objeto de abastecer a sus asociados, de materia prima, insumos, herramientas y equipos; o, comercializar, en forma conjunta, su producción, mejorando su capacidad competitiva e implementando economías de escala, mediante la aplicación de mecanismos de cooperación.*

ASOCIACIÓN DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA PRODUCTORES DE GUANÁBANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN”. Registrada el 20 de agosto de 2018 en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria con el RUC N° 0491524634001. Esta una asociación agrícola que reúne actualmente a 28 socios de los cuales el 30% son mujeres y el 70% son hombres, entre todos los socios suman 50 hectáreas con producción de guanábana de la variedad la gigante brasileña, (Presidente de la Asociación) ubicada en el Vía a Chinambi 5 San Patricio, Parroquia Jijón y Caamaño (Cab. Río Blanco), Cantón Mira, Provincia del Carchi.

Así también la asociación aportará al crecimiento y desarrollo de los sectores de San Gerónimo, Guadal, Limonal, Guallupe, Gualchan, San Pedro, Rocafuerte, El Pital, San Patricio, San Vicente, Parambas, Palo Amarillo, Cachaco, Lita , Río Verde, El Carmen, Primavera y Gualchán, empeñadas en emprender, en el cultivo de la guanábana, la misma que se presenta como una gran alternativa, e imperiosa necesidad para las poblaciones mencionadas, con el fin de erradicar la pobreza, el tráfico de drogas, la trata de blancas, el

contrabando, la minería ilegal, que tanto están afectando a todas las comunidades y con el pasar del tiempo esta amenaza va a ir creciendo y propagándose en todo el territorio de las dos provincias, Imbabura y Carchi.

El Presidente de ASOPROGUAN, (Arends Sánchez, Paul) menciona que la asociación no cuenta con lineamientos a seguir para la comercialización de la guanábana y entre las razones que han impedido se encuentra la falta de capacitación de sus socios en relación con el tema, pues la mayoría se dedican a la agricultura y tiene un nivel de especialización bajo por eso actualmente cada uno de los procesos de cultivos lo realizan de manera empírica; la asociación aún no realizan ninguna actividad comercial, únicamente se encuentran constituidos y buscan la forma de ingresar al mercado, mediante el procesamiento de la guanábana (Arends Sánchez, Paul. comunicación personal, 26 de abril del 2019).

En relación a la comercialización algunos de los socios realizan la venta de la guanábana en fruta en lugares específicos, como en supermercados y a precios preestablecidos, pero la mayoría lo realiza en el mercado según la oferta y demanda que exista del producto, y en algunas ocasiones a precios inferiores a su costo, ya que actualmente su monto se encuentra en decrecimiento notable por el incremento excesivo de plantaciones, así como por la competencia en precios.

Es por ello que se propone la creación de un plan de negocios:

Según (Dueñas, 2015) es un documento en el que se identifica, describe y analiza una determinada oportunidad de negocio, analizando la viabilidad futura en aspectos económicos, técnicos y financiero. Además, se debe establecer los procedimientos y estrategias necesarias para llevar el cabo el negocio dentro de los márgenes de éxito, para (Flórez, 2015) es la elaboración, evaluación y puesta en marcha de un proyecto de inversión, mientras que Según (Cardozo, 2012) el plan de negocios es:

“Es un documento escrito de manera clara, precisa y sencilla que es resultado de un proceso de planeación. El plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se requieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos”

#### **1.4 Descripción Técnica**

Para el desarrollo del Plan de Negocios según (Adán & González, Emprendedor con éxito: 10 claves para generar modelos de negocio, 2015) tiene la siguiente estructura:

### ***1. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO***

#### ***1.1 Resumen del proyecto (Resumen ejecutivo)***

Esta sección refiere a un documento en el cual de manera breve y sintetizada se expone los principales argumentos de lo que consiste y se enfoca el proyecto, cabe destacar que el documento no puede exceder las 3 hojas.

Para la realización de un buen resumen ejecutivo debe contener como mínimo los siguientes puntos:

- Descripción del modelo de negocios e idea del proyecto
- Los beneficios que hacen única al negocio frente a los clientes y competidores
- Presentación del equipo encargado del proyecto
- Breve resumen de la información sobre el sector al cual se dirige
- Objetivos iniciales
- Aspectos financieros plasmados en un cuadro resumen

### ***1.2. Evolución del proyecto (Cómo nace la idea y en qué situación se encuentra)***

Hay que detallar el origen de la idea, el motivo que llevó a ejecutar la idea, su desarrollo, sus pasos a seguir, momentos específicos y que resalten en comparación de los demás, todo esto especificado por fechas.

### ***1.3. Presentación de promotores (pueden ser o no ser socios): nombre, formación, experiencia, su papel en el proyecto.***

Describir detalladamente quienes serán los socios o involucrados en la ejecución del proyecto, dentro de la descripción se sugiere exponer datos personales, una pequeña reseña académica y laboral, cualidades sociales y personales; designación de sus funciones dentro del proyecto.

## ***2. ANÁLISIS DEL ENTORNO***

Para identificar este punto se parte de una investigación previa en la cual consiste en la recolección de información sobre el conocimiento del mercado, capacidad de crecimiento del sector; sus consumidores, gustos y criterios; sus competidores, y sus respectivas fortalezas y debilidades; y la capacidad de integración frente a los nuevos competidores.

Esta investigación se puede realizar utilizando diferentes herramientas de investigación; encuestas, entrevista, la observación, entre otros.

### ***2.1 Análisis de mercado***

Para un adecuado análisis del mercado se debe realizar una investigación profunda en lo que refiere a la segmentación del mercado, determinar la demanda y la oferta.

### ***2.1.1 Segmentación del mercado***

Según (CLS, 2014) el procedimiento adecuado para realizar la segmentación del mercado es el siguiente:

1. Selección: definir la categoría del producto y la selección del mismo dentro de un mercado específico.
2. Delimitación: seleccionar en base a criterios teóricos y variables de segmentación (que pueden ser geográficas, demográficas, de edad, sexo e ingresos) ideales para las empresas.
3. Categorías descriptivas: delimitar aún más los sectores de consumo y facultan al equipo creativo para perseguir usuarios determinados.
4. Análisis de segmentos: analizar la frecuencia de compra de los consumidores, el grado de frecuencia de uso de la marca y el potencial de ventas a largo plazo, entre otros aspectos.
5. Selección de mercados meta: primer resultado de los análisis anteriores, se toma la decisión sobre el tipo de mercado definitivo al cual va a estar destinado el producto.
6. Diseño e implementación: comienzan las estrategias de distribución y promoción del producto, directamente en el mercado que se ha seleccionado en base a los pasos anteriores.

### ***2.1.2 Demanda***

Según (Medina, 2014) La demanda es la acción que realizan los compradores, los mismos que buscan satisfacer sus necesidades a través de la adquisición de bienes y servicios en el mercado.

Económicamente refiere que la demanda es una función que relaciona dos variables: precio y cantidad de un bien predeterminado.

El mismo autor menciona los siguientes tipos de demanda:

- a) Demanda Efectiva Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios.
- b) Demanda Satisfecha Es la demanda en la cual el público ha logrado acceder al producto y/o servicio y además está satisfecho con él.
- c) Demanda Insatisfecha Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

### ***2.1.3 Oferta***

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. Consiste en identificar y analizar el comportamiento y evolución de todos los agentes oferentes del bien o servicio.

Entre la información más importante para llevar a cabo el análisis de la oferta, se establecen cuáles son los puntos para realizarlo, en donde, los factores cuantitativos y cualitativos que se requiere conocer tanto propios como de la competencia y son: número de productores; localización; capacidad instalada y utilizada; calidad y precio de los productos; planes de expansión; inversión fija y número de trabajadores”. (Medina, 2014)

### ***2.4 Análisis de la competencia***

Identificar los datos de mayor relevancia de aquellas empresas que ofertan un producto igual o de características similares al que oferta nuestra empresa.

### **3. PLAN DE MARKETING**

#### **3.1 Estrategias de precios**

Algunas consideraciones a tomar para determinar la estrategia de precios son: analizar los precios de la competencia y aspectos importantes del producto para determinar su precio (materiales, sistema de entrega, de embalaje, etc.).

A continuación, se mencionan algunas estrategias que se pueden utilizar entorno al precio:

- Precio para situarnos en un segmento determinado.
- Precio alto, buscando un segmento más selectivo.
- Precio alto con descuentos, dirigido a un público con criterios.
- Precio ligeramente inferior a una cifra redonda, público más sensible al precio.
- Precio más bajo, dirigido a un segmento más crítico y menos fiel a marcas o productos.

En lo que compete a distribuidores su ejecución se debe realizar un previo estudio a los precios de los productos que dispone la empresa, seguidamente se escoge el producto con el cual piensan realizar la estrategia, como empresa puede aplicar tres estrategias:

- Penetración: entregan sus productos a un precio menor al cual venden los compradores.
- Alineamiento: el precio del producto corresponde con el del mercado.
- Selección: el precio es el mismo al cual es entregado el producto a los compradores, pero en comparación con el mercado es muy elevado.

### ***3.2 Estrategia de producto***

Para su realización hay que basarse únicamente en el producto, lo que puede incluir variaciones y mejoras en el nombre, marca, empaque, colores, garantías, accesorios, etc.

En primer lugar, se debe realizar una adecuada investigación para obtener información que sirva para formar la estrategia como: estado del mercado, competencia, cliente potencial, objetivo del diseño del producto, características del producto, etc.

Se puede resumir el procedimiento para determinar la estrategia del producto con los siguientes pasos:

- Desarrollar y realizar pruebas de mercado y nuevos productos
- Observar y analizar el comportamiento de los clientes
- Modificar o eliminar los productos que no generen aceptación en el mercado
- Creaciones innovadoras de nombres y marcas comerciales
- Planear y diseñar nuevos envases con formas y colores llamativos al público
- Monitorear la aceptación del producto mediante encuestas

### ***3.3 Estrategia de distribución***

Los pasos a seguir para diseñar una adecuada estrategia de distribución son los siguientes:

- Analizar los canales de distribución disponibles
- Seleccionar los canales más convenientes
- Establecer centros de distribución
- Analizar todos los sistemas de transporte y entrega
- Determinar localizaciones de plantas

- Supervisar las decisiones en materia de logística

Hay que considerar las formas de dirección:

- Directa: lo producido llega directamente al consumidor.
- Indirecta: existentes intermediarios.

De igual manera en base a la cobertura que se pretende dar a la distribución acorde al número de intermediarios, los cuales pueden ser:

- Intensiva: con más puntos de venta posible mejor
- Selectiva: se acude a un pequeño número de intermediarios para ejecutar una comparativa de precios.
- Exclusiva: un único distribuidor puede realizar la venta, con el compromiso de no vender marcas de la competencia.

### ***3.4 Estrategia de promoción***

- Fijar objetivos promocionales y tipos de promociones.
- Analizar e investigar los medios por los cuales puedan concentrar a nuestro mercado potencial.
- Elaborar diferentes anuncios publicitarios para los diferentes canales.
- Seleccionar los canales más adecuados.
- Medir periódicamente la respuesta y eficacia que generan las campañas publicitarias.

### ***3.5 Estrategia de posicionamiento***

Para un adecuado desarrollo hay que realizar una investigación profunda de la competencia, el producto, los precios y el consumidor.

Existen varios tipos de estrategia, según (Grupo Graphic, 2017) menciona los siguientes:

- Según sus características
- En base a sus beneficios
- En función de la competencia
- En base a la calidad o precio
- Basado en su uso
- Basada en el consumidor
- Según su estilo de vida

### ***3.6 Objetivos iniciales de marketing***

Deben enfocarse en la conquista del mercado, posicionamiento, mejorar la imagen, activación de un determinado nicho de mercado, nuevo segmento de clientes, etc. Para su cumplimiento hay que considerar que deben cumplir con las siguientes características:

- Aptos a nuestro entorno, empresa o producto.
- Retadores
- Realistas
- Medibles
- Alcanzables

## ***4. PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL***

### ***4.1 Previsión de ventas***

Estrategia de ventas, si se va a designar vendedores propios o usar distribuidores.

#### ***4.2 Análisis de costos: fijos y variables***

Determinación de costos fijos y variables que se apliquen en la producción del producto.

#### ***4.3 La fuerza de ventas: criterio, formación, organización***

Se realiza en base a los siguientes criterios:

- Perfil de la acción comercial
- Formación que deben cumplir los futuros miembros del equipo comercial
- Formación que deben recibir los miembros del equipo comercial
- Organización de la red de ventas

### ***5. PLAN DE PRODUCCIÓN Y DE COMPRAS***

#### ***5.1 Lugar y local***

Localización geográfica, se determina tomando en cuenta lo siguiente:

- La proximidad con el mercado objetivo
- La cercanía a las materias primas
- Costo del transporte
- Oferta de mano de obra calificada
- Revisión la existencia de vías de comunicación en buen estado
- Posibilidad de poseer empresas auxiliares cerca
- Previsión de futuras ampliaciones

Diseño y características del local: hay que tomar en cuenta el equipamiento del establecimiento, los costos que generan en el plano, que se relacione con el producto etc.

## ***5.2 Plan de compras***

Para su elaboración hay que considerar lo siguiente:

- Selección de proveedores
- Fijación de fechas de entrega y cantidades
- Características técnicas de materiales
- Análisis de costos de los materiales y equipos
- Controles de calidad
- Gestión de inventarios
- Organización de almacenes
- Suministros alternativos
- Proveedores alternativos

## ***5.3 Proceso de fabricación***

Se redacta un informe de forma detallada y minuciosa el procedimiento de fabricación del o los productos, de igual forma se debe detallar los materiales, enfatizando en la materia prima.

## ***5.4 Tecnología aplicada***

Detallando los equipos, maquinaria y la tecnología que se utiliza en el desarrollo de elaboración del producto, hay que enfatizar en las innovaciones que existan para adecuar el proceso de producción.

### ***5.5 Capacidad de producción***

Para una adecuada ejecución de la capacidad de producción debe realizarse de forma precisa mediante los siguientes cálculos según (Administración de la Producción, 2016)

- Utilización:  $\text{Producción real} / \text{capacidad proyectada}$
- Eficiencia:  $\text{Producción real} / \text{capacidad efectiva}$

Hay que resaltar que lo que pretende con este cálculo es que exista una flexibilidad en la producción de este modo poder satisfacer la demanda, a pesar de que con el tiempo exista variaciones en la misma.

### ***5.6 Gestión de proveedores***

Hay que considerar que es un punto de suma importancia la selección de los proveedores, para ello hay que monitorear que no generen un costo no muy elevado y la dependencia de los proveedores.

## ***6. ÁREA ECONÓMICO-FINANCIERA***

### ***6.1 Plan de inversiones iniciales***

Para generar una adecuada inversión inicial se debe considerar un listado del bien en el cual se desea invertir

### ***6.2 Plan de financiamiento***

Para la elaboración de un buen plan de financiamiento hay que considerar los siguientes aspectos según (Galán, 2019):

- Calcular los fondos necesarios para poner en marcha el negocio, las aportaciones de capital propio y de terceros, y desarrollar la previsión de tesorería.
- Calcular los beneficios previstos mediante la cuenta de resultados.
- Conocer en cada momento cómo se encuentra la empresa en términos económico-financieros, mediante el balance de situación

Del mismo modo hay que seleccionar la fuente de financiamiento que se va a utilizar:

- Recursos propios
- Subvenciones
- Recursos ajenos de terceras personas con compromiso a devolución (préstamo)

### ***6.3 Sistema de cobro a clientes y pago a proveedores***

Hay que detallar de forma específica las fechas de cobro a clientes y de pago a proveedores coordinando y llevando un adecuado control, ya que si se descuida puede caer la empresa en un estado de déficit.

### ***6.4 Previsión de la cuenta de resultados***

Creación de un plan de previsión de la cuenta de resultados en la que se considera diferentes aspectos como:

- Previsión de ventas e ingresos
- Previsión de gastos directos de producción
- Inventarios
- Costo de ventas
- Mano de obra directa

- Otros gastos directos
- Previsión gastos de estructura
- Previsión gastos de financiamiento
- Previsión amortizaciones
- Previsión del impuesto sobre sociedades

### ***6.5 Balance de situación***

El Estado de Situación Financiera muestra la situación económica de una empresa en unidades monetarias durante una fecha determinada tiene como propósito mostrar un conjunto de datos respecto a la cantidad de recursos con los que cuenta la empresa (activos), así como sus deudas y obligaciones (pasivos), y se presenta dentro de un periodo contable (cierre mensual, trimestral, anual); evidencia los recursos que provienen de la inversión de los accionistas y las utilidades que éstos aún conservan dentro de la empresa (capital contable)...” (Prieto Sierra, 2014, p.141)

### ***6.6 Ratios de rentabilidad***

Aplicación de herramientas financieras que sirven para comparar el resultado de diferentes partidas del balance así determinar si existen pérdidas o ganancias.

Las ratios más utilizadas son:

VAN: Valor Actual Neta

$$VAN = \frac{f_1}{(1+i)^{n_1}} + \frac{f_2}{(1+i)^{n_2}} + \frac{f_3}{(1+i)^{n_3}} + \frac{f_4}{(1+i)^{n_4}} \dots - I_0$$

TIR: Tasa Interna de Retorno

$$TIR = -I_0 + \sum_{j=1}^n \frac{f_j}{(1+i)^{nj}}$$

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$PRI = \left[ \begin{array}{c} \text{Número de años antes} \\ \text{de la recuperación} \\ \text{total de la inversión} \\ \text{original} \end{array} \right] + \left[ \begin{array}{c} \text{Costo no recuperado al inicio} \\ \text{de la recuperación total del año} \\ \hline \text{Flujos Totales de efectivo} \\ \text{durante la recuperación total} \\ \text{del año} \end{array} \right]$$

$$RB/C = \frac{\text{Valor presente de Ingresos}}{\text{Valor presente de costos y gastos}}$$

$$TMAR = i + f + if$$

## 7. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

### 7.1. Misión, Visión y valores (Filosofía de empresa)

Para la elaboración de la misión de la empresa o proyecto se parte por el objetivo de definir cuál es la labor o actividad que se enfoca.

Para facilitar su elaboración se recomienda que responda las siguientes preguntas:

- ¿Qué hacemos?
- ¿Cuál es nuestro negocio?
- ¿A qué nos dedicamos?
- ¿Cuál es nuestra razón de ser?
- ¿Quién es nuestro público objetivo?
- ¿Cuál es nuestra ventaja competitiva?

La visión, para realizarse hay que enfocar el objetivo en las metas que se pretende cumplir en un futuro, hay que señalar que las metas deben ser realistas, alcanzables y al igual que la misión ésta responde a las siguientes preguntas:

- ¿Qué quiero lograr?
- ¿Dónde quiero estar en el futuro?
- ¿Para quién los haré?
- ¿Ampliaré mi zona de actuación?

En referente a lo que compete con los valores se recomienda que al momento de ser elaborados pueden responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo somos?
- ¿En qué creemos?

## ***7.2 Socios***

Se describe con detalle quiénes serán los socios de la empresa, sus funciones y sus aportaciones.

## ***7.3 Organización***

Se detalla el personal que trabajará dentro de la empresa, las funciones que desempeñará y el costo de sus servicios.

Se recomienda elaborar un organigrama funcional, ya que es un instrumento que ayuda al orden de la empresa.

#### ***7.4 Recursos humanos propios***

- Definición del lugar de empleo
- Requisitos para los aspirantes
- Publicación en medios de comunicación
- Pruebas de selección
- Entrevistas personales
- Solicitud información laborable

#### ***7.5 Asesores externos***

Existen casos en que varias funciones de carácter laboral o fiscal que no se ejecutan por personal de la empresa, sino que se contrata de forma externa, en tal caso se debe especificar costo y criterios.

### ***8. ÁREA JURÍDICO-FISCAL***

#### ***8.1 Datos de identificación***

- Forma jurídica
- Razón social
- Domicilio fiscal
- Objeto social
- Capital social
- Relación de socios

## ***8.2 Trámites de constitución y puesta en marcha***

Para la ejecución y puesta en marcha de la empresa hay que cumplir con los requisitos legales y pertinentes para su constitución por lo que se recomienda la contratación de un contador y un abogado.

En el Ecuador según la asesora (Lex Pro, 2019) expone las siguientes disposiciones legales:

### **1. Reserva un nombre**

Elegido el nombre de la empresa se debe acudir a la Superintendencia de Compañías. Además, se debe revisar que no exista ninguna empresa con el mismo nombre que la que piensa crear

### **2. Elabora los estatutos**

Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado.

### **3. Abrir una “cuenta de integración de capital”**

Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:

- Poseer un capital mínimo de \$400 para compañía limitada y un capital de \$800 para compañía anónima.
- Una Carta de socios en la que se debe detallar la participación de cada uno de los socios.
- 2 Copias de cédula y papeleta de votación de cada uno de los socios.

- Después debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”.

#### **4. Eleva a escritura pública**

Asistir a un notario público y llevar consigo la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.

#### **5. Aprueba el estatuto**

Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.

#### **6. Publica en un diario**

La Superintendencia de Compañías te va a entregar 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional, el que sea de tu agrado.

#### **7. Obtener los permisos municipales**

Acercarse al Municipio de la ciudad donde se va a crear la empresa, donde se debe:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

#### **8. Inscribe tu compañía**

Con toda la documentación anterior, debe ir al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida la empresa, para inscribir la sociedad.

#### **9. Realizar la Junta General de Accionistas**

Debes realizar una Junta con los socios dónde deben nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

#### **10. Obtener los documentos habilitantes**

Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías se entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

#### **11. Inscribir el nombramiento del representante**

Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribir el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe ocurrir dentro de los 30 días posteriores a su designación.

#### **12. Obtener el RUC**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno.
- Original y copia de la escritura de constitución.
- Original y copia de los nombramientos.
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
- Una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite correspondiente.

#### **13. Obtener la carta para el banco**

Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías se entregará una carta dirigida al banco donde se creó la cuenta, para que se pueda disponer del valor depositado.

## **ANEXOS**

- Formas jurídicas de sociedades
- Trámites necesarios para la constitución de empresas

## **CAPÍTULO II: PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS**

### **2.1 Introducción**

En este capítulo se desarrollará la metodología considerando un enfoque cualitativo y cuantitativo. En el enfoque cuantitativo se aplicará un alcance descriptivo y exploratorio, utilizando los métodos como la encuesta, entrevista y observación.

### **2.2 Objetivo**

Determinar la metodología a ser utilizada para la creación del plan de negocios para la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, “ASOPROGUAN

### **2.3 Tipo de Investigación**

Para la recolección de la información se aplica el enfoque cualitativo, el cual se guía por áreas de investigación mediante las que pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes; y después, para perfeccionarlas y responderlas (Hernández Sampieri, 2015); el enfoque cuantitativo es un conjunto de procesos con un orden riguroso, parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas; se miden las variables en un

determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones (Hernández Sampieri, 2015);

Considerando el enfoque cuantitativo se aplica a los alcances de la investigación descriptiva que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y cómo se manifiestan. Además, se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, que su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Hernández Sampieri, 2015), se complementa con una investigación exploratoria que según (Hernández Sampieri, 2015) sirven para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados.

## **2.4. Métodos**

### ***2.4.1 Método Deductivo***

Aborda desde ideas generales y pasa a los casos particulares y, por tanto, no sugiere un problema. Una vez aceptados las premisas, definiciones y demás casos particulares resultan claros y concisos, es decir, la deducción implica certidumbre y exactitud (Baena, 2017)

Este método se aplicará para determinar los procesos de venta, producción y distribución de la pulpa de guanábana, su precio y características logrando determinar su viabilidad.

### ***2.4.2 Método Inductivo***

Consiste en un razonamiento que parte de la observación de los fenómenos y se transforma en una ley general en relación de un mismo género, es decir, una generalización que conduce de los casos particulares a la ley general. (Baena, 2017)

El cual se aplicará al momento de seleccionar el mercado al que se va a dirigir la pulpa de guanábana.

### ***2.4.3 Método Hipotético - Deductivo***

Se puede obtener deducciones que pueden ser comprobadas con la realidad, que tras una metódica observación pueden corroborar lo deducido de la teoría, o no. En caso de no existir se puede iniciar con la observación de la realidad, en caso de la generalización formular una ley (Ibáñez, 2014).

Permitirá identificar si el plan de negocios podrá solucionar la problemática relacionada a la venta de pulpa de guanábana que actualmente se encuentran los socios de la asociación.

### ***2.4.4 Método Estadístico***

Consiste en la recogida de una gran cantidad de datos y la organización para posterior realizar análisis, evaluaciones, comparaciones y sus respectivas conclusiones; de los datos obtenidos se puede generalizar a poblaciones individuales (Ibáñez, 2014). Este método se aplica para la recopilación de la información, obtenida de las técnicas de investigación aplicadas y su posterior presentación de los resultados.

## **2.5 Técnicas e Instrumentos**

Las técnicas que se utilizan para el desarrollo de la presente investigación son las siguientes:

### ***2.5.1 Observación***

Involucra adentrarse intensamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones, además implica registrar los estándares de conducta de personas, objetos y sucesos de una forma sistemática para obtener información sobre el fenómeno a estudiar (Hernández Sampieri, 2015), esto se aplica para estudiar el funcionamiento de la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, la relación con los consumidores, el ambiente laboral y la existencia de condiciones para la puesta en práctica del plan de negocios, además, para evaluar el nivel de consumo de los productos en pulpa.

Como instrumento para la aplicación de la observación se utilizará una guía que orientará los aspectos importantes a observar para recolectar la información pertinente necesaria para el desarrollo del Plan de negocios.

### ***2.5.2 Encuesta***

Se trata de pedir información a una muestra representativa de personas, denominados encuestados, utilizando preguntas escritas. Permite recopilar datos cara a cara, por teléfono, por correo o través de medios de comunicación. Es el mejor modo de averiguar lo que el consumidor piensa (Martínez Carrasco, 2009). Dirigida a los socios y a los consumidores con el propósito de recopilar información, relacionada con grado de aceptación de la pulpa de guanábana, su precio y lugar de compra.

El instrumento a aplicar en la encuesta es un cuestionario desarrollado con preguntas claras y concisas; distribuidas en preguntas abiertas y cerradas para mayor facilidad para que comprendan los encuestados a la hora de responder.

### **2.5.3 Entrevista**

Según (Hernández Sampieri, 2015) la define como una reunión en donde se intercambia información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados).

Está dirigida a directivos de la Asociación, con el propósito de recopilar información de utilidad para la elaboración del Plan de Negocios y llegar a la solución del problema; a los socios de la asociación para conocer el proceso de cultivo, lograr determinar los costos y colocar a un precio adecuado y accesible.

Un cuestionario servirá como instrumento para orientar el desarrollo de la entrevista, de forma correcta y directa que permita tratar los temas precisos referentes al Plan de negocios para ASOPROGUAN.

### **2.6 Variables Diagnósticas**

Las variables para la ejecución del diagnóstico, se establecen en base del tema de estudio, considerando la problemática existente en la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte para posterior generar soluciones y corregirlas, estas variables se detallan a continuación:

Aspecto Geográfico

Aspecto Político

Aspecto Demográfico

Aspecto Socio económico

Análisis Interno

Aspecto del Agroindustrial

### 2.6.1 Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 1** Matriz de relación diagnóstica

<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>TIPO</b>	<b>FUENTE</b>	
Geográfica	Territorio	Información Documental	Secundaria	INEC	
	Clima	Observación			
	Principales Productos				
	Red Vial y Transporte				
Aspecto Político	Beneficios de las asociaciones	Información Documental y Bibliográfica	Secundaria	Constitución de la República del Ecuador	
	Normativa Legal para producción				Ley de la Economía Popular y Solidaria
	Legislación que apoya al desarrollo de proyectos productivos				

Aspecto demográfico	Estructura Población	Información Documental	Secundaria	Artículos Científicos
	Población			INEC
	Económicamente Activa			
Aspecto Socio económico	Actividades Comerciales	Información Documental	Secundaria	Artículos Científicos
	Empleo y Desempleo			INEC
	Nivel de Pobreza			Plan de Desarrollo y
	Escolaridad			Ordenamiento Territorial
	Necesidades Básicas			Parroquial
	Insatisfechas			
	Inflación			

Análisis Interno

- Antecedentes
- Misión, Visión, Valores
- Estructura Administrativa
- Ciclo de Producción

---

Sector Agroindustrial	En el Ecuador	Información Documental	Secundaria	Pro Ecuador
	En Imbabura	Entrevista		Banco Central del Ecuador
	Situación Actual			Productores similares

---

## CAPÍTULO III DIAGNÓSTICO

### 3.1 Introducción

En este capítulo se realizará un reconocimiento de la información respecto a la situación diagnóstica, detallando la variable geográfica con sus correspondientes indicadores de territorio, clima, principales productos, ciclo de producción y vías de acceso; de igual forma se expondrá la variable política con indicadores de normativa legal, competencias del GAD para el apoyo de las asociaciones; variable demográfica con indicadores de la estructura poblacional y la población económicamente activa (PEA); variable socio-económica con sus indicadores de sectores económicos, ingresos percibidos, nivel de pobreza, escolaridad, necesidades básicas insatisfechas e inflación y finalmente lo agroindustrial, con sus indicadores de tasa de crecimiento, situación actual y oportunidades, todo enfocado en el lugar en que se ubicará la planta procesadora que es la Parroquia La Carolina y en donde se encuentra las plantaciones de guanábana que es en la Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño, para determinar la Matriz AOOD y de los hallazgos contrarrestar los riesgos y oponentes.

### 3.2 Objetivo

Identificar la situación del macro entorno de “ASOPROGUAN” para la implementación del Plan de negocios para la producción de pulpa de guanábana.

### 3.3 Desarrollo de las variables

#### 3.3.1 Aspecto Geográfico

##### *3.3.1.1.1. Territorio Parroquia La Carolina*

La Carolina, pertenece al área rural del Cantón Ibarra, está conformada por 19 comunidades, de las cuales 3 tienen reconocimiento jurídico (Guallupe, San Pedro, Corazón de

Guadual). La parroquia al igual que sus comunidades no cuentan con sus límites definitivos; administrativamente está reconocida por la Constitución del Ecuador, la directiva del Gobierno Parroquial la conforman cinco vocales principales y suplentes elegidos por votación popular (Gobierno Parroquial de la Carolina, s.f.).

La Carolina es una parroquia diversa, ha basado su estructura de sector proveedor de servicios públicos en la comunidad de Guallupe, este territorio, se ha consolidado como el principal asentamiento a nivel parroquial por historia. Este espacio territorial, concentra varios servicios a nivel parroquial como son escuela, colegio, centro de salud, casa comunal, áreas deportivas, estadio, coliseo, iglesia, Tenencia Política y Junta Parroquial. Posee una conexión estructural hacia las cabeceras parroquiales de las parroquias circunvecinas como son Lita y Salinas. De igual forma, guarda estrecha relación con la cabecera cantonal Ibarra, debido al flujo comercial existente como proveedor de productos agrícolas a la cabecera cantonal. De igual forma, existen 2 espacios desarrollados, uno junto a Guallupe que corresponde al Limonal que, por su cercanía a la carretera, se ha constituido como un a tractor de población y San Pedro que se consolida como un núcleo urbano, dentro de los sectores rurales, tanto a nivel Parroquial como cantonal (Gobierno Parroquial de la Carolina, s.f.).

Sus límites geográficos son: Al norte limita con la Parroquia Lita y el Río Mira; hacia el este con el Río Mira; al oeste con la parroquia La Merced de Buenos Aires y Parroquia Lita; y al sur con las parroquias de Cahuasqui y Salinas; cordillera Hierba Buena, Río Amarillo. Sus coordenadas geográficas abarcan desde los 84° 04' 00" longitud norte; y, 87° 07' 00" latitud oeste (Gobierno Parroquial de la Carolina, s.f.).

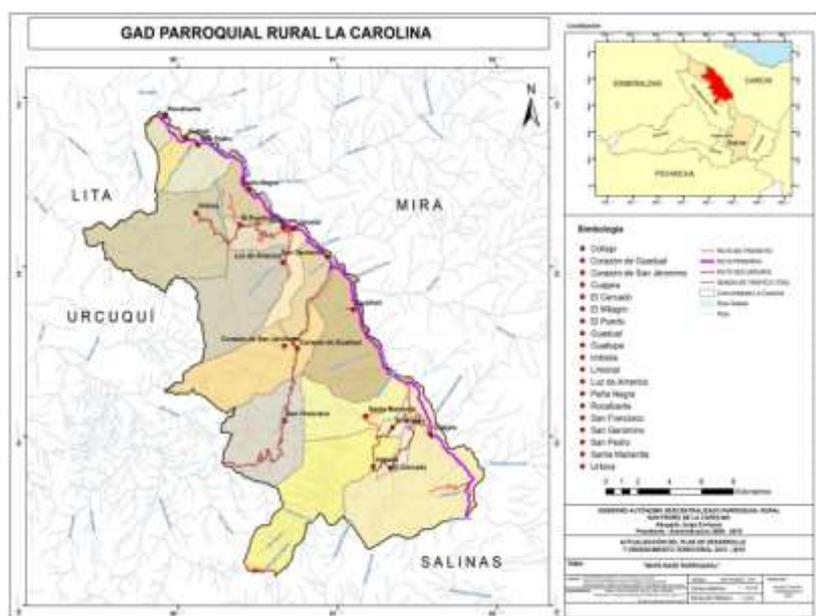
### **Tipología Asentamientos Humanos.**

Cabecera Parroquial Guallupe Centro poblado

Nivel 1, Áreas Consolidadas San Pedro, Limonal Centro Poblado.

Nivel 2, Comunidades con población dispersa El Milagro, El Cercado, Rocafuerte, Collapi, El Limonal, Guallupe, Peña Negra, San Gerónimo, San Pedro, Santa Marianita, Urbina, El Corazón de Guadual, San Francisco, El Guadual. Luz de América, Cuajara, Imbiola (Gobierno Parroquial de la Carolina, s.f.).

**Figura 1.** Parroquia la Carolina; *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 - 2019*



**Fuente:** *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 - 2019*

### 3.3.1.1.2. Territorio Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño

**Figura 2** Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño; *Padilla (2013)*

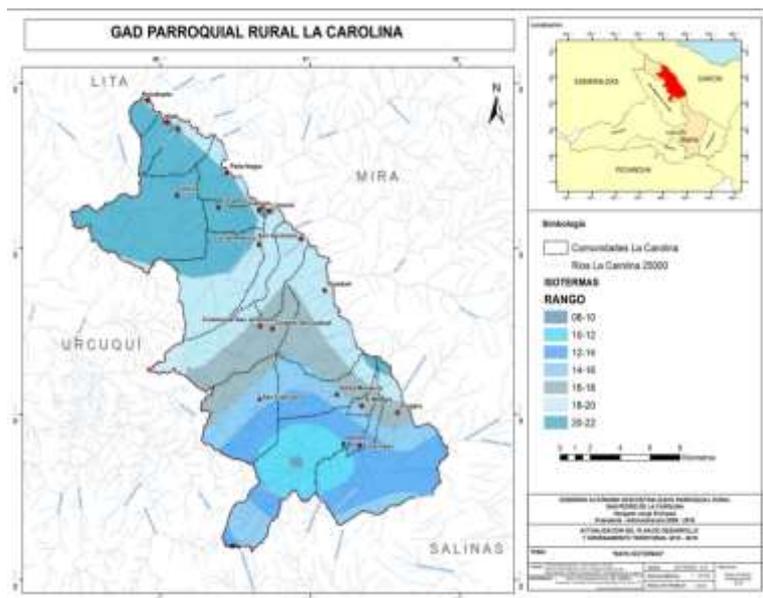


La Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño se ubica al noroccidente de la ciudad de Mira. Sus límites geográficos son: Al norte limita con la parroquia El Chical y al noroccidente con la parroquia Tobar Donoso, ambas del cantón Tulcán; hacia el este con la parroquia El Goaltal del cantón Espejo; al sureste con la parroquia La Concepción; y al sur con las parroquias de Carolina y Lita del cantón Ibarra, provincia de Imbabura. Sus coordenadas geográficas abarcan desde los 78° 10' 21" hasta 78° 27' 33" longitud oeste; y, 00° 42' 26" hasta 00° 57' 32" latitud norte. Tiene una extensión de 281,32 km<sup>2</sup>, siendo la parroquia más grande del cantón Mira, ocupando el 48% del territorio (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Jacinto Jijon y Camaño, 2011)

#### ***3.3.1.2.1. Clima Parroquia La Carolina***

El clima predominante en La Carolina es subtropical meso térmico húmedo que ocupa el 30% del territorio, seguido por el subtropical meso térmico semi húmedo (20% del territorio). De acuerdo a los datos del INAMHI, la precipitación en la parroquia va desde los 500 hasta los 2000 mm, siendo el rango predominante el de los 1000 hasta los 1250 mm localizados en el centro de la parroquia. Por otro lado, la humedad relativa es prácticamente la misma para toda la parroquia con rangos que van de los 85,54 hasta 91,02. En cuanto a la temperatura, a nivel parroquial, ocupan rangos que van desde los 8 hasta los 22 °C. Las temperaturas más bajas se encuentran al sur de la parroquia evidentemente en las cotas más altas sobre los 3000 msnm. Mientras que, al norte están las temperaturas más altas (20 – 22 °C), correspondientes a las zonas bajas y que son precisamente donde están asentados varios centros poblados (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016) .

**Figura 3** Mapa Mesotérmico Parroquia La Carolina

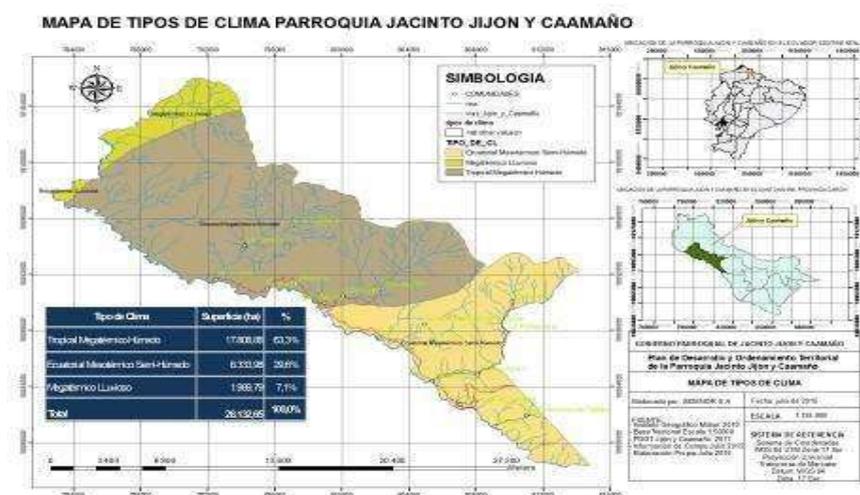


**Fuente:** Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 – 2019

**3.3.1.2.2. Clima Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño**

La parroquia de Jijón y Caamaño presenta climas: mesotérmico semi húmedo, ecuatorial meso térmico seco y en la zona más baja tropical megatérmico húmedo. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Jacinto Jijón y Caamaño, 2011)

**Figura 4** Mapa de Tipos de Clima Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño



**Fuente:** Cartografía base 1:50.000 IGM 2010

**Elaborado por:** Equipo Técnico SIDENOR 2015

El clima de Jijón y Caamaño es tropical. Hay precipitaciones significativas durante todo el año, incluso en los meses más secos. La temperatura promedio en Jijón y Caamaño es de 21.3 °C. La precipitación media anual es de 2289 mm. Julio es el mes más seco con 67 mm. Con un promedio de 250 mm, el mes de mayo es el mes con más lluvia. (Climate-data, s.f.)

Las temperaturas son más altas en promedio en abril, a 21.7 ° C. La temperatura media en noviembre es de 20,9 ° C. Durante el año es la temperatura más baja. (Climate-data, s.f.)

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Temperatura media (° C)	21.3	21.4	21.6	21.7	21.6	21.3	21.2	21.1	21.3	21.3	20.9	21.1
Temperatura mínima (° C)	16.9	17	17.1	17.1	17.1	16.8	16.5	16.3	16.5	16.8	16.5	16.8
Temperatura máxima (° C)	25.7	25.8	26.1	26.3	26.1	25.9	25.9	26	26.1	25.8	25.4	25.4
Precipitación (mm)	241	203	244	229	250	134	67	95	151	241	214	220

**Figura 5** Tabla Climática; Climate-data (s.f.)

Cuando se comparan los meses más secos y más húmedos, el primero tiene una diferencia de lluvia de 183 mm en comparación con el segundo. Las temperaturas medias durante el año varían en 0,8 ° C. (Climate-data, s.f.).

### **3.3.1.3.1. Principales Productos Parroquia La Carolina**

Al considerarse la actividad de agricultura ganadería y pesca una de las principales se puede distinguir áreas con mayor extensión corresponden a pastos, seguidos por cultivos de: fréjol, morocho, tomate riñón, pimiento, pepinillo entre otros; en los terrenos de la parte baja exigen grandes cantidades de insumos y de mano de obra, además son cultivos riesgosos, por lo que, en algunos casos, los costos de producción son altos y los precios de comercialización bajos, demostrando así una tendencia hacia los cultivos de ciclo corto, de

mayor inversión y de mejor ganancia (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016).

Las principales dificultades por las que se atraviesan los agricultores son: la desertificación, falta de riego, condiciones extremas climáticas, uso inadecuado de técnicas de manejo de cultivo, minifundio, suelos con pendientes pronunciadas, en algunos casos existen modelos productivos basados en la utilización de químicos y prácticas agrícolas agresivas (para el cultivo de naranjilla, fréjol, tomate riñón y a veces papaya), lo cual sólo se explica ante la carencia o debilidad en el control de la producción y comercialización, la inexistente asistencia técnica y el limitado financiamiento para las producciones e inversiones. En los cultivos comerciales como naranjilla, tomate riñón, pepinillo, se utilizan insecticidas como piretrinas, piretroides y clorpirifos, fungicidas: organofosforados, clorotaloniles y captan, algunos herbicidas como: bipiridilos, clorfenoxi, hormonas como: el 2,4D amina y glifosatos para implementación de pastos. Cabe señalar que tanto los metamidofos y clorpirifos son productos de etiqueta roja que están prohibidos (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016).

Existe un grupo de productos de pequeña proporción que no exigen gran cantidad de insumos como la yuca, el camote, y las frutas como la papaya, la piña, etc. Todos estos productos son para comercialización y la subsistencia familiar (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016).

**Tabla 2 Principales Productos**

PRODUCCION AGRICOLA Y LOCALIZACIÓN AGRICOLA	COMUNIDADES DONDE SE PRODUCEN
<b>Maíz (morocho)</b>	Todas

<b>Fréjol(negro, canario, calima)</b>	Todas
<b>Caña suave</b>	San Pedro, Collapi, Peña Negra, Rocafuerte
<b>Piña</b>	Limonal
<b>Plátano</b>	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
<b>Guayaba</b>	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
<b>Papaya</b>	San Pedro, Collapi, Rocafuerte
<b>Yuca</b>	Todas
<b>Limón</b>	Rocafuerte, Limonal
<b>Café (nacional, robusto)</b>	San Pedro, Rocafuerte
<b>Naranjilla</b>	San Pedro, Collapi, Rocafuerte, Urbina
<b>Tomate de árbol</b>	San Pedro, Collapi, Urbina

*Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 - 2019*

### **3.3.1.3.2. Principales Productos Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño**

Los principales productos para el mercado en la Parroquia de Jijón y Caamaño destinadas para el mercado son: plátano, maíz, frejol y naranjilla. El cacao, la guanábana y los cítricos han incrementado su producción en los últimos años. Por otro lado, el café no tiene presencia tan significativa, por lo que se le debería dar un empuje importante para lograr mejores cosechas con precios competitivos (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Jacinto Jijon y Camaño, 2011).

Otro producto que ha incrementado su producción gracias a la siembra intensiva en la comunidad de San Patricio y otras comunidades son los cítricos, guanábana a pesar de que desde hace muchos años ha sido cultivado de forma hortícola, pero en la actualidad existen

plantaciones que incrementa su producción (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Jacinto Jijon y Camaño, 2011).

Los cultivos tradicionales de papaya, yuca, caña, guaba, guayaba y tomate son los que han mantenido y mantienen la economía de las familias de la parroquia, ya que son el sustento tanto para el autoconsumo y no en gran medida para la venta tanto a intermediarios y a los mercados cercanos, especialmente el de la ciudad de Ibarra.(Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Jacinto Jijon y Camaño, 2011)

#### ***3.3.1.4. Redes Viales y Transporte***

La Carolina se encuentra atravesada por la vía asfaltada que une Ibarra con San Lorenzo (Provincia de Esmeraldas), la vía que conecta es la Salinas- Lita (E 10) que forma parte de la Troncal del Pacífico (E15) con una longitud de 75 km. Y a través de ella nos enlaza con las cabeceras parroquiales rurales de Salinas, La Carolina y Lita, y además nos sirve de conexión con la provincia de Esmeraldas ubicada en la parte Nor-occidental del país (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015-2035, 2015).

En el tramo a La Carolina encontramos al Anillo vial 2.0 (Av2.0), conformado por el eje San Gerónimo, Buenos Aires, Pugarán, Cahuasquí, Tumbabiro, Salinas y la vía a Lita, tiene una longitud de 130.02 km, con una frecuencia de movilidad media, es un eje prioritario de movilidad y conectividad hacia la costa, su capa de rodadura es de asfaltado y lastre (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015-2035, 2015).

Para las comunidades de San Pedro, Rocafuerte, Collapí, Peña Negra, Guallupe, El Limonal, San Gerónimo, El Guadual y Cuajara su principal vía de acceso es la carretera Ibarra San Lorenzo (Gobierno Parroquial de la Carolina, s.f.).

### **3.3.1.5. Transporte de pasajeros.**

Los medios de transporte más utilizados por los habitantes de La Carolina son los buses que parten desde la ciudad de Ibarra hacia San Lorenzo, Lita y Gualchán.

#### **Las Cooperativas de transporte son:**

- Cooperativa de transportes Valle del Chota.
- Cooperativa de transportes Cita Express.
- Cooperativa de transportes Eugenio Espejo.
- Cooperativa de transportes Urcuquí.
- Cooperativa de transportes Pullman Carchi.
- Cooperativa de transportes Trans. Esmeraldas.

Se puede resaltar como conclusión del aspecto geográfico que la Parroquia La Carolina, pertenece al área rural del Cantón Ibarra, está conformada por 19 comunidades, la parroquia al igual que sus comunidades no cuentan con sus límites definitivos; además, es una parroquia diversa, ha basado su estructura de sector proveedor de servicios públicos en la comunidad de Guallupe, este territorio, se ha consolidado como el principal asentamiento a nivel parroquial por historia (Gobierno Parroquial de la Carolina, s.f.).

La cooperativa Urcuquí hace el recorrido desde Ibarra – Santa Marianita con un solo turno por día, La Cooperativa Valle del Chota tiene un turno por día desde Ibarra a Buenos Aires y beneficia a las comunidades de San Gerónimo – Corazón de Guadual y San Francisco. Las demás cooperativas pasan por La Carolina vía San Lorenzo, con una frecuencia aproximada de 20 minutos (Gobierno Parroquial de la Carolina, s.f.).

El clima en la Parroquia La Carolina es subtropical meso térmico húmedo que ocupa el 30% del territorio, seguido por el subtropical meso térmico semi húmedo (20% del territorio).

Por otro lado, la humedad relativa es prácticamente la misma para toda la parroquia con rangos que van de los 85,54 hasta 91,02. En cuanto a la temperatura, a nivel parroquial, ocupan rangos que van desde los 8 hasta los 22 °C.

Los principales productos al considerarse la actividad de agricultura ganadería y pesca una de las principales se puede distinguir áreas con mayor extensión corresponden a pastos seguidos por cultivos de: fréjol, morocho, tomate riñón, pimiento, pepinillo entre otros. Existe un grupo de productos de pequeña proporción que no exigen gran cantidad de insumos como la yuca, el camote, y las frutas como la papaya, la piña, etc. Todos estos productos son para comercialización y la subsistencia familiar.

Las Redes Viales y Transporte la vía con destino a La Carolina es la que comprende el tramo de Ibarra-San Lorenzo y el tramo que la enlaza, es un eje prioritario de movilidad y conectividad hacia la costa, su capa de rodadura es de asfaltado y lastre

### **3.3.2 Aspecto Político**

#### ***3.3.2.1 Beneficios de las Asociaciones***

En el Reglamento de aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno en el tercer artículo enumerado posterior al artículo 23, incorpórense los siguientes:

"**Art. ...**- Exoneración de ingresos percibidos por organizaciones- Para efectos de la aplicación de la exoneración de Impuesto a la Renta de los ingresos percibidos por las organizaciones previstas en la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario, se entenderá por tales, a aquellas conformadas en los sectores comunitarios, asociativos y cooperativistas, así como las entidades asociativas o solidarias

BANECUADOR, (2016)

- Intercambiar ideas y criterios entre sí, poner en práctica la ayuda mutua entre sus socios, privilegiando al ser humano sobre el capital.

- Mantener una relación donde todos estén al mismo nivel de compromiso e involucramiento.
- Adquirir insumos y materias primas en forma conjunta, obteniendo mejores condiciones al hacerlo en mayores volúmenes.
- Trabajar en conjunto para usar mejor los recursos para la producción, tener mejores rendimientos, y con ello mejores ingresos para las familias.
- Acceder a nuevos y mejores mercados, con mayor cantidad de productos o servicios, eliminando intermediarios y agregando valor a la producción.
- Pensar en proyectos más grandes, que tengan mayores beneficios para todos.
- Obtener financiamiento por montos mayores, accediendo a créditos asociativos.
- Integrarse en mejores condiciones a cadenas productivas.
- Acceder más fácilmente a programas de capacitación y de asistencia técnica.
- Mejorar, estandarizar y mantener la calidad de los productos o servicios ofrecidos

### ***3.3.2.2. Normativa Legal para producción***

En el Artículo 284 de la Constitución de la República establece los objetivos de la política económica, entre los que se incluye incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas...

En el literal g del artículo 5 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en el que establece como rol del Estado fomentar la mejora de la productividad de los actores de la economía popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas empresas, para participar en el mercado interno, y, eventualmente, alcanzar economías de escala y niveles de calidad de producción que le permitan internacionalizar su oferta productiva

### ***3.3.2.3. Legislación que apoya al desarrollo de proyectos productivos***

En el literal a del artículo 5 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e

Inversiones en el que establece como rol del Estado la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión de los servicios básicos necesarios, para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y el talento humano de las ecuatorianas y ecuatorianos

El artículo 24 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones establece los incentivos para inversiones son:

- a) La reducción progresiva de tres puntos porcentuales en el impuesto a la renta;
- b) Las deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta, como mecanismos para incentivar la mejora de productividad, innovación y para la producción eco-eficiente
- c) Los beneficios para la apertura del capital social de las empresas a favor de sus trabajadores;
- d) Las facilidades de pago en tributos al comercio exterior;
- e) La deducción para el cálculo del impuesto a la renta de la compensación adicional para el pago del salario digno;
- f) La exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento externo;
- g) La exoneración del anticipo al impuesto a la renta por cinco años para toda inversión nueva;
- h) La reforma al cálculo del anticipo del impuesto a la renta.

Se puede concluir en el aspecto político que las Asociaciones al ser registrada en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria permite la exoneración del Impuesto a la Renta, adquirir insumos y materias primas en forma conjunta, obteniendo mejores condiciones

al hacerlo en mayores volúmenes y obtener financiamiento por montos mayores, accediendo a créditos asociativos.

La normativa legal para la producción fundamentada en la Constitución de la República del Ecuador y el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones permite obtener incentivos a la productividad y mejora del mismo, además de la participación en el mercado interno.

En la legislación que apoya al desarrollo de proyectos productivos al estipularse en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones permitirá obtener provisiones e incentivos en beneficios de la producción, recursos económicos y servicios básicos que más necesita la parroquia.

### 3.3.3 Aspecto Demográfico

#### 3.3.3.1 Estructura Población

La población proyectada al 2019 en la parroquia La Carolina según Proyecciones referenciales de población a nivel cantonal-parroquial existen 3294 habitantes. De los cuales 1741 son hombres que representa el 53%; mientras que 1553 personas que habitan en la parroquia son mujeres lo que conforma el 47% de la población.

**Tabla 3** Población La Carolina

	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
NÚMERO	1741	1553	3294
PORCENTAJE	53%	47%	100%

*Fuente: Proyecciones referenciales de población a nivel cantonal-parroquial*

**Tabla 4** Población Desagregada por Edad y Sexo

<b>POBLACIÓN DESAGREGADA POR EDAD Y SEXO</b>						
<b>GRUPO</b>	<b>HOMBRES</b>		<b>MUJERES</b>		<b>NÚMERO TOTAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>NÚMERO</b>	<b>PORCENTAJE</b>		
<b>Menores de 1 año</b>	22	1,26%	30	1,93%	52	1,58%
<b>1 y 4 años</b>	157	9,02%	108	6,95%	265	8,04%
<b>5 y 9 años</b>	188	10,80%	182	11,72%	370	11,23%
<b>10 y 14 años</b>	214	12,29%	206	13,26%	420	12,75%
<b>15 y 19 años</b>	189	10,86%	157	10,11%	346	10,50%
<b>20 y 24 años</b>	115	6,61%	100	6,44%	215	6,53%
<b>25 y 29 años</b>	90	5,17%	81	5,22%	171	5,19%
<b>30 y 34 años</b>	96	5,51%	90	5,80%	186	5,65%
<b>35 y 39 años</b>	89	5,11%	73	4,70%	162	4,92%
<b>40 y 44 años</b>	80	4,60%	84	5,41%	164	4,98%
<b>45 y 49 años</b>	73	4,19%	71	4,57%	144	4,37%
<b>50 y 54 años</b>	58	3,33%	70	4,51%	128	3,89%

<b>55 y 59 años</b>	84	4,82%	55	3,54%	139	4,22%
<b>60 y 64 años</b>	83	4,77%	64	4,12%	147	4,46%
<b>65 y 69 años</b>	76	4,37%	62	3,99%	138	4,19%
<b>70 y 74 años</b>	35	2,01%	34	2,19%	69	2,09%
<b>75 y 79 años</b>	46	2,64%	40	2,58%	86	2,61%
<b>80 y 84 años</b>	18	1,03%	24	1,55%	42	1,28%
<b>Más de 85 años</b>	28	1,61%	22	1,42%	50	1,52%
<b>TOTAL</b>	1741	100,00%	1553	100,00%	3294	100,00%

*Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 - 2019*

### **3.3.3.2 Población Económicamente Activa**

Según datos del INEC la PEA parroquial comprende el 36,44% de la población, donde la actividad principal dentro de las comunidades es la agricultura (79%), seguida de la ganadera (15,8%) y en tercer término el trabajo asalariado (5,2%). En la siguiente tabla 6 se da a conocer los respectivos porcentajes de cada una de las actividades económicas principales de la parroquia (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016).

Existen también otros oficios como el expendio de productos agrícolas locales a lo largo de la vía principal, pequeños restaurantes y negocios ambulantes. También están presentes algunas

hosterías o lugares que dan hospedaje y/o alimentación a lo largo de toda la parroquia (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016).

*Tabla 5 Población Económicamente Activa*

Principales Indicadores Económicos	Valoración
<b>Población Ocupada</b>	1036
<b>Porcentaje de la población femenina económicamente activa</b>	23,81
<b>Población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca</b>	826
<b>Porcentaje de población ocupada en agricultura, silvicultura, caza y pesca</b>	79,72
<b>Población asalariada en agricultura, silvicultura, caza y pesca</b>	308
<b>Porcentaje de población asalariada en agricultura, silvicultura, caza y pesca</b>	29,72
<b>Población ocupada en manufactura</b>	16
<b>Porcentaje de población ocupada en manufactura</b>	1,54
<b>Población asalariada en manufactura</b>	7
<b>Porcentaje de población asalariada en manufactura</b>	0,67
<b>Población ocupada en comercio al por mayor y menor</b>	25
<b>Porcentaje de población ocupada en comercio al por mayor y menor</b>	2,41
<b>Población asalariada en comercio al por mayor y menor</b>	6
<b>Porcentaje de población asalariada en comercio al por mayor y menor</b>	0,57
<b>Población asalariada</b>	405

<b>Porcentaje de población asalariada</b>	39,09
<b>Población ocupada en el sector público</b>	24
<b>Porcentaje de población ocupada en el sector público</b>	2,31

**Fuente:** *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 - 2019*

De acuerdo a (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016) la actividad predominante dentro de la parroquia es la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, actividad que los jefes de hogar dedican en un 84,81% y las personas de entre 20 y 64 años dedican en un 72,98% de la población ocupada, la población comprendida entre 9 y 19 años apoya a sus padres en mencionada actividad, una actividad que se debe tomar en cuenta es la actividad de comercio, turismo y transporte con un aporte a la economía en un 5,38%.

**Tabla 6 Trabajo según rango de edad**

Actividad Económica	9 a 14 años	15 a 19 años	20 a 64 años	Más de 65 años	Jefe o Jefa de hogar
<b>Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca</b>	29	95	591	118	480
<b>Industrias manufactureras</b>	1	3	11	1	7
<b>Construcción</b>	0	1	12	0	7
<b>Comercio al por mayor y menor</b>	0	3	17	5	13

<b>Transporte y almacenamiento</b>	0	0	12	0	4
<b>Actividades de alojamiento y servicio de comidas</b>	2	2	15	0	7
<b>Actividades de servicios administrativos y de apoyo</b>	0	0	5	0	2
<b>Administración pública y defensa</b>	0	0	8	0	5
<b>Enseñanza</b>	0	0	9	0	3
<b>Actividades de los hogares como empleadores</b>	0	0	8	0	5
<b>No declarado</b>	5	10	71	12	35

*Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Administración 2014 – 2019*

Se concluye en la variable demográfica que la población de la Parroquia La Carolina está constituida por 3294 habitantes.

La Población Económicamente Activa parroquial comprende el 36,44% de la población, donde la actividad principal dentro de las comunidades es la agricultura (79%), seguida de la ganadera (15,8%) y en tercer término el trabajo asalariado (5,2%).

La actividad predominante dentro de la parroquia es la agricultura, ganadería silvicultura y pesca, actividad que los jefes de hogar dedican en un 84,81% y las personas de entre 20 y 64 años dedican en un 72,98% de la población ocupada, la población comprendida entre 9 y 19 años apoya a sus padres en mencionada actividad

### **3.3.4 Aspecto Socio – Económico**

Dentro de este aspecto se van a desarrollar los indicadores que corresponden a las actividades comerciales, en la que se menciona el desarrollo de las actividades comerciales dentro de la parroquia; en lo que corresponde a empleo y desempleo se realizará un análisis a nivel nacional del sector rural, de igual manera se profundizará el porcentaje de nivel de pobreza y extrema pobreza que existe de forma nacional al sector rural; las necesidades básicas insatisfechas, especificando la infraestructura de acceso a los servicios básicos, el alcantarillado y la recolección de basura ; finalmente se conocerá la inflación del país más actualizada correspondiente al mes de octubre del 2019.

#### ***3.3.4.1 Actividades Comerciales***

Según lo que se menciona en (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016) El equivalente al 80% de los productos agrícolas y pecuarios, centran sus actividades comerciales en la venta mediante intermediarios, los cuales son encargados en colocar los productos de la Parroquia dentro los mercados de la ciudad de Ibarra, Quito y otros. La fuerte intervención de los intermediarios es a causa del nivel de desorganización que existente entre productores, los mismo que mencionan que años atrás la comercialización era muy fuerte dentro de la parroquia, ya que existía una feria local en el mercado denominada “El Limonal”, la misma que poco a poco fue en decrecimiento hasta el punto de desaparecer.

Actualmente dentro de la parroquia se desarrolla los días miércoles una feria en la que se comercia toda clase de productos desde comida, ropa, zapatos, frutas verduras, entre otros artículos; el aspecto negativo que se detecta es que los comerciantes en su mayoría son de fuera de la parroquia, denotando que son escasos los productores que acuden a comercializar sus productos; como punto positivo es que los compradores son personas que vienen de todas las comunidades de la parroquia a comprar lo ofertado.

### 3.3.4.2 Empleo y Desempleo

#### 3.3.4.2.1 Tasa de participación

Según él (INEC, 2019), en lo que corresponde a la tasa de participación bruta en el sector rural se determina que a nivel nacional este indicador llegó al 46,4%, a nivel urbano fue de 45,2%, mientras que rural llegó al 48,9%.

En lo que refiere a la tasa de participación, global en diciembre 2019, corresponde a nivel nacional 65,3%, urbano 62,3% y rural 72,3% respectivamente.

**Figura 6:** Tasa de participación bruta.



**Fuente:** Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENUMDU, 2019)

**Figura 7:** Tasa de participación global.

**Fuente:** Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENUMDU, 2019)

### 3.3.4.2.2 Tasa de desempleo

(INEC, 2019) En diciembre 2019, la tasa de desempleo alcanzó el 1,6% a nivel rural. De esta forma se puede determinar que el nivel de desempleo ha ido en crecimiento en comparación con los otros meses del año, siendo este mes el que refleja el porcentaje más alto.

**Figura 7:** Tasa de desempleo

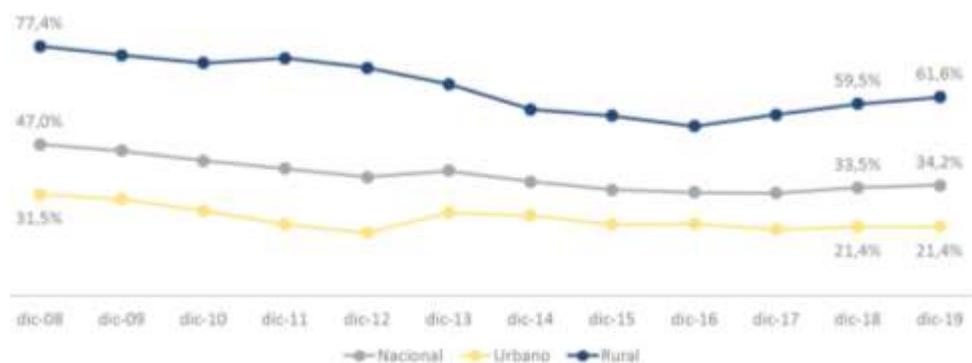
**Fuente:** Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENUMDU, 2019)

### 3.3.4.3 Nivel de Pobreza

Los niveles de pobreza en el sector rural a nivel nacional según el (INEC, 2019) En diciembre 2019, la pobreza por ingresos a nivel rural se ubicó en 61,6%.

Tras analizar su desarrollo se puede determinar valores positivos pues cada vez la pobreza y extrema pobreza va disminuyendo, tomando en relación septiembre del 2018 con el del 2019 existe variaciones de reducción del 1,1% en pobreza.

**Figura 8:** Nivel de Pobreza



**Fuente:** INEC, 2019

### 3.3.4.4 Escolaridad

Según él (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural San Pedro de la Carolina, 2016) En la parroquial hay un estimado del 73,17% de la población entre edades de 5 a 13 años está inmerso en el sistema educativo. Al analizar por edad se tiene el siguiente resultado: al nivel educación inicial accede el 87,39% de niños entre 2 a 4 años, en la modalidad creciendo con nuestros hijos (CNH) implementada por el MIES. Para el nivel básico se tiene acceso del 77,10% de la población entre 5 a 13 años; mientras que el 22% de la población de 14 a 19 años accede a nivel medio.

Existen varias posibilidades para determinar el análisis en los jóvenes en especial en áreas relacionadas con el bachillerato; para la especialidad, sociales agropecuaria y forestal en la Unidad Educativa a Distancia Monseñor Leonidas Proaño que funciona los días sábados y domingos en la cabecera parroquial. Además, se cuenta con un centro de educación virtual semi presencial auspiciado por la Corporación Cuenca del Río Mira.

De igual manera existen otras opciones para el bachillerato en los colegios de Parambas, Lita, San Juan de Lachas e Ibarra.

Al igual que pasas en otros lugares, los 6 primeros años de educación básica es el que han aprobado el mayor porcentaje de la población (69,67%), seguido del nivel de educación media (aprobación del colegio) con un porcentaje de 33,89% y finalmente únicamente un 2% de la población menciona haber aprobado el nivel superior. Esto simplemente refleja la gran necesidad de fortalecer el sistema educativo en el sector, al igual que el hecho de motivar a los jóvenes para que continúen con sus estudios universitarios.

Tal vez el factor económico sea una fuerte causa para el bajo porcentaje de educación superior.

### ***3.3.4.5 Necesidades Básicas Insatisfechas***

#### ***3.3.4.5.1. Infraestructura de acceso a los servicios básicos y Alcantarillado***

(La Hora, 2016) dice que la Parroquia La Carolina existen mejoras en lo que compete al adoquinado de vías, mejoramiento y ampliación de sistemas de agua potable y alcantarillado, atención a grupos prioritarios, capacitación e impulso de emprendimientos, son acciones que lleva adelante el Municipio de Ibarra, a favor de la población de la parroquia rural de La Carolina.

Todas las obras ejecutadas fueron financiadas con el presupuesto participativo del 2015, el mismo que fue asignado por la municipalidad de Ibarra asignó a esta parroquia, el monto correspondía al valor de 286.000 dólares.

El componente de servicios básicos fue en el que mayor cantidad de recursos se invirtió, con más de 160.000 dólares, que sirvieron para mejorar y construir sistemas de agua potable y alcantarillado en las comunidades Collapí, Corazón de El Guadual, El Guadual, El Puerto, Guallupe, Urbina, Imbiola, Luz de América, San Jerónimo, San Pedro, El Cercado y El Milagro. (EMAPA-I, 2017) Se conoce que el personal asignado por EMAPA-I, realizó la adecuación de la infraestructura física e instalación de equipos de cloración en sistemas de agua potable de la parroquia rural La Carolina.

El trabajo se desarrolló en las juntas de agua de las comunidades de El Guadual y Rocafuerte, en donde ya fueron instalados los equipos; mientras en Collapí, Imbiola, El Cercado y Santa Marianita, aún se realizan adecuaciones en la infraestructura.

Según la programación de la EMAPA-I, lo que corresponde a la instalación de los equipos en las comunidades beneficiarias terminó a mediados de septiembre del año 2017 y de igual manera se procedió a la capacitación del personal encargado del manejo de las juntas de agua, en temas relacionados con manejo de equipos y cloración.

El objetivo de esta intervención, fue garantizar la calidad de agua que consumen los habitantes de estas comunidades, en donde el suministro del líquido vital está a cargo de juntas locales, que no pertenecen a la EMAPA-I.

La inversión para el equipamiento de estos sistemas de agua potable, provienen del presupuesto de Participación Ciudadana que el Municipio de Ibarra entrega a las parroquias urbanas y rurales del cantón, para cubrir las necesidades más apremiantes, en este caso garantizar la calidad del agua para consumo humano.

El monto destinado por el Municipio de Ibarra, para cubrir este compromiso es de 21.099 dólares, que fueron efectivizados mediante convenio transferencia de recursos del GAD-Ibarra a la EMAPA-I.

En esta tarea la Empresa aporta con materiales de construcción, tubería, válvulas, filtros, personal técnico y operativo y transporte.

Las comunidades beneficiarias de esta acción municipal y de la EMAPA-I, son: Collapí, Corazón de San Jerónimo, El Cercado, El Guadual, San Pedro, El Puerto, Imbiola, Peña Negra, San Jerónimo, Santa Marianita y Urbina.

Un claro ejemplo del desarrollo de las obras es lo que menciona (EMAPA-I, 2017) en la comunidad de Urbina, perteneciente a la parroquia La Carolina, se construyó alcantarillado sanitario, la obra fue contemplada dentro de los convenios de Participación Ciudadana que ejecuta el GAD Ibarra a través de la Empresa Pública Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Ibarra EMAPA-I.

La obra tiene aproximadamente 350 metros de longitud, en la que se instala una tubería de 200 milímetros, además se contempla la construcción de 12 pozos de revisión de alcantarillado sanitario, así lo informó Ramiro Estévez, encargado del Departamento de Alcantarillado de la EMAPA-I.

La inversión aproximada es de 12 mil dólares y beneficiará alrededor de 25 familias que viven en ese sector, más la población estudiantil que acude al centro de estudios que existe en la localidad y que provienen de otros sectores aledaños.

(AME, 2018) Menciona que los alcaldes de Ibarra, Álvaro Castillo; de Otavalo, Gustavo Pareja y de Cotacachi, Jomar Cevallos firmaron con el Banco de Desarrollo del Ecuador (BDE), con la Secretaría del Agua y con Senplades, contratos de financiamiento para la ejecución de proyectos de agua potable, alcantarillado sanitario y tratamiento de agua servidas para sus cantones. Los tres territorios se favorecerán de este programa, que beneficiará directamente a cerca de 2000 habitantes, por un monto superior al millón de dólares.

El contrato con la Alcaldía de Ibarra es de 292.600 dólares, y servirá para el mejoramiento de seis sistemas de agua potable en la parroquia La Carolina, beneficiando a más de 1500 habitantes de esa localidad.

Byron Ruiz, gerente general del BDE, destacó la articulación entre la Presidencia de la República y los GAD de esta provincia. Dijo que con estas obras de saneamiento ambiental se espera mejorar la calidad del agua y ampliar la cobertura de servicios básicos con infraestructura sanitaria de primer orden en el área rural de Imbabura.

(La Hora, 2019) Dice que la Parroquia la Carolina está a la espera de nuevas proyector por parte del GAD Parroquial,

#### ***3.3.4.5.2. Recolección de basura***

(Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016)  
El 78,95% de las comunidades no cuentan con recolección de basura y el 21,05% tienen el servicio

con una frecuencia de 1 y 3 veces por semana; quienes no tienen este servicio optan por: enterrar la basura en el terreno, botar a ríos y quebradas y quemar.

Las personas buscan el trabajo diario. Actualmente personas de todas las edades aprovecharon la presencia de las minas cercanas para subsistir.

Narciso Guerrero, habitante del sector, mencionó que siempre es importante buscar el apoyo desde las autoridades para viabilizar planes y proyectos, a fin de que las comunidades puedan acrecentar sus ingresos.

Desde la Comisión Económica y Productiva, con los nuevos integrantes de la Junta Parroquial, a su cargo Maritza Minda como vocal, se destacó que en el presente año se encuentran con el seguimiento a proyectos sustentables que ayudan a 25 familias, que a su vez se convierten en parte de asistencia social.

Sobre los grupos beneficiados, dijo que abarcan a personas de escasos recursos, vendedores informales, así como a quienes han intentado emprender en el turismo, con la promoción de productos nativos de la zona, como la papaya, el plátano, la yuca, arazá...

“Esas necesidades se consolidaron y en la presente temporada se podrá guiarles con acercamientos personales en cada comunidad, a base de ideas agrícolas y ganaderas. El presupuesto venidero del 2020 garantizará que se apoye de mejor forma”, sostuvo Minda.

Se afirmó que los directivos provinciales están comprometidos en ayudar, en especial la Prefectura de Imbabura como principal ente de atención rural.

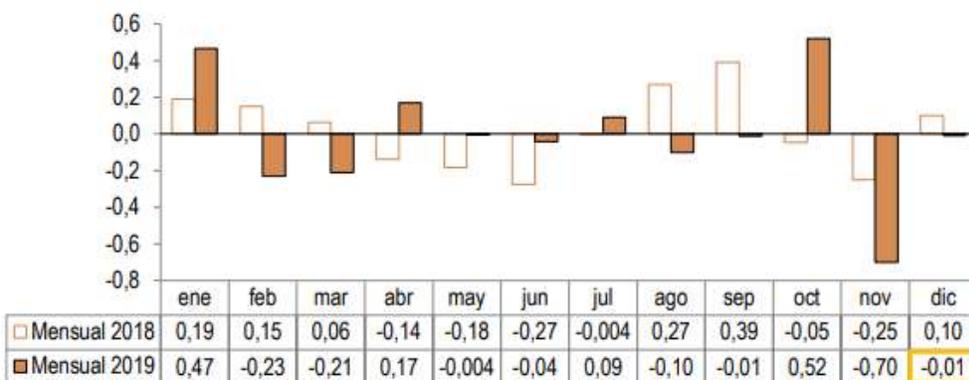
Sobre el tema de viviendas, se conocía según datos de él (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina, 2016) que el 91% de la población tiene necesidades básicas insatisfechas, el 74% tienen viviendas propias y la población reconoce que son de mala calidad.

A pesar de ello según (La Hora, 2019) los habitantes continúan afirmando que tienen casas en mal estado porque afirman que sus ingresos son mínimos y no poseen valores para regenerarlos. En esta ocasión esperan enfocarse como Junta Parroquial en la atención en ese ámbito también.

### 3.3.4.6 Inflación

Según el (Banco Central del Ecuador, 2019) En diciembre del 2019 se registró una variación mensual de -0,01%, que es el más bajo porcentaje en el año al igual que el mes de septiembre. En 7 de las 12 divisiones de bienes y servicios cuya ponderación agregada fue 62.09% se registraron valores negativos, siendo Alimentos y bebidas no alcohólicas y Restaurantes y hoteles las de mayor porcentaje. En las restantes 5 divisiones que ponderan 37.91% el resultado fue positivo, siendo Recreación y cultura la agrupación de mayor porcentaje.

**Figura 9:** Inflación Mensual del IPC y por divisiones de Bienes y Servicios



**Fuente:** Banco Central del Ecuador, 2019

**Elaborado por:** Banco Central del Ecuador

(EL UNIVERSO, 2020) Ecuador cerró el año 2019 con una inflación negativa: -0,07%. Esos son los valores que refleja el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). Estos fenómenos de signo negativo significan que los precios a nivel nacional han reducido.

Se puede concluir en lo que compete a las actividades comerciales que en el sector de la Parroquia La Carolina el equivalente al 80% de los productos agrícolas y pecuarios, centran sus actividades comerciales en la venta mediante intermediarios, los cuales son encargados en colocar los productos de la Parroquia dentro los mercados de la ciudad de Ibarra, Quito y otros.

El nivel de pobreza que se detecta en el sector rural a nivel nacional según el (INEC, 2019) En septiembre 2019, la pobreza por ingresos a nivel rural se ubicó en 60,6%.

Tras analizar su desarrollo se puede determinar valores positivos pues cada vez la pobreza y extrema pobreza va disminuyendo. En el tema de escolaridad es un aspecto que preocupa ya que se detectó que son muy pocos los jóvenes que deciden continuar con sus estudios universitarios, todo ello se refleja en los datos que dicen: los 6 primeros años de educación básica es el que han aprobado el mayor porcentaje de la población (69,67%), seguido del nivel de educación media (aprobación del colegio) con un porcentaje de 33,89% y finalmente únicamente un 2% de la población menciona haber aprobado el nivel superior.

De las Necesidades Básicas Insatisfechas se tiene conocimiento que mediante presupuesto participativo ha mejorado la calidad de vida de las personas de la parroquia, ya que al pasar los años se ha ido invirtiendo en mejoramiento de las vías, viviendas, agua potable y alcantarillado. En especial en estos últimos aspectos hasta el año 2018 el ex alcalde de la ciudad de Ibarra firma un convenio para invertir en el mejoramiento del agua potable y alcantarillado de la Parroquia La Carolina beneficiando a más de 1500 habitantes del sector. De igual forma referente a las viviendas las personas continúan mencionando que sus hogares no se encuentran en las condiciones adecuadas, dicen que por falta de ingresos no poseen las capacidades de regenerarlos.

En lo que compete a la inflación se ha registrado una variación mensual del 0.52% en el mes de octubre, hay que resaltar que es la inflación más alta en al menos diez años en lo que refiere

al mes de octubre y una de las más altas del año, ya que en este periodo se ha registrado valores muy bajos e incluso negativos.

### **3.3.5. Análisis Interno**

#### ***3.3.5.1. Antecedentes***

La ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA PRODUCTORES DE GUANABANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN”. Es una asociación agrícola que reúne actualmente a 28 socios de los cuales el 30% son mujeres y el 70% son hombres, entre todos los socios suman 50 hectáreas con producción de guanábana de la variedad la gigante brasileña, distribuidos en las provincias de Imbabura y Carchi. Existe un potencial de crecimiento en las dos provincias, de mínimo 200 hectáreas más por adhesión de nuevos socios.

Nuestros documentos habilitantes como RUC, estatutos muestran el inicio de nuestras actividades formales desde el 19 de agosto del 2018.

#### ***3.3.5.2. Objeto***

ASOPROGUAN se apoya en los delineamientos o ejes de trabajo a nivel de país, a través de emprendimientos que, permitan sin lugar a duda el darle valor agregado a la producción actual de nuestros productos, logrando obtener un mejor precio en base al procesamiento y comercialización de guanábana, colocándolos en mercados nacionales e internacionales, y así lograr un emprendimiento rentable y con un proyecto social sostenible en el tiempo.

Con la adquisición e implementación de un centro de acopio y procesamiento de frutas, que en su fase inicial permita vender la fruta en su estado original, para seguidamente industrializarla en sus diferentes alternativas tanto como pulpa, liofilizados y otros,

proporcionando un valor agregado y así alcanzar mejores réditos para nuestros asociados y pequeños productores

### **3.3.5.3. Misión y Visión**

#### **3.3.5.3.1. Misión**

Inspirar a las comunidades para una vida más sana - desde la forma en que la gente piensa acerca de lo que come. Conectar a través de Asoproguan, nuestra comunidad y el impacto social de nuestro trabajo.

#### **3.3.5.3.2. Visión**

ASOPROGUAN, tiene la visión de convertirse en una asociación modelo en la producción de guanábana y frutas de la más alta calidad y al mismo tiempo, ser un factor de humanización del medio en que se desarrolla. Esto lo pretendemos alcanzar mediante un trabajo sistemático y participativo, basado en una relación personal tal, que se estimule la confianza, el apoyo mutuo y el desarrollo de las capacidades y potencialidades de cada individuo a nuestro alrededor.

### **3.3.5.4. Estructura Administrativa**

#### **DIRECTIVA REGISTRADA**

#### **ADMINISTRADOR/A**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>FECHA DE NOMBRAMIENTO</b>
ANDRADE NENGER CESAR	1002521381	13-07-2018

**PRESIDENTA/E**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>FECHA DE NOMBRAMIENTO</b>
ARENDS SANCHEZ PAUL	1001580016	2

**SECRETARIA/O**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>FECHA DE NOMBRAMIENTO</b>
GARCIA RAMIREZ IMELDA SUSANA	1303498362	2

**VOCALES DE LA JUNTA DIRECTIVA**

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>PERÍODO AÑOS / MESES</b>
VOCAL PRINCIPAL 1	ARENDS SANCHEZ PAUL	1001580016	2
VOCAL PRINCIPAL 2	GARCIA RAMIREZ IMELDA SUSANA	1303498362	2
VOCAL PRINCIPAL 3	TUQUERREZ QUILUMBA CARLOS RUDESINDO	1002136040	2
VOCAL PRINCIPAL 4	MINDA SUAREZ CARLOS ADOLFO	1001503547	2
VOCAL PRINCIPAL 5	OBANDO AGUIRRE EDISON JAVIER	1003918479	2
VOCAL SUPLENTE 1	GRANDA BARAHONA OSCAR FROILAN	1002291142	2
VOCAL SUPLENTE 2	PROAÑO TORRES LUZ DARY	1003103700	2

VOCAL SUPLENTE 3	PROAÑO TORRES ROBIN ERNESTO	1003320197	2
VOCAL SUPLENTE 4	MUESES MALES IFRAIN MESIAS	1002457347	2
VOCAL SUPLENTE 5	REA VILLARREAL JAVIER EDUARDO	1002433520	2

### VOCALES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

<b>CARGO No.</b>	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>CÉDULA</b>	<b>PERÍODO AÑOS / MESES</b>
VOCAL PRINCIPAL 1	ORTEGA PILLCO MARIBEL IBONNE	1001657020	2
VOCAL PRINCIPAL 2	YAÑEZ BURBANO ALVARO RICARDO	1706748199	2
VOCAL PRINCIPAL 3	TORRES SALAZAR DARIO FABIAN	1001795473	2
VOCAL SUPLENTE 1	QUINTANA LOPEZ FAUSTO ANIBAL	1001184546	2
VOCAL SUPLENTE 2	ALVAREZ MOREIRA MARCEL AUGUSTO	1716689003	2

VOCAL SUPLENTE 3	HIDALGO PIZANAN LUIS PATRICIO	1002686325	2
---------------------	-------------------------------------	------------	---

**Fuente:** Registro de Directivas de Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria

ASOPROGUAN se formó a causa de que todos los socios que la conforman se dedican al cultivo de guanábana, teniendo como objetivo el proveer un centro de acopio, procesamiento y comercialización de la guanábana.

De igual forma sus cultivos se encuentran en y cerca de la Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño, la cual otorga al producto una característica que la diferencia en comparación con la guanábana de la Costa.

### ***3.3.5.5. Ciclo de Producción***

La guanábana un producto que actualmente se encuentran produciendo los socios de ASOPROGUAN por lo que se establece su proceso de producción que es el siguiente:

#### ***3.3.5.5.1. Preparación del Suelo***

- Si se trata de un suelo virgen es mejor no alterar la estructura del suelo y será suficiente con elaborar los hoyos de siembra de 30 cm de ancho por 40 cm de profundidad.
- En caso de suelos anteriormente cultivados es recomendable hacer un pase de arado y dos de rastra en cruz.
- En suelos demasiado laborados por maquinaria agrícola se puede hacer un subsolado a 70 cm de profundidad para romper capas endurecidas del suelo (pie de arado).
- Una vez efectuado el arado inicial del suelo es aconsejable dejar unos 10 días a plena exposición solar para procurar la meteorización del mismo (INIAP, 2014)

### 3.3.5.5.2. Siembra

#### a) Marco de la plantación

- a. El marco de plantación más adecuado depende de las particularidades de la finca, cuando no se dispone de una extensión muy grande es recomendable usar el marco en triángulo ya que se obtendrá mayor número de plantas por ha.
- b. Otro factor es el grado de mecanización que se pretenda dar al cultivo, así, habrá que considerar el ancho de las maquinarias a utilizar para determinar el ancho de las hileras; en este caso se recomienda el marco rectangular.
- c. En base a estas consideraciones, la plantación puede realizarse de acuerdo a diversos esquemas, tal como se detalla a continuación:
  - i. Marco cuadrado real: en este esquema existe en metros la misma distancia de siembra entre hileras y plantas, por ejemplo: 5 x 5; o 6 x 6.
  - ii. Marco rectangular: En este esquema las distancias en metros entre plantas son menores que la distancia entre hileras, por ejemplo: 5 x 4; o 6 x 4; o 6 x 5.
  - iii. Marco triangular (tres bolillos): Aquí la plantación se puede establecer bajo el esquema de triángulo equilátero, en donde la distancia entre hileras y plantas es la misma y, triángulo isósceles, en donde la distancia entre hileras es mayor que la distancia entre plantas.

#### b) Hoyado: Para la elaboración de hoyos de siembra hay que seguir las siguientes recomendaciones:

- a. Se puede utilizar un ahoyador o pala manual o, un ahoyador mecánico montado a la toma de fuerza del tractor agrícola.

- b. La dimensión de los hoyos será de 30 cm de ancho por 40 cm de profundidad, procurando coleccionar la tierra extraída de los primeros 20 cm del hoyo la cual se ubica a un lado y el de la parte más profunda en otro.
  - c. Se mezcla 150 g de superfosfato triple con la tierra más superficial y esta se ubicará en el fondo del hoyo al momento del trasplante, mientras que la tierra más profunda servirá para ir cubrir superficialmente el hoyo cuando se haya trasplantado.
  - d. El efecto de esta práctica, permitirá a las raíces entrar en contacto con tierra de un horizonte más fértil y el fertilizante fosforado le ayudará a su desarrollo inicial.
- c) Trasplante
- a. Se llena parcialmente el fondo del hoyo con la mezcla de tierra del horizonte superficial con el fertilizante fosforado; sobre este colchón se ubica la planta, luego se sigue relleno con lo que queda de la tierra superficial, se aprisiona un poco para no dejar bolsas de aire y se termina de cubrir el hoyo con la tierra de la capa más profunda.
    - i. Si el suelo está muy seco será necesario echar agua al hoyo, para lo que se necesitará entre 20 a 30 litros de agua.
    - ii. Durante los primeros 30 días del trasplante será absolutamente necesario mantener la planta con una adecuada y continua humedad para asegurar su establecimiento al suelo.
- d) Densidad de siembra
- a. Para las condiciones del litoral ecuatoriano una densidad de plantación óptima en metros es de 6x4 o 6x5 lo cual generará 416,6 y 333,3 plantas por ha respectivamente.

- b. En estas densidades la mecanización de la plantación después del cuarto año de cultivo se torna complicada, por lo que estas se sugieren para plantaciones relativamente pequeñas en donde las labores son mayoritariamente manuales.
- c. Para extensiones medianas y grandes donde se utilizará maquinaria agrícola pesada se sugiere una distancia de siembra en metros de 7x4 o 7x5 o 7x6 con densidades de 357.1, 285,7 y 238 plantas por ha respectivamente. (INIAP, 2014)

#### **3.3.5.5.3. Riego**

- La guanábana es una especie naturalmente tolerante a la sequía, en cuyo caso la producción es de temporada, ubicándose la cosecha en los meses secos (entre septiembre y diciembre).
- Sin embargo, un manejo tecnificado del cultivo perseguirá una producción continua a través del año, lo cual se logra con adecuado manejo de la irrigación, cuyo cálculo debe basarse en las condiciones climáticas y de suelo de la finca.
- En todo caso no hay que olvidar que la Guanábana en condiciones de humedad es una especie de crecimiento (INIAP, 2014)

#### **3.3.5.5.4. Control de Malezas**

- Es necesario tener la plantación libre de malezas, para evitar que estas se conviertan en hospederos de plagas.
- El herbicida paraquat es muy utilizado para eliminar de contacto las malezas en el plantío. (INIAP, 2014)
- El herbicida Glifosato es muy efectivo para otros tipos de malezas tales como las cyperaceas, y para el control de malezas de hoja ancha y gramíneas, se pueden utilizar
  - paraquat + ametrina en dosis de 4 kg/ha,

- paraquat + diurón en dosis de 2,5 kg/ha,
- paraquat + terbutilazina en dosis de 3 kg/ha

#### **3.3.5.5.5. Podas**

Como en la mayoría de frutales perennes leñosos, la Guanábana necesita los siguientes tipos de podas durante su vida y estas son:

a) Poda de formación:

- a. Se hace a partir de los primeros meses del trasplante y consiste en dar la estructura adecuada al árbol para su posterior desarrollo; esta es muy importante ya que definirá para toda la vida el cuerpo arbóreo.
- b. Esta poda consiste en permitir el crecimiento inicial de un solo eje principal (tallo), el cual cuando alcance un metro de altura se corta totalmente el tallo a 60 cm del suelo; con esto se estimula la brotación de las yemas laterales y con ello obtener de tres a cuatro ramas primarias con la que se establecerá el “primer piso” del árbol.
- c. Cuando las ramas principales hayan alcanzado un metro de longitud, se cortan a 50-60 cm desde la base de inserción al tallo principal para permitir la brotación de dos ramas por cada una de ellas quedando entre seis a ocho ramas secundarias en el árbol; con esto queda conformado el “segundo piso” del mismo.
- d. Posteriormente se repite la operación con las ramas del segundo piso, obteniendo al final de esta entre 12 a 16 ramas que constituirán el “tercer piso”, y el árbol queda finalmente estructurado. De allí en adelante las podas se

limitarán a eliminar segmentos o ramas mal ubicadas y enfermas. (INIAP, 2014)

#### b) PODA DE MANTENIMIENTO

- a. Antes de hablar de este tipo de poda es necesario indicar que el árbol de Guanábana bajo riego presenta varios ciclos de brotación al año (entre tres y cuatro) y por ende se puede considerar a este frutal como de crecimiento vegetativo exuberante.
- b. Una falta de control del equilibrio vegetativo del árbol debido a riego excesivo, sobre-fertilización (sobre todo de nitrógeno) puede desencadenar que la planta no florezca y no produzca. Ante esto es necesario tener mucho control sobre los factores mencionados.
- c. La intensidad y frecuencia de las podas de mantenimiento también deben ser de cuidado, mismas que deben ser ligeras y limitadas a despuntes ligeros, eliminar ramas enfermas superpuestas y que estén creciendo hacia el interior del árbol.
- d. Una poda indiscriminada y excesiva va a generar una pérdida del equilibrio vegetativo del árbol, ante lo cual este va a responder con más brotación, que conlleva desgaste de nutrientes susceptibilidad al ataque de insectos plagas y enfermedades, y finalmente lo llevará a un debilitamiento general, lo cual puede ocasionar hasta su muerte.
- e. Por regla general un árbol de Guanábana técnicamente manejado no debe sobrepasar los 4 metros de altura durante toda su vida, siendo lo ideal tres metros. (INIAP, 2014)

#### **3.3.5.5.6. Polinización**

- Para obtener frutos de buen tamaño y calidad, se recomienda practicar la polinización manual sobre flores que se encuentran en el centro del follaje y en ramas gruesas, desechando las que aparecen en el extremo y en ramas delgadas.
- El procedimiento consiste en recolectar flores aptas (IV estado floral-abierta) para ser utilizadas como donadoras de polen, posteriormente se poliniza con la ayuda de un pincel de cabello sobre los estigmas de las flores consideradas como receptoras de polen (II Y III) estado floral-semiabierta) (INIAP, 2014)

#### **3.3.5.5.7. Cosecha**

- La fruta es cosechada cuando pierde su color brillante y adquiere un tono mate y las espigas tienden a separarse un poco entre ellas.
- En este estado es cuando ha alcanzado su madurez fisiológica, por lo tanto, se recomienda una constante vigilancia para la recolección de la fruta (INIAP, 2014).

#### **3.3.5.5.8. Poscosecha**

- Una vez colectada la fruta con un grado de madurez adecuado, le permitirá soportar mejor el manipuleo.
- Contrariamente cuando se la cosecha madura, la fruta se aplasta permitiendo procesos de fermentación y contaminación con hongos.
- Una vez que se ha cosechado la fruta, esta se coloca en bandejas de plástico para conservar la calidad de la misma.
- Se debe evitar transportarla a granel (INIAP, 2014).

Como conclusión del análisis interno que se realizó a La ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA PRODUCTORES DE GUANABANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN”, mediante una entrevista al presidente y secretaria se puede determinar que es una asociación agrícola, correctamente registrada el 19 de agosto del 2018 en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, dedicada a la producción de guanábana gigante brasileña en volúmenes importantes, por lo que su proceso de producción ya es de conocimiento de todos los socios y los pueden desarrollar de manera constante.

ASOPROGUAN actualmente posee lo que es misión y visión enfocadas en el desarrollo de los socios, de la comunidad y la sociedad en general, por las disposiciones de ley ya cuenta con una directiva, la misma que representara a la asociación por un lapso de 2 años.

### **3.3.6. Sector Agroindustrial**

Dentro de esta variable se abordarán temas relacionado con todo lo que abarca el sector agroindustrial en el Ecuador, sus principales productos; de igual manera se conocerá del sector agroindustrial en la Provincia de Imbabura y específicamente en el Cantón Ibarra la industria frutícola.

#### ***3.3.6.1 El Sector Agroindustrial en el Ecuador***

(PROECUADOR, 2017) El sector de Agroindustria en Ecuador es bastante amplio, se destacan varios productos destinados principalmente a consumo interno como maíz, arroz y azúcar; mientras que entre los principales productos de agroindustria para exportación se destacan

los cultivos de palma africana y brócoli. En total existen 1.50 millones de hectáreas utilizadas para cultivos permanentes y 1.44 millones para cultivos transitorios.

**Tabla 7** Producción de agroindustrial en Ecuador

PRINCIPALES CULTIVOS DE AGROINDUSTRIA DEL ECUADOR 2014						
CRITERIO	CAÑA DE AZUCAR	PALMA AFRICANA	ARROZ	MAÍZ DURO	PAPA	BRÓCOLI
SUPERFICIE COSECHADA (HA)	104,661	263,839	366,194	310,021	29,635	5,519
PRODUCCIÓN (MILES TM)	8,611,609	3,124,069	1,534,537	1,099,818	422,589	74,190

**Fuente:** Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC) 2016.

**Elaboración:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR.

### 3.3.6.2 Producción de Agroindustrial por Provincia

(PROECUADOR, 2017) Las provincias con mayor superficie agropecuaria se encuentran en la región Costa, concretamente las provincias de Guayas, Los Ríos, Manabí y Esmeraldas. En la provincia del Guayas se concentra la mayor producción de caña de azúcar con 6,961,050 toneladas métricas (80.37% del total nacional) y arroz con 1,035,344 toneladas métricas (67.47%); Esmeraldas destaca por la producción de palma africana con 1,584,758 toneladas métricas (50.73%); y en Los Ríos se encuentra la mayor producción de maíz duro seco con 437,196 toneladas métricas (40.07%).

En Imbabura se produce:

- Caña de azúcar: 255,873
- Papa: 9,625

- Tomate riñón: 9,315
- Fréjol tierno: 4,054
- Maíz suave choclo: 3,847

#### ***3.3.6.2.1 Industria Frutícola en Ibarra***

Según (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015-2035, 2015) En la ciudad de Ibarra, en la última década se conoce que han introducido y desarrollado con mucha eficacia los cultivos de tomate de árbol, naranjilla, papaya, plátano y frutilla, impulsados por la Cooperación Internacional a través de ONG's locales, las mismas que a través de un procesamiento adecuado logró establecer importantes áreas de esta producción, por otro lado también se mantiene la producción tradicional del Ovo en Ambuquí y una variedad de frutas en la zona de la Cuenca del río Mira.

De igual forma se conoce que en varios sectores se ha iniciado procesos de industrialización de frutas, algunos ejemplos de estas iniciativas las que se desarrollan en la parroquia de la Carolina a través de la Curia y una antigua maquinaria de procesamiento y elaboración de pulpa de frutas especialmente de la naranjilla y el aprovechamiento de la producción frutícola local que es muy variada por tener un clima subtropical, su comercialización se centra a través de sus propios medios y comercializadoras como el camarón, la que sirve para abastecer el mercado local y una gran parte se está enviando este producto al exterior y bajo estrictos control de calidad, otro importante tipo de procesamiento semi - industrial es el que se efectúa en la parroquia de Ambuquí, en la que su producto tradicional, el ovo está siendo procesado en mermeladas, confitería y licor.

### ***3.3.6.3 Sector Agropecuario en la Actualidad***

(Ortiz & Cueva, 2018) Mencionan, el sector agroindustrial en el Ecuador es el que da de mayor dinamismo en nuestra economía, la oferta cada vez aumenta más tanto en productos alimenticios, así como de sus derivados, con valor agregado. Hay que anotar que la manufactura es de suma importancia en especial cuando son países donde su actividad económica principal radica en el sector primario de la economía, siendo ésta la que genera valor agregado a los productos, con ello obtener mayores créditos económicos; mejores mercados; mayor tiempo de permanencia y durabilidad; inocuidad, seguridad y calidad en los mismos e indiscutiblemente un menor nivel de volatilidad en los precios.

De igual forma gracias a las aportaciones que se percibe del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), es que el sector agropecuario y productivo puede sobresalir y mantenerse, gracias a las aportaciones como las capacitaciones, el apoyo para el otorgamiento de títulos de propiedad, el control de plagas y la publicidad a nivel internacional. (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019)

Como conclusión el sector agroindustrial en el Ecuador se encuentra en un noble crecimiento, y cada vez posee más respaldo por parte del Gobierno. De igual forma lo que corresponde a Ibarra la industria frutícola en el sector de la Parroquia La Carolina va en vías de desarrollo.

### 3.4 Análisis de la información

A continuación, se expone la Matriz AOOR.

*Tabla 8 Matriz AOOR*

<b>ALIADO</b>	<b>OPORTUNIDAD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El proceso productivo de la guanábana no necesita amplios conocimientos para su aplicación.</li> <li>• La parroquia La Carolina tiene un clima subtropical meso térmico húmedo, seguido por el subtropical meso térmico semi húmedo.</li> <li>• Vía Ibarra-San Lorenzo asfaltadas y lastradas</li> <li>• Sistema de agua potable y alcantarillado en excelente estado y con futuras obras para esos servicios.</li> <li>• La asociatividad permite la exoneración del Impuesto a la Renta (IR) de los ingresos percibidos.</li> <li>• La normativa legal en la que se fundamenta el plan de negocios permite lograr incentivos a la productividad, además de la participación en el mercado interno.</li> <li>• La legislación permite obtener provisiones e incentivos en beneficio de la producción, recursos económicos, que en la actualidad es lo que más necesita la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La guanábana al incrementar su producción permitirá mejorar los ingresos de los productores.</li> <li>• La PEA que está en edad de trabajar es joven en la parroquia La Carolina.</li> <li>• Cada vez es más la gente que se dedica a la producción de frutas.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitaciones otorgadas por el MAG</li> </ul>	
<b>OPONENTE</b>	<b>RIESGO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las industrias que producen pulpas de guanábana en la Provincia ha ido creciendo en los últimos años.</li> <li>• Los comerciantes de la parroquia realizan sus ventas mediante intermediarios</li> <li>• Los mercados locales que ofrecen las pulpas de guanábana.</li> <li>• Las asociaciones con características similares que se encuentran conformadas en la parroquia.</li> <li>• Minería ilegal, trata de blancas, contrabando, el narcotráfico y los grupos delictivos fronterizos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los comerciantes por falta de canales de comercialización se desaniman a procesar la fruta.</li> <li>• Ausencia de infraestructura para comercialización de productos en la parroquia.</li> <li>• La inflación anual ha sido negativa con un equivalente al -0,07%, lo que refleja un notable en la baja de los precios.</li> </ul>

**Elaborado:** Autoras

**Tabla 9** Matriz FODA de ASOPROGUAN

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La asociación es propietaria del terreno en el cual se va a implementar la procesadora.</li> <li>• Los socios son los proveedores de la materia prima.</li> <li>• Contratación de agrónomos para mejorar sus cultivos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El terreno está ubicado en un sector que posee buenas características de saneamiento.</li> <li>• La fruta proporcionada por los socios tiene mayores niveles de azúcares naturales en comparación con la de Santo Domingo y de la Costa.</li> <li>• Algunos de los productores ya han ingresado en el mercado.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al constituirse como asociación puede obtener mayores incentivos por parte del estado</li> <li>• Cumplimiento de la normativa que exige la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria</li> </ul>	
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una asociación joven y sin experiencia.</li> <li>• Baja cantidad de recursos económicos.</li> <li>• No cuentan con un mapa de procesos.</li> <li>• Falta de personal capacitado en la localidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas que ofrecen los mismos productos con años en el mercado.</li> <li>• Desconocimiento del mercado al que desean llegar</li> <li>• Situación económica del país.</li> </ul>

**Elaborado:** Autoras

### 3.5 Conclusión Diagnóstica

Como conclusión de las variables diagnosticas podemos mencionar al aspecto geográfico, que la Parroquia La Carolina está conformada por 19 comunidades, con un clima subtropical meso térmico húmedo que ocupa el 30% del territorio, seguido por el subtropical meso térmico semi húmedo (20% del territorio), capaz de producir diferentes productos que corresponden a pastos seguidos por cultivos de: fréjol, morocho, tomate riñón, pimiento, pepinillo entre otros; la yuca, el camote, y las frutas como la papaya, la piña, etc. son productos para la comercialización y la subsistencia familiar; para ingresar a la parroquia se lo realiza mediante la vía Ibarra San Lorenzo en transporte público, con vías en su mayoría lastradas y asfaltadas.

Se determina que la Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño es la más grande del cantón Mira, ocupando el 48% del territorio, con un clima tropical capaz de producir diferentes productos como son: plátano, maíz, frejol y naranjilla. El cacao, la guanábana y los cítricos han incrementado su producción en los últimos años, la guanábana posee un proceso productivo que únicamente se desarrolla de manera empírica por la inexistencia de asistencia técnica; para ingresar a la parroquia se lo realiza mediante la vía Ibarra San Lorenzo en transporte público y en algunos sectores el transporte mediante camionetas.

En lo que corresponde al aspecto político se puede mencionar que existe normativa que fomenta el desarrollo productivo, además se contemplan incentivos económicos, exenciones tributarias y provisiones de servicios básicos, educación, infraestructura y salud por parte del Estado para la ejecución de proyectos productivos.

En el aspecto demográfico se puede resaltar que la Parroquia La Carolina posee 3294 habitantes, y está compuesta mayoritariamente por hombres en un 53%, de la población total el 36,44% corresponde a la Población Económicamente Activa la que se dedica agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

En lo que refiere a la variable socio- económico se puede determinar que la Parroquia La Carolina dedica sus actividades comerciales a la venta de sus productos mediante intermediarios. En lo que compete a la variable de empleo y desempleo no se encuentran datos estadísticos de la parroquia, por lo que se toma como referencia los datos a nivel nacional. En lo que compete al registro de empleo y desempleo en el sector rural los datos reflejan en el mes de septiembre del 2019, un porcentaje de 73,0% de empleo bruto y un equivalente al 2,7% de desempleo, a pesar de ser valores positivos que se observan, cabe destacar que los porcentajes de desempleo han ido aumentando en el transcurso del año, convirtiéndose de esta forma en el valor más alto del año. El

nivel de pobreza y extrema pobreza de igual forma se desconocen datos estadísticos de la parroquia por lo que para realizar el análisis se considera los datos nacionales. Del total de la población a nivel nacional del sector rural con un porcentaje de 40,3% se encuentra en estado de pobreza y con un total de 17,4% de pobreza extrema. Lo que compete a educación dentro de la parroquia La Carolina poseen un muy bajo índice de jóvenes que realicen sus estudios universitarios, debido a la necesidad de trabajar para ayudar a sus familias, ya que la mayoría son de escasos recursos. Las necesidades básicas insatisfechas que se reflejan es una clara carencia de viviendas en buen estado haciendo mención que por la falta de ingresos altos en sus hogares no pueden acceder a realizar readecuaciones. Lo que compete a agua y alcantarillado en la parroquia se encuentran en excelente estado gracias a las obras realizadas por EMAPA-I y la Alcaldía de Ibarra. Lo referente a la inflación en el país actualmente se encuentra con un porcentaje favorable.

Al momento de hablar del sector agroindustrial como conclusión se obtiene que el sector agroindustrial en el Ecuador se encuentra en un noble crecimiento, y cada vez posee más respaldo por parte del Gobierno. De igual manera lo que refiere a Ibarra, la industria frutícola en el sector de la Parroquia La Carolina se encuentra en vías de desarrollo.

Con lo anteriormente expuesto se puede determinar que existe una oportunidad para la implementación de una planta procesadora de guanábana en la Parroquia La Carolina, misma que será abastecida por los socios de la ASOPROGUAN, cuya materia prima (guanábana) es su mayor valor agregado ya que posee características diferenciadoras a la fruta de otros sectores de nuestro país, característica que se centra en el nivel de dulzura de la fruta, ya que la guanábana gigante brasileña posee un grado de azúcar natural de 14 y la guanábana gigante brasileña de los asociados posee un azúcar natural que varía de 16 a 17, lo cual la hace más dulce y más espesa frente a las de la competencia.

## **CAPÍTULO IV: PROPUESTA**

### **Introducción**

En este capítulo se abordará temas relacionados al estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional en el que se determinará la factibilidad del plan de negocios.

Esta propuesta se enfoca en determinar el nivel de aceptación de pulpa de guanábana en el mercado, sus principales características, gustos y frecuencia de compra; en el estudio técnico se propone determinar la micro y macro localización del proyecto, el recurso humano que se necesitará para la producción, comercialización y distribución de la pulpa de guanábana.

En el estudio financiero se realizan las proyecciones y análisis de todos los valores por concepto de inversiones, costos y gastos en los que incurrirá el proyecto, así como los beneficios económicos o ingresos. Esta información económica, nos permitirá proyectar los estados financieros y realizar la evaluación financiera, determinar la viabilidad económica del proyecto, calculando los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio (CB) y Recuperación de la Inversión (RI)

A través del estudio organizacional se determina la estructura orgánica de la empresa, la distribución de funciones, así como la definición de la misión, visión, principios, políticas y valores, esto con la finalidad de permitir que la administración del proyecto se realice de manera eficiente y eficaz, lo cual, a su vez, permitirá que cada uno de los empleados conozca lo que debe hacer en el tiempo y momento correctos.

## **Objetivo**

Determinar la factibilidad de la propuesta del Plan de Negocios para la Asociación de Productores de Guanábana del Norte (ASOPROGUAN) en relación a los estudios de mercado, técnico, financiero y organizacional.

### **4.1 Estudio de Mercado**

#### **Introducción**

En el desarrollo de este estudio se determinará el mercado meta al cual se pretende llegar con el producto mediante una adecuada segmentación, de igual forma se aplicará el cálculo de la muestra para determinar el número de encuestas que corresponde realizar para cumplimiento del objetivo del estudio de mercado, se aplicará las encuestas determinadas, se tabulará y analizará sus resultados con el objeto de determinar la demanda y oferta.

#### **Objetivo del estudio de mercado**

Determinar la demanda efectiva de la pulpa de guanábana con el objeto de reconocer la factibilidad de mercado

##### ***4.1.1 Segmentación de mercado***

La segmentación de mercado para (Martínez, 2017) permite identificar más fácilmente las necesidades de los clientes y por tanto adaptarse mejor a ellas; además, facilita la especialización de la marca en un determinado grupo o segmento, facilitando la selección de los canales de distribución o la comunicación, pero sobre todo puede suponer una ventaja competitiva importante para la marca, que es percibida por los consumidores del segmento como «hecha para ellos».

En base a los datos encontrados en (Diario Extra, 2018), las madres de familia, las amas de casa son quienes se encargan de adquirir los productos de consumo para el hogar, para cual la presente propuesta se valida que la encuesta se realizó a este segmento y a ellas es a quienes se investigará de acuerdo a las siguientes variables

A continuación, se presentan los elementos que se destacan como características específicas del segmento de mercado al cual está dirigido el producto.

#### ***4.1.1.1. Variables de segmentación***

Para la determinación del mercado meta se determinan las siguientes variables:

- Geográfica
- Demográfica

##### *4.1.1.1.1. Variable Geográfica:*

Para el desarrollo de la presente investigación, se consideró información de las proyecciones publicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), donde se observó que Ecuador para el Año 2019 cuenta con 17'267.986 habitantes, de los cuales 7'733,725 pertenece a la Región Sierra y 470,129 de los habitantes pertenece a la Provincia de Imbabura; el proyecto estará enfocado al segmento poblacional del Cantón Ibarra y para su determinación se consideraron las proyecciones referenciales a nivel cantonal por grupos de edad 2010-2020 (Senplades, 2017), que corresponde a 217.856 habitantes.

#### 4.1.1.1.2. Variable Demográfica

Para determinar el criterio de segmentación se considera a mujeres en edades entre 20 y 54 años que pertenecen al área urbana de la ciudad de Ibarra, cuyo valor asciende a 32.054 mujeres ibarreñas. El número de habitantes de cada uno de los grupos identificados, se obtuvo de las proyecciones de la población ecuatoriana, por años calendario, según regiones, provincias y sexo 2010-2020.

#### 4.1.1.1.3. Segmentación de la Población

Con lo anteriormente expuesto a continuación se presentan los resultados de la aplicación de las variables de segmentación antes citadas:

**Tabla 10** Segmentación de la Población

<b>SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA</b>	<b>%</b>	<b># HABITANTES</b>
País: Ecuador	100%	17.267,986
Región: Sierra	44,79%	7.733,725
Provincia: Imbabura	6,08%	470,129
Cantón: Ibarra	46,34%	217.856
R1: 217856 habitantes del Cantón de Ibarra		

<b>SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA</b>	<b>%</b>	<b># HABITANTES</b>
Población Femenina del Cantón Ibarra	51,25	111.651
Población Femenina del área urbana del Cantón Ibarra	55,64	62.121
Población de 20 a 54 años del Cantón Ibarra	48,40	32.054

**Elaborado por:** Autoras

#### ***4.1.2. Mercado meta***

Con lo anteriormente presentado, se concluye que el mercado meta al cual está dirigida la presente propuesta lo constituye la población femenina en edades entre 20 a 54 años de edad del área urbana de la ciudad de Ibarra, cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, que corresponde a 32.054 personas.

#### ***4.1.3. Cálculo de la muestra***

Tomando en cuenta que el número de población al cual se va dirigir el producto es significativo se procederá al cálculo del tamaño de la muestra mediante la siguiente fórmula:

**Fórmula:**

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

**Simbología:**

n= Tamaño de la población

N= Tamaño de la población de estudio

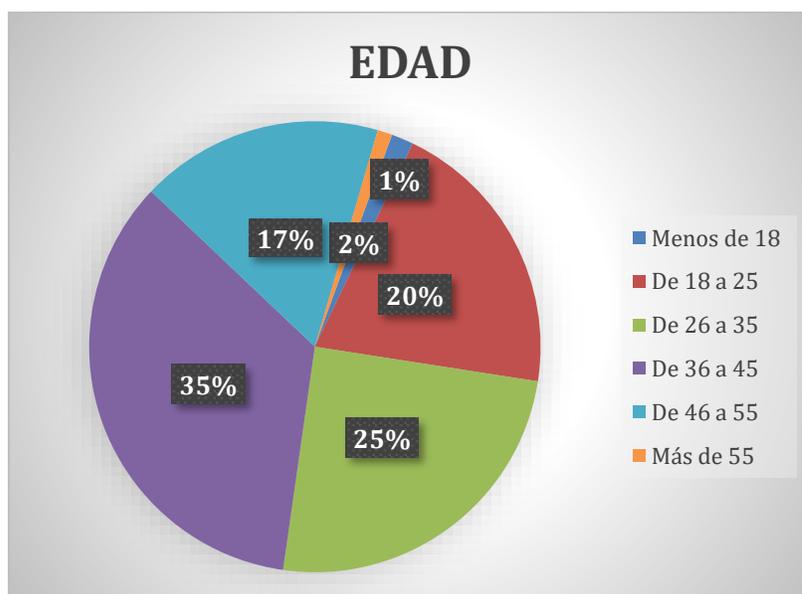
$\delta$ = Varianza (0,50)

Z= Nivel de confianza= 95%= 1,96

E= Nivel de error

**Resolución:**

$$n = \frac{(32054^2)(0,5^2)(1,96^2)}{(32054-1)(0,05)^2+(0,5)^2(1,96)^2} = 380 \text{ personas}$$

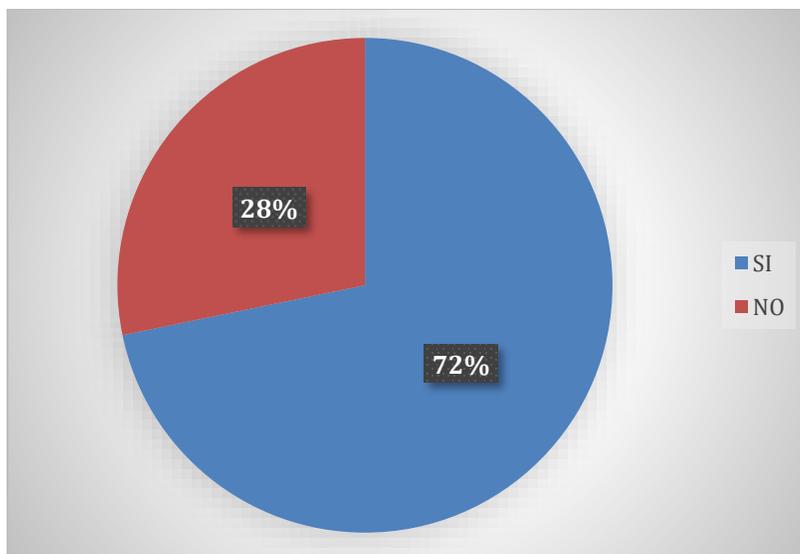
**4.1.4. Análisis e interpretación de resultados****4.1.4.1. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta****Edad:**

**Figura 10** Edad

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Los resultados muestran con un 80% que las edades de la población femenina del cantón Ibarra van entre los rangos de 18 a 45 años, dando como resultado la confirmación de la edad segmentado anteriormente.

### 1. ¿Compra pulpas de frutas?

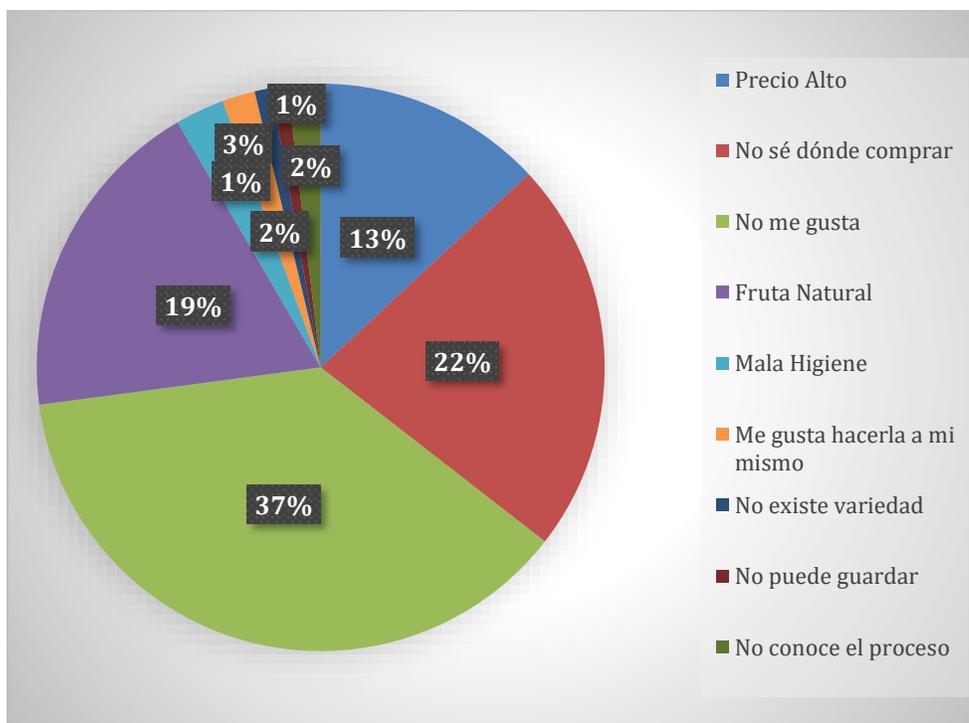


**Figura 11** Compra de pulpa

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

De los resultados obtenidos con un 72% la población femenina afirma comprar pulpas de fruta, con lo que se puede determinar que existe un mercado favorable para la aceptación de nuestro producto.

2. ¿Cuál es la razón principal por la que usted no compra pulpa de fruta? (Marque una sola respuesta)

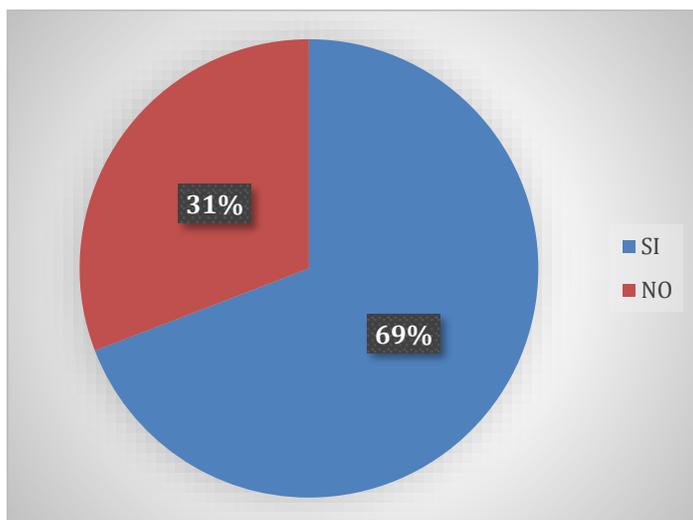


**Figura 12** Razón por la que no compra pulpa

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

De la investigación efectuada se ha tomado como referencia el 28% que manifestaron no a la pregunta anterior, en la cual se determinan las causas por lo que no compran pulpas, con un 37% no realiza la compra porque no le gusta y un 22% manifiesta que no la compran porque desconoce dónde comprarla.

### 3. ¿Estaría dispuesto a comprar pulpa de frutas en algún momento?

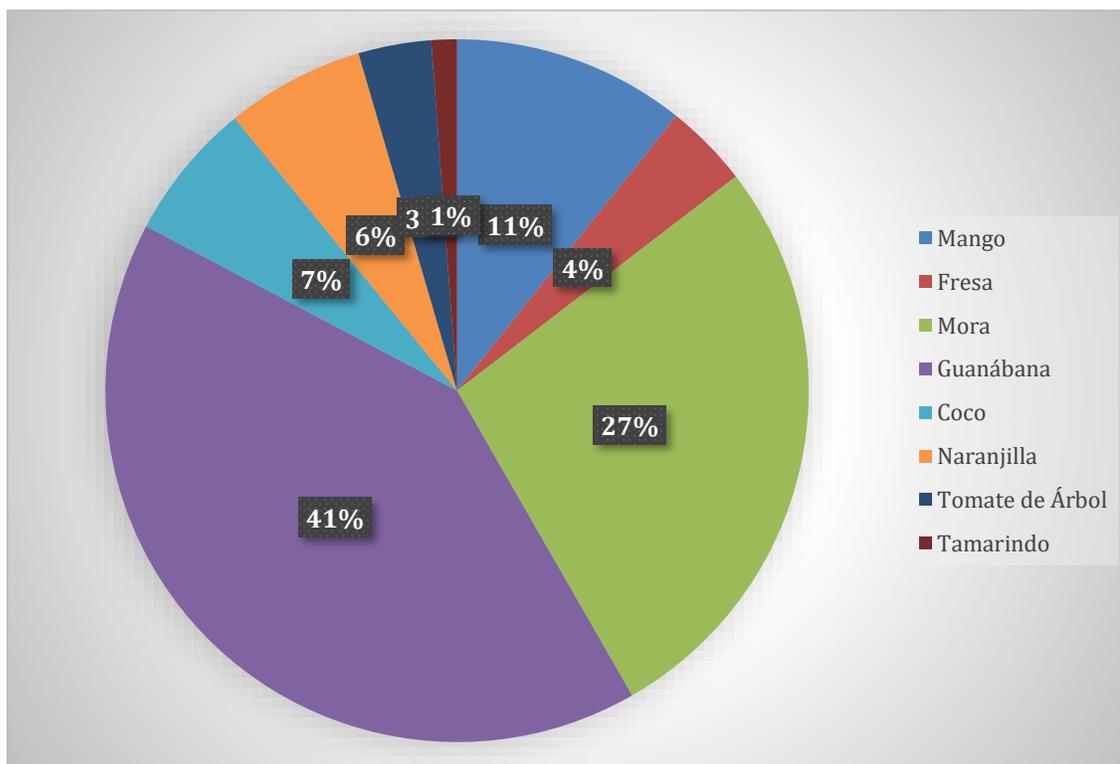


**Figura 13** Disponibilidad de compra de pulpa en algún momento

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Los resultados muestran que aun habiendo personas que no compran pulpas de frutas, existe un grupo equivalente al 69% de personas que sí estarían dispuestas a comprarla en un futuro acorde a las necesidades que se les vaya presentando. Sin embargo, para la presente propuesta nos basaremos a las personas que sí están dispuestas a comprar nuestro producto que más adelante se evidenciará.

#### 4. ¿De qué frutas compra pulpas usted? (Marque más de una)

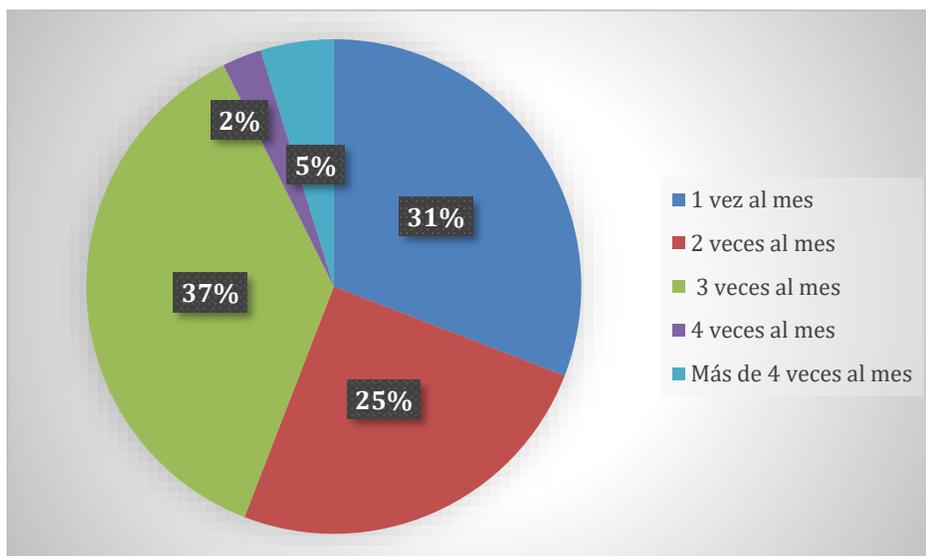


**Figura 14** Sabor de pulpa que más compran

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Los resultados muestran que la guanábana es una de las frutas que más preferencia tiene por parte del consumidor con un 41%, seguidamente el sabor a mora con un 27%. Lo que denota que el consumidor reconoce las ventajas y beneficios de este producto citadas anteriormente en la etapa de diagnóstico de la presente propuesta

## 5. ¿Con qué frecuencia al mes compra pulpa?

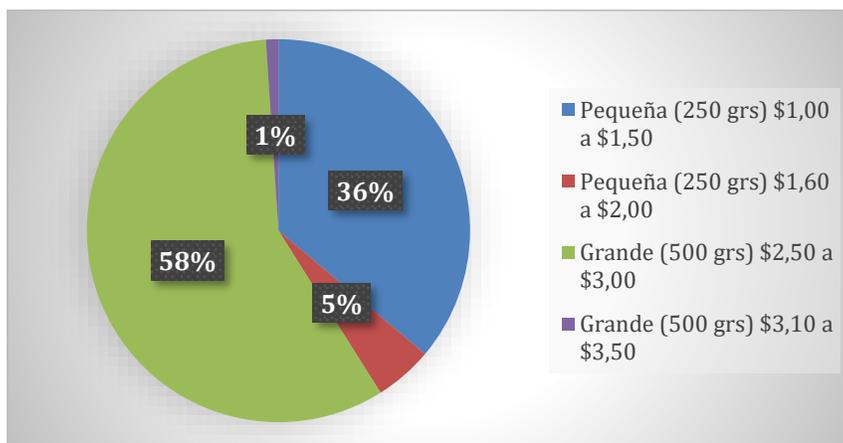


**Figura 15** Frecuencia de compra

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

La investigación arroja resultados de frecuencia de compra mismos que para la determinación del consumo per cápita anual se seleccionará la frecuencia mayor con un 37% equivalente a la compra de 3 veces al mes. Sin embargo, no se descarta que existen porcentajes altos en lo que refiere a la compra de 1 y 2 veces al mes respectivamente.

## 6. ¿Qué cantidad compra y cuánto paga cada vez que requiere pulpa?

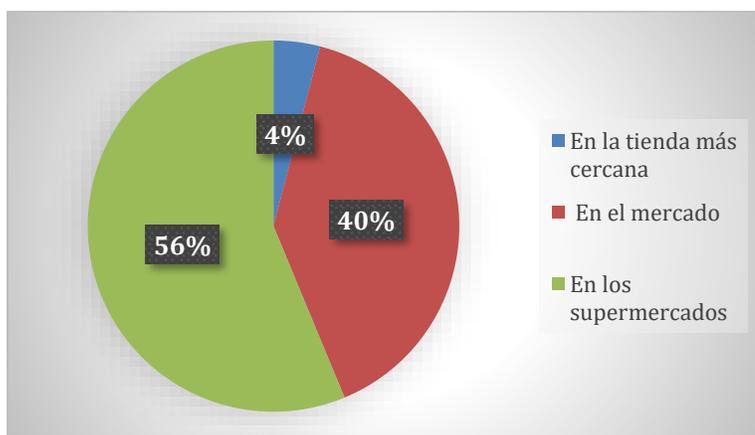


**Figura 16** Precio que pagan por pulpa

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

El resultado muestra con un 58% que la presentación más demandada de pulpa de guanábana por sus beneficios y ventajas es aquella de 500 gr a un precio de \$2,50 a \$3,00; ya que responde a las necesidades del número promedio de familia del cantón Ibarra.

## 7. ¿Dónde compró la pulpa?

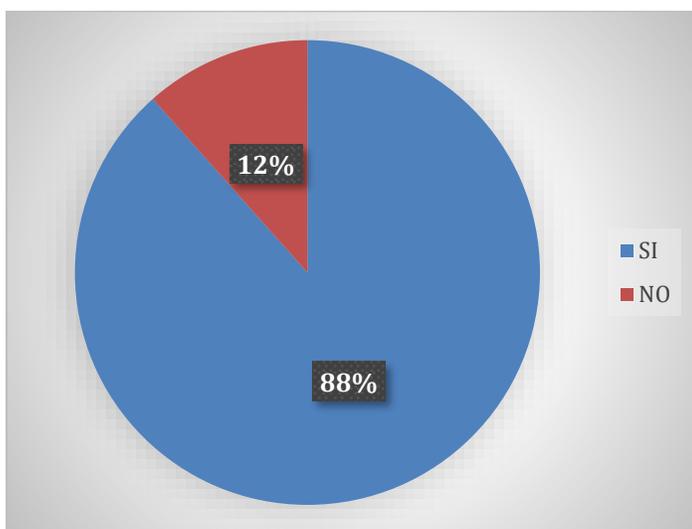


**Figura 17** Canales de compra

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Este dato es relevante debido a que el 56% de segmento adquiere este producto en los supermercados, siendo este canal el tentativamente seleccionado para nuestra propuesta de productos.

**8. ¿Estaría usted interesado/a en comprar una pulpa de guanábana que no requiere azúcar al momento de consumir?**

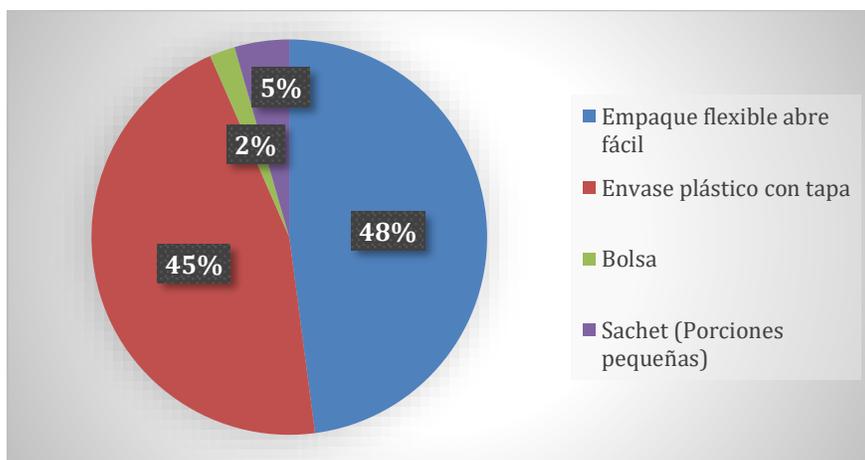


**Figura 18** Aceptación del producto

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Del total encuestados el 88% estaría interesados en comprar una pulpa de guanábana que no requiere azúcar al momento consumir dato que nos permitirá determinar la demanda efectiva, para reconocer nuestra factibilidad de mercado.

9. ¿De las presentaciones mencionados a continuación cuál preferiría usted? (Marque solamente una)

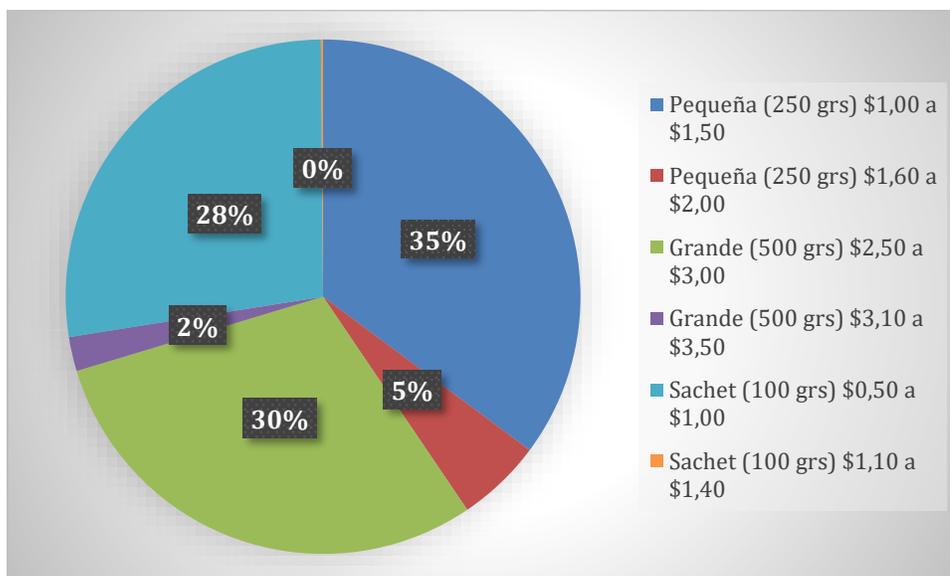


**Figura 19** Preferencia de presentación

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Los resultados muestran con una diferencia mínima que los consumidores prefieren dos tipos de empaques, con un 48% el empaque flexible abre fácil y con un 45% el envase plástico con tapa, por ende, para determinar el empaque a utilizar se considerará que sea práctico, accesible y que permita conservar la pulpa en buen estado al momento de consumir y volverlo a guardar.

**10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la nueva pulpa considerando que no requiere azúcar al momento de consumir?**

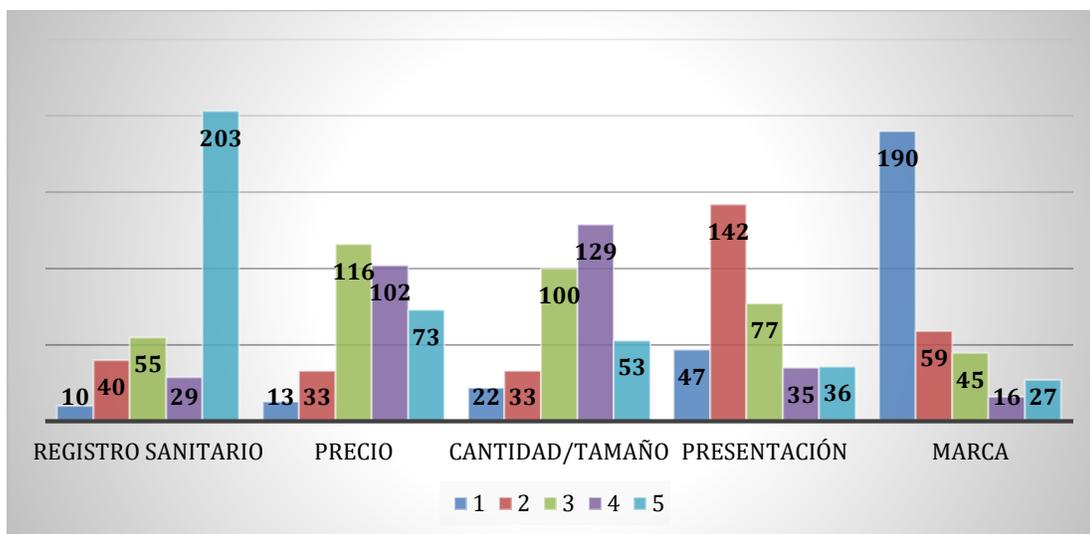


**Figura 20** Disponibilidad a pagar según el tipo de presentación

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Los resultados arrojan que el mercado de Ibarra es un mercado de precio ya que, en las diferentes presentaciones grande, pequeña y sachet con porcentajes del 35%, 30% y 20% respectivamente escogen el precio más bajo; aun así, cabe destacar que el producto que se le ofertará será de excelente calidad.

11. En una escala del 1 al 5, donde 1 es lo menos importante y 5 más importante. ¿Qué es lo que usted evalúa al momento de comprar pulpa?

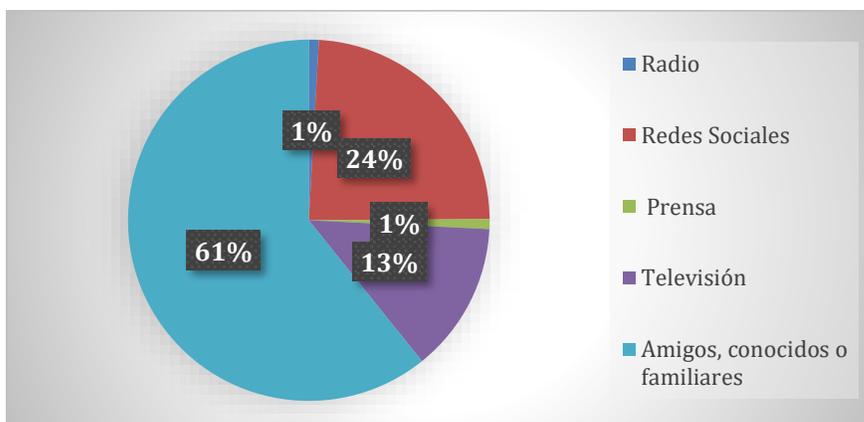


**Figura 21** Importancia de un producto

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Tras aplicar la investigación se puede determinar que las mujeres al momento de realizar la compra en primer lugar evalúan lo que es el registro sanitario, a continuación, lo que refiere a la cantidad/ tamaño, precio, presentación y finalmente lo que es la marca. Por ende, se denota que va en base a lo que rige la normativa hasta la preferencia de las personas.

**12. ¿A través de que medio usted se informa respecto a los productos congelados para consumo en su hogar? (Marque más de una)**



**Figura 22** Medio de información sobre productos congelados

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra

Con la evaluación realizada se determina que las principales consumidoras con un 61% se informan mediante amigos, conocidos o familiares, ya que el estilo de vida de toda ama de casa no le permite estar conectada a algún otro medio, por lo que llegan a ser influenciadas en recomendaciones de personas cercanas.

#### *4.1.4.1.1. Conclusión General*

De la encuesta realizada a mujeres de 20 a 54 años de edad de la ciudad de Ibarra correspondiente al área urbana, se determina que la segmentación aplicada anteriormente ha sido considerada correctamente, y el 72% tiene la disposición de compra de pulpas de frutas, mientras que del 28% que no realiza la compra y en un futuro el 69% estaría dispuesta a adquirir.

De las mujeres que adquieren la pulpa en su mayor parte lo realizan en los supermercados, la que más consume es guanábana, mora y mango con una frecuencia de 3 veces al mes en las presentaciones de 500 gr a un precio promedio de \$2,50 a \$3,00.

De la pulpa que produce la Asociación ASOPROGUAN un 88% de los encuestados estarían dispuestos a adquirir la pulpa en empaque flexible abre fácil o envase plástico con tapa, a un precio de \$1,00 a \$1,50 en la presentación pequeña de 250gr y en la presentación de 500 gr de \$2,50 a \$3,00 y lo que evalúan las jefas de hogar es el registro sanitario y cantidad / tamaño como principales requisitos y se informan a través de amigos, conocidos o familiares y a través de redes sociales.

#### ***4.1.4.2. Análisis e interpretación de resultado de la Entrevista***

Para la presente propuesta se realizó una entrevista al Sr. Andrés Morán encargado del área de perecibles del Supermercado Santa María de la ciudad de Ibarra.

**Fecha:** 13/12/2019

**Hora de inicio:** 9:00 am **Hora de finalización:** 9:20 am

**Lugar:** Supermercado Santa María, Ibarra

**Entrevistador:** Sra. Jeniffer Vera

**Entrevistado:** Sr. Andrés Morán **Puesto:** Encargado de productos perecibles.

#### **1. ¿Vende usted pulpa de guanábana?**

A lo que el encargado respondió de forma afirmativa, exponiendo que es una de las pulpas que más se vende dentro del supermercado.

**2. ¿Cómo vende usted la pulpa de guanábana?**

Existen dos tipos de presentaciones, de forma líquida y congelada.

**3. ¿Cuál es la presentación de mayor acogida en el mercado? Pulpa procesada**

La pulpa de mayor acogida y mayor venta dentro del supermercado mencionó ser la pulpa congelada.

**4. ¿En qué presentación vende la pulpa de fruta?**

Toda la pulpa que se encuentra dentro del supermercado se encuentra empacada en funda plástica la congelada y en sachet la líquida, supo manifestar.

**5. ¿Qué cantidad de pulpa de fruta vende mensualmente?**

De forma mensual se vende una caja de pulpa, lo que equivale a 30 presentaciones individuales, calculándolo que se vendería una pulpa de guanábana por día, totalizando los diferentes sabores que se ofertan, se vende un promedio de 3 cajas equivalente a 90 pulpas mensualmente, afirmó el encargado.

**6. ¿Cuáles son las marcas de pulpa de guanábana que ofrecen en el supermercado?**

Las marcas que manejan dentro del supermercado son Fruteiro, María Morena y Planhofa.

**7. ¿Cuál es la marca que más vende y el tamaño?**

Mencionó que la marca más vendida es María Morena en su presentación de pulpa congelada de 500gr.

**8. ¿Estaría dispuesto a adquirir pulpa de guanábana de una asociación cuando su valor agregado es que al momento de consumir la pulpa no necesita añadir azúcar?**

Supo manifestar que no depende de ellos, son los jefes superiores que se encargan de disponer o no de las marcas de pulpa a ofertar dentro del supermercado, ya que la pulpa es enviada a la sucursal desde la ciudad de Quito.

#### 4.1.4.2.1. Conclusión de la Entrevista

Mediante la entrevista se pudo determinar que la pulpa que mayor se vende en el supermercado es la pulpa congelada de guanábana, específicamente de la marca María Morena en su presentación de 500gr. Mensualmente venden 1 caja de pulpa de guanábana equivalente a 30 unidades. Cabe mencionar que no cierran las puertas a nuestro producto, ya que de ellos no depende la contratación con las marcas, sino de las autoridades ubicadas en la ciudad de Quito.

#### 4.1.4.3. Análisis e interpretación de resultados de la Observación

**Tabla 11** Ficha de Observación María Moreno

<b>CANAL:</b>	SUPERMERCADO SANTA MARÍA	
<b>MARCA</b>		
<b>TAMAÑO</b>	500 gr	250 gr
<b>PRECIO</b>	\$2,43	\$1,77
<b>PRESENTACIÓN</b>		

<b>PROMOCIÓN</b>	El producto es colocado en perchas para que los clientes adquieran la cantidad y presentación que ellos prefieran
------------------	---

**Fuente:** Autoras

*Tabla 12 Ficha de Observación FrutaSí*

<b>CANAL:</b>	SUPERMERCADO SANTA MARÍA	
<b>MARCA</b>		
<b>TAMAÑO</b>	500 gr	250 gr
<b>PRECIO</b>	\$2,25	\$1,27
<b>PRESENTACIÓN</b>		
<b>PROMOCIÓN</b>	El producto es colocado en perchas para que los clientes adquieran la cantidad y presentación que ellos prefieran	

**Fuente:** Autoras

**Tabla 13** Ficha de Observación Planhofa

<b>CANAL:</b>	TÍA	
<b>MARCA</b>		
<b>TAMAÑO</b>	500 gr	
<b>PRECIO</b>	\$2,25	
<b>PRESENTACIÓN</b>		
<b>PROMOCIÓN</b>	El producto es colocado en perchas para que los clientes adquieran la cantidad y presentación que ellos prefieran	

**Fuente:** Autoras

#### 4.1.4.3.1. Conclusión Ficha de Observación

Mediante la ficha de observación se determina que las marcas que se ofertan son María Morena, Planhofa y FrutaSi; todas las presentaciones equivalen a pulpa de fruta congelada de 500gr y de 250gr con excepción de Planhofa que únicamente ofrecen en el peso de 500gr. El precio varía dependiendo de la marca y el tamaño, dando lugar a la pulpa de 500gr a un precio de 2,25 en

las marcas Planhofa y FrutaSi a diferencia de María Morena que da un precio de 2,43. La pulpa congelada de fruta se encuentra distribuido mediante los canales de supermercados. Los productos se promocionan de forma tradicional a través de perchas, en refrigeradores con vitrinas transparentes a exhibición de los clientes y así estos puedan observar el producto y su precio a la hora de comprarlo.

#### ***4.1.5. Demanda***

##### ***4.1.5.1. Identificación de la demanda***

En el presente proyecto, el mercado meta, está conformado por la población femenina de la Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra entre edades de 20 a 54 años, correspondiente al área Urbana.

Para segmentar el mercado meta hacia un mercado potencial se tomó como referencia el resultado de los datos demográficos la población segmentada que equivale a 32.054 mujeres de 20 a 54 años de edad, las cuales según la pregunta 1 de la encuesta, con un 72% señalaron que sí compra pulpa de guanábana, también el resultado de la pregunta 5 en el que el 37% de las encuestadas señalaron que compran pulpa de fruta con una frecuencia de 3 veces al mes, en la pregunta 6 mencionan que la presentación que más compran es la de 500gr y en la misma pregunta exponen que su rango de gasto para la pulpa de esa presentación va de \$2,50 a \$3,00, dando un promedio de \$2,25.

#### 4.1.5.2. Demanda Efectiva

**Tabla 14 Demanda Efectiva**

<b>Mercado Meta</b>	<b>32.054 personas</b>
% de aceptación (pregunta 1)	72%
<b>Demanda Potencial en personas</b>	<b>23.079</b>
Frecuencia de compra 3 veces x mes (pregunta 5)	36 veces al año
<b>Demanda Potencial en unidades</b>	<b>830.844,00</b>
Presentación más demandada (pregunta 6)	500 gr.
Precio promedio Rangos de \$2,50 a \$3,00 (pregunta 6)	\$2,25
<b>Demanda Potencial en dólares (\$)</b>	<b>\$1'869.399,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

La demanda de pulpa es de 23.079 mujeres.

La demanda efectiva anual es de \$1'869.399,00

### 4.1.5.3. Proyección de la Demanda

De acuerdo a los datos obtenidos en el INEC, la población del cantón Ibarra de 20 a 54 años de edad ha tenido un crecimiento poblacional a una tasa anual del 2,30% y aplicando el promedio de la tasa en los últimos 5 años, podemos afirmar que la tasa de crecimiento demográfico se encuentra con el 2,30%, dato que permitirá proyectar la demanda para los 5 años.

**Tabla 15** Tasa de crecimiento demográfico en cantón Ibarra de 20 a 54 años

<b>Año</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Población</b>	96.363	98.618	100.881	103.158	105.441
<b>Nivel de Crecimiento</b>	2,372251	2,340629	2,294929	2,2568	2,2131

**Fuente:** Proyecciones referenciales a nivel cantonal por grupos de edad 2010-2020

De esta forma se obtiene la proyección de la demanda como se muestra en la siguiente tabla, tanto en cantidad de clientes efectivos como el valor en dólares. Como valor de crecimiento de consumo mensual se ha tomado el 1,24% de crecimiento puesto que es el promedio de la inflación de los últimos 5 años, cuyo valor ha sido cambiante en el Ecuador.

**Tabla 16** *Proyección de la Demanda*

<b>Año</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Frecuencia de Compra</b>	<b>Demanda potencial en Unidades</b>	<b>Presentación</b>	<b>Precio Promedio</b>	<b>Demanda Potencial en dólares</b>
1	23079	36	830844	500 grs	\$ 2,25	\$1.869.399,00
2	23609	36	849916	500 grs	\$ 2,28	\$1.936.054,79
3	24151	36	869427	500 grs	\$ 2,31	\$2.005.087,28
4	24705	36	889385	500 grs	\$ 2,33	\$2.076.581,21
5	25272	36	909801	500 grs	\$ 2,36	\$2.150.624,34

**Elaborado por:** Autoras

#### **4.1.6. Oferta**

##### **4.1.6.1. Identificar la oferta**

En este proyecto se ha detectado mediante ficha de observación que existen diferentes marcas competitivas que ofertan el mismo producto de pulpa de guanábana, resaltando como canales de distribución los supermercados, aun así, no hay ninguna marca que ofrezca la pulpa con la dulzura natural que ofrece ASOPROGUAN.

En este sentido, actualmente las marcas de la competencia llevan un gran punto a favor, y es que estas son reconocidas a nivel nacional y en otro caso a nivel internacional, la marca más consumida es María Morena, seguida de FrutaSi y Panhofa. Como se mencionó anteriormente, se realizó una entrevista al encargado de los productos perecibles del supermercado Santa María, al igual que se realizó la ficha de observación mediante la cual se construye una tabla referente a ventas promedio por marca.

De igual manera hay que tomar en cuenta que según el Manual de Buenas Prácticas Para El Sector de Supermercados y/o Similares y Sus Proveedores (Superintendencia del Control del

Poder de Mercado, 2014) menciona que existen supermercados que no pertenecen a cadenas pero que poseen características similares, es decir, se les conoce como establecimientos de autoservicio con superficies de hasta 1000m<sup>2</sup> destinados a las distribución minorista, en los cuales se vende productos alimenticios, bebidas, confitería, artículos del hogar, limpieza personal y productos no alimenticios de consumo corriente.

En la ciudad de Ibarra estos pequeños supermercados se encuentran distribuidos en diferentes sectores de la misma, aproximadamente se conoce que existe unos 30 supermercados con esas características aun así para la investigación se toma en consideración los siguientes

**Tabla 17** Identificación de la Oferta

<b>SUPERMERCADO</b>	<b>Nº de Locales</b>	<b>Marca de Pulpa</b>	<b>Unidades Vendidas</b>	<b>Precio</b>	<b>Total ventas</b>
<b>La Finca</b>	9	Sin Marca		\$2,50	
<b>Supermercado El Retorno</b>	1	A'N Pulpas	10	\$1,00	\$10,00
<b>Mío</b>	1	No ofrece			
<b>El Mercadito</b>	1	No Ofrece			
<b>Mi Rey</b>	1	Pulpa Natura de Fruta	15	\$3,50	\$52,50
<b>Mi Tío</b>	1	No Ofrece			

<b>Ofertón</b>	1	No Ofrece			
<b>Corina</b>	1	No Ofrece			
<b>Stev</b>	1	No Ofrece			
<b>OFERTA TOTAL</b>	<b>17</b>				

Elaborado por: Autoras

<b>SUPERMERCADO</b>	<b>VENTA MENSUAL</b> <b>(unidades)</b>	<b>VENTA ANUAL</b> <b>(unidades)</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b> <b>(\$)</b>	<b>VENTA TOTAL ANUAL</b> <b>(\$)</b>
<b>TIA</b>	15	180	2,25	\$405,00
<b>SANTA MARÍA</b>	30	360	2,25	\$810,00
<b>AKI</b>	45	540	2,25	\$1.215,00
<b>GRAN AKI</b>	60	720	2,25	\$1.620,00
<b>SUPERMAXI</b>	90	1080	2,25	\$2.430,00
<b>OFERTA TOTAL</b>	<b>240</b>	<b>2.880</b>	<b>2,25</b>	<b>\$6.480,00</b>

Elaborado por: Autoras

#### 4.1.6.2. Proyección oferta en dólares

La proyección de la oferta en unidades, se la realizará en función de la cantidad que oferta los supermercados de cadena de la ciudad, supermercados independientes, tiendas grandes del barrio, hoteles, restaurantes y de forma directa al consumidor.

**Tabla 18** Proyección de la Oferta

<b>Año</b>	<b>Ventas Anuales</b>	<b>Presentación</b>	<b>Precio Promedio</b>	<b>Total Ventas</b>
1	20880	500 grs	\$ 2,25	\$46.980,00
2	20880	500 grs	\$ 2,28	\$47.563,30
3	20880	500 grs	\$ 2,31	\$48.153,83
4	20880	500 grs	\$ 2,33	\$48.751,70
5	20880	500 grs	\$ 2,36	\$49.357,00

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.1.7. Balance Oferta Demanda

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se resta el valor de la demanda efectiva menos el valor de la oferta actual cubierta por los supermercados. En la siguiente tabla se detalla que para 2019 existe una demanda insatisfecha anual de 809.964 unidades.

**Tabla 19 Balance entre la Oferta y Demanda**

<b>Años</b>	<b>Presentación</b>	<b>Demanda Potencial</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>	<b>Demanda insatisfecha mensual</b>	<b>Demanda insatisfecha diaria</b>
1	500 gr	830844	20880	809964	67497	2250
2	500 gr	849916	47563	802353	66863	2229
3	500 gr	869427	48154	821273	68439	2281
4	500 gr	889385	48752	840633	70053	2335
5	500 gr	909801	49357	860444	71704	2390

**Elaborado por:** Autoras

Para la determinación de la demanda objetivo se ha considerado un 30% de la demanda insatisfecha, debido a que es un producto que va a ingresar por primera vez en el mercado, y que ya existen marcas reconocidas en el mercado. Esta demanda tendrá un crecimiento del 10% anual hasta llegar al 100% de la demanda insatisfecha, esto se lo cumplirá en el octavo año de funcionamiento, a través de la ejecución de un plan de marketing que permitirá lograr un posicionamiento en el mercado.

#### **4.1.8. Análisis de Precios**

**Tabla 20 Análisis de Precios con la Competencia**

<b>Marca</b>	<b>Presentación</b>	<b>Precio</b>
<b>María Moreno</b>	500 gr	2,43
<b>FrutaSi</b>	500 gr	2,25

<b>Planhofa</b>	500 gr	2,25
<b>A’N Pulpas</b>	400 gr	1,00

Al considerar un análisis de precios de las diferentes marcas que se encuentran en el mercado y la disposición a pagar por el nuevo producto, podemos determinar que el precio será de \$ 1,50 que se encuentra acorde al mercado y será utilizado para las estimaciones futuros en el estudio económico, considerando que nuestro producto posee registro sanitario, mayor dulzura y el empaque es biodegradable que permitirá contribuir con el cuidado del medio ambiente

#### ***4.1.9. Estrategias de comercialización***

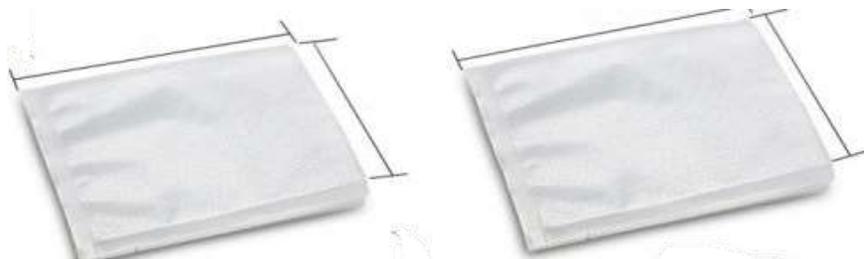
##### ***4.1.9.1. Estrategia de Producto***

El producto a ofrecer será en una presentación que fue aceptado por el consumidor a través de la encuesta, que es un envase flexible abre fácil con sellado al vacío, lo que permite que el producto se encuentra libre de bacterias y hongos, ya que con este proceso se consigue una atmósfera libre de oxígeno dentro del producto. De igual manera el envase posee la característica de ser biodegradable ya que permitirá el cuidado del medio ambiente, aspecto de gran importancia en la actualidad a nivel mundial.



***Figura 23*** *Empaque*

**Fuente:**Fdpac.com



**Fuente:**Fdpac.com

La calidad de la pulpa será de un alto nivel, elaborada con fruta natural, fresca y cumpliendo los estándares establecidos por los organismos de control, obteniendo el registro sanitario el principal requisito que las amas de casa observan antes de realizar la compra.

**Figura 24** Presentación del producto

**¡ ESCOGE EL MEJOR SABOR!**

*No necesita azúcar para su preparación*

**Fruit Nord**  
100% Natural

**ASOPROGUAN**  
Asociación de Productores de Guanábana del Norte

Tamaño por porción	100g	Colesterol 0mg	0%
Porciones por envase	5	Carbohidatos Totales 10g	3%
Cantidad por porción	calorías 40	-Azúcares 0g	
Grasa total 0g	0%	-fibra Dietética 2	
Grasa saturada 0g	0%	Proteína 0g	0%
		Vitamina C	100%
		Calcio	2%
		Hierro	0%

**Fuente:** Autoras

#### ***4.1.9.2. Estrategia de Precio***

La pulpa de guanábana producida en la Parroquia La Carolina, al ingresar por primera vez en el mercado el precio que será establecido es de acuerdo a un valor intermedio entre el precio que actualmente se encuentra en los supermercados de cadena y de los supermercados de los alrededores de la ciudad por lo que se ha considerado un valor de \$1,50 que es accesible para el consumo de la localidad , ya que el precio debe estar en concordancia a la competencia y a productos que ya se encuentran varios años en el mercado y que tienen un alto nivel de aceptación por los consumidores.

#### ***4.1.9.3. Estrategia de Plaza***

El producto a ofrecer será ubicado en los supermercados de cadena de la ciudad, supermercados independientes, tiendas grandes del barrio y de forma directa al consumidor. Se ha considerado estas plazas porque el 56% de las mujeres de 20 a 54 años de edad del área urbana del Cantón Ibarra realizan sus compras en estos establecimientos y porque es la forma de dar a conocer nuestro producto de forma masiva, por la concurrencia de personas a estos lugares.

Cabe recalcar que se colocará en producto en estos establecimientos bajo contratos en los que especifique los beneficios que podrán obtener si venden nuestros productos, a parte de las ganancias y rentabilidad que obtendrán; también de forma trimestral se les otorgará el producto con un descuento del 20%.

#### ***4.1.9.4. Estrategia de Promoción***

La pulpa de guanábana se promocionará mediante el canal de redes sociales, ya que a través de las encuestas aplicadas se determinó que es un área que no existe mucha competencia y en la

actualidad es el medio por el que más se comunican las personas, por ende, el producto se promocionará mediante página en Facebook e Instagram.

Además, se ha considerado para el posicionamiento de la marca, implementar campañas de publicidad mediante afiches en supermercados, entregar pequeñas cantidades del producto de manera gratuita para que las personas conozcan del producto y su valor diferenciador.

De igual forma considerando que nuestro producto es netamente natural y con un nivel alto de azúcar natural que posee, que al momento de preparar la bebida no necesite añadir azúcar, se propone otro tipo de marketing directo, como la promoción del producto en carreras públicas y con pequeños carritos en los parques que las personas acostumbran a salir a trotar.

**Figura 25** Publicidad del producto



**Fuente:** Autoras

Figura 26 Publicidad del producto

**DISFRUTA EL SABOR DE FRUTA**

**Fruita Verde**  
100% Natural  
**ASOPROGUAN**  
Asociación de Productores de Tumbucá del Norte

No necesita azúcar para su preparación

**VALORES NUTRICIONALES DE LA GUAYABA**

Por cada 100 gramos de fruta fresca
Azúcares (glucosa y fructosa), 15,65%
Vitamina C0,611%
Almidón 1,62%
Proteína 1,12%
Grasa 0,31%
Cenizas 0,73%
Fibra 1,45%
Humedad 90,6%
Hierro 0,47mg
Fósforo 20,6 mg

Fuente: Autoras

**Figura 27** Página de Facebook del producto

23:34 [Facebook icon] [Close icon] **! ESCOGE EL MEJOR SABOR!**

← Q FRUTI NORT →

FRUTI NORT  
100% Natural  
ASOPROGUIN  
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE GUANTANAMO DEL NOROCCIDENTE

FRUTI NORT  
Producto/servicio

Te gusta

Llamar

A una persona le gusta esto.

Inicio Publicaciones Opiniones Fotos Comunidad

Información [Sugerir cambios](#)

[http://www.instagram.com/fruti\\_nort](http://www.instagram.com/fruti_nort)

Enviar mensaje

097 985 2266

Producto/servicio

Ver todo >

**Transparencia de la página**

Facebook muestra información para que entiendas mejor la finalidad de una página. Consulta qué acciones realizaron las personas que la administran y publican contenido.

Ver todo >

**Fuente:** Autoras

**Figura 28** Instagram del producto

← fruti\_nort ⋮



3 Publicaci... 1 Seguidor... 1 Seguidos

**FRUTINORT**  
Producto/servicio  
La mejor pulpa de guanábana del país 🇨🇴  
100% Natural 🌿  
Sin necesidad de añadir azúcar a la hora de su preparación 🍈🥛🌿  
Ver traducción  
[www.facebook.com/FRUTI-NORT-1033312379746...](http://www.facebook.com/FRUTI-NORT-1033312379746...)

Siguiendo ▾ Mensaje

📱 📷



The image shows three promotional posters for Fruti Nort. The first poster on the left features a woman in a white shirt and the text 'DISFRUTA EL SABOR DE FRUTA'. The middle poster shows a woman sitting with a large green fruit and the text '¡POR QUÉ ELLEGILO MENOS?'. The third poster on the right has the text '! ESCOGE EL MEJOR SABOR!' and features the Fruti Nort logo and ASOPRO logo.

🏠 🔍 + ❤️ 🌐

Fuente: Autoras

#### ***4.1.10. Conclusión***

Para la presente propuesta tras aplicar términos de segmentación se concluyó que el mercado meta al cual va dirigido nuestro producto son las mujeres de 20 a 54 años amas de casa que realizan las compras de la familia correspondientes al cantón de Ibarra que se encuentran en el área urbana equivalente a 32.054.

Mediante la encuesta se puede concluir que la pulpa de guanábana tiene un alto porcentaje de aceptación que es del 72% es decir 23079 de mujeres de 20 a 54 años del cantón de Ibarra que se encuentran en el área urbana y estableciendo un consumo anual por familia de 36 unidades por lo que se determina una demanda efectiva de 830.844 unidades.

De la entrevista realizada a los diferentes supermercados se logró determinar que la oferta en los supermercados de cadena equivale a 2880 unidades al año y la oferta de los supermercados de Ibarra una proyección de 18000 unidades.

Considerando un análisis entre oferta y demanda se determinó que para el 2019 existe una demanda insatisfecha anual de 809.964 unidades.

Finalmente, las estrategias que se implementarán en el marketing mix, consistirán en lo siguiente; estrategia del producto, será un envase flexible abre fácil con sellado al vacío, pero con la característica de ser biodegradable; la estrategia de precio será establecerlo en el mercado, con descuentos del 20% trimestrales y el obsequiar un producto de menor tamaño por la compra de la pulpa de 500gr, la plaza se distribuirá el producto a través de los canales de supermercados y mercados locales; y se promocionará el producto aplicando marketing digital por medio de redes

sociales y marketing directo en las promociones y ofertas en los establecimiento en que se piensa colocar el producto y de forma “face to face” a nuestros clientes.

## **4.2. Estudio Técnico**

### ***4.2.1. Introducción***

El estudio técnico tiene como objetivo realizar un análisis de la localización óptima del proyecto para el procesamiento como para su distribución, el tamaño de la planta necesaria para la satisfacción de la demanda, la ingeniería para la determinación de los diferentes costos que implica la realización del proyecto.

### ***4.2.2 Objetivos***

#### ***4.2.2.1. Objetivo general***

Determinar la viabilidad técnica del proyecto en relación a localización, tamaño, ingeniería del proyecto y las inversiones necesarias para la ejecución.

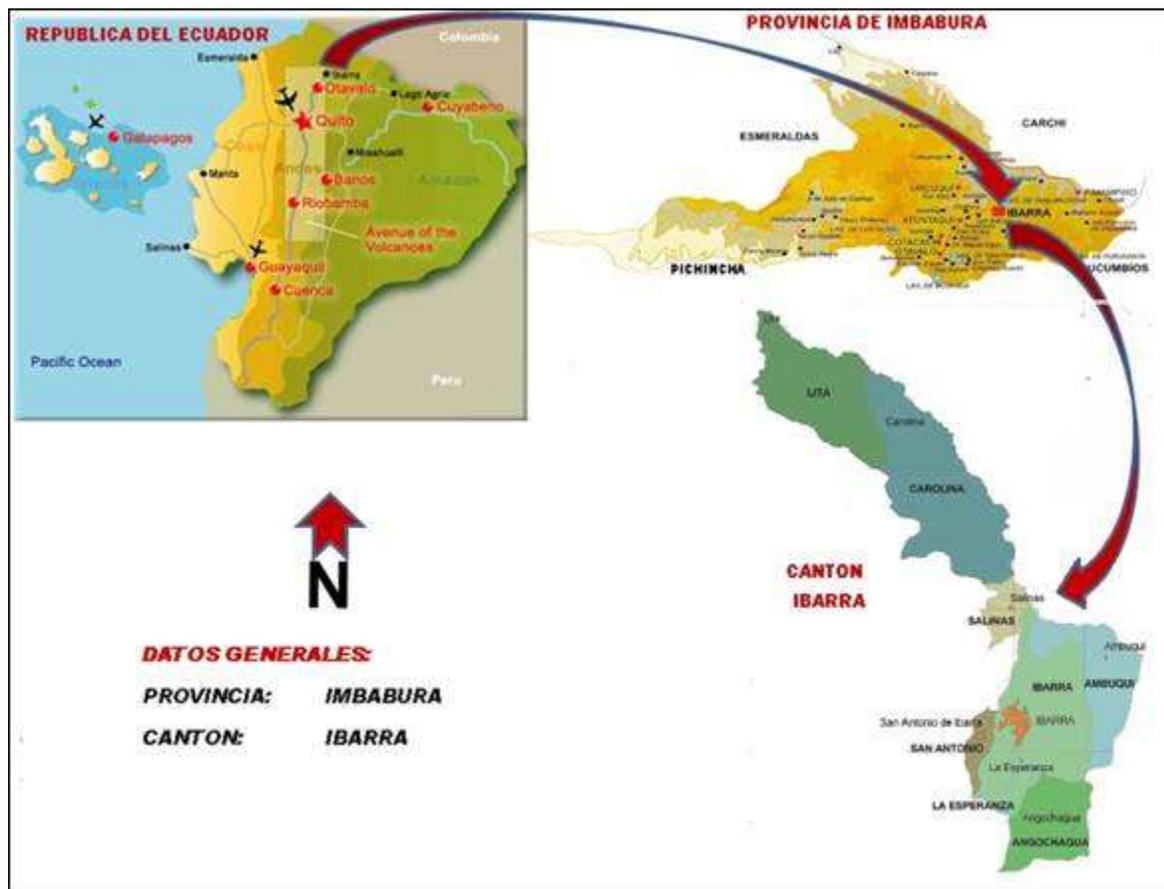
#### ***4.2.2.2. Objetivos Específicos***

- Determinar la localización adecuada para la implementación de la planta procesadora de pulpa de ASOPROGUAN.
- Determinar el tamaño y capacidad de la procesadora.
- Presentar la distribución y diseño de la infraestructura física de la planta procesadora
- Establecer los procesos de producción para la transformación de la guanábana en pulpa.
- Identificar, determinar y describir el equipamiento necesario.
- Determinar el presupuesto de inversión para el buen funcionamiento del negocio.

### 4.2.3. Localización del proyecto

#### 4.2.3.1. Macrolocalización

Figura 29 Mapa de Macrolocalización



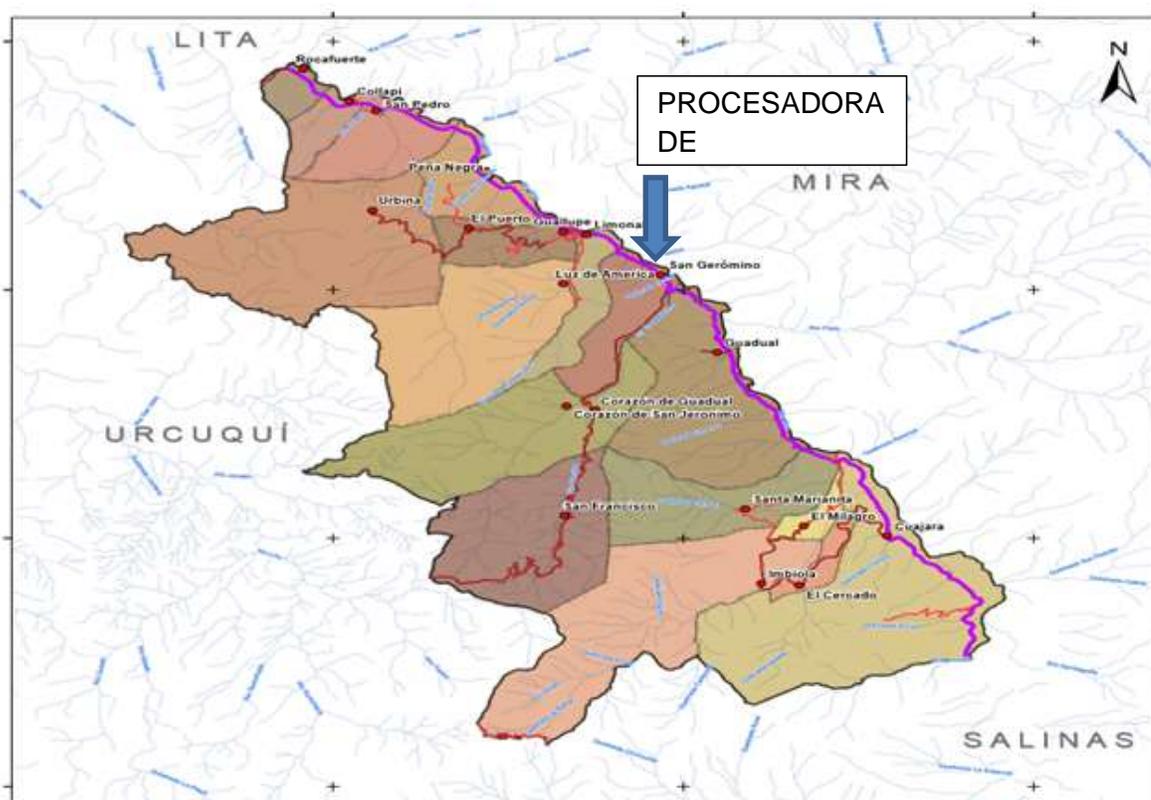
El Cantón Ibarra se encuentra ubicado en la provincia de Imbabura, con su cabecera cantonal “Ciudad de Ibarra”. Ibarra se encuentra denominada como Ciudad Blanca a la que siempre se vuelve. Quien llegue a Ibarra disfrutará de un ambiente plácido y paisajes ensoñadores podrá, recrear la mente y la vista en sus parques, plazas, iglesias, museos, lugares tradicionales, lagunas, cascadas, cerros y deleitar su paladar con su deliciosa comida tradicional.

Dentro del Cantón Ibarra se encuentran parroquias urbanas y rurales de las que podemos mencionar a 5 urbanas: San Francisco, Alpachaca, El Sagrario, Priorato y Caranqui; y 7 parroquias rurales: La Esperanza, Ambuquí, Angochagua, La Carolina, Lita, Salinas y San Antonio.

La Carolina parroquia que genera alternativas de desarrollo económicas basadas en la calidez de su gente, geografía y clima: en general se cuentan con varios atractivos turísticos.

#### 4.2.3.2. Micro localización

*Figura 30 Mapa de Micro localización*



Para el establecimiento de la zona específica donde se ubicará la procesadora de ASOPROGUAN, se ha realizado un análisis de micro localización, para lo cual; de las 17 comunidades que se encuentran dentro de la Parroquia La Carolina se ha escogido 3 (San Gerónimo, El Guadal y El Limonal) debido a que son las más cercanas a la vía que conecta

Ibarra con la Parroquia La Carolina y disponen de los factores adecuados para la procesadora.

Los factores que se consideraron para establecer el sector en el cual se implementará la procesadora son los siguientes:

- Disponibilidad de materia prima
- Accesibilidad
- Costo del Terreno
- Servicios Básicos
- Cercanía al mercado meta
- Infraestructura

**Disponibilidad de materia prima:** La materia prima se encuentra a una distancia de 30min de la procesadora.

**Accesibilidad:** El análisis de este aspecto permite determinar que las vías de acceso se encuentran en óptimas condiciones, lo que permite el fácil traslado de la materia prima y del producto elaborado al mercado.

**Costo del Terreno:** Se identificó que el terreno en el cual se pretende construir la procesadora posee un costo menor, lo cual es beneficioso porque sirve para amortiguar la inversión fija.

**Servicios Básicos:** Este aspecto es de suma importancia y como ya se mencionó en el diagnóstico la energía eléctrica, agua potable, alcantarillado, teléfono de la Parroquia la Carolina dispone de excelentes servicios básicos que se encuentran en constante mantenimiento por parte de las autoridades del Cantón.

**Cercanía al Mercado Meta:** La procesadora se encuentra ubicada a 30min del mercado meta que viene a ser el Cantón Ibarra.

**Infraestructura:** La ubicación del terreno en donde se pretende construir la procesadora dispone se encuentra en un punto medio para recibir la materia prima y trasladar la pulpa, de igual forma al encontrarse en un sector con clima tropical permite que el centro de acopio de las guanábanas se conserve en buen estado para ser procesadas.

Para facilitar la elección de una de las tres alternativas, se procedió a la elaboración y análisis de la matriz de criterios de selección de alternativas, para lo cual otorgaremos una calificación en la escala de 1-10 en la cual 10 es el valor más alto y 1 el valor más bajo, adicionalmente se obtendrá un peso ponderado dependiendo de la importancia del factor, obteniendo la siguiente matriz:

**Tabla 21** Matriz de criterios de selección de alternativas

Nº	FACTOR RELEVANTE	PESO	ALTERNATIVAS					
			SAN GERÓNIMO		EL GUADAL		EL LIMONAL	
			Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
1	Disponibilidad de materia prima	30%	5	1,5	3	0,9	3	0,9
2	Vialidad	20%	4	0,8	2	0,4	4	0,8
3	Costo del Terreno	10%	2	0,2	3	0,3	2	0,2
4	Servicios Básicos	10%	4	0,4	3	0,3	3	0,3

<b>5</b>	Cercanía al mercado meta	<b>20%</b>	3	0,6	1	0,2	3	0,6
<b>6</b>	Infraestructura	<b>10%</b>	5	0,5	3	0,3	2	0,2
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>4,00</b>		<b>2,40</b>		<b>3,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

Tras haber elaborado la matriz de criterio de selección de alternativas, se observa que la primera alternativa (San Gerónimo) es la opción más favorable, ya que esta comunidad cuenta con las siguientes características que hace que posea ventajas frente a las demás alternativas, como:

- Accesibilidad para la adquisición de materia prima por las vías en perfecto estado.
- Costo del terreno más económico.
- Área para futuras ampliaciones
- Cuenta con todos los servicios básicos, adecuadas vías de acceso y transporte.
- Se encuentra ubicada a poca distancia del cantón Ibarra, lugar donde se encuentra nuestro mercado meta determinado en el estudio de mercado.

Estos factores, convierten a la opción de San Gerónimo en la ubicación idónea para establecer la procesadora de pulpa.

Por lo que la procesadora ASOPROGUAN estará ubicada en Ecuador, provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia La Carolina, comuna San Gerónimo.

#### ***4.2.4. Tamaño del Proyecto***

El tamaño de un proyecto se determina por el volumen de bienes que se producen o por el número de servicios que se ofrecen en el año, especificando las horas trabajadas en el día y el número de días.

Los factores que se deben considerar para la fijación del tamaño del proyecto son los siguientes:

#### **4.2.4.1. El Mercado**

Es el que define la cantidad de producto que será colocada en el mercado durante la vida útil del proyecto, al igual que sus precios. Todo esto dependiendo de la competencia, su nivel de participación en el mercado y las diferentes estrategias que implementan.

La demanda del mercado a satisfacer de pulpa de guanábana a la ciudad de Ibarra, de acuerdo al estudio de mercado, existe una demanda significativa que se puede aprovechar.

**Tabla 22 Demanda del Mercado**

<b>Año</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Frecuencia de Compra</b>	<b>Demanda Efectiva en Unidades</b>	<b>Presentación</b>
1	23079	36	830844	500 grs
2	23609	36	849916	500 grs
3	24151	36	869427	500 grs
4	24705	36	889385	500 grs
5	25272	36	909801	500 grs

**Fuente:** Estudio de Mercado

**Elaborado:** Autoras

#### 4.2.4.2. Tecnología

Los tamaños estandarizados son aquellos que mayormente se utilizan en la producción de bienes, para el desarrollo de este proyecto es necesario contar con maquinaria especializada en extracción de pulpa y se necesita los siguientes:

- **Lavadora de cepillos:** Equipo netamente de acero inoxidable, con sus respectivas llovederas a presión y sus cepillos en movimiento que se encargan de desinfectar y lavar a presión las guanábanas.
- **Mesa de selección:** Mesa de acero inoxidable con rodillos para mejor manejo de la fruta, donde se colocarán las guanábanas para proceder a seleccionarlas.
- **Despulpadora:** Esta máquina es la encargada de despulpar y refinar la carne de la guanábana, será una despulpadora con cortadora y refinadora incorporada, con paletas mecánicas, de fibra o caucho y cepillos de nylon, de acero inoxidable. Despulpa cualquier clase de frutas - se diseñan máquinas para un despulpado de 300 a 800 kg/hora
- **Empacadora de Pulpas:** Es ampliamente utilizado para el embalaje de diversos tipos de líquido, utiliza película de PE laico solo para el material de embalaje. Es automático para la radiación ultravioleta, esterilización, impresión de códigos, precisamente llenado, y sincronización con sellado y corte.
- **Molino Coloidal:** se lo utiliza para el proceso de la homogenización que está formado por dos conos que trabajan a altas revoluciones por minuto.
- **Marmita:** se la utiliza en el proceso de escaldado, desairado y pasteurización, mediante la destrucción de organismos patógenos, su proceso consiste en un calentamiento seguido de un enfriamiento.

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

#### **4.2.4.3. El Financiamiento**

El proceso productivo puede implicar un tamaño que la capacidad financiera del inversionista no pueda asumir o sustentar financieramente mediante garantías hipotecarias. Depende de la modalidad de financiamiento que se vaya aplicar.

Generalmente a mayor tamaño, mayor inversión y a mayor inversión, mayores necesidades de financiamiento. Para la selección de un tamaño apropiado se debe considerar bajos costos financieros y plazos oportunos.

<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>MONTO</b>
CFN	9,99%	\$250.000,00
BanEcuador	11%	\$59.100,00

#### **Requisitos CFN**

- Solicitud de financiamiento
- Solicitud de Financiamiento Garante o Codeudor Persona Jurídica
- Solicitud de Financiamiento Garante o Codeudor Persona Natural
- Solicitud de Factoring
- Carta de Autorización a Terceros
- Contenido Plan de Negocios (Ampliación)
- Contenido Plan de Negocios (Proyecto nuevo)
- Carta de Propuesta de Garantías

- Formulario Ambiental y Social
- Detalle de Inversiones Ejecutadas
- Detalle de los activos fijos libres de Gravamen
- Detalle de los proveedores totales de la compañía
- Autorización para Verificación Crediticia-Accionistas
- Detalle de Proformas
- Detalle de Personal Operativo

#### **Requisitos BanEcuador**

- Presentación de la cédula de ciudadanía o identidad y del certificado de votación del solicitante, cónyuge o conviviente.
- Presentación del RUC o RISE del solicitante.
- Copia de la planilla de cualquier servicio básico con una antigüedad no mayor a tres meses de la fecha de presentación de la solicitud de crédito.

#### ***4.2.4.4. Disponibilidad de Recursos***

La disponibilidad de materia prima es un factor de gran importancia en la determinación de la capacidad de producción, por lo que es necesario adquirir la cantidad adecuada para la venta y así poder ofrecer al cliente productos de buena calidad y que satisfaga sus necesidades o gustos.

Los principales proveedores serán los 28 socios de la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte “ASOPROGUAN”, considerando una ventaja debido a la distancia y tiempo de entrega, ya que sus plantaciones se encuentran a 30 minutos de distancia a la planta procesadora, además cuentan con 25 hectáreas con un aproximado de 240 plantas con

diferentes años de vida, con esto podremos ofrecer al cliente productos de buena calidad y que cumplan con las expectativas del consumidor.

La materia que será utilizada se considerará de acuerdo a la capacidad instalada a un precio de \$1,25 el kilo, además se ha determinado por parte de la asociación que existe un desperdicio de 350 gramos en cada kilo despulpado.

**Tabla 23 Materia Prima**

	OPERACIÓN									
Año	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Producción	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	100%	100%
Unidades 500gr	242.989	331.423	423.788	520.219	620.855	725.836	835.309	949.427	971.221	993.515

**Fuente:** Presidente Asociación

La maquinaria que se utilizará para el proceso productivo se obtendrá de la empresa PROINGAL, ubicada en la ciudad de Quito, por la cercanía y confianza que brinda la misma. De igual manera lo que compete a insumos de oficina se obtendrá del establecimiento ubicado en Quito, el equipo de cómputo se comprará en WordComputer ubicado en la ciudad de Ibarra; los insumos por factibilidad de transporte se los comprará en la misma provincia.

**Tabla 24 Empaques**

	Años									
Descripción	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Unidades	242.989	331.423	423.788	520.219	620.855	725.836	835.309	949.427	971.221	993.515
Empaque	\$ 0,015	\$ 0,015	\$ 0,015	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,017	\$ 0,017
<b>TOTAL</b>	\$3.644,84	\$5.033,06	\$6.515,64	\$8.097,55	\$9.783,98	\$11.580,37	\$13.492,43	\$15.526,11	\$16.079,69	\$16.653,02

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.2.4.5. Capacidad instalada

Para la determinación de la capacidad instalada se ha considerado una producción de 242.989 unidades anuales, enfocada en un 30% de la demanda efectiva esta se la determina en base a la aplicación de un plan de marketing que al ser una empresa nueva en el mercado necesita ser conocida y posicionada, para los siguientes años se incrementará un 10% de la producción con la implementación de campañas masivas de marketing que permitan cubrir el 100% de la demanda efectiva.

**Tabla 25** Capacidad Instalada

OPERACIÓN									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	100%	100%
242.989	331.423	423.788	520.219	620.855	725.836	835.309	949.427	971.221	993.515

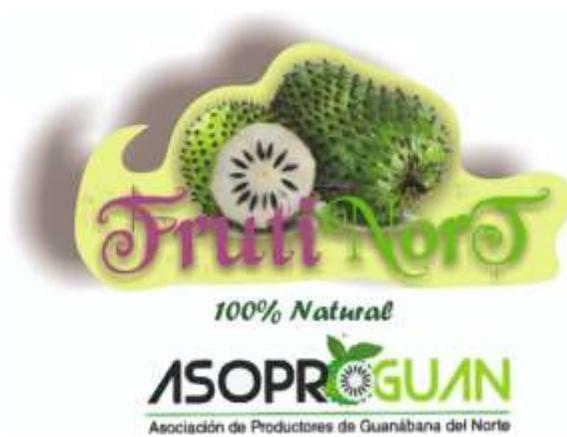
**Elaborado por:** Autoras

#### 4.2.5. Ingeniería del proyecto

Mediante la Ingeniería del Proyecto se podrá identificar y definir los procesos que se desarrollarán en la procesadora ASOPROGUAN, la infraestructura física y todos los recursos necesarios para el adecuado funcionamiento de la procesadora.

#### 4.2.5.1. Diseño y descripción técnica del producto

**Figura 31** Logotipo del producto



**Fuente:** Autoras

El producto se denominará FRUTI NORT porque una de las características que resalta la asociación es que pertenecer al sector norte del país, ya que es allí donde se encuentra la materia prima y la procesadora; de igual forma el logotipo se caracteriza por poseer una guanábana ya que este es el producto estrella, el nombre no tiene referencia a esa fruta puesto que ASOPROGUAN planea en un futuro extender los sabores de la pulpa, de igual manera es una forma de abrirles mercado, ya que al especificar el nombre con la fruta y la pulpa estamos sentenciando a la asociación a que únicamente oferte ese producto.

Será envasada en fundas de plástico con abre fácil, la ventaja de este envase es que es biodegradable de esta forma se está contribuyendo al cuidado del medio ambiente y se colabora con la comodidad de los clientes, ya que según la encuesta aplicada las personas prefieren este tipo de empaque.

Toda presentación del producto se encontrará con el peso de 500gr ya que es el peso que se suele comercializar y según la encuesta es de mayor preferencia para los consumidores.

El producto será promocionado a través del marketing digital, es decir, mediante redes sociales, en este caso Facebook e Instagram, como se muestra en el estudio de mercado, ya que son canales que no se encuentran promocionando este tipo de productos, de igual manera se pretende promocionarlo mediante un marketing directo, es decir, por carteles en los locales de nuestros compradores y dando a conocer el producto de forma interactiva con el uso de carritos en carreras y parques que la gente frecuente a realizar deportes o convivencia en familia, ya que mediante la encuesta aplicada se determinó que el producto se promociona a través de recomendaciones entre amigos y familiares. Hay que destacar que se busca una promoción sutil, sin necesidad que se exponga el producto directo, sino más bien el resultado del mismo. Además, se realizarán campañas masivas para dar conocer el producto, su excelente sabor y los beneficios para la salud en la prevención del cáncer.

**Tabla 26 Información Nutricional**

Tamaño por porción	100g
Porciones por envase	5
Cantidad por porción	Calorías 40
	% Valor Diario*
Grasa Total 0g	0%
Grasa Saturada 0g	0%
Colesterol 0mg	0%
Carbohidratos totales 10g	3%
- Azúcares 8 g	
- Fibra Dietética 2g	8%

Proteínas 0g	0%
Vitamina C	100%
Calcio	2%
Hierro	5%

#### ***4.2.5.2 Proceso productivo***

Para la elaboración de una pulpa de excelencia se realiza el siguiente proceso:

**Recepción:** Para la recepción existirán dos personas y el conductor del camión, estas mismas personas son las responsables de chequear que la pulpa de guanábana llegue a la procesadora en el tiempo acordado, el estado y calidad de la fruta. Posteriormente, será almacenada en el centro de acopio de las instalaciones.

**Selección:** En este paso se procede a dividir la fruta entre verde y madura, se realizará en las mesas de selección industriales, después se depositarán en diferentes recipientes según su clasificación. Así se determina la fruta para ya procesarla y la que debe continuar en proceso de maduración.

**Lavado:** Se procede a limpiar la fruta para eliminar todas las impurezas se prosigue a depositar la fruta en la lavadora de cepillos.

**Transformación:** De forma manual los operarios proceden a extraer solo la carne de la pulpa.

**Escalado:** Consiste en someter a la carne de la guanábana a un calentamiento corte y luego a un enfriado, esto se lo realiza en la marmita. La finalidad de este proceso es ablandar un poco la fruta y aumentar el rendimiento de la pulpa; también se reduce un poco la carga microbiana, además de ayudar a volver inactivas las enzimas que producen cambios tanto en el color, como en el aroma y sabor de la pulpa.

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

**Despulpado o extracción de la pulpa:** Para una adecuada extracción de pulpa, se procede a depositar la carne de la guanábana en la máquina despulpadora, la cual tiene como función separar la pulpa de los demás residuos, como pueden ser semillas o cáscaras. Inmediatamente luego de obtener la pulpa, ésta se cubre o se envía por tubería, desde la salida de la despulpadora hasta un tanque de almacenamiento.

**Refinado:** La pulpa extraída se coloca en molino coloidal para una reducción del tamaño, lo que permite obtener una pulpa más homogénea y, por lo tanto, con mejor apariencia y mayor calidad.

**Pasteurizado:** Se coloca la pulpa ya refinada en la marmita para calentar la pulpa de esta forma se disminuye los microorganismos y desactivar las enzimas que modifican el sabor. Para el procedimiento se utiliza la marmita para calentar la pulpa a una temperatura de 72° C durante 15 segundos.

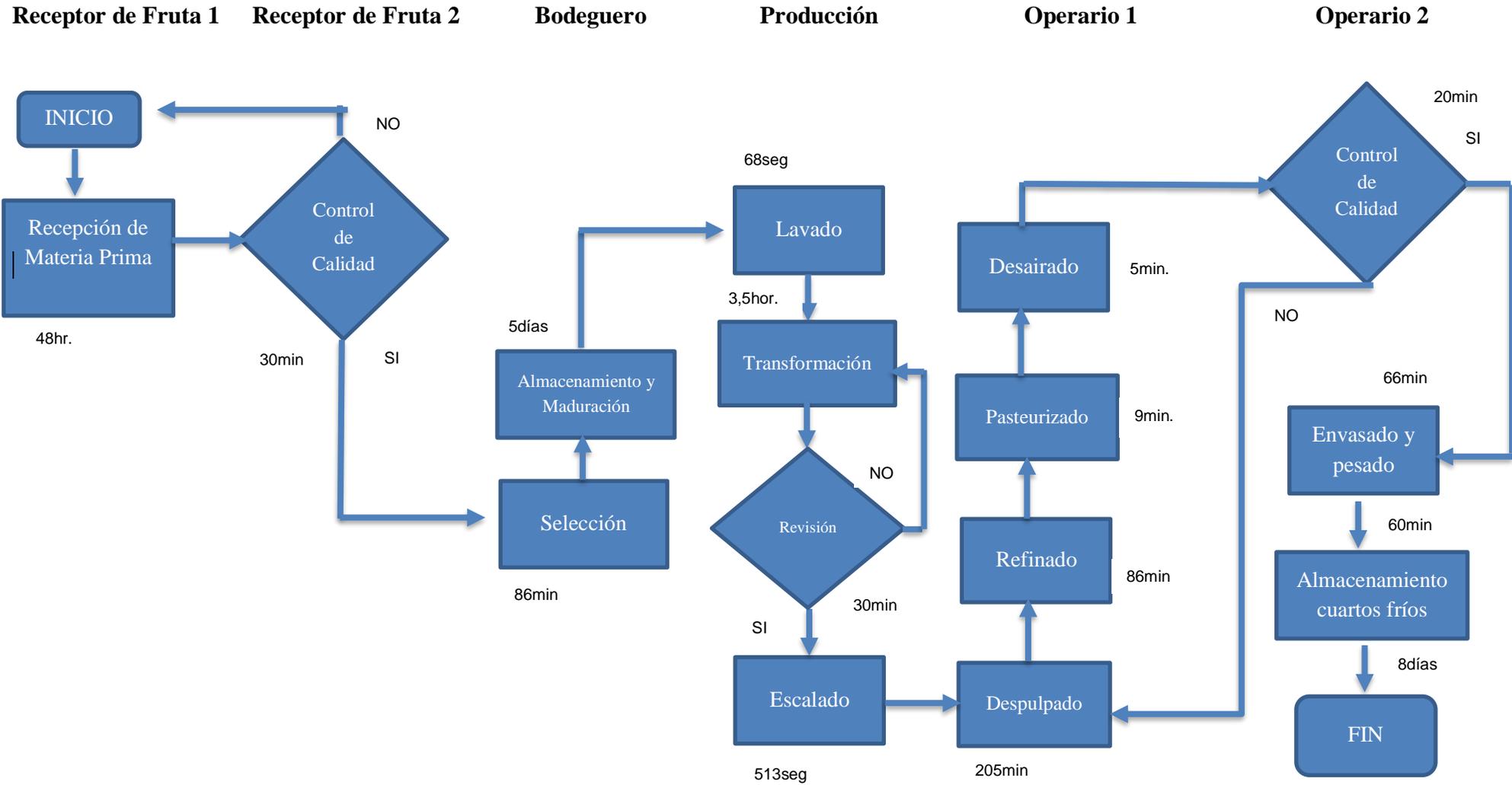
**Desairado:** Durante este proceso lo que se busca es eliminar parte del aire involucrado en los procesos anteriores. Se consigue cuando se deja caer poca pulpa por las paredes de la marmita.

**Envasados y pesado:** Finalmente se proceda a depositar toda la pulpa ya procesada en la envasadora de pulpas, para proceder a envasar la pulpa. Luego se procede a pesar las fundas, que contendrán 500 gramos y, a continuación, al sellado, que se realiza en forma manual.

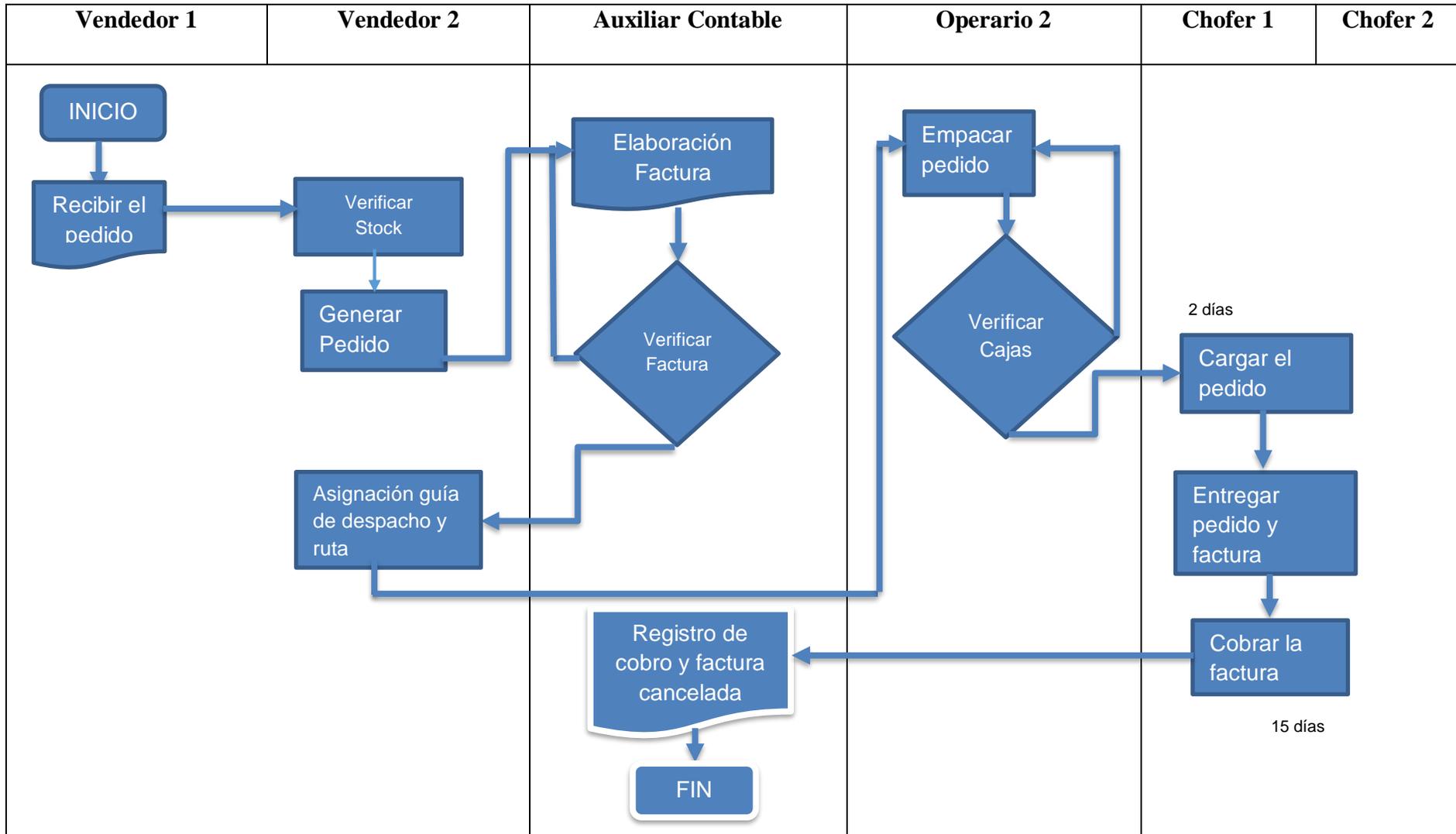
**Almacenamiento en cuartos fríos:** Al ser pulpa congelada lo que se oferta se procede a depositar cada funda de pulpa de guanábana en un congelador industrial, en el que su temperatura debe oscilar entre los 10 y 20°C, para conservar las propiedades organolépticas de la fruta.



Figura 32 Flujograma del proceso de producción



**Figura 33** Flujograma del Proceso de Venta



#### 4.2.5.2.1. Selección de Tecnología

**Tabla 27 Tecnología**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>1</b>	Lavadora de cepillos	\$5.200,00	\$5.200,00
<b>3</b>	Mesa de selección	\$750,00	\$2.250,00
<b>1</b>	Despulpadora	\$3.500,00	\$3.500,00
<b>1</b>	Empacadora de Pulpas	\$16.000,00	\$16.000,00
<b>1</b>	Molino Coloidal	\$7.900,00	\$7.900,00
<b>1</b>	Marmita	\$5.900,00	\$5.900,00
<b>2</b>	Congelador industrial	\$265,00	\$530,00
<b>1</b>	Estanterías	\$95,00	\$95,00
<b>Total</b>			<b>\$41.375,00</b>

#### 4.2.5.2.2. Disposición de la Planta

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

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

**Tabla 28 Disposición de la planta**

<b>Nº</b>	<b>AREA</b>	<b>M</b>
1	Administración	4,52x4,52
2	Contabilidad	2,11x4,52
3	Vestidores	6,23x3,26
4	Baños	3x2
5	Receptor de materia prima	4,41x3,75

6	Centro de acopio	3,74x4x72
7	Área de producción	8x8
8	Cuarto frío	4x4
9	Carga producto	4x5

**Elaborado:** Autoras

Se ha considerado la siguiente distribución de la planta, pensando en el número de habitaciones que se necesita para una adecuada función dentro de la procesadora.

**Figura 34** Diseño de la planta procesadora



**Elaborado por:** Autoras

#### 4.2.5.3 Inversiones del Proyecto

La inversión dentro del proyecto está representada por los activos fijos, que puede ser tangibles e intangibles y capital de trabajo como se detalla a continuación:

#### **4.2.5.3.1. Inversiones Fijas**

##### *4.2.5.3.1.1. Inversiones Tangibles*

Se encuentra representada por los activos necesarios para la producción, distribución y comercialización de la pulpa de guanábana y son las siguientes:

##### *4.2.5.3.1.1.1. Terreno*

Espacio en el cuál será construida la planta procesadora que cuenta con un área de 3 hectáreas el cual fue adquirido por parte de los socios en un valor de \$60.000,00

##### *4.2.5.3.1.1.2. Obras civiles e instalaciones*

Para realizar las diferentes actividades de procesamiento de guanábana es necesario ejecutar la inversión en las instalaciones en donde funcionará la planta procesadora.

**Tabla 29 Obra Civil**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Área Administrativa	\$5000,00
Área de Producción	\$20,000,00
Área de Maduración	\$ 5000,00
Área de Acopio	\$10.000,00
Bodega	\$10.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$50.000,00</b>

#### 4.2.5.3.1.1.3. Vehículo

Destinado para el transporte de la pulpa congelada a la ciudad de Quito, lugar de recepción de las cadenas de Corporación la Favorita y Santa María y el transporte a los diferentes supermercados de la ciudad de Ibarra.

**Tabla 30 Vehículo**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>2</b>	Camioneta Mazda	\$16.500,00	\$33.000,00
			\$33.000,00

**Fuente:** Incauto

#### 4.2.5.3.1.1.4. Materiales y Equipos

Los materiales destinados para el procesamiento de pulpa serán los siguientes:

**Tabla 31 Equipo de producción**

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>1</b>	Lavadora de cepillos	\$5.200,00	\$5.200,00
<b>3</b>	Mesa de selección	\$750,00	\$2.250,00
<b>1</b>	Despulpadora	\$3.500,00	\$3.500,00
<b>1</b>	Empacadora de Pulpas	\$16.000,00	\$16.000,00
<b>1</b>	Molino Coloidal	\$7.900,00	\$7.900,00
<b>1</b>	Marmita	\$5.900,00	\$5.900,00
<b>2</b>	Congelador industrial	\$265,00	\$530,00
<b>1</b>	Estanterías	\$95,00	\$95,00
<b>Total</b>			<b>\$41.375,00</b>

**Fuente:** PROINGAL

#### 4.2.5.3.1.1.5. Muebles y enseres

Muebles y enseres utilizados en las diferentes áreas de la planta procesadora y serán los siguientes:

**Tabla 32** Muebles y enseres

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>5</b>	Sillas	\$15,00	\$75,00
<b>2</b>	Mesa Sencilla	\$75,00	\$150,00
<b>2</b>	Estanterías	\$95,00	\$190,00
<b>Total</b>			<b>\$415,00</b>

**Fuente:** megamobilier.com

#### 4.2.5.3.1.1.6. Equipo de Oficina

Implementos utilizados en las oficinas de administración y serán los siguientes:

**Tabla 33** Equipo de oficina

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>1</b>	Escritorio gerencial	\$195,00	\$195,00
<b>1</b>	Mesas auxiliares	\$50,00	\$50,00
<b>2</b>	Sillón ejecutivo	\$54,00	\$108,00
<b>5</b>	Sillas de visitas	\$15,00	\$75,00
<b>1</b>	Caja registradora	\$989,00	\$989,00
<b>Total</b>			<b>\$1.417,00</b>

**Fuente:** megamobilier.com

#### 4.2.5.3.1.1.7. Equipo de Cómputo

Equipos necesarios para el uso del área administrativa, que permita el control de cada uno de los movimientos económicos de la empresa y son los siguientes:

**Tabla 34** Equipo de cómputo

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>2</b>	Computadora All In One Táctil Bematech SB10	\$700,00	\$1.400,00
<b>1</b>	Router TP-Link TL-WR840N	\$16,00	\$16,00
<b>1</b>	Impresora WIFI con Tinta Continua Original CANON	\$179,90	\$179,90
<b>Total</b>			<b>\$1.595,90</b>

**Fuente:** WorldComputer.com

#### **4.2.5.3.1.2. Inversiones Intangibles**

Gastos necesarios que no tienen exposición física, pero son necesarios para el funcionamiento de la empresa.

##### **4.2.5.3.1.2.1. Gastos de Constitución**

Gastos necesarios para la formalización de la empresa como son permisos municipales, bomberos, ambientales y demás gastos necesarios para la operación de la procesadora.

**Tabla 35** Gastos de Constitución

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Gastos de constitución	\$ 300,00
Patente municipal	\$ 80,00
Permiso funcionamiento	\$ 300,00
Registros y plan de manejo ambiental	\$ 500,00
Permiso de bomberos	\$ 50,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.230,00</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

##### **4.2.5.3.1.2.2. Intereses Preoperativos**

Comprende los gastos de intereses del préstamo recibido para la compra de los materiales, maquinaria y equipos destinados a la producción y procesamiento de la pulpa de

guanábana, crédito CFN JUNTOS que financia proyectos de emprendimiento dirigidos por un grupo desde 2 personas hasta 5 personas naturales, de nacionalidad ecuatoriana, en relación de dependencia y/o que realicen actividades empresariales o en libre ejercicio profesional, asociadas bajo la figura de un Consorcio Mercantil. (CFN, 2019)

**Tabla 36** *Intereses preoperativos*

<b>AÑO</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>SALDO</b>
0				\$83.000,00
1	\$24.891,70	8291,70	\$16.600,00	\$66.400,00
2	\$23.233,36	6633,36	\$16.600,00	\$49.800,00
3	\$21.575,02	4975,02	\$16.600,00	\$33.200,00
4	\$19.916,68	3316,68	\$16.600,00	\$16.600,00
5	\$18.258,34	1658,34	\$16.600,00	\$0,00

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.2.5.3.1.2.3. *Gastos de Instalación y Montaje*

Entiende los gastos de fijación de maquinaria y equipos adquiridos para el procesamiento de la fruta.

**Tabla 37** *Gastos de Instalación y Montaje*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Remuneración</b>	<b>Total</b>
Albañil	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Plomero	1	\$ 150,00	\$ 150,00
		<b>Total</b>	\$300,00

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autoras

**Inversiones fijas del proyecto***Tabla 38 Inversiones fijas*

<b>DETALLE</b>	<b>V. TOTAL</b>
Intangibles	\$9.821,70
Infraestructura	\$50.000,00
Maquinaria y Equipo	\$41.375,00
Equipo de oficina	\$1.417,00
Muebles y enseres	\$415,00
Vehículo	\$33.000,00
Equipos de computo	\$1.595,90
<b>Total Inv. Fija</b>	<b>\$137.624,60</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.2.5.4. Gastos de Operación

##### 4.2.5.4.1. Gastos Administrativos

Corresponde a los gastos correspondientes a remuneraciones, servicios básicos y suministros y materiales del área administrativa como se detalla a continuación:

##### 4.2.5.4.1.1 Remuneraciones

**Tabla 39 Remuneraciones Administrativos**

PROYECCIÓN SUELDO ADMINISTRATIVOS										
SUELDO	AÑO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Administrador	\$ 550,00	\$ 565,12	\$ 580,66	\$ 596,62	\$ 613,02	\$ 629,88	\$ 647,19	\$ 664,98	\$ 683,27	\$ 702,05
Auxiliar Contable	\$ 400,00	\$ 411,00	\$ 422,30	\$ 433,91	\$ 445,83	\$ 458,09	\$ 470,69	\$ 483,63	\$ 496,92	\$ 510,58
<b>SBU MENSUAL</b>	<b>\$ 950,00</b>	<b>\$ 976,12</b>	<b>\$ 1.002,95</b>	<b>\$ 1.030,53</b>	<b>\$ 1.058,86</b>	<b>\$ 1.087,97</b>	<b>\$ 1.117,88</b>	<b>\$ 1.148,61</b>	<b>\$ 1.180,19</b>	<b>\$ 1.212,63</b>
<b>SBU ANUAL</b>	<b>\$ 11.400,00</b>	<b>\$11.713,41</b>	<b>\$12.035,43</b>	<b>\$12.366,31</b>	<b>\$12.706,29</b>	<b>\$13.055,61</b>	<b>\$13.414,53</b>	<b>\$13.783,32</b>	<b>\$14.162,26</b>	<b>\$14.551,60</b>
Décimo Tercero	\$ 950,00	\$ 976,12	\$ 1.002,95	\$ 1.030,53	\$ 1.058,86	\$ 1.087,97	\$ 1.117,88	\$ 1.148,61	\$ 1.180,19	\$ 1.212,63
Décimo Cuarto	\$ 800,00	\$ 821,99	\$ 844,59	\$ 867,81	\$ 891,67	\$ 916,18	\$ 941,37	\$ 967,25	\$ 993,84	\$ 1.021,17
Fondos de Reserva	\$ 950,00	\$ 976,12	\$ 1.002,95	\$ 1.030,53	\$ 1.058,86	\$ 1.087,97	\$ 1.117,88	\$ 1.148,61	\$ 1.180,19	\$ 1.212,63
Vacaciones	\$ 475,00	\$ 488,06	\$ 501,48	\$ 515,26	\$ 529,43	\$ 543,98	\$ 558,94	\$ 574,31	\$ 590,09	\$ 606,32
Aporte Patronal	\$1.271,10	\$ 1.306,05	\$1.341,95	\$ 1.378,84	\$ 1.416,75	\$ 1.455,70	\$ 1.495,72	\$ 1.536,84	\$ 1.579,09	\$ 1.622,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$15.846,10</b>	<b>\$16.281,74</b>	<b>\$16.729,36</b>	<b>\$17.189,28</b>	<b>\$17.661,85</b>	<b>\$18.147,41</b>	<b>\$18.646,32</b>	<b>\$19.158,94</b>	<b>\$19.685,66</b>	<b>\$20.226,86</b>

Elaborado por: Autoras

## 4.2.5.4.1.2 Servicios Básicos

**Tabla 40** Servicios básicos administrativos

Descripción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Luz	\$ 240,00	\$ 242,98	\$ 246,00	\$ 249,05	\$ 252,14	\$ 255,27	\$ 258,44	\$ 261,65	\$ 264,90	\$ 268,19
Agua	\$ 360,00	\$ 364,47	\$ 368,99	\$ 373,58	\$ 378,21	\$ 382,91	\$ 387,66	\$ 392,48	\$ 397,35	\$ 402,28
Teléfono e internet	\$ 141,60	\$ 143,36	\$ 145,14	\$ 146,94	\$ 148,76	\$ 150,61	\$ 152,48	\$ 154,37	\$ 156,29	\$ 158,23
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 741,60</b>	<b>\$ 750,81</b>	<b>\$ 760,13</b>	<b>\$ 769,57</b>	<b>\$ 779,12</b>	<b>\$ 788,79</b>	<b>\$ 798,58</b>	<b>\$ 808,50</b>	<b>\$ 818,54</b>	<b>\$ 828,70</b>

Elaborado por: Autoras

## 4.2.5.4.1.3 Equipo de Oficina

**Tabla 41** Equipo de oficina

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Escritorio gerencial	\$195,00	\$195,00
1	Mesas auxiliares	\$50,00	\$50,00
2	Sillón ejecutivo	\$54,00	\$108,00
5	Sillas de visitas	\$15,00	\$75,00
1	Caja registradora	\$989,00	\$989,00
<b>Total</b>			<b>\$1.417,00</b>

Elaborado por: Autoras

#### 4.2.5.4.2. Gastos de Ventas

Corresponde a los diferentes gastos para la venta y distribución de la pulpa tanto a los supermercados como las cadenas de Santa María y Corporación La Favorita.

##### 4.2.5.4.2.1. Remuneraciones

**Tabla 42 Remuneraciones de ventas**

PROYECCIÓN SUELDO VENTAS										
SUELDO	AÑO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vendedor 1	\$ 500,00	\$ 513,75	\$ 527,87	\$ 542,38	\$ 557,29	\$ 572,61	\$ 588,36	\$ 604,53	\$ 621,15	\$ 638,23
Vendedor 2	\$ 501,00	\$ 514,77	\$ 528,93	\$ 543,47	\$ 558,41	\$ 573,76	\$ 589,53	\$ 605,74	\$ 622,39	\$ 639,50
Chofer 1	\$ 400,00	\$ 411,00	\$ 422,30	\$ 433,91	\$ 445,83	\$ 458,09	\$ 470,69	\$ 483,63	\$ 496,92	\$ 510,58
Chofer 2	\$ 401,00	\$ 412,02	\$ 423,35	\$ 434,99	\$ 446,95	\$ 459,24	\$ 471,86	\$ 484,83	\$ 498,16	\$ 511,86
<b>SBU MENSUAL</b>	<b>\$ 1.802,00</b>	<b>\$ 1.851,54</b>	<b>\$ 1.902,44</b>	<b>\$ 1.954,75</b>	<b>\$ 2.008,48</b>	<b>\$ 2.063,70</b>	<b>\$ 2.120,44</b>	<b>\$ 2.178,73</b>	<b>\$ 2.238,63</b>	<b>\$ 2.300,17</b>
<b>SBU ANUAL</b>	<b>\$ 21.624,00</b>	<b>\$22.218,49</b>	<b>\$22.829,32</b>	<b>\$23.456,94</b>	<b>\$24.101,82</b>	<b>\$ 24.764,43</b>	<b>\$25.445,25</b>	<b>\$26.144,79</b>	<b>\$26.863,56</b>	<b>\$27.602,10</b>
Décimo Tercero	\$ 1.802,00	\$ 1.851,54	\$ 1.902,44	\$ 1.954,75	\$ 2.008,48	\$ 2.063,70	\$ 2.120,44	\$ 2.178,73	\$ 2.238,63	\$ 2.300,17
Décimo Cuarto	\$ 800,00	\$ 821,99	\$ 844,59	\$ 867,81	\$ 891,67	\$ 916,18	\$ 941,37	\$ 967,25	\$ 993,84	\$ 1.021,17
Fondos de Reserva	\$ 1.802,00	\$ 1.851,54	\$ 1.902,44	\$ 1.954,75	\$ 2.008,48	\$ 2.063,70	\$ 2.120,44	\$ 2.178,73	\$ 2.238,63	\$ 2.300,17
Vacaciones	\$ 901,00	\$ 925,77	\$ 951,22	\$ 977,37	\$ 1.004,24	\$ 1.031,85	\$ 1.060,22	\$ 1.089,37	\$ 1.119,32	\$ 1.150,09
Aporte Patronal	\$ 2.411,08	\$ 2.477,36	\$ 2.545,47	\$ 2.615,45	\$ 2.687,35	\$ 2.761,23	\$ 2.837,15	\$ 2.915,14	\$ 2.995,29	\$ 3.077,63
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 29.340,08</b>	<b>\$30.146,69</b>	<b>\$30.975,49</b>	<b>\$31.827,06</b>	<b>\$32.702,05</b>	<b>\$33.601,10</b>	<b>\$34.524,86</b>	<b>\$35.474,02</b>	<b>\$36.449,27</b>	<b>\$37.451,33</b>

**Elaborado por:** Autoras

## 4.2.5.4.2.2. Gasto de combustible y mantenimiento Vehículo

**Tabla 43** Gasto de combustible y mantenimiento del vehículo

Descripción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Aceite</b>	\$ 320,00	\$ 323,97	\$ 327,99	\$ 332,07	\$ 336,19	\$ 340,36	\$ 344,59	\$ 348,87	\$ 353,20	\$357,58
<b>Gasolina</b>	\$1.152,00	\$1.166,30	\$ 1.180,78	\$ 1.195,44	\$ 1.210,28	\$1.225,31	\$ 1.240,52	\$ 1.255,92	\$ 1.271,51	\$ 1.287,30
<b>Llantas</b>	\$ 240,00	\$ 242,98	\$ 246,00	\$ 249,05	\$ 252,14	\$ 255,27	\$ 258,44	\$ 261,65	\$ 264,90	\$ 268,19
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.712,00</b>	<b>\$1.733,25</b>	<b>\$ 1.754,77</b>	<b>\$ 1.776,56</b>	<b>\$ 1.798,61</b>	<b>\$ 1.820,94</b>	<b>\$ 1.843,55</b>	<b>\$ 1.866,44</b>	<b>\$ 1.889,61</b>	<b>\$ 1.913,07</b>

Elaborado por: Autoras

#### 4.2.5.4.2.3. Gastos de publicidad

**Tabla 44** Gastos de publicidad

Descripción	Total
Diseño del logo	\$ 50,00
Afiches publicitarios	\$ 5.500,00
Creación páginas en redes sociales	\$ 50,00
Carritos publicitarios	\$ 2.900,00
<b>Total</b>	<b>\$ 8.500,00</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.2.5.5. Capital de Trabajo

El capital de trabajo se determinará para 25 días de trabajo, en el que se considera los costos de producción, gastos de administración y ventas, los mismos que permitir realizar adecuadamente el ciclo productivo.

**Tabla 45** Ciclo productivo

Actividad	Tiempo
Adquisición de materia prima	3
Periodo de maduración	5
Periodo de producción	1
Periodo de congelación	2
Periodo de venta	2
Periodo de carga y distribución	2
Tiempo de venta a crédito	15
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 46 Capital de Trabajo**

FASE	TASA	OPERACIONAL									
AÑO		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materiales e insumos		\$205.022,14	\$283.109,60	\$366.504,83	\$455.487,07	\$550.348,70	\$651.395,86	\$758.949,04	\$873.343,73	\$904.482,79	\$936.732,11
Mano de obra directa		\$40.851,95	\$41.975,05	\$43.129,03	\$44.314,73	\$45.533,03	\$46.784,83	\$48.071,04	\$49.392,60	\$50.750,51	\$52.145,74
Costos generales de fabricación		\$ 8.047,83	\$9.438,83	\$10.924,23	\$12.508,98	\$14.198,30	\$15.997,61	\$17.912,63	\$19.949,31	\$20.505,92	\$21.082,31
Costo operativo		\$929,00	\$940,53	\$952,21	\$964,03	\$976,00	\$988,12	\$1.000,38	\$1.012,80	\$1.025,38	\$1.038,11
<b>1.TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$254.850,91</b>	<b>\$335.464,01</b>	<b>\$421.510,30</b>	<b>\$513.274,82</b>	<b>\$611.056,03</b>	<b>\$715.166,42</b>	<b>\$825.933,09</b>	<b>\$943.698,44</b>	<b>\$976.764,59</b>	<b>\$1.010.998,27</b>
Gastos de administración	2,75%	\$ 16.137,70	\$17.024,58	\$17.488,17	\$17.964,45	\$18.453,76	\$18.956,47	\$19.472,95	\$20.003,57	\$20.548,71	\$21.108,78
Gastos de ventas	2,75%	\$ 39.552,08	\$32.708,74	\$33.581,84	\$34.478,61	\$35.399,71	\$36.345,80	\$37.317,57	\$38.315,71	\$39.340,94	\$40.394,01
<b>2. TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>		<b>\$55.689,78</b>	<b>\$49.733,32</b>	<b>\$51.070,00</b>	<b>\$52.443,06</b>	<b>\$53.853,48</b>	<b>\$55.302,28</b>	<b>\$56.790,52</b>	<b>\$58.319,27</b>	<b>\$59.889,65</b>	<b>\$61.502,80</b>
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>		<b>\$310.540,69</b>	<b>\$385.197,33</b>	<b>\$472.580,31</b>	<b>\$565.717,88</b>	<b>\$664.909,51</b>	<b>\$770.468,69</b>	<b>\$882.723,61</b>	<b>\$1.002.017,72</b>	<b>\$1.036.654,25</b>	<b>\$1.072.501,07</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>30</b>	<b>\$38.817,59</b>	<b>\$48.149,67</b>	<b>\$59.072,54</b>	<b>\$70.714,73</b>	<b>\$83.113,69</b>	<b>\$96.308,59</b>	<b>\$110.340,45</b>	<b>\$125.252,21</b>	<b>\$129.581,78</b>	<b>\$134.062,63</b>
<b>INCREMENTO DEL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>\$38.817,59</b>	<b>\$9.332,08</b>	<b>\$10.922,87</b>	<b>\$11.642,20</b>	<b>\$12.398,95</b>	<b>\$13.194,90</b>	<b>\$14.031,86</b>	<b>\$14.911,76</b>	<b>\$4.329,57</b>	<b>\$4.480,85</b>

Elaborado por: Autoras

#### 4.2.5.6. Inversión Total

La inversión total del proyecto está compuesta por: inversiones fijas, intangibles y capital de trabajo.

**Tabla 47** Inversión total

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión fija	\$187.802,90
Inversión intangible	\$9.821,70
Capital de Trabajo	\$38.817,59
<b>Total</b>	<b>\$236.442,19</b>

**Elaborador por:** Autoras

#### 4.2.5.7. Financiamiento

Para la ejecución de la empresa se ha considerado un financiamiento del 35,10% de la inversión total, considerando que la diferencia será aportada por lo socios, además existe la compra de un terreno valorado en \$60.000,00.

**Tabla 48** Porcentaje de financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>TASA DE INTERES</b>
Capital propio	\$60.000,00	26,31%	6,24%
Aporte de los socios	\$93.442,19	39,52%	6,24%
Crédito Bancario	\$83.000,00	35,10%	9,99%
<b>TOTAL</b>	<b>\$236.442,19</b>	<b>100%</b>	

**Elaboras por:** Autoras

**Tabla 49** *Tabla de amortización*

<b>AÑO</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACION</b>	<b>SALDO</b>
0				\$83.000,00
1	\$24.891,70	8291,70	\$16.600,00	\$66.400,00
2	\$23.233,36	6633,36	\$16.600,00	\$49.800,00
3	\$21.575,02	4975,02	\$16.600,00	\$33.200,00
4	\$19.916,68	3316,68	\$16.600,00	\$16.600,00
5	\$18.258,34	1658,34	\$16.600,00	\$0,00

**Elaborado por:** Autoras

### **4.3 Estudio Financiero**

#### **4.3.1 Introducción**

Para la elaboración del presente estudio se toma como base la información recopilada en el estudio de mercado y el estudio técnico, mediante la sistematización de la información económica obtenida se determinarán los recursos económicos, así como dar a conocer los ingresos, gastos, estados financieros, la utilidad del ejercicio. De igual manera se ejecutará el análisis financiero, el cual mostrará la viabilidad económica del proyecto, calculando los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio (CB) y Recuperación de la Inversión (RI).

#### **4.3.2 Objetivos**

##### ***4.3.2.1 General***

Determinar los principales indicadores, que fundamenten la viabilidad económica del Plan de Negocios para La Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, “ASOPROGUAN” en la Parroquia la Carolina, Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura, Ecuador.

#### ***4.3.2.2 Específicos***

- Identificar ingresos, gastos, estados financieros y utilidad del ejercicio.
- Determinar los indicadores financieros, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Costo Beneficio (CB) y Recuperación de la Inversión (RI), para el plan de negocios.
- Fundamentar los indicadores del plan de negocios para ASOPROGUAN, para la toma de decisiones para su posible ejecución.

### 4.3.3 Estructura financiera

#### 4.3.3.1. Ingresos

##### 4.3.3.1.1. Proyección de Ingresos

AÑO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Unidades vendidas	242.989	331.423	423.788	520.219	620.855	725.836	835.309	949.427	971.221	993.515
Precio de venta	\$1,50	\$1,52	\$1,54	\$1,56	\$1,58	\$1,60	\$1,62	\$1,64	\$1,66	\$1,68
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$364.483,80</b>	<b>\$503.305,95</b>	<b>\$651.564,15</b>	<b>\$809.754,79</b>	<b>\$978.397,69</b>	<b>\$1.158.037,08</b>	<b>\$1.349.242,73</b>	<b>\$1.552.611,07</b>	<b>\$1.607.969,40</b>	<b>\$1.665.301,53</b>

Elaborad por: Autoras

La proyección de ingresos se determinó en base al análisis de precios y la capacidad instalada que se especificaron en el estudio de mercado y estudio técnico respectivamente, considerando como tasa de crecimiento para las unidades vendidas del 2,2955% que corresponde al crecimiento poblacional y el 1,2415% de inflación para la proyección de crecimiento del precio.

#### 4.3.3.2. Costos y gastos proyectados

##### 4.3.3.2.1. Costos de adquisición e importación

###### 4.3.3.2.1.1. Proyección de costos

4.3.3.2.1.1.1. *Materia Prima***Tabla 50** *Materia prima*

FASE		OPERACIÓN									
AÑO	TASA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>PRODUCCIÓN</b>		<b>30%</b>	<b>40%</b>	<b>50%</b>	<b>60%</b>	<b>70%</b>	<b>80%</b>	<b>90%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Unidades producidas	<b>2,3%</b>	242.989	331.423	423.788	520.219	620.855	725.836	835.309	949.427	971.221	993.515
Costo unitario de materia prima	<b>1,24%</b>	\$0,84	0,85	0,86	0,88	0,89	0,90	0,91	0,92	0,93	0,94
<b>TOTAL COSTO MATERIA PRIMA</b>		<b>\$205.022,10</b>	<b>\$283.109,60</b>	<b>\$366.504,83</b>	<b>\$455.487,07</b>	<b>\$550.348,70</b>	<b>\$651.395,86</b>	<b>\$758.949,04</b>	<b>\$873.343,73</b>	<b>\$904.482,79</b>	<b>\$936.732,11</b>

**Elaborado por:** Autoras

Para la determinación de las unidades producidas se ha considerado una producción del 30% de la demanda efectiva esta se la determina en base a la aplicación de un plan de marketing, ya que al ser una empresa nueva en el mercado necesita ser conocida y posicionada esta que corresponden a 242.989 unidades y una proyección del 10% para los siguientes años, y a este valor se ha incrementado el 2,2955% de crecimiento poblacional; el costo unitario se lo determina considerando que el kilo será adquirido en \$1,25 y las unidades a vender son de 500gr por lo que su precio es de \$0,63 y se aplica un incremento del 1,2415% de inflación valor promedio de los últimos 5 años.

## 4.3.3.2.1.1.2. Mano de Obra

Tabla 51 Mano de Obra

PROYECCIÓN SUELDO PRODUCCIÓN										
	AÑO									
SUELDO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Bodeguero	\$419,66	\$ 431,20	\$ 443,05	\$ 455,23	\$ 467,75	\$ 480,61	\$ 493,82	\$ 507,40	\$ 521,34	\$ 535,68
Producción	\$419,66	\$ 431,20	\$ 443,05	\$ 455,23	\$ 467,75	\$ 480,61	\$ 493,82	\$ 507,40	\$ 521,34	\$ 535,68
Operario 1	\$415,67	\$ 427,10	\$ 438,84	\$ 450,90	\$ 463,30	\$ 476,04	\$ 489,12	\$ 502,57	\$ 516,39	\$ 530,58
Operario 2	\$415,67	\$ 427,10	\$ 438,84	\$ 450,90	\$ 463,30	\$ 476,04	\$ 489,12	\$ 502,57	\$ 516,39	\$ 530,58
Recepción de Fruta 1	\$407,68	\$ 418,89	\$ 430,40	\$ 442,24	\$ 454,39	\$ 466,89	\$ 479,72	\$ 492,91	\$ 506,46	\$ 520,39
Recepción de Fruta 2	\$400,00	\$ 411,00	\$ 422,30	\$ 433,91	\$ 445,83	\$ 458,09	\$ 470,69	\$ 483,63	\$ 496,92	\$ 510,58
<b>SBU MENSUAL</b>	<b>\$2.478,34</b>	<b>\$2.546,47</b>	<b>\$2.616,48</b>	<b>\$2.688,41</b>	<b>\$2.762,32</b>	<b>\$2.838,27</b>	<b>\$2.916,30</b>	<b>\$2.996,47</b>	<b>\$3.078,85</b>	<b>\$3.163,49</b>
<b>SBU ANUAL</b>	<b>\$29.740,08</b>	<b>\$30.557,69</b>	<b>\$31.397,79</b>	<b>\$32.260,97</b>	<b>\$33.147,89</b>	<b>\$34.059,19</b>	<b>\$34.995,55</b>	<b>\$35.957,65</b>	<b>\$36.946,20</b>	<b>\$37.961,92</b>
Décimo Tercero	\$2.478,34	\$ 2.546,47	\$ 2.616,48	\$2.688,41	\$2.762,32	\$2.838,27	\$2.916,30	\$2.996,47	\$3.078,85	\$3.163,49
Décimo Cuarto	\$1.600,00	\$1.643,99	\$1.689,18	\$1.735,62	\$1.783,34	\$1.832,37	\$1.882,74	\$1.934,50	\$1.987,69	\$2.042,33
Fondos de Reserva	\$2.478,34	\$2.546,47	\$2.616,48	\$2.688,41	\$2.762,32	\$2.838,27	\$2.916,30	\$2.996,47	\$3.078,85	\$3.163,49
Vacaciones	\$1.239,17	\$1.273,24	\$1.308,24	\$1.344,21	\$1.381,16	\$1.419,13	\$1.458,15	\$1.498,24	\$1.539,42	\$1.581,75
Aporte Patronal	\$3.316,02	\$3.407,18	\$3.500,85	\$3.597,10	\$3.695,99	\$3.797,60	\$3.902,00	\$4.009,28	\$4.119,50	\$4.232,75
<b>TOTAL</b>	<b>\$40.851,95</b>	<b>\$41.975,05</b>	<b>\$43.129,03</b>	<b>\$44.314,73</b>	<b>\$45.533,03</b>	<b>\$46.784,83</b>	<b>\$48.071,04</b>	<b>\$49.392,60</b>	<b>\$50.750,51</b>	<b>\$52.145,74</b>
<b>COSTO UNITARIO MANO DE OBRA DIRECTA</b>	0,17	0,13	0,10	0,09	0,07	0,06	0,06	0,05	0,05	0,05

<b>FASE</b>		<b>OPERACIONAL</b>									
<b>AÑO</b>	<b>TASA</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Unidades producidas	<b>2,30%</b>	242.989	331.423	423.788	520.219	620.855	725.836	835.309	949.427	971.221	993.515
Costo unitario mano de obra	<b>2,75%</b>	\$ 0,17	\$ 0,13	\$ 0,10	\$ 0,09	\$ 0,07	\$ 0,06	\$ 0,06	\$ 0,05	\$ 0,05	\$ 0,05
<b>TOTAL COSTO DE MANO DE OBRA</b>		<b>\$40.851,95</b>	<b>\$41.975,05</b>	<b>\$43.129,03</b>	<b>\$44.314,73</b>	<b>\$45.533,03</b>	<b>\$46.784,83</b>	<b>\$48.071,04</b>	<b>\$49.392,60</b>	<b>\$50.750,51</b>	<b>\$52.145,74</b>

**Elaborado por:** Autoras

Para la determinación de la proyección de la Mano de Obra se tomó en cuenta el salario de acuerdo al nivel salarial establecido por el ministerio de trabajo, los beneficios de ley y las tasas del 2,2955% para el cálculo de las unidades producidas y el 2,75% para el costo unitario de mano de obra valor que se termina por el promedio de crecimiento salarial de los últimos 5 años y estos valores se los divide para el nivel de producción.

#### 4.3.3.2.1.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación que se han determinado son empaques, protección personal y depreciación de acuerdo a la cantidad a producir durante un año.

**Tabla 52 Empaques**

Descripción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cantidad	242.989	331.423	423.788	520.219	620.855	725.836	835.309	949.427	971.221	993.515
Empaque	\$ 0,015	\$ 0,015	\$ 0,015	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,016	\$ 0,017	\$ 0,017
TOTAL	\$ 3.644,84	\$ 5.033,06	\$ 6.515,64	\$ 8.097,55	\$ 9.783,98	\$ 11.580,37	\$ 3.492,43	\$ 15.526,11	\$ 16.079,69	\$ 16.653,02

**Elaborado por:** Autoras

#### Protección Personal

Protección que será adquirido para el uso de los 4 trabajadores y se adquiere algunos cambios por desperfectos durante el año de producción.

**Tabla 53 Protección personal**

Descripción	Cantidad	Precio	Total
Overol Jean	5	\$ 26,78	\$ 133,90
Mandil	5	\$ 2,67	\$ 13,35
Guantes	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Bota Amarilla	5	\$ 6,96	\$ 34,80
Mascarilla Tela	10	\$ 0,40	\$ 4,00

Gorras	10	\$ 2,67	\$ 26,70
Casco	2	\$ 3,12	\$ 6,24
	<b>TOTAL</b>		<b>\$ 223,99</b>

**Elaborado por:** Autoras

**Depreciación**

Depreciación de los cinco años a los cuales se realiza las proyecciones de la puesta en marcha de la empresa.

*Tabla 54 Depreciación*

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	AÑOS											DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS	
			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
Terreno	\$ 60.000,00														\$ -	\$60.000,00
Infraestructura	\$ 50.000,00	20		\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$2.500,00	\$25.000,00	\$25.000,00	
Maquinaria y Equipo	\$ 41.375,00	10		\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$4.137,50	\$41.375,00	\$ -	
Equipo de oficina	\$ 1.417,00	10		\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$141,70	\$141,70	\$141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$1.417,00	\$ -	
Muebles y enseres	\$ 415,00	10		\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$41,50	\$41,50	\$41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 415,00	\$ -	
Vehículo	\$ 33.000,00	5		\$6.600,00	\$6.600,00	\$6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$6.681,94	\$6.681,94	\$6.681,94	\$ 6.681,94	\$6.681,94	\$66.409,70		
Equipos de computo	\$ 1.595,90	3		\$ 531,97	\$ 531,97	\$ 531,97	\$ 538,57	\$ 538,57	\$538,57	\$545,26	\$545,26	\$ 545,26		\$4.847,39		
<b>TOTAL</b>	<b>\$187.802,90</b>			13.952,67	13.952,67	13.952,67	13.959,27	13.959,27	\$ 14.041,21	\$ 14.047,90	\$14.047,90	\$ 14.047,90	\$ 13.502,64	114.464,09	\$85.000,00	
<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL</b>				13.952,67	27.905,33	41.858,00	55.817,27	69.776,54	\$ 83.817,75	97.865,65	111.913,55	125.961,45	139.464,09			

**Elaborado por:** Autoras

## 4.3.3.2.1.1.4. Costos Operativos

Tabla 55 Costos Operativos

Descripción	Valor mensual	Valor Total	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Utensilios de producción	\$20,00	\$ 479,00	\$ 484,95	\$ 490,97	\$ 497,06	\$ 503,23	\$509,48	\$ 515,81	\$ 522,21	\$528,69	\$ 535,26
Servicios Básicos		\$ 450,00	\$ 455,59	\$ 461,24	\$ 466,97	\$ 472,77	\$ 478,64	\$ 484,58	\$ 490,59	\$ 496,69	\$ 502,85
Mantenimiento Maquinaria		\$ 413,75	\$ 418,89	\$ 424,09	\$ 429,35	\$ 434,68	\$ 440,08	\$ 445,54	\$ 451,07	\$ 456,67	\$ 462,34
<b>Total</b>	<b>\$50,00</b>	<b>\$929,00</b>	<b>\$940,53</b>	<b>\$952,21</b>	<b>\$964,03</b>	<b>\$976,00</b>	<b>\$988,12</b>	<b>\$1.000,38</b>	<b>\$1.012,80</b>	<b>\$1.025,38</b>	<b>\$1.038,11</b>

Elaborado por: Autoras

## Utensilios

Herramientas que serán utilizadas para complementar el proceso productivo de producción de la pulpa de guanábana y a las cuales se les incrementa la inflación del 1,2415% desde el año 2.

Tabla 56 Utensilios

Descripción	AÑO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cuchillos	\$ 40,00	\$ 40,50	\$ 41,00	\$ 41,51	\$ 42,02	\$ 42,55	\$ 43,07	\$ 43,61	\$ 44,15	\$ 44,70
Valdez	\$ 48,00	\$ 48,60	\$ 49,20	\$ 49,81	\$ 50,43	\$ 51,05	\$ 51,69	\$ 52,33	\$ 52,98	\$ 53,64
Gavetas	\$ 220,00	\$ 222,73	\$ 225,50	\$ 228,30	\$ 231,13	\$ 234,00	\$ 236,90	\$ 239,85	\$ 242,82	\$ 245,84
Tinas	\$ 170,00	\$ 172,11	\$ 174,25	\$ 176,41	\$ 178,60	\$ 180,82	\$ 183,06	\$ 185,34	\$ 187,64	\$ 189,97
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 479,00</b>	<b>\$ 485,93</b>	<b>\$ 492,94</b>	<b>\$ 500,03</b>	<b>\$ 507,18</b>	<b>\$ 514,42</b>	<b>\$ 521,73</b>	<b>\$ 529,12</b>	<b>\$ 536,59</b>	<b>\$ 544,14</b>

Elaborad por: Autoras

### Servicios Básicos

Servicio de luz y agua estimado por el uso de la maquinaria y manipulación de la fruta.

**Tabla 57 Servicios Básicos**

Descripción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Luz	\$ 180,00	\$ 182,23	\$ 184,50	\$ 186,79	\$ 189,11	\$ 191,45	\$ 193,83	\$ 196,24	\$ 198,67	\$ 201,14
Agua	\$ 270,00	\$ 273,35	\$ 276,75	\$ 280,18	\$ 283,66	\$ 287,18	\$ 290,75	\$ 294,36	\$ 298,01	\$ 301,71
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 450,00</b>	<b>\$ 455,59</b>	<b>\$ 461,24</b>	<b>\$ 466,97</b>	<b>\$ 472,77</b>	<b>\$ 478,64</b>	<b>\$ 484,58</b>	<b>\$ 490,59</b>	<b>\$ 496,69</b>	<b>\$ 502,85</b>

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 58 Resumen de Costos**

DETALLE	DATO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Empaques		\$3.644,84	\$5.033,06	\$6.515,64	\$8.097,55	\$9.783,98	\$11.580,37	\$13.492,43	\$15.526,11	\$16.079,69	\$16.653,02
Protección Personal		\$223,99	\$226,77	\$229,59	\$232,44	\$235,32	\$238,24	\$241,20	\$244,20	\$247,23	\$250,30
Depreciaciones	Valor fijo	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00	\$4.179,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$8.047,83</b>	<b>\$9.438,83</b>	<b>\$10.924,23</b>	<b>\$12.508,98</b>	<b>\$14.198,30</b>	<b>\$15.997,61</b>	<b>\$17.912,63</b>	<b>\$19.949,31</b>	<b>\$20.505,92</b>	<b>\$21.082,31</b>

**Elaborado por:** Autoras

*Resumen de Costos de Producción*

*Tabla 59 Resumen de costos de producción*

<b>FASE</b>	<b>OPERACIONAL</b>									
<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>NIVEL DE PRODUCCIÓN</b>										
Materiales e insumos	\$205.022,14	\$283.109,6	\$366.504,83	\$455.487,07	\$550.348,70	\$651.395,86	\$758.949,04	\$873.343,73	\$904.482,79	\$936.732,11
Mano de obra directa	\$40.851,95	\$41.975,05	\$43.129,03	\$44.314,73	\$45.533,03	\$46.784,83	\$48.071,04	\$49.392,60	\$50.750,51	\$52.145,74
Costos generales de fabricación	\$8.047,83	\$9.438,83	\$10.924,23	\$12.508,98	\$14.198,30	\$15.997,61	\$17.912,63	\$19.949,31	\$20.505,92	\$21.082,31
Costo operativo	\$929,00	\$940,53	\$952,21	\$964,03	\$976,00	\$988,12	\$1.000,38	\$1.012,80	\$1.025,38	\$1.038,11
<b>1.TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$254.850,91</b>	<b>\$335.464,01</b>	<b>\$421.510,30</b>	<b>\$513.274,82</b>	<b>\$611.056,03</b>	<b>\$715.166,42</b>	<b>\$825.933,09</b>	<b>\$943.698,44</b>	<b>\$976.764,59</b>	<b>\$1.010.998,27</b>

**Elaborado por:** Autoras

### 4.3.3.2.2. Gastos Administrativos proyectados

#### 4.3.3.2.2.1. Remuneración del personal administrativo

**Tabla 60** Proyección sueldo administrativos

<b>PROYECCIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>										
	<b>AÑOS</b>									
<b>SUELDO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
Administrador	\$ 550,00	\$ 565,12	\$ 580,66	\$ 596,62	\$ 613,02	\$ 629,88	\$ 647,19	\$ 664,98	\$ 683,27	\$ 702,05
Auxiliar Contable	\$ 400,00	\$ 411,00	\$ 422,30	\$ 433,91	\$ 445,83	\$ 458,09	\$ 470,69	\$ 483,63	\$ 496,92	\$ 510,58
<b>SBU MENSUAL</b>	<b>\$ 950,00</b>	<b>\$ 976,12</b>	<b>\$ 1.002,95</b>	<b>\$ 1.030,53</b>	<b>\$ 1.058,86</b>	<b>\$ 1.087,97</b>	<b>\$ 1.117,88</b>	<b>\$ 1.148,61</b>	<b>\$ 1.180,19</b>	<b>\$ 1.212,63</b>
<b>SBU ANUAL</b>	<b>\$ 11.400,00</b>	<b>\$ 11.713,41</b>	<b>\$ 12.035,43</b>	<b>\$ 12.366,31</b>	<b>\$ 12.706,29</b>	<b>\$ 13.055,61</b>	<b>\$ 13.414,53</b>	<b>\$ 13.783,32</b>	<b>\$ 14.162,26</b>	<b>\$ 14.551,60</b>
Décimo Tercero	\$ 950,00	\$ 976,12	\$ 1.002,95	\$ 1.030,53	\$ 1.058,86	\$ 1.087,97	\$ 1.117,88	\$ 1.148,61	\$ 1.180,19	\$ 1.212,63
Décimo Cuarto	\$ 800,00	\$ 821,99	\$ 844,59	\$ 867,81	\$ 891,67	\$ 916,18	\$ 941,37	\$ 967,25	\$ 993,84	\$ 1.021,17
Fondos de Reserva	\$ 950,00	\$ 976,12	\$ 1.002,95	\$ 1.030,53	\$ 1.058,86	\$ 1.087,97	\$ 1.117,88	\$ 1.148,61	\$ 1.180,19	\$ 1.212,63
Vacaciones	\$ 475,00	\$ 488,06	\$ 501,48	\$ 515,26	\$ 529,43	\$ 543,98	\$ 558,94	\$ 574,31	\$ 590,09	\$ 606,32
Aporte Patronal	\$ 1.271,10	\$ 1.306,05	\$ 1.341,95	\$ 1.378,84	\$ 1.416,75	\$ 1.455,70	\$ 1.495,72	\$ 1.536,84	\$ 1.579,09	\$ 1.622,50
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.846,10</b>	<b>\$ 16.281,74</b>	<b>\$ 16.729,36</b>	<b>\$ 17.189,28</b>	<b>\$ 17.661,85</b>	<b>\$ 18.147,41</b>	<b>\$ 18.646,32</b>	<b>\$ 19.158,94</b>	<b>\$ 19.685,66</b>	<b>\$ 20.226,86</b>

**Elaborado por:** Autoras

4.3.3.2.2.2. *Servicios básicos***Tabla 61** *Servicios básicos*

Descripción	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Luz</b>	\$ 60,00	\$ 60,74	\$ 61,50	\$ 62,26	\$ 63,04	\$ 63,82	\$ 64,61	\$ 65,41	\$ 66,22	\$ 67,05
<b>Agua</b>	\$ 90,00	\$ 91,12	\$ 92,25	\$ 93,39	\$ 94,55	\$ 95,73	\$ 96,92	\$ 98,12	\$ 99,34	\$ 100,57
<b>Teléfono e internet</b>	\$ 141,60	\$ 143,36	\$ 145,14	\$ 146,94	\$ 148,76	\$ 150,61	\$ 152,48	\$ 154,37	\$ 156,29	\$ 158,23
<b>TOTAL</b>	\$ 291,60	\$ 295,22	\$ 298,89	\$ 302,60	\$ 306,35	\$ 310,16	\$ 314,01	\$ 317,91	\$ 321,85	\$ 325,85

**Elaborado por:** Autoras4.3.3.2.2.3. *Suministros y materiales de oficina***Tabla 62** *Equipo de cómputo*

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2	Computadora All In One Táctil Bematech SB10	\$700,00	\$1.400,00
1	Router TP-Link TL-WR840N	\$16,00	\$16,00
1	Impresora WIFI con Tinta Continua Original CANON	\$179,90	\$179,90
<b>Total</b>			<b>\$1.595,90</b>

**Fuente:** Word Computer

*Tabla 63 Muebles y enseres*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>5</b>	Sillas	\$15,00	\$75,00
<b>2</b>	Mesa Sencilla	\$75,00	\$150,00
<b>2</b>	Estanterías	\$95,00	\$190,00
<b>Total</b>			<b>\$415,00</b>

**Fuente:** megamobilier.com

*Tabla 64 Equipo de Oficina*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>1</b>	Escritorio gerencial	\$195,00	\$195,00
<b>1</b>	Mesas auxiliares	\$50,00	\$50,00
<b>2</b>	Sillón ejecutivo	\$54,00	\$108,00
<b>5</b>	Sillas de visitas	\$15,00	\$75,00
<b>1</b>	Caja registradora	\$989,00	\$989,00
<b>Total</b>			<b>\$1.417,00</b>

**Fuente:** megamobilier.com

#### 4.3.3.2.3. Gastos de Ventas proyectados

Para realizar la venta, distribución y perchado de la pulpa a los diferentes supermercados se requiere un vendedor y chofer.

##### 4.3.3.2.3.1. Remuneración del personal de ventas

**Tabla 65** Proyección sueldo ventas

PROYECCIÓN SUELDO VENTAS										
SUELDO	AÑO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Vendedor 1	\$ 500,00	\$ 513,75	\$ 527,87	\$ 542,38	\$ 557,29	\$ 572,61	\$ 588,36	\$ 604,53	\$ 621,15	\$ 638,23
Vendedor 2	\$ 501,00	\$ 514,77	\$ 528,93	\$ 543,47	\$ 558,41	\$ 573,76	\$ 589,53	\$ 605,74	\$ 622,39	\$ 639,50
Chofer 1	\$ 400,00	\$ 411,00	\$ 422,30	\$ 433,91	\$ 445,83	\$ 458,09	\$ 470,69	\$ 483,63	\$ 496,92	\$ 510,58
Chofer 2	\$ 401,00	\$ 412,02	\$ 423,35	\$ 434,99	\$ 446,95	\$ 459,24	\$ 471,86	\$ 484,83	\$ 498,16	\$ 511,86
<b>SBU MENSUAL</b>	<b>\$ 1.802,00</b>	<b>\$ 1.851,54</b>	<b>\$ 1.902,44</b>	<b>\$ 1.954,75</b>	<b>\$ 2.008,48</b>	<b>\$ 2.063,70</b>	<b>\$ 2.120,44</b>	<b>\$ 2.178,73</b>	<b>\$ 2.238,63</b>	<b>\$ 2.300,17</b>
<b>SBU ANUAL</b>	<b>\$ 21.624,00</b>	<b>\$ 22.218,49</b>	<b>\$ 22.829,32</b>	<b>\$ 23.456,94</b>	<b>\$ 24.101,82</b>	<b>\$ 24.764,43</b>	<b>\$ 25.445,25</b>	<b>\$ 26.144,79</b>	<b>\$ 26.863,56</b>	<b>\$ 27.602,10</b>
Décimo Tercero	\$ 1.802,00	\$ 1.851,54	\$ 1.902,44	\$ 1.954,75	\$ 2.008,48	\$ 2.063,70	\$ 2.120,44	\$ 2.178,73	\$ 2.238,63	\$ 2.300,17
Décimo Cuarto	\$ 800,00	\$ 821,99	\$ 844,59	\$ 867,81	\$ 891,67	\$ 916,18	\$ 941,37	\$ 967,25	\$ 993,84	\$ 1.021,17
Fondos de Reserva	\$ 1.802,00	\$ 1.851,54	\$ 1.902,44	\$ 1.954,75	\$ 2.008,48	\$ 2.063,70	\$ 2.120,44	\$ 2.178,73	\$ 2.238,63	\$ 2.300,17
Vacaciones	\$ 901,00	\$ 925,77	\$ 951,22	\$ 977,37	\$ 1.004,24	\$ 1.031,85	\$ 1.060,22	\$ 1.089,37	\$ 1.119,32	\$ 1.150,09
Aporte Patronal	\$ 2.411,08	\$ 2.477,36	\$ 2.545,47	\$ 2.615,45	\$ 2.687,35	\$ 2.761,23	\$ 2.837,15	\$ 2.915,14	\$ 2.995,29	\$ 3.077,63
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 29.340,08</b>	<b>\$ 30.146,69</b>	<b>\$ 30.975,49</b>	<b>\$ 31.827,06</b>	<b>\$ 32.702,05</b>	<b>\$ 33.601,10</b>	<b>\$ 34.524,86</b>	<b>\$ 35.474,02</b>	<b>\$ 36.449,27</b>	<b>\$ 37.451,33</b>

Elaborado por: Autoras

4.3.3.2.3.2. *Gasto de combustible y mantenimiento de vehículo*

Gastos que se incurrirán de forma diaria, mensual, semestral y anual de acuerdo a los requerimientos del vehículo.

**Tabla 66** *Gasto combustible y mantenimiento de vehículo*

Descripción	Años									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Aceite</b>	\$320,00	\$323,97	\$327,99	\$332,07	\$336,19	\$340,36	\$344,59	\$348,87	\$353,20	\$357,58
<b>Gasolina</b>	\$1.152,00	\$1.166,30	\$1.180,78	\$1.195,44	\$1.210,28	\$1.225,31	\$1.240,52	\$1.255,92	\$1.271,51	\$1.287,30
<b>Llantas</b>	\$240,00	\$242,98	\$246,00	\$249,05	\$252,14	\$255,27	\$258,44	\$261,65	\$264,90	\$268,19
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.712,00</b>	<b>\$1.733,25</b>	<b>\$1.754,77</b>	<b>\$1.776,56</b>	<b>\$1.798,61</b>	<b>\$1.820,94</b>	<b>\$1.843,55</b>	<b>\$1.866,44</b>	<b>\$1.889,61</b>	<b>\$1.913,07</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.3.3.2.4. Gastos financieros

##### 4.3.3.2.4.1. Cuadro resumen de capital e interés anual

ASOPROGUAN para la creación y puesta en marcha de la procesadora de guanábana necesita una inversión equivalente a \$83.000,00. A continuación, se expone la deuda para el proyecto.

**Tabla 67** Inversión en porcentajes

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE INTERES
Capital propio	\$60.000,00	25,38%	6,24%
Aporte de los socios	\$93.442,19	39,52%	6,24%
Crédito Bancario	\$83.000,00	35,10%	9,99%
<b>TOTAL</b>	<b>\$236.442,19</b>	<b>100%</b>	

**Elaborado por:** Autoras

El valor del préstamo corresponde al 36,12% de la inversión total el cual será adquirido en la Corporación Financiera Nacional a una tasa de interés del 9,99% denominado juntos CFN.

**Tabla 68** Tabla de amortización

AÑO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACION	SALDO
0				\$83.000,00
1	\$24.891,70	8291,70	\$16.600,00	\$66.400,00
2	\$23.233,36	6633,36	\$16.600,00	\$49.800,00
3	\$21.575,02	4975,02	\$16.600,00	\$33.200,00
4	\$19.916,68	3316,68	\$16.600,00	\$16.600,00
5	\$18.258,34	1658,34	\$16.600,00	\$0,00

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.3.3.2.5. Amortizaciones

##### 4.3.3.2.5.1. Gastos de Constitución

Para realizar las operaciones del procesamiento de la pulpa es necesario realizar estudios y obtener permisos de funcionamiento que se detallan a continuación:

**Tabla 69** Gastos de constitución

Descripción	Total
Gastos de constitución	\$ 300,00
Patente municipal	\$ 80,00
Permiso funcionamiento	\$ 300,00
Registros y plan de manejo ambiental	\$ 500,00
Permiso de bomberos	\$ 50,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.230,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autoras

##### 4.3.3.2.5.2. Gastos de Instalación

Gastos que se incurrirá para la instalación de la maquinaria y equipo que se adquirirá y se respectiva salida de agua para evitar contaminación a lugares aledaños.

**Tabla 70** Gastos de instalación

Descripción	Total
Albañil	\$ 150,00
Plomero	\$ 150,00
Total	\$ 300,00

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 71** *Activos intangibles*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Gastos de constitución	\$1.230,00
Gastos de instalación	\$300,00
Intereses Preoperativos	\$8.291,70
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$9.821,70</b>

**Elaborado por:** Autoras

**Tabla 72** *Amortización de Activos Intangibles*

<b>DETALLE</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Gastos de constitución	\$246,00	\$246,00	\$246,00	\$246,00	\$246,00
Gastos de instalación	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00	\$60,00
Intereses Preoperativos	\$1.658,34	\$1.658,34	\$1.658,34	\$1.658,34	\$1.658,34
<b>TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES</b>	<b>\$1.964,34</b>	<b>\$1.964,34</b>	<b>\$1.964,34</b>	<b>\$1.964,34</b>	<b>\$1.964,34</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.3.3.2.6. Depreciaciones

Las depreciaciones se han determinado de acuerdo a los años de vida útil de los activos sin considerar valor residual, de los activos de producción como los de administración.

**Tabla 73 Depreciación**

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	AÑOS										DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS		
			0	1	2	3	4	5	6	7	8	9			10	
Terreno	\$ 60.000,00														\$ -	\$60.000,00
Infraestructura	\$ 50.000,00	20		\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 2.500,00	\$ 25.000,00	\$25.000,00	
Maquinaria y Equipo	\$ 41.375,00	10		\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 4.137,50	\$ 41.375,00	\$ -	
Equipo de oficina	\$ 1.417,00	10		\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 141,70	\$ 1.417,00	\$ -	
Muebles y enseres	\$ 415,00	10		\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 41,50	\$ 415,00	\$ -	
Vehículo	\$ 33.000,00	5		\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.600,00	\$ 6.681,94	\$ 6.681,94	\$ 6.681,94	\$ 6.681,94	\$ 6.681,94	\$ 66.409,70		
Equipos de computo	\$ 1.595,90	3		\$ 531,97	\$ 531,97	\$ 531,97	\$ 538,57	\$ 538,57	\$ 538,57	\$ 545,26	\$ 545,26	\$ 545,26		\$ 4.847,39		
<b>TOTAL</b>	<b>\$187.802,90</b>			13.952,67	13.952,67	13.952,67	13.959,27	13.959,27	\$ 14.041,21	\$ 14.047,90	\$ 14.047,90	\$ 14.047,90	\$ 13.502,64	114.464,09	\$85.000,00	
<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL</b>				13.952,67	27.905,33	41.858,00	55.817,27	69.776,54	\$ 83.817,75	97.865,65	111.913,55	125.961,45	139.464,09			

**Elaborado por:** Autoras

### 4.3.3.2.7. Resumen de costos y gastos

**Tabla 74** Resumen costos y gastos

AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materiales e insumos		\$205.022,14	\$283.109,60	\$366.504,83	\$455.487,07	\$550.348,70	\$651.395,86	\$758.949,04	\$873.343,73	\$904.482,79	\$936.732,11
Mano de obra directa		\$40.851,95	\$41.975,05	\$43.129,03	\$44.314,73	\$45.533,03	\$46.784,83	\$48.071,04	\$49.392,60	\$50.750,51	\$52.145,74
Costos generales de fabricación		\$ 3.868,83	\$ 5.259,83	\$ 6.745,23	\$ 8.329,98	\$ 10.019,30	\$ 11.818,61	\$ 13.733,63	\$ 15.770,31	\$ 16.326,92	\$ 16.903,31
Costo operativo		\$929,00	\$940,53	\$952,21	\$964,03	\$976,00	\$988,12	\$1.000,38	\$1.012,80	\$1.025,38	\$1.038,11
Depreciación activos de producción		\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$4.179,00	\$ 4.179,00
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$254.850,91</b>	<b>\$335.464,01</b>	<b>\$421.510,30</b>	<b>\$513.274,82</b>	<b>\$611.056,03</b>	<b>\$715.166,42</b>	<b>\$825.933,09</b>	<b>\$943.698,44</b>	<b>\$976.764,59</b>	<b>\$1.010.998,27</b>
Gastos de administración		\$16.137,70	\$17.024,58	\$17.488,17	\$17.964,45	\$18.453,76	\$18.956,47	\$19.472,95	\$20.003,57	\$20.548,71	\$21.108,78
Gastos de ventas		\$39.552,08	\$32.708,74	\$33.581,84	\$34.478,61	\$35.399,71	\$36.345,80	\$37.317,57	\$38.315,71	\$39.340,94	\$40.394,01
Amortización de diferidos		\$306,00	\$306,00	\$306,00	\$306,00	\$306,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	\$55.995,78	\$50.039,32	\$51.376,00	\$52.749,06	\$54.159,48	\$55.302,28	\$56.790,52	\$58.319,27	\$59.889,65	\$61.502,80
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	\$310.846,69	\$385.503,33	\$472.886,31	\$566.023,88	\$665.215,51	\$770.468,69	\$882.723,61	\$1.002.017,72	\$1.036.654,25	\$1.072.501,07
Costos de financiamiento del préstamo	\$8.291,70	\$6.633,36	\$4.975,02	\$3.316,68	\$1.658,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Amortización de intereses de instalación	\$1.658,34	\$1.658,34	\$1.658,34	\$1.658,34	\$1.658,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO</b>	\$9.950,04	\$8.291,70	\$6.633,36	\$4.975,02	\$3.316,68	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO</b>	\$320.796,73	\$393.795,03	\$479.519,67	\$570.998,90	\$668.532,19	\$770.468,69	\$882.723,61	\$1.002.017,72	\$1.036.654,25	\$1.072.501,07

Elaborado por: Autoras

#### 4.3.4. Estados Financieros Presupuestados

##### 4.3.4.1. Estado de Resultados proyectado

El estado de Resultados realizado de acuerdo a la investigación de demanda efectiva para la determinación de unidades a producir y establecer los ingresos costos y gastos del proyecto, con las proyecciones considerando el crecimiento población y la tasa de inflación.

**Tabla 75 Estado de Resultados**

FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL									
AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INGRESOS											
Ingresos de operación		\$364.483,80	\$503.305,95	\$651.564,15	\$809.754,79	\$978.397,69	\$1.158.037,08	\$1.349.242,73	\$1.552.611,07	\$1.607.969,40	\$1.665.301,53
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>\$364.483,80</b>	<b>\$503.305,95</b>	<b>\$651.564,15</b>	<b>\$809.754,79</b>	<b>\$978.397,69</b>	<b>\$1.158.037,08</b>	<b>\$1.349.242,73</b>	<b>\$1.552.611,07</b>	<b>\$1.607.969,40</b>	<b>\$1.665.301,53</b>
COSTO DE PRODUCCION											
Costo de producción		\$250.671,91	\$331.285,01	\$417.331,30	\$509.095,82	\$606.877,03	\$710.987,42	\$821.754,09	\$939.519,44	\$972.585,59	\$1.006.819,27
Depreciación de activos de producción		\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00	\$ 4.179,00
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>\$254.850,91</b>	<b>\$335.464,01</b>	<b>\$421.510,30</b>	<b>\$513.274,82</b>	<b>\$611.056,03</b>	<b>\$715.166,42</b>	<b>\$825.933,09</b>	<b>\$943.698,44</b>	<b>\$976.764,59</b>	<b>\$1.010.998,27</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$109.632,89</b>	<b>\$167.841,94</b>	<b>\$230.053,85</b>	<b>\$296.479,97</b>	<b>\$367.341,66</b>	<b>\$442.870,66</b>	<b>\$523.309,65</b>	<b>\$608.912,63</b>	<b>\$631.204,81</b>	<b>\$654.303,26</b>

<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO</b>											
Gastos Administración		\$16.137,70	\$17.024,58	\$17.488,17	\$17.964,45	\$18.453,76	\$18.956,47	\$19.472,95	\$20.003,57	\$20.548,71	\$21.108,78
Gastos de ventas		\$39.552,08	\$32.708,74	\$33.581,84	\$34.478,61	\$35.399,71	\$36.345,80	\$37.317,57	\$38.315,71	\$39.340,94	\$40.394,01
Depreciación otros activos		\$ 9.773,67	\$ 9.773,67	\$ 9.773,67	\$ 9.780,27	\$ 9.780,27	\$ 9.862,21	\$ 9.868,90	\$ 9.868,90	\$ 9.868,90	\$ 9.323,64
Amortización de intangibles		\$1.964,34	\$1.964,34	\$1.964,34	\$1.964,34	\$1.964,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Costos de financiamiento		\$8.291,70	\$6.633,36	\$4.975,02	\$3.316,68	\$1.658,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL, GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN</b>		<b>\$75.719,48</b>	<b>\$68.104,69</b>	<b>\$67.783,03</b>	<b>\$67.504,35</b>	<b>\$67.256,43</b>	<b>\$65.164,49</b>	<b>\$66.659,42</b>	<b>\$68.188,17</b>	<b>\$69.758,55</b>	<b>\$70.826,44</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>		<b>\$33.913,40</b>	<b>\$99.737,25</b>	<b>\$162.270,82</b>	<b>\$228.975,62</b>	<b>\$300.085,23</b>	<b>\$377.706,17</b>	<b>\$456.650,23</b>	<b>\$540.724,46</b>	<b>\$561.446,25</b>	<b>\$583.476,82</b>
Participación trabajadores 15%	15%	\$5.087,01	\$14.960,59	\$24.340,62	\$34.346,34	\$45.012,78	\$56.655,93	\$68.497,53	\$81.108,67	\$84.216,94	\$87.521,52
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$28.826,39</b>	<b>\$84.776,67</b>	<b>\$137.930,19</b>	<b>\$194.629,28</b>	<b>\$255.072,45</b>	<b>\$321.050,25</b>	<b>\$388.152,70</b>	<b>\$459.615,79</b>	<b>\$477.229,32</b>	<b>\$495.955,30</b>
Impuestos I.R 22%	22%	\$6.341,81	\$18.650,87	\$30.344,64	\$42.818,44	\$56.115,94	\$70.631,05	\$85.393,59	\$101.115,47	\$104.990,45	\$109.110,17
<b>UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$22.484,59</b>	<b>\$66.125,80</b>	<b>\$107.585,55</b>	<b>\$151.810,84</b>	<b>\$198.956,51</b>	<b>\$250.419,19</b>	<b>\$302.759,10</b>	<b>\$358.500,31</b>	<b>\$372.238,87</b>	<b>\$386.845,13</b>
<b>UTILIDADES ACUMULADAS</b>		<b>\$22.484,59</b>	<b>\$88.610,39</b>	<b>\$196.195,94</b>	<b>\$348.006,78</b>	<b>\$546.963,28</b>	<b>\$797.382,48</b>	<b>\$1.100.141,58</b>	<b>\$1.458.641,89</b>	<b>\$1.830.880,76</b>	<b>\$2.217.725,89</b>

Elaborado por: Autoras



<b>SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>\$-197.624,60</b>	<b>\$-415,99</b>	<b>\$72.710,73</b>	<b>\$112.579,69</b>	<b>\$156.092,25</b>	<b>\$421.543,80</b>	<b>\$251.265,51</b>	<b>\$302.775,14</b>	<b>\$357.636,45</b>	<b>\$381.957,20</b>	<b>\$614.929,55</b>
<b>3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO</b>											
Préstamo	\$83.000,00										
Amortización del préstamo		\$-16.600,00	\$-16.600,00	\$-16.600,00	\$-16.600,00	\$-16.600,00					
<b>SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>\$-114.624,60</b>	<b>\$-17.015,99</b>	<b>\$56.110,73</b>	<b>\$95.979,69</b>	<b>\$139.492,25</b>	<b>\$404.943,80</b>	<b>\$251.265,51</b>	<b>\$302.775,14</b>	<b>\$357.636,45</b>	<b>\$381.957,20</b>	<b>\$614.929,55</b>
<b>SALDO ACUMULADO DE CAJA</b>	<b>\$-114.624,60</b>	<b>\$-131.640,59</b>	<b>\$-75.529,87</b>	<b>\$20.449,82</b>	<b>\$159.942,07</b>	<b>\$564.885,87</b>	<b>\$816.151,38</b>	<b>\$1.118.926,51</b>	<b>\$1.476.562,96</b>	<b>\$1.858.520,16</b>	<b>\$2.473.449,71</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.3.4.3. Estado de fuentes y usos

*Tabla 77 Estado de Fuentes y usos*

FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL										
		AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
ENTRADAS DE EFECTIVO												
1.- Recursos financieros	\$236.442,19	\$38.817,59	\$9.332,08	\$10.922,87	\$11.642,20	\$12.398,95	\$13.194,90	\$14.031,86	\$14.911,76	\$4.329,57	\$4.480,85	
2.- Ingresos por ventas		\$364.483,80	\$503.305,95	\$651.564,15	\$809.754,79	\$978.397,69	\$1.158.037,08	\$1.349.242,73	\$1.552.611,07	\$1.607.969,40	\$1.665.301,53	
<b>TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO</b>	<b>\$236.442,19</b>	<b>\$403.301,39</b>	<b>\$512.638,03</b>	<b>\$662.487,02</b>	<b>\$821.396,99</b>	<b>\$990.796,64</b>	<b>\$1.171.231,98</b>	<b>\$1.363.274,60</b>	<b>\$1.567.522,84</b>	<b>\$1.612.298,97</b>	<b>\$1.669.782,38</b>	

SALIDAS DE EFECTIVO											
1.- Incremento de activos fijos	\$187.802,90	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.615,71		\$ 33.409,70	\$ 1.635,77	\$ -	\$ -	\$ -
2.- Incremento de activos intangibles	\$9.821,70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
3.- Costos de operación totales (sin depreciación y amortización)		\$306.361,69	\$381.018,33	\$468.401,31	\$561.538,88	\$660.730,51	\$766.289,69	\$878.544,61	\$997.838,72	\$1.032.475,25	\$1.068.322,07
4.- Costos de financiación		\$8.291,70	\$6.633,36	\$4.975,02	\$3.316,68	\$1.658,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
5.- Pago amortización de préstamo		\$16.600,00	\$16.600,00	\$16.600,00	\$16.600,00	\$16.600,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
6.- Participación trabajadores		\$5.087,01	\$14.960,59	\$24.340,62	\$34.346,34	\$45.012,78	\$56.655,93	\$68.497,53	\$81.108,67	\$84.216,94	\$87.521,52
7.- Impuestos		\$6.341,81	\$18.650,87	\$30.344,64	\$42.818,44	\$56.115,94	\$70.631,05	\$85.393,59	\$101.115,47	\$104.990,45	\$109.110,17
<b>TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO</b>	<b>\$197.624,60</b>	<b>\$ 342.682,21</b>	<b>\$ 437.863,15</b>	<b>\$ 544.661,59</b>	<b>\$ 660.236,06</b>	<b>\$ 780.117,57</b>	<b>\$ 926.986,37</b>	<b>\$ 1.034.071,50</b>	<b>\$ 1.180.062,86</b>	<b>\$ 1.221.682,63</b>	<b>\$ 1.264.953,75</b>
<b>TOTAL ENTRADAS MENOS SALIDAS</b>	<b>\$38.817,59</b>	<b>\$60.619,18</b>	<b>\$74.774,89</b>	<b>\$117.825,43</b>	<b>\$161.160,93</b>	<b>\$210.679,07</b>	<b>\$244.245,61</b>	<b>\$329.203,09</b>	<b>\$387.459,98</b>	<b>\$390.616,33</b>	<b>\$404.828,62</b>
<b>SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO</b>	<b>\$38.817,59</b>	<b>\$99.436,77</b>	<b>\$174.211,65</b>	<b>\$292.037,08</b>	<b>\$453.198,02</b>	<b>\$663.877,09</b>	<b>\$908.122,69</b>	<b>\$1.237.325,79</b>	<b>\$1.624.785,76</b>	<b>\$2.015.402,10</b>	<b>\$2.420.230,72</b>

Elaborado por: Autoras



Muebles y enseres	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00	\$415,00
Vehículo	\$33.000,00	\$33.000,00	\$33.000,00	\$33.000,00	\$33.000,00	\$33.000,00	\$66.409,70	\$66.409,70	\$66.409,70	\$66.409,70	\$66.409,70
Equipos de computo	\$1.595,90	\$1.595,90	\$1.595,90	\$1.595,90	\$3.211,61	\$3.211,61	\$3.211,61	\$4.847,39	\$4.847,39	\$4.847,39	\$4.847,39
(- )Depreciación acumulada activos fijos		\$ -13.952,67	\$ -27.905,33	\$ -41.858,00	\$ -55.817,27	\$ -69.776,54	\$ -83.817,75	\$ -97.865,65	\$ -111.913,55	\$ -125.961,45	\$ -139.464,09
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$187.802,90</b>	<b>\$173.850,23</b>	<b>\$159.897,57</b>	<b>\$145.944,90</b>	<b>\$133.601,34</b>	<b>\$119.642,07</b>	<b>\$139.010,56</b>	<b>\$126.598,43</b>	<b>\$112.550,53</b>	<b>\$98.502,63</b>	<b>\$84.999,99</b>
<i>Activos diferidos</i>											
Constitución	\$1.230,00	\$984,00	\$738,00	\$492,00	\$246,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Instalación	\$ 300,00	\$240,00	\$180,00	\$120,00	\$60,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Intereses de instalación	\$8.291,70	\$6.633,36	\$4.975,02	\$3.316,68	\$1.658,34	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$9.821,70</b>	<b>\$7.857,36</b>	<b>\$5.893,02</b>	<b>\$3.928,68</b>	<b>\$1.964,34</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$236.442,19</b>	<b>\$281.144,36</b>	<b>\$340.002,24</b>	<b>\$441.910,66</b>	<b>\$588.763,70</b>	<b>\$783.519,16</b>	<b>\$1.047.133,25</b>	<b>\$1.363.924,22</b>	<b>\$1.737.336,29</b>	<b>\$2.113.904,73</b>	<b>\$2.505.230,71</b>

PASIVO Y PATRIMONIO											
<i>Pasivo</i>											
Préstamo mediano y largo plazo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>TOTAL PASIVO</b>	\$83.000,00	\$66.400,00	\$49.800,00	\$33.200,00	\$16.600,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<i>Patrimonio</i>	<b>\$83.000,00</b>	<b>\$66.400,00</b>	<b>\$49.800,00</b>	<b>\$33.200,00</b>	<b>\$16.600,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
Capital social											
Utilidad neta del ejercicio	\$ 153.442,19	\$192.259,77	\$201.591,85	\$212.514,72	\$224.156,92	\$236.555,87	\$249.750,77	\$263.782,64	\$278.694,40	\$283.023,97	\$287.504,82
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$0,00	\$22.484,59	\$88.610,39	\$196.195,94	\$348.006,78	\$546.963,28	\$797.382,48	\$1.100.141,58	\$1.458.641,89	\$1.830.880,76	\$2.217.725,89
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$153.442,19</b>	<b>\$214.744,36</b>	<b>\$290.202,24</b>	<b>\$408.710,66</b>	<b>\$572.163,70</b>	<b>\$783.519,16</b>	<b>\$1.047.133,25</b>	<b>\$1.363.924,22</b>	<b>\$1.737.336,29</b>	<b>\$2.113.904,73</b>	<b>\$2.505.230,71</b>

**Elaborado por:** Autoras

### 4.3.6. Evaluación Financiera

La evaluación financiera se analiza a través de indicadores, como el costo capital, valor actual neto VAN y la Tasa Interna de Retorno TIR. Estos indicadores son los más utilizados en la evaluación de la rentabilidad del proyecto.

#### 4.3.6.1. Costo de capital (Ck)

El Costo de Capital (Ck) o también conocido como la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento La TMAR es un indicador que permite determinar la tasa mínima de rendimiento que debe obtener la empresa para recuperar la inversión propia e incluso el financiamiento requerido en un inicio.

Para el cálculo del CK, se toma en cuenta la tasa pasiva que es de 10%, que es la tasa promedio que nos daría una institución financiera si invirtiéramos el dinero a depósito a plazo y el otro porcentaje es del 9,99% que es la tasa de interés del crédito que se realizará en el banco, luego procedemos a calcular un promedio de estas dos tasas dándonos como resultado la siguiente tabla.

**Tabla 79** Costos de capital

FINANCIAMIENTO	VALOR	PESO RELATIVO	TASA DE DESCUENTO	PONDERACIÓN
Capital propio	\$60.000,00	25,38%	6,24%	1,58%
Aporte de los Socios	\$ 93.442,19	39,52%	6,24%	2,47%
Capital financiado	\$ 83.000,00	35,10%	9,99%	3,51%
<b>TOTAL</b>	<b>\$236.442,19</b>	<b>100%</b>	<b>CK</b>	<b>7,56%</b>

**Elaborado por:** Autoras

#### ***4.3.6.2. Tasa de Rendimiento Medio (TRM)***

A continuación, se procede al cálculo de la Tasa de Rendimiento Medio, para lo cual necesitaremos, la TMAR que ya lo calculamos anteriormente y la tasa de inflación, y calculamos con la siguiente fórmula que se muestra a continuación.

$$\mathbf{TRM} = (1+TMAR) *(1+INFLACION)-1$$

$$\mathbf{TRM} = (1+ 7,56%)*(1+1.2415%)-1 = 8,93\%$$

$$\mathbf{TRM} = 8,93\%$$

La tasa para la actualización de los flujos de efectivo y el cálculo del VAN es 8,93%.

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

VAN es un indicador financiero que mide la rentabilidad de los proyectos, analizando los valores de los ingresos y egresos proyectados; para determinar si existe ganancia en la implementación del negocio.

La fórmula para el cálculo es la siguiente.

### Cálculo del VAN con flujos.

*Tabla 80 Flujos de caja para VAN*

FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL									
AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	<b>-\$114.624,60</b>	<b>-\$7.015,99</b>	\$56.110,73	\$95.979,69	\$139.492,25	\$404.943,80	\$251.265,51	\$302.775,14	\$357.636,45	\$381.957,20	\$614.929,55

Elaborado por: Autoras

$$\text{VAN} = - \text{INVERSION INICIAL} + \sum \text{FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS} / (1+r)^n$$

$$\text{VAN} = -114.624,60 + \frac{(-7.015,99)}{(1+0.0893)} + \frac{(56.110,73)}{(1+0.0893)^2} + \frac{(95.979,69)}{(1+0.0893)^3} + \frac{(139.492,25)}{(1+0.0893)^4} + \frac{(404.943,80)}{(1+0.0893)^5} + \frac{(251.265,51)}{(1+0.0893)^6} + \frac{(302.775,14)}{(1+0.0893)^7} + \frac{(357.636,45)}{(1+0.0893)^8} + \frac{(381.957,20)}{(1+0.0893)^9} + \frac{(614.929,55)}{(1+0.0893)^{10}}$$

$$\text{VAN} = \$1.419.659,75$$

Como podemos observar, tenemos un VAN de \$1.419.659,75 con lo que se puede concluir que el proyecto es rentable y viable debido a que el VAN es positivo y mayor a cero.

#### 4.3.6.4. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La TIR es un indicador que muestra el grado de rentabilidad de un proyecto en términos porcentuales.

Para el cálculo del TIR se ha considerado la utilización del programa Excel, de este modo aplicar de forma directa la fórmula.

#### Cálculo del TIR con flujos.

*Tabla 81 Flujo de caja para TIR*

FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL									
AÑO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO	<b>\$-114.624,60</b>	<b>\$-7.015,99</b>	\$56.110,73	\$95.979,69	\$139.492,25	\$404.943,80	\$251.265,51	\$302.775,14	\$357.636,45	\$381.957,20	\$614.929,55

**Elaborado por:** Autoras

**TIR= 67%**

Como se puede evidenciar la tasa interna de retorno es de 67%, lo cual indica que esta es mayor a la tasa de rendimiento, lo cual permite concluir que el proyecto es viable.

#### 4.3.6.5. Relación Costo Beneficio

Tabla 82 Relación costos beneficio

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	TOTAL
Total Ingresos	\$364.483,80	\$503.305,95	\$651.564,15	\$809.754,79	\$978.397,69	\$1.158.037,08	\$1.349.242,73	\$1.552.611,07	\$1.607.969,40	\$1.665.301,53	\$10.640.668,19
Total Costo y Gasto	\$254.850,91	\$403.568,70	\$489.293,33	\$580.779,17	\$678.312,46	\$780.330,90	\$892.592,50	\$1.011.886,62	\$1.046.523,15	\$1.081.824,70	\$7.219.962,45
<b>Relación Costo Beneficio</b>	<b>1,427050799</b>										

Elaborado por: Autoras

$$B/C = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{INGRESOS EGRESOS} + \text{INVERSION}}$$

$$B/C = \frac{\sum 10.640.688,19}{\sum 7.219.962,45 + 236.442,19} = 1,45$$

**COSTO BENEFICIO = 1,45**

Después de haber realizados los respectivos cálculos financieros, podemos determinar la viabilidad del proyecto, dando como resultado una ganancia de \$ 0,45 ctvs. Por cada dólar que se invierte.

#### 4.3.6.6. Periodo de recuperación de la Inversión (PRI)

El Período de Recuperación de Inversión, permite establecer el tiempo en el cual se recupera la inversión inicial. Para este análisis se utiliza el método de la regla de tres, como se presenta a continuación.

**Tabla 83** *Periodo de recuperación de la inversión*

<b>SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-\$114.624,60</b>	<b>-\$17.015,99</b>	\$56.110,73	\$95.979,69	\$139.492,25	\$404.943,80	\$251.265,51	\$302.775,14	\$357.636,45	\$381.957,20	\$614.929,55
<b>SALDO ACUMULADO DE CAJA</b>	<b>-\$114.624,60</b>	<b>-\$31.640,59</b>	<b>-\$75.529,87</b>	\$20.449,82	\$159.942,07	\$564.885,87	\$816.151,38	\$1.118.926,51	\$1.476.562,96	\$1.858.520,16	\$2.473.449,71

**Fuente:** Autoras

PRI	5,19	5	Años
A	5	2,28	mes
I°	\$236.442,19	8,4	Días
B	\$159.942,07		
FL	\$404.943,80		

$$PRI = 5 + ((236.442,19 - 159.942,07) / (404.943,80)) = 5,19$$

$$PRI = 5,19$$

**PRI= 5 años, 2 meses y 8 días.**

#### 4.3.6.7. Punto de Equilibrio (PE)

El Punto de Equilibrio, es un indicador que nos permite establecer cuál es la cantidad mínima que se debe vender para no perder dinero.

**Tabla 84** Punto de Equilibrio

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>										
<b>AÑO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>COSTO FIJO TOTAL</b>	\$ 71.606,78	\$ 65.650,33	\$ 66.987,01	\$ 68.366,67	\$ 69.777,09	\$ 69.343,49	\$ 70.838,42	\$ 72.367,17	\$ 73.937,55	\$75.005,44
<b>COSTO VARIABLE TOTAL</b>	\$249.742,91	\$330.344,48	\$416.379,09	\$508.131,79	\$605.901,03	\$709.999,30	\$820.753,70	\$938.506,64	\$971.560,21	\$1.005.781,16
<b>COSTO TOTAL</b>	\$ 321.349,70	\$ 395.994,81	\$483.366,10	\$576.498,46	\$ 675.678,12	\$ 779.342,79	\$ 891.592,12	\$1.010.873,81	\$1.045.497,77	\$1.080.786,60
<b>INGRESOS</b>	\$364.483,80	\$503.305,95	\$651.564,15	\$809.754,79	\$978.397,69	\$1.158.037,08	\$1.349.242,73	\$1.552.611,07	\$1.607.969,40	\$1.665.301,53
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES</b>	\$227.464,80	\$ 191.037,92	\$ 185.582,94	\$ 183.541,17	\$ 183.276,11	\$ 179.231,16	\$ 180.851,85	\$ 182.962,49	\$ 186.812,71	\$ 189.390,16
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES</b>	151643	125797	120706	117914	116300	112339	111964	111882	112836	112990
<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	\$ 242.989,20	\$ 331.422,69	\$ 423.788,12	\$520.219,41	\$ 620.854,56	\$ 725.835,74	\$ 835.309,47	\$ 949.426,66	\$ 971.220,75	\$ 993.515,12

**Elaborado por:** Autoras

#### 4.3.6.8. Resumen de la evaluación financiera

Tabla 85 Resumen de la evaluación financiera

<b>RESUMEN EVALUACIÓN FINANCIERA</b>				
<b>Evaluación Financiera</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Valor</b>	<b>Resultado</b>
<b>TMR</b>	<b>Tasa Mínima de Rentabilidad</b>		8.89%	
<b>VAN</b>	<b>Valor Actual Neto</b>	$VAN > 0$	1.419.659,75	ACEPTABLE
<b>TIR</b>	<b>Tasa Interna de Retorno</b>	$TIR > 0$	67%	ACEPTABLE
<b>PRI</b>	<b>Periodo de Recuperación</b>		5 años, 2 meses y 8 días	ACEPTABLE
<b>B/C</b>	<b>Beneficio Costo</b>	$B/C > 1$	1,45	ACEPTABLE

**Elaborado por:** Autoras

En base a los resultados obtenidos por los indicadores financieros aplicados al ejercicio económicos del presente proyecto se puede observar como son positivos y reflejan la factibilidad y viabilidad del proyecto.

#### 4.3.7. Conclusiones de la evaluación financiera

Se puede concluir en base a los resultados obtenidos por los indicadores financieros aplicados al ejercicio económicos del presente proyecto que se obtienen efectos positivos los mismos que reflejan la factibilidad y viabilidad del proyecto.

En referente al VAN al darnos un total de \$1.419.659,75 siendo este un valor positivo, nos indica que realizar la inversión en este proyecto genera rentabilidad, a una tasa promedio de las existentes y a un menor riesgos de pérdida por la situación económica que atraviesa el país.

El TIR nos da una tasa del 67% siendo esta una tasa mayor a la de descuento se determina que a esta tasa obtendrán los socios su rentabilidad y en la actualidad ninguna institución financiera paga a sus inversionistas.

El Periodo de Recuperación de la inversión del proyecto se realizará en 5 años, 2 meses y 8 días, lo cual es un valor aceptable, ya que la proyección del proyecto está estimada para 10 años, al recuperar la inversión en el quinto año obtenemos liquidez en el mismo.

La relación Costo Beneficio nos indica que existe un valor positivo ya que se obtiene una ganancia de 0,45 centavos por dólar invertido, al ser una marca nueva en el mercado es muy favorecedor las ganancias reflejadas.

Todos los valores de los indicadores financieros aplicados a la proyección de 10 años nos reflejan valores positivos, demostrando de manera estadística que el proyecto sí posee viabilidad, liquidez y rentabilidad.

## **4.4 Estudio Organizacional**

### **4.4.1. Introducción**

Una vez determinadas las factibilidades es necesario realizar un estudio organizacional de cómo estará instaurada la empresa, en la distribución de funciones, así como definir la misión, visión, principios, políticas y valores lo que permitirá que cada uno de los empleados conozca lo que debe de hacer en el tiempo y momento correcto.

#### 4.4.2. Objetivo

Diseñar una propuesta organizacional para ejecutar las operaciones administrativas del proyecto en la producción, comercialización y distribución de la pulpa de guanábana.

#### 4.4.3. La empresa

##### *4.4.3.1. Nombre de la Empresa o Razón Social*

ASOCIACION DE PRODUCCION AGRICOLA PRODUCTORES DE GUANABANA DEL NORTE, “ASOPROGUAN”

Es una asociación agrícola que reúne actualmente a 28 socios de los cuales el 30% son mujeres y el 70% son hombres, entre todos los socios sumamos 50 hectáreas con producción de guanábana de la variedad la gigante brasileña, distribuidos en las provincias de Imbabura y Carchi. Existe un potencial de crecimiento en las dos provincias, de mínimo 200 hectáreas más por adhesión de nuevos socios.

##### *4.4.3.1.1. Imagen Corporativa*

*Figura 35 Imagen Corporativa*



**Fuente:** ASOPROGUAN

#### 4.4.3.1.2. Logotipo

**Figura 36** Logotipo de FRUTI NORT



**Elaborado por:** Autoras

#### 4.4.3.1.3. Slogan

“Vive bien, vive sano y disfruta con FRUTINOR”

#### 4.4.3.1.4. Misión

Somos una empresa joven dedicada a la producción, distribución y comercialización de pulpa de guanábana 100% natural, con altos estándares de calidad, controlando todos los procesos de producción, desde la selección de materia prima hasta la entrega del producto final al consumidor, generando empleo a la comunidad, preservando el medio ambiente, buscando superar las expectativas de los clientes y contribuir al desarrollo económico del norte del país.

#### 4.4.3.1.5. Visión

En el año 2025 ser una empresa modelo en la producción, distribución y comercialización de guanábana y frutas de la más alta calidad y al mismo tiempo, ser un factor de humanización del

medio en el que se desarrolla, mediante buenas prácticas de manufactura, calidad de sus productos, innovación tecnológica, responsabilidad social y sostenibilidad ambiental.

#### 4.4.3.1.6. *Objetivos estratégicos*

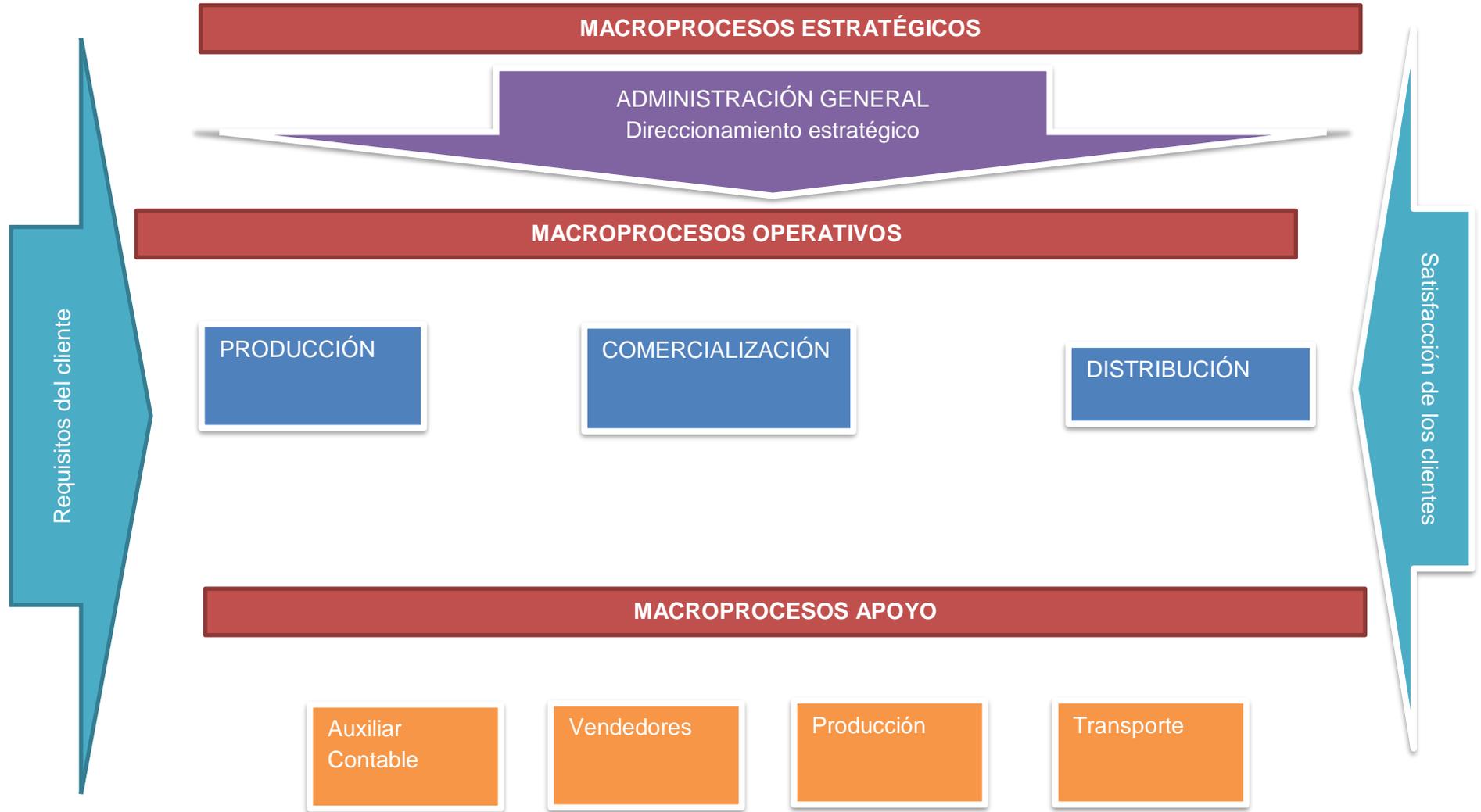
**Figura 37** *Objetivos Estratégicos*

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ESTRATEGIAS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>
Incrementar las ventas en un 10% anualmente hasta el octavo año	Elaborar un plan de marketing que permita un posicionamiento gradual del producto	Promoción en redes sociales. Campañas publicitarias en lugares de mayor afluencia. Entrega de pequeñas proporciones del producto en parques, carreras atléticas y gimnasios.
Obtener certificaciones de calidad nacionales e internacionales durante el primer año de funcionamiento.	Implementar un plan de capacitación orientado a las buenas prácticas de manufactura y de calidad en ISO 9001	Contratar a empresas para capacitar y garantizar la obtención de certificaciones. Realizar evaluaciones trimestrales de las capacitaciones otorgadas y del cumplimiento a los procesos para la obtención de las certificaciones.

		<p>Evaluar el nivel de producción incrementado</p> <p>Evaluar la ejecución de los diferentes procesos de producción de acuerdo a lo que establece la normativa.</p>
<p>Promover permanentemente el uso eficiente y responsable de los recursos que se dispongan para la elaboración del producto.</p>	<p>Realizar controles permanentes de la cantidad de producto desechado, estableciendo límites máximos y en caso de superarlos, implementar acciones de mitigación.</p>	<p>Evaluaciones trimestrales de la cantidad de productos vendidos.</p> <p>Evaluación permanente de la cantidad de desperdicios generados y adopción de acciones correctivas.</p>
<p>Garantizar el desarrollo económico de los socios en un 10% durante los últimos 10 años</p>	<p>Establecer convenios comerciales con los agricultores pertenecientes a la asociación.</p>	<p>Firmar contratos de compra de materia prima a los agricultores de la asociación.</p> <p>Capacitar a los socios en la mejora del cultivo de la guanábana.</p> <p>Realizar constantes ofertas que les generen beneficios adicionales a los socios.</p>

**Elaborado por:** Autoras

Figura 38 Macroproceso



Elaborado por: Autoras

#### ***4.4.3.1.7. Valores corporativos***

**Orientación al cliente:** Satisfacer las necesidades de todos nuestros clientes, atendiendo su demanda con productos de alta calidad.

**Responsabilidad:** En el cumplimiento de todas las negociaciones tanto con clientes como de proveedores permitiendo incrementar la confianza e imagen corporativa de la empresa

**Trabajo en equipo:** Fomentar la colaboración entre todos nuestros trabajadores, formar un solo equipo ayudándonos unos a otros para el cumplimiento de un mismo objetivo.

**Legalidad:** En el cumplimiento de la normativa nacional a beneficio del Estado como de nuestros clientes.

**Honestidad:** Actuar con transparencia en los intereses tanto de los socios como de los clientes sin perjudicar a terceros.

**Lealtad:** Velar por la confiabilidad de la información y la buena imagen de la empresa.

**Conciencia Medioambiental:** La conservación del medioambiente mediante la disminución de emisiones y residuos tóxicos.

#### ***4.4.3.1.8. Políticas empresariales***

##### ***4.4.3.1.8.1. Políticas Administrativas.***

La empresa se asegurará de contar con personal especializado y altamente capacitado para el desarrollo eficiente y eficaz de los procesos.

Para el cumplimiento de esta política se realizarán las siguientes acciones:

- 1) Definir los perfiles necesarios para cada puesto de trabajo.
- 2) Implementar un proceso técnico de selección, inducción y capacitación del personal

- 3) Suscribir convenios con empresas privadas y públicas para la capacitación permanente del personal
- 4) Efectuar evaluación periódica de desempeño del personal para medir la productividad y proponer mejoras

#### *4.4.3.1.8.2. Políticas de Producción*

El producto se elaborará dando cumplimiento a la normativa de calidad, buenas prácticas de manufactura, que permita preservar la calidad del producto y la salud y seguridad de los trabajadores.

Para dar cumplimiento se realizará las siguientes acciones:

- 1) La fruta será seleccionada en un estado de maduración adecuada para el despulpado.
- 2) Ingreso de la materia prima en la despulpadora de acuerdo a las instrucciones de funcionamiento socializada.
- 3) Todo el personal que realice los procesos de producción debe contar con la protección personal entregado por la administración
- 4) Obtener registro sanitario que será impreso en los empaques de cada uno de los productos.
- 5) El sistema de empaquetado será totalmente hermético que evite la proliferación de bacterias y el control de calidad será continuo.
- 6) Se implementará un protocolo diario de limpieza y desinfección de las áreas de producción.

#### *4.4.3.1.8.3. Políticas de Ventas*

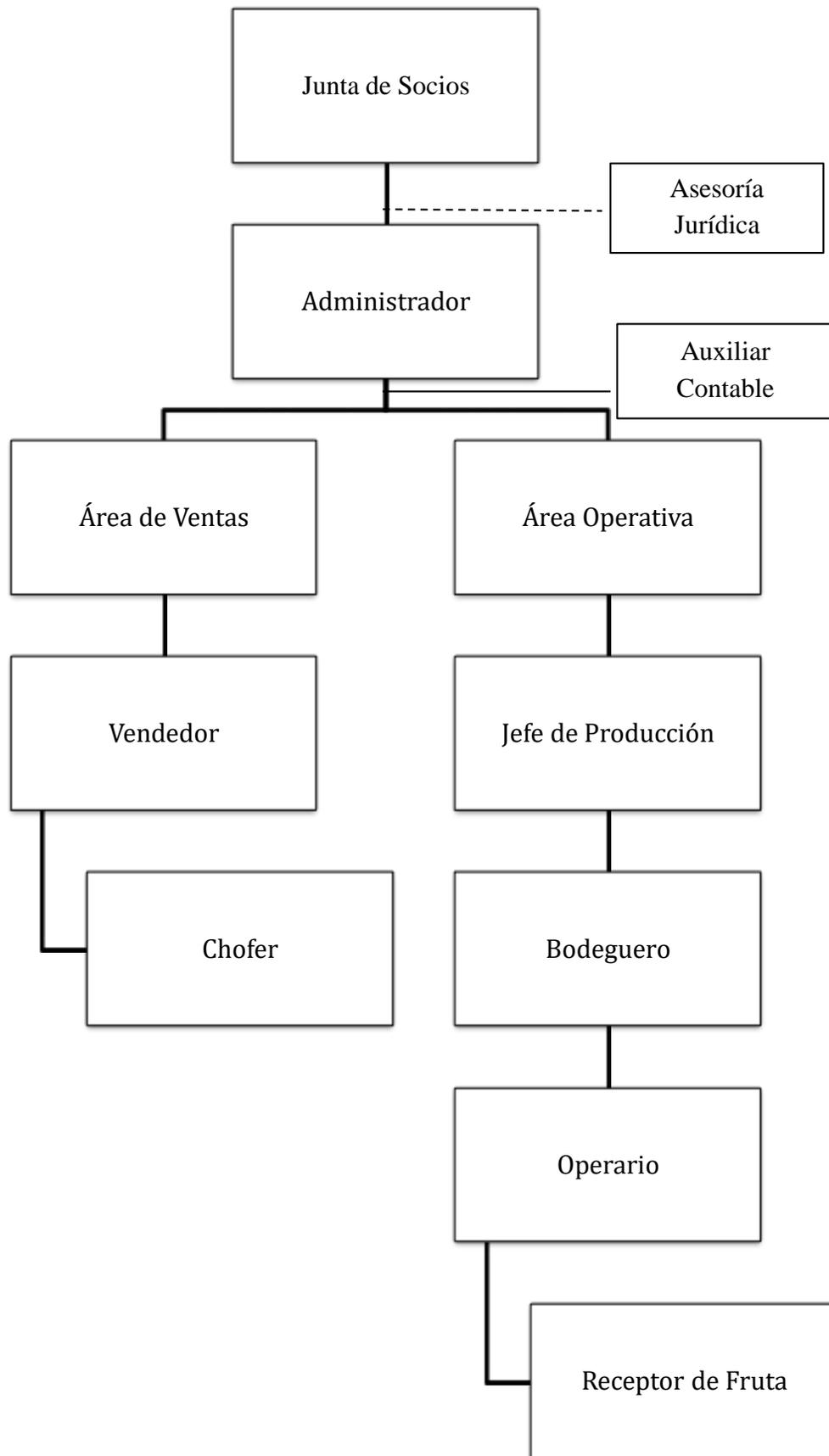
Los productos que salgan a la venta serán de la más alta calidad procurando el cumplimiento de la normativa técnica y sanitaria establecida, a un precio competitivo y brindando una atención de calidad.

Para el cumplimiento de esta política se realizará las siguientes acciones:

- 1) Visitar los supermercados cada dos días para la recepción de los pedidos.
- 2) Entregar los productos en congeladores y revisar las fechas de caducidad
- 3) Mantener el producto congelado desde la elaboración hasta la entrega a los clientes
- 4) En la entrega y visita revisar que cada producto posea una presentación e integridad adecuada

#### ***4.4.3.1.9. Organigrama estructural***

A continuación, se ha desarrollado el organigrama estructural y funcional para establecer la jerarquización, líneas de autoridad, división de funciones y delimitación de responsabilidades.



#### 4.4.3.1.10. Niveles administrativos

A continuación, se presenta la descripción de las funciones de todos los niveles administrativos dentro de la empresa.

**Tabla 86** Manual de funciones del Administrador

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b>	
<b>Nombre del Puesto</b>	Administrador
<b>Nº Cargo</b>	1
<b>Objetivo</b>	Administrar, dirigir, planificar y desarrollar estrategias para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
<b>Características</b>	Trabajo en equipo. Liderazgo. Motivación y empatía. Creatividad. Visión de futuro.
<b>Área</b>	Administrativa
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar a la empresa según lo estipula la ley.</li> <li>• Supervisar y liderar al equipo de trabajo en todas las operaciones, procurando brindar un servicio de calidad al cliente.</li> <li>• Gestionar acciones para el cumplimiento de los objetivos de la empresa.</li> </ul>	



- Realizar contratos con clientes y proveedores.
- Efectuar el reclutamiento de personal.
- Autorizar permisos y vacaciones.
- Autorizar pagos.

**REQUISITOS**

- Formación: Título de tercer nivel en áreas administrativas o afines.
- Experiencia: Al menos dos años de experiencia laboral en asistencia administrativa o cargos gerenciales.
- Conocimientos específicos: contabilidad, estadística, manejo de programas informáticos.
- Capacidades: liderazgo, trabajo en equipo, trabajo bajo presión, manejo de equipos, alto nivel de organización.

**Elaborado por:** Autoras

*Tabla 87 Manual de funciones del Auxiliar Contable*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b>	
	
<b>Nombre del Puesto</b>	Auxiliar Contable
<b>N° Cargo</b>	1
<b>Objetivo</b>	Coordinar, registrar y aplicar los recursos financieros de la empresa, proporcionando información financiera, contable y fiscal a la dirección administrativa, para la planeación, organización, presupuesto y toma de decisiones.
<b>Características</b>	Habilidad numérica y analítica.  Habilidad para elaborar informes o estados financieros.  Trabajo en equipo.  Habilidad de comunicación.  Alto grado de organización.
<b>Área</b>	Administrativa
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera.</li> <li>• Registrar las transacciones contables de las operaciones de la empresa.</li> <li>• Realizar pagos a proveedores, servicios básicos y pago al personal.</li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las declaraciones del IVA e impuesto a la renta.</li> <li>• Realizar y presentar los estados financieros de manera oportuna.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación: Tercer nivel en la carrera de Contabilidad.</li> <li>• Experiencia: Al menos un año de experiencia.</li> <li>• Conocimientos específicos: contabilidad, estadística, manejo de programas de contabilidad.</li> <li>• Capacidades: liderazgo, trabajo en equipo, trabajo bajo presión.</li> </ul>

**Elaborado por:** Autoras

*Tabla 88 Manual de funciones del Vendedor*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b>		
<b>Nombre del Puesto</b>	Vendedor	
<b>Nº Cargo</b>	2	
<b>Objetivo</b>	Lograr determinados volúmenes de venta para generar una determinada utilidad o beneficio.	
<b>Características</b>	Perseverancia. Honestidad. Puntualidad. Saber escuchar. Organización.	
<b>Área</b>	Ventas	

<b>FUNCIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atender a los clientes que soliciten pulpa</li> <li>• Asesorar e informar a los clientes sobre promociones y ofertas.</li> <li>• Informar sobre las necesidades de abastecimiento de los productos.</li> <li>• Manejar cartera de clientes.</li> </ul>
<b>REQUISITOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación: Estudios de tercer nivel en Marketing</li> <li>• Experiencia: Al menos un año de experiencia.</li> <li>• Conocimientos específicos: contabilidad, estadística, manejo de programas informáticos.</li> <li>• Capacidades: liderazgo, trabajo en equipo, trabajo bajo presión.</li> </ul>

**Elaborado por:** Autoras

*Tabla 89 Manual de funciones del Chofer*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b>		
<b>Nombre del Puesto</b>	Chofer	
<b>Nº Cargo</b>	2	
<b>Objetivo</b>	Entregar el producto en condiciones acordadas y la hora establecida por los clientes.	
<b>Características</b>	Responsabilidad en las entregas Confianza en la capacidad de conducir	

	<p>Conocimiento en leyes de tránsito.</p> <p>Paciencia en la entrega del producto.</p>
<b>Área</b>	Ventas
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conducir el vehículo de la empresa para trasladar la materia prima la materia prima</li> <li>• Cargar y descargar la materia prima y el producto final</li> <li>• Entregar el producto final</li> <li>• Entregar factura.</li> <li>• Realizar el cobro de la factura.</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación: Conductor profesional</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autoras

*Tabla 90 Manual de funciones del Receptor de fruta*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b>		
<b>Nombre del Puesto</b>	Receptor de Fruta	
<b>Nº Cargo</b>	2	
<b>Objetivo</b>	Recibir el producto en buenas condiciones dando cumplimiento a la normativa de calidad.	
<b>Características</b>	<p>Responsabilidad</p> <p>Amabilidad con los proveedores</p> <p>Conocimiento de la normativa de calidad</p>	

	Capacidad de selección de materia prima
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verificar la calidad de las guanábanas</li> <li>• Clasificar las guanábanas</li> <li>• Guardar las guanábanas para maduración</li> <li>• Guardar el producto final en los cuartos fríos</li> <li>• Realizar control permanente de la materia prima.</li> </ul>	
<b>PERFÍL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación: Bachillerato</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autoras

*Tabla 91 Manual de funciones del Operario de producción*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b>		
<b>Nombre del Puesto</b>	Operario de Producción	
<b>Nº Cargo</b>	3	
<b>Objetivo</b>	Planear, dirigir, controlar todas actividades en el área de producción.	
<b>Características</b>	Asegurar el correcto funcionamiento de las líneas de producción. Supervisar el trabajo de producción.	

	Resolver problemas que se presente en maquinaria y herramientas de trabajo.
<b>Área</b>	Producción
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar el proceso de producción</li> <li>• Verificar la calidad del producto final</li> <li>• Mantener el inventario actualizado</li> <li>• Monitorear el proceso de maduración de la materia prima</li> <li>• Realizar la clasificación de la materia prima</li> </ul>	
<b>REQUISITOS</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación: Título de tercer nivel en Agroindustria</li> <li>• Experiencia: Dos años de experiencia en industrias alimenticia</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autoras

*Tabla 92 Manual de funciones del Bodeguero*

<b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b>		
<b>Nombre del Puesto</b>	Bodeguero	
<b>Reporta a</b>	Operario y Vendedor	
<b>Objetivo</b>	Registrar las entradas y salidas de la mercadería y su actualización permanente.	
<b>Características</b>	Responsabilidad  Conocimientos en kardex e inventarios	

	Agilidad Capacidad de entrega rápida y oportuna
<b>Área</b>	Producción
<b>FUNCIONES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificar las guanábanas</li> <li>• Guardar las guanábanas para maduración</li> <li>• Guardar el producto final en los cuartos fríos</li> </ul>	
<b>PERFÍL</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Formación: Bachillerato</li> </ul>	

**Elaborado por:** Autoras

#### **4.4.3.1.11. Constitución Jurídica**

##### *4.4.3.1.11.1. Nombre o Razón Social*

Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte  
 “ASOPROGUAN” - FRUTINORT

##### *4.4.3.1.11.2. Figura Jurídica*

Asociación registrada en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria el 20 de agosto del 2018

**RUC:** 0491524634001

#### **DIRECTIVA REGISTRADA**

##### **ADMINISTRADOR/A**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>FECHA DE NOMBRAMIENTO</b>
ANDRADE NENGER CESAR	1002521381	13-07-2018

##### **PRESIDENTA/E**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>FECHA DE NOMBRAMIENTO</b>
ARENDS SANCHEZ PAUL	1001580016	2

##### **SECRETARIA/O**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>FECHA DE NOMBRAMIENTO</b>
GARCIA RAMIREZ IMELDA SUSANA	1303498362	2

**VOCALES DE LA JUNTA DIRECTIVA***Tabla 93 Vocales de la Junta Directiva*

<b>CARGO</b>	<b>NOMBRES Y APELLIDOS</b>	<b>No. CÉDULA</b>	<b>PERÍODO AÑOS / MESES</b>
VOCAL PRINCIPAL 1	ARENDS SANCHEZ PAUL	1001580016	2
VOCAL PRINCIPAL 2	GARCIA RAMIREZ IMELDA SUSANA	1303498362	2
VOCAL PRINCIPAL 3	TUQUERREZ QUILUMBA CARLOS RUDESINDO	1002136040	2
VOCAL PRINCIPAL 4	MINDA SUAREZ CARLOS ADOLFO	1001503547	2
VOCAL PRINCIPAL 5	OBANDO AGUIRRE EDISON JAVIER	1003918479	2
VOCAL SUPLENTE 1	GRANDA BARAHONA OSCAR FROILAN	1002291142	2
VOCAL SUPLENTE 2	PROAÑO TORRES LUZ DARY	1003103700	2
VOCAL SUPLENTE 3	PROAÑO TORRES ROBIN ERNESTO	1003320197	2
VOCAL SUPLENTE 4	MUESES MALES IFRAIN MESIAS	1002457347	2
VOCAL SUPLENTE 5	REA VILLARREAL	1002433520	2

	JAVIER EDUARDO		
--	-------------------	--	--

**Fuente:** ASOPROGUAN

## VOCALES DE LA JUNTA DE VIGILANCIA

*Tabla 94 Vocales de la Junta de Vigilancia*

CARGO No.	NOMBRES Y APELLIDOS	CÉDULA	PERÍODO AÑOS / MESES
VOCAL PRINCIPAL 1	ORTEGA PILLCO MARIBEL IBONNE	1001657020	2
VOCAL PRINCIPAL 2	YAÑEZ BURBANO ALVARO RICARDO	1706748199	2
VOCAL PRINCIPAL 3	TORRES SALAZAR DARIO FABIAN	1001795473	2
VOCAL SUPLENTE 1	QUINTANA LOPEZ FAUSTO ANIBAL	1001184546	2
VOCAL SUPLENTE 2	ALVAREZ MOREIRA MARCEL AUGUSTO	1716689003	2
VOCAL SUPLENTE 3	HIDALGO PIZANAN LUIS PATRICIO	1002686325	2

**Fuente:** Registro de Directivas de Organizaciones de la Economía Popular y Solidaria

#### *4.4.3.1.11.3. Domicilio*

Provincia: Carchi

Cantón: Mira

Parroquia: Jijón y Caamaño

Dirección: Vía A Chinambi 5 San Patricio

#### *4.4.3.1.11.4. Objeto Lícito*

Es una asociación agrícola que reúne actualmente a 28 socios de los cuales el 30% son mujeres y el 70% son hombres, entre todos los socios sumamos 50 hectáreas con producción de guanábana de la variedad la gigante brasileña, distribuidos en las provincias de Imbabura y Carchi. Existe un potencial de crecimiento en las dos provincias, de mínimo 200 hectáreas más por adhesión de nuevos socios.

El cultivo de la guanábana, la misma que se presenta como una gran alternativa, e imperiosa necesidad para las poblaciones mencionadas, con el fin de erradicar la pobreza, el tráfico de drogas, la trata de blancas, el contrabando, la minería ilegal, que tanto están afectando a todas las comunidades y con el pasar del tiempo esta amenaza va a ir creciendo y propagándose en todo el territorio de las dos provincias, Imbabura y Carchi.

#### ***4.4.3.1.12. Requisitos Legales para el Funcionamiento***

##### *4.4.3.1.12.1. RUC*

La planta procesadora correspondiente a la marca FRUTINORT pertenece a la Asociación de Productores de Guanábana del Norte “ASOPROGUAN”, por ende, pretenden manejar el mismo RUC que ya disponen, el cual es el siguiente 0491524634001

#### *4.4.3.1.12.2. Patente Municipal*

De acuerdo al Art. 547 del COOTAD publicado en el suplemento del Registro Oficial Nro. 303 del 10 de octubre del 2010, deben declarar y pagar el impuesto a la patente municipal todas las personas y las empresas o sociedades domiciliadas o con establecimiento en el Cantón Ibarra que realicen permanentemente Actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

De acuerdo al Art. 2 del Código de Comercio se consideran actos de comercio a las actividades de transporte.

Por tanto, toda persona que realice actividades económicas que generen ingresos por su propia cuenta está obligada a pagar el impuesto de patente municipal.

Para la obtención de la patente municipal deben realizar lo siguiente:

- Copia del Ruc o RISE actualizado
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica.
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos.

#### *4.4.3.1.12.3. Permiso Ocasional de Bomberos*

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

**TIPO A**

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

De acuerdo al marco legal vigente en el Reglamento de Prevención, Mitigación y Protección Contra Incendios del Registro Oficial Edición Especial N° 114 del jueves 2 de abril de 2009, para la obtención del Permiso Ocasional de Funcionamiento se deberá cumplir con los artículos:

Art. 350.- El propietario del local o la persona interesada para obtener el permiso de funcionamiento debe presentar al Cuerpo de Bomberos la siguiente documentación:

1. Solicitud de inspección del local;
2. Informe favorable de la inspección;
3. Copia del RUC;

## **CAPÍTULO V VALIDACIÓN**

### **5.1 Introducción**

Una vez desarrollado el plan de negocios se realiza la validación, en el que se evaluará los aspectos dentro de la metodología que son: factores para validar, métodos de verificación y un rango de interpretación; los que serán desarrollados por los docentes técnicos otorgados con la finalidad de determinar si existe utilidad y contribución para los socios de ASOPROGUAN.

### **5.2 Objetivo**

Validar la investigación realizada con los docentes técnicos con el objeto de validar la utilidad del plan de negocios para la Asociación de Producción Agrícola Productores de Guanábana del Norte, “ASOPROGUAN”

### **5.3 Equipo de Trabajo**

El equipo de trabajo está integrado por todas las personas que apoyaron a la ejecución del proyecto de investigación.

Está conformado por los docentes técnicos y la docente tutora, quienes están encargados de evaluar y validar los resultados del proyecto y las autoras responsables del desarrollo del plan de negocios como se muestra a continuación:

*Tabla 95 Equipo de Trabajo*

<b>DOCENTES TÉCNICOS</b>
Msc. Rocío Espinoza Ing. Julio Andrade
<b>DOCENTE TUTORA</b>
Ing. Gabriela Arciniegas
<b>AUTORES</b>
Estefania Quelal Jeniffer Vera

**Fuente:** Oficio 009-HCD

## 5.2 Método de Verificación

El método de verificación consiste en una matriz en la que se detalla cada uno de los factores que serán sometidos a validación y los resultados que determinarán el grado de factibilidad del proyecto. componen

## 5.3 Factores para validar

*Tabla 96 Factores para validar*

<b>CAPÍTULO</b>	<b>FACTOR PARA VALIDAR</b>
<b>FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b>	Sustento técnico de la investigación
<b>PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS</b>	Tipo, métodos y técnicas de investigación
<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b>	Planteamiento de oportunidad diagnóstica
<b>ESTUDIO DE MERCADO</b>	Identificación de la oferta, demanda y demanda potencial Análisis del balance Oferta-Demanda Planteamiento de Estrategias de Comercialización

<b>ESTUDIO TÉCNICO</b>	Análisis de Microlocalización
	Selección y justificación de la capacidad instalada
	Planteamiento de ingeniería del proyecto
	Determinación de Inversión para el proyecto
<b>ESTUDIO FINANCIERO</b>	Indicadores financieros/ Resultados
<b>ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b>	Estructura organizacional

### *5.3.1 Método de calificación*

La calificación por parte del equipo de trabajo se realizará en base a criterios de factibilidad como son:

- **Factible:** Significa que la propuesta presentada es viable y rentable, por lo tanto, se ha sustentado en la investigación probando así su validez y pertinencia.
- **Medianamente Factible:** Significa que existen aspectos que se pueden mejorar en el proyecto o tienen debilidades que no constituyen un riesgo alto para el proyecto.
- **No Factible:** Significa que el proyecto no presenta resultados adecuados y positivos que garanticen la viabilidad y rentabilidad del mismo.

### *5.3.2 Rango de interpretación*

Por cada criterio se asignará porcentajes de tolerancia que permitirán validar de manera general el proyecto al obtener resultados y conclusiones en base a la calificación asignada.

**Tabla 97** Rangos de Interpretación

<b>CRITERIOS</b>	<b>CALIFICACIÓN</b>
<b>FACTIBLE</b>	100% - 90%
<b>MEDIANAMENTE FACTIBLE</b>	89,99% - 70%
<b>NO FACTIBLE</b>	Menor a 70%

Por cada capítulo se ha asignado una ponderación conforme a la relevancia del mismo, que al final se obtendrá una sumatoria y a partir de este resultado se determinará si el proyecto es factible, medianamente factible o no factible.

**Tabla 98** Porcentajes de Calificación

<b>FACTORES</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%
ESTUDIO DE MERCADO	20%
ESTUDIO TÉCNICO	20%
ESTUDIO FINANCIERO	20%
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

### 5.4 Resultados

En la siguiente tabla se presenta la matriz de validación que será completada por el equipo de trabajo, de la cual se derivará el resultado de la evaluación al proyecto, en base al método de calificación y al rango de interpretación.

**Tabla 99** Matriz de Validación Directora de Tesis

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
VALIDADO POR: Mgs. María Gabriela Arciniegas Romero					
FECHA: 20/07/2020					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	9	0,9	
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	9	0,9	
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	10	1,0	
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	9	1,8	
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	10	2,0	
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	10	2,0	
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	10	1,0	
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		9,6	
<b>FIRMA</b>					

### 5.4.1 Calificación e interpretación

MATRIZ DE VALIDACIÓN					
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD					
VALIDADO POR: Ing. Rocio Espinoza					
FECHA: 26 de marzo de 2020					
CAPÍTULO	FACTORES	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
I	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10%	10	1	Ninguna
II	PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	10%	10	1	Ninguna
III	DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	10%	10	1	Ninguna
IV	ESTUDIO DE MERCADO	20%	10	2	Ninguna
	ESTUDIO TÉCNICO	20%	10	2	Ninguna
	ESTUDIO FINANCIERO	20%	9	1,8	Ninguna
	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	10%	10	1	Ninguna
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>		<b>9,8</b>	
<b>FIRMA</b>					

N°	Variable	Indicadores	Ing. Julio Andrade		
			Muy Aplicable	Aplicable	Poco Aplicable
1	Propuesta Administrativa	¿Considera usted que la propuesta de la misión es?		X	
2		¿Considera usted que la propuesta de la visión es?		X	
3		¿Considera usted que el organigrama es?	X		
4		¿Considera usted que el manual de procesos es?	X		
5		¿Considera que el manual de funciones es?	X		
6	Propuesta Contable	¿Considera que el plan de cuentas es?	X		
7		¿Considera que la dinámica de cuentas es?	X		
8		¿Considera que los estados financieros propuestos son?	X		
9	Propuesta Financiera	¿Considera que las razones financieras son?	X		
10	Propuesta de Riesgos	¿Considera que la matriz de evaluación de riesgos es?	X		
<b>Resultados</b>					
<b>Fecha</b>			22 de junio de 2020		
<b>Firma</b>					

## CONCLUSIONES

Efectuado el diagnóstico se puede determinar que existe suficiente materia prima para la producción de la pulpa de guanábana y al encontrarse las plantaciones cerca de la cuenca del río Mira, se obtiene una ventaja competitiva para el resto de industrias que ofrecen el mismo producto.

Con el estudio de mercado se determinó que existe un 72% de aceptación del producto por parte de las mujeres de 20 a 54 años de edad de la ciudad de Ibarra correspondiente al área urbana, debido a las propiedades curativas y nutritivas del producto.

En el estudio técnico se identificó que es viable posicionar a la planta procesadora en el Cantón Ibarra - Parroquia La Carolina – San Gerónimo por la disponibilidad del terreno; se ha identificado iniciar con una producción del 30% de la demanda efectiva y una proyección del 10% para los siguientes años, realizando campañas de posicionamiento, además se debe realizar una inversión de \$236.442,19 para lograr la puesta en marcha.

Con el estudio financiero se determinó que existe una utilidad de \$ 22.484,59 por la venta de la pulpa de guanábana, considerando los índices financieros de VAN tenemos 1.419.659,75 ; de TIR tenemos una tasa del 67%; del Periodo de Recuperación de la inversión del proyecto se realizará en 5 años, 2 meses y 8 días y la relación Costo Beneficio nos indica que existe un valor positivo ya que se obtiene una ganancia de 0,45 centavos por dólar invertido, todos estos valores siendo positivos nos indican que existe un porcentaje elevado para la viabilidad del proyecto,

En el estudio organizacional se establecieron diferentes lineamientos que determinan el funcionamiento de la empresa, los manuales de funciones de los empleados y requisitos a seguir para una operatividad adecuada de la empresa

### **RECOMENDACIONES**

Aprovechar al máximo los recursos naturales y humanos que se encuentran en el sector de la Carolina, ya que el suelo es fértil y se puede introducir nuevas pulpas de más sabores; en lo que se refiere al talento humano, dentro de la comunidad se cuenta con mano de obra joven, siendo así una manera de ayudar a las familias de la Carolina con plazas de trabajo para mejorar su calidad de vida.

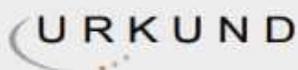
Se recomienda ampliar el mercado, el producto refleja gran aceptación en los pobladores del área urbana de la capital de la provincia, por ende, se debe proyectar a captar mercados de otros cantones y expandirse a más provincias del país.

Realizar una campaña de marketing agresiva, dar a conocer el producto en su 100%, aprovechando que la capacidad de producción equivale a 809.964,00 unidades , por ende, las estrategias que se puede aplicar es llegar al mercado con un precio bajo, resaltar en su publicidad que los envases son biodegradables, hacer uso del marketing digital, promocionando así el producto por redes sociales tales como Instagram y Facebook; de igual manera establecer ofertas semestrales del producto en referente al precio o cantidad con el objetivo de captar el 100% del mercado.

Los socios deben tener claro la captación de los recursos necesarios para el desarrollo de las actividades tanto administrativas, como productivas de la planta procesadora, así como también se hará una correcta evaluación de los indicadores financieros periódicamente para ir evaluando el rendimiento del proyecto y poder tomar decisiones para el bienestar del mismo.

En cuanto al estudio organizacional, este debe ser sencillo, preciso y claro en cuanto a funciones se trata, para que de esta forma el personal trabaje de manera planificada, coordinada y así logren alcanzar objetivos planteados.

## ANEXOS



## Urkund Analysis Result

**Analysed Document:** TRABAJO FINAL - PLAN DE NEGOCIOS QUELAL Y VERA.docx (D77175980)  
**Submitted:** 7/26/2020 3:45:00 AM  
**Submitted By:** jenimariuxi@gmail.com  
**Significance:** 4 %

### Sources included in the report:

Trabajo de Grado, Eliabeth Gabriela Taya Tiamarca.pdf (D64085239)  
 CHAMORRO LIZETH - CUASCOTA JHONATAN.pdf (D63824095)  
 Andino Kevin Proyecto figuras de gelatina.pdf (D63930375)  
 Tesis Final Félix Ayala2.docx (D18204401)  
 TESIS CHULETAS DE CERDO EMPACADAS AL VACÍO.docx (D26212787)  
 Silvia Patricia Vera Alcívar.docx (D70179615)  
 TESIS-EDWIN-PIGUAÑA-URKUND.docx (D63291781)  
 Tesis Rosa Aucancela.pdf (D47377915)  
 tesis cajilema -conforme (1).docx (D55064001)  
 Paúl Albuja Examen complejo.docx (D76755469)  
[https://www.cfn.fin.ec/juntos/?gclid=Cj0KCQIAsbrxBRDpARIsAAnnz\\_OIL93rdEdtO9atzXBMY-Qb07wuUlgtJCWFjALXYnejKLNVIbpbv0aAu3cEALw\\_wcBClimate-data](https://www.cfn.fin.ec/juntos/?gclid=Cj0KCQIAsbrxBRDpARIsAAnnz_OIL93rdEdtO9atzXBMY-Qb07wuUlgtJCWFjALXYnejKLNVIbpbv0aAu3cEALw_wcBClimate-data).  
<https://www.emapaibarra.gob.ec/instalan-equipos-de-cloracion-en-sistemas-de-agua-de-la-carolina/#more-5559F1>  
<https://lahora.com.ec/noticia/1101926730/obras-en-la-carolina-con-el-presupuesto-participativo-La>  
<https://www.lahora.com.ec/loja/noticia/1102165830/la-agroindustria-ecuatoriana-y-su-aporte-a-la-economia-nacional-Padilla>,  
<https://docplayer.es/amp/92990204-Universidad-tecnica-del-norte.html>  
<https://docplayer.es/97982448-Universidad-tecnica-del-norte.html>  
<https://core.ac.uk/download/pdf/200324087.pdf>  
<https://docplayer.es/66418621-Universidad-tecnica-del-norte.html>  
<https://docplayer.es/74797293-Universidad-internacional-del-ecuador.html>  
<https://core.ac.uk/download/pdf/200325387.pdf>

### Instances where selected sources appear:

44

## Bibliografía

- Adán, P., & González, A. (2015). *Emprendedor con éxito: 10 claves para generar modelos de negocio*. México: Alfaomega.
- Adán, P., & González, A. (2015). *Emprender con éxito. 10 claves para generar modelos de negocios*. México: Alfaomega Grupo Editor, S.A.
- Administración de la Producción. (Junio de 2016). *La Capacidad y Calculos de Capacidad de Producción*. Obtenido de Blogspot: <https://investy24.blogspot.com/2016/06/la-capacidad-y-calculos-de-capacidad-de.html>
- AME. (1 de Junio de 2018). *Ibarra, Otavalo y Cotacachi ejecutarán nuevos proyectos de agua potable y alcantarillado*. Obtenido de Asociación de Municipalidades Ecuatorianas: <https://ame.gob.ec/2018/06/01/ibarra-otavalo-cotacachi-ejecutaran-nuevos-proyectos-agua-potable-alcantarillado/>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Reporte mensual de la Inflación*. Quito. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201912.pdf>
- CFN. (14 de 10 de 2019). *Corporación Financiera Nacional*. Obtenido de [https://www.cfn.fin.ec/juntos/?gclid=Cj0KCQiAsbrxBRDpARIsAAnnz\\_OIL93rdEdtO9atzXBMY-Qb07wuUlgTJCWFjALXYnejKLNVIbpbsv0aAu3cEALw\\_wcB](https://www.cfn.fin.ec/juntos/?gclid=Cj0KCQiAsbrxBRDpARIsAAnnz_OIL93rdEdtO9atzXBMY-Qb07wuUlgTJCWFjALXYnejKLNVIbpbsv0aAu3cEALw_wcB)
- Climate-data. (s.f.). Obtenido de <https://it.climate-data.org/america-del-sud/ecuador/provincia-del-carchi/jijon-y-caamano-179167/>
- CLS, P. (2014). 6 pasos para la segmentación de un mercado. *Merca 2.0*. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/31790/1/secme-22257.pdf>
- Corporación Andina de Fomento. (2015). Ecuador. Nota de Análisis Sectorial, agricultura y desarrollo rural. *Fiat Panis*.
- Diario Extra. (31 de Octubre de 2018). *9 'rituales' que dividen el dinero de los hogares ecuatorianos*. Obtenido de Extra: <https://www.extra.ec/actualidad/gastos-presupuesto-hogares-ecuador-AH2449828>
- Dueñas, J. (2015). *Guía para emprendedores*. Andalucía: IC Editorial.
- El Expreso. (24 de Mayo de 2016). *Agricultores se quejan de la "falta de apoyo"*. Obtenido de El Expreso: <https://www.expreso.ec/economia/agricultores-se-quejan-de-la-falta-de-apoyo-GX356448>
- El Telégrafo. (20 de Abril de 2017). *El agro concentra el 29,3% de empleos en el país*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/el-agro-concentra-el-29-3-de-empleos-en-el-pais>
- EL UNIVERSO. (6 de Enero de 2020). *Inflación anual de 2019 fue negativa, de -0,07%, informa el INEC*. Obtenido de EL UNIVERSO:

- <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/06/nota/7678230/inflacion-anual-2019-fue-negativa-informa-inec>
- EMAPA-I. (31 de Agosto de 2017). *INSTALAN EQUIPOS DE CLORACIÓN EN SISTEMAS DE AGUA DE LA CAROLINA*. Obtenido de EMAPA-I: <https://www.emapaibarra.gob.ec/instalan-equipos-de-cloracion-en-sistemas-de-agua-de-la-carolina/#more-5559>
- Flórez, J. A. (2015). *Plan de Negocios: Para pequeñas empresas*. Ediciones de la U.
- Galán, R. (3 de Junio de 2019). *Plan financiero para principiantes*. Obtenido de Emprendedores: <https://www.emprendedores.es/gestion/a76843/plan-financiero-principiantes/>
- Gobierno Parroquial de la Carolina. (s.f.). *Datos Geográficos*. Obtenido de lacarolina.gob: <http://www.lacarolina.gob.ec/index.php/ct-menu-item-11/ct-menu-item-27>
- Grupo Graphic. (30 de Marzo de 2017). *7 tipos de estrategias de posicionamiento de marca*. Obtenido de Grupo Graphic: <https://grupographic.com/7-tipos-de-estrategias-de-posicionamiento-de-marca/>
- INEC. (2010). *Censo Poblacional y Vivienda*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2018). *Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua, 2018*. Ecuador: INEC. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_agropecuarias/espac/espac-2018/Boletin%20tecnico.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2018/Boletin%20tecnico.pdf)
- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre 2019*. Quito. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin\\_tecnico\\_de\\_empleo\\_dic19.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin_tecnico_de_empleo_dic19.pdf)
- INEC. (Septiembre de 2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: Indicadores de pobreza y extrema pobreza*. Obtenido de INEC: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Septiembre-2019/201909\\_PobrezayDesigualdad.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Septiembre-2019/201909_PobrezayDesigualdad.pdf)
- INIAP. (2014). *Guanábana*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mfruti/rguanabana>
- La Hora. (19 de Marzo de 2016). *Obras en La Carolina con el presupuesto participativo*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1101926730/obras-en-la-carolina-con-el-presupuesto-participativo->
- La Hora. (2 de Noviembre de 2018). *Ecuador invierte poco en el sector agrícola*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102197731/ecuador-invierte-poco-en-el-sector-agricola>
- La Hora. (3 de Julio de 2019). *La Carolina espera proyectos desde el GAD Parroquial*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102255224/la-carolina-espera-proyectos-desde-el-gad-parroquial->
- Lex Pro. (2019). *Requisitos para constituir compañías en Ecuador*. Obtenido de LexPro Ecuador: <http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- Martínez Carrasco, R. D. (2009). *Investigación comercial: técnicas e instrumentos*. Madrid: Tébar Flores.
- Martínez, G. (2017). *Marketing y Comunicación de Moda*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

- Medina, P. (7 de Octubre de 2014). *Estimación de la demanda 2*. Obtenido de Slide Share: <https://es.slideshare.net/medina1789/estimacion-de-la-demanda-2>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (23 de Agosto de 2019). *Trabajamos para desarrollar el sector agropecuario y mostrar más de Ecuador al mundo*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/trabajamos-para-desarrollar-el-sector-agropecuario-y-mostrar-mas-de-ecuador-al-mundo/>
- Ortiz, P., & Cueva, F. (23 de Junio de 2018). *La agroindustria ecuatoriana y su aporte a la economía nacional*. Obtenido de La Hora: <https://www.lahora.com.ec/loja/noticia/1102165830/la-agroindustria-ecuatoriana-y-su-aporte-a-la-economia-nacional->
- Padilla, A. (2013). *Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño*. Obtenido de <http://mira.ec/parroquias/jacinto-jijon-y-caamano/>
- Padilla, A. (2013). *Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño*. Obtenido de <http://mira.ec/parroquias/jacinto-jijon-y-caamano/>
- Padilla, A. (s.f.). *Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño*. Obtenido de Mira Balcón de los Andes: <http://mira.ec/parroquias/jacinto-jijon-y-caamano/>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina. (2016). Obtenido de <http://www.lacarolina.gob.ec/images/pdot2016.pdf>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural San Pedro de la Carolina. (2016). Obtenido de <http://www.lacarolina.gob.ec/images/pdot2016.pdf>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015-2035. (2015). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA 2015-2035*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000180001\\_PDO T%20IMBABURA%202015-2035\\_SIGAD\\_15-08-2015\\_22-50-42.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000180001_PDO T%20IMBABURA%202015-2035_SIGAD_15-08-2015_22-50-42.pdf)
- PROEcuador. (2017). *Perfil Sectorial Agroindustria 2017*. Quito.
- Senplades. (2017). *Proyecciones referenciales a nivel cantonal por grupos de edad 2010-2020*.
- Superintendencia del Control del Poder de Mercado. (2014). *Manual de Buenas Prácticas Comerciales Para El Sector de Supermercados y/o Similares y Sus Proveedores*. Obtenido de Superintendencia de Control del Poder de Mercado: <https://www.scpm.gob.ec/images/resoluciones-despacho/2014/RESOLUCION-SCPM-DS-075-2014-Manual-Supermercados.pdf>
- Hernández Sampieri, R. (2015). *Metodología de la Investigación*. Retrieved from [http://www.ghbook.ir/index.php?name=های رسانه و فرهنگ&option=com\\_dbook&task=readonline&book\\_id=13650&page=73&chckhash=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component](http://www.ghbook.ir/index.php?name=های رسانه و فرهنگ&option=com_dbook&task=readonline&book_id=13650&page=73&chckhash=ED9C9491B4&Itemid=218&lang=fa&tmpl=component)
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia Jacinto Jijón y Camaño.

(2011). *Contenidos principales del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Parroquial Diagnóstico Modelo de gestión.*

SEEARH CONSULTING, G., & ECOEARTH CONSULTING CIA. LTDA. (2016).

*CARCHI CARACTERIZACION SOCIOAMBIENTAL DE LA MICROCUENCA DEL RIO CHINAMBI , CANTON MIRA , PROVINCIA DEL CARCHI INFORME PRELIMINAR SEEARH CONSULTING GROUP.*

(s.f.).

Adán, P., & González, A. (2015). *Emprendedor con éxito: 10 claves para generar modelos de negocio.* México: Alfaomega.

Adán, P., & González, A. (2015). *Emprender con éxito. 10 claves para generar modelos de negocios.* México: Alfaomega Grupo Editor, S.A.

Administración de la Producción. (Junio de 2016). *La Capacidad y Calculos de Capacidad de Producción.* Obtenido de Blogspot: <https://investy24.blogspot.com/2016/06/la-capacidad-y-calculos-de-capacidad-de.html>

AME. (1 de Junio de 2018). *Ibarra, Otavalo y Cotacachi ejecutarán nuevos proyectos de agua potable y alcantarillado.* Obtenido de Asociación de Municipalidades Ecuatorianas: <https://ame.gob.ec/2018/06/01/ibarra-otavalo-cotacachi-ejecutaran-nuevos-proyectos-agua-potable-alcantarillado/>

Baena, G. (2017). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). México: Grupo Editorial Patria.

Banco Central del Ecuador. (2019). *Reporte mensual de la Inflación.* Quito. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201912.pdf>

CFN. (14 de 10 de 2019). *Corporación Financiera Nacional.* Obtenido de [https://www.cfn.fin.ec/juntos/?gclid=Cj0KCQiAsbrxBRDpARIsAAnnz\\_OIL93rdEdt09atzXBMY-Qb07wuUlgTJCWFjALXYnejKLNVIbpbsv0aAu3cEALw\\_wcB](https://www.cfn.fin.ec/juntos/?gclid=Cj0KCQiAsbrxBRDpARIsAAnnz_OIL93rdEdt09atzXBMY-Qb07wuUlgTJCWFjALXYnejKLNVIbpbsv0aAu3cEALw_wcB)

Climate-data. (s.f.). Obtenido de <https://it.climate-data.org/america-del-sud/ecuador/provincia-del-carchi/jijon-y-caamano-179167/>

CLS, P. (2014). 6 pasos para la segmentación de un mercado. *Merca 2.0.* Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/31790/1/secme-22257.pdf>

Corporación Andina de Fomento. (2015). Ecuador. Nota de Análisis Sectorial, agricultura y desarrollo rural. *Fiat Panis.*

Diario Extra. (31 de Octubre de 2018). *9 'rituales' que dividen el dinero de los hogares ecuatorianos.* Obtenido de Extra: <https://www.extra.ec/actualidad/gastos-presupuesto-hogares-ecuador-AH2449828>

Dueñas, J. (2015). *Guía para emprendedores.* Andalucía: IC Editorial.

- El Expreso. (24 de Mayo de 2016). *Agricultores se quejan de la "falta de apoyo"*. Obtenido de El Expreso: <https://www.expreso.ec/economia/agricultores-se-quejan-de-la-falta-de-apoyo-GX356448>
- El Telégrafo. (20 de Abril de 2017). *El agro concentra el 29,3% de empleos en el país*. Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/4/el-agro-concentra-el-29-3-de-empleos-en-el-pais>
- EL UNIVERSO. (6 de Enero de 2020). *Inflación anual de 2019 fue negativa, de -0,07%, informa el INEC*. Obtenido de EL UNIVERSO: <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/01/06/nota/7678230/inflacion-anual-2019-fue-negativa-informa-inec>
- EMAPA-I. (31 de Agosto de 2017). *INSTALAN EQUIPOS DE CLORACIÓN EN SISTEMAS DE AGUA DE LA CAROLINA*. Obtenido de EMAPA-I: <https://www.emapaibarra.gob.ec/instalan-equipos-de-cloracion-en-sistemas-de-agua-de-la-carolina/#more-5559>
- Flórez, J. A. (2015). *Plan de Negocios: Para pequeñas empresas*. Ediciones de la U.
- Galán, R. (3 de Junio de 2019). *Plan financiero para principiantes*. Obtenido de Emprendedores: <https://www.emprendedores.es/gestion/a76843/plan-financiero-principiantes/>
- Gobierno Parroquial de la Carolina. (s.f.). *Datos Geográficos*. Obtenido de lacarolina.gob: <http://www.lacarolina.gob.ec/index.php/ct-menu-item-11/ct-menu-item-27>
- Grupo Graphic. (30 de Marzo de 2017). *7 tipos de estrategias de posicionamiento de marca*. Obtenido de Grupo Graphic: <https://grupographic.com/7-tipos-de-estrategias-de-posicionamiento-de-marca/>
- INEC. (2010). *Censo Poblacional y Vivienda*. Obtenido de INEC: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- INEC. (2018). *Encuesta de superficie y producción agropecuaria continua, 2018*. Ecuador: INEC. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_agropecuarias/espac/espac-2018/Boletin%20tecnico.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_agropecuarias/espac/espac-2018/Boletin%20tecnico.pdf)
- INEC. (2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo, diciembre 2019*. Quito. Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin\\_tecnico\\_de\\_empleo\\_dic19.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Diciembre/Boletin_tecnico_de_empleo_dic19.pdf)
- INEC. (Septiembre de 2019). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo: Indicadores de pobreza y extrema pobreza*. Obtenido de INEC: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Septiembre-2019/201909\\_PobrezayDesigualdad.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2019/Septiembre-2019/201909_PobrezayDesigualdad.pdf)
- INIAP. (2014). *Guanábana*. Obtenido de <http://tecnologia.iniap.gob.ec/index.php/explore-2/mfruti/rguanabana>
- La Hora. (19 de Marzo de 2016). *Obras en La Carolina con el presupuesto participativo*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1101926730/obras-en-la-carolina-con-el-presupuesto-participativo->
- La Hora. (2 de Noviembre de 2018). *Ecuador invierte poco en el sector agrícola*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102197731/ecuador-invierte-poco-en-el-sector-agricola>

- La Hora. (3 de Julio de 2019). *La Carolina espera proyectos desde el GAD Parroquial*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/imbabura/noticia/1102255224/la-carolina-espera-proyectos-desde-el-gad-parroquial->
- Lex Pro. (2019). *Requisitos para constituir compañías en Ecuador*. Obtenido de LexPro Ecuador: <http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- Martínez Carrasco, R. D. (2009). *Investigación comercial: técnicas e instrumentos*. Madrid: Tébar Flores.
- Martínez, G. (2017). *Marketing y Comunicación de Moda*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Medina, P. (7 de Octubre de 2014). *Estimación de la demanda 2*. Obtenido de Slide Share: <https://es.slideshare.net/medina1789/estimacion-de-la-demanda-2>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (23 de Agosto de 2019). *Trabajamos para desarrollar el sector agropecuario y mostrar más de Ecuador al mundo*. Obtenido de Ministerio de Agricultura y Ganadería: <https://www.agricultura.gob.ec/trabajamos-para-desarrollar-el-sector-agropecuario-y-mostrar-mas-de-ecuador-al-mundo/>
- Ortiz, P., & Cueva, F. (23 de Junio de 2018). *La agroindustria ecuatoriana y su aporte a la economía nacional*. Obtenido de La Hora: <https://www.lahora.com.ec/loja/noticia/1102165830/la-agroindustria-ecuatoriana-y-su-aporte-a-la-economia-nacional->
- Padilla, A. (2013). *Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño*. Obtenido de <http://mira.ec/parroquias/jacinto-jijon-y-caamano/>
- Padilla, A. (2013). *Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño*. Obtenido de <http://mira.ec/parroquias/jacinto-jijon-y-caamano/>
- Padilla, A. (s.f.). *Parroquia Jacinto Jijón y Caamaño*. Obtenido de Mira Balcón de los Andes: <http://mira.ec/parroquias/jacinto-jijon-y-caamano/>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural La Carolina. (2016). Obtenido de <http://www.lacarolina.gob.ec/images/pdot2016.pdf>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia Rural San Pedro de la Carolina. (2016). Obtenido de <http://www.lacarolina.gob.ec/images/pdot2016.pdf>
- Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia de Imbabura 2015-2035. (2015). *ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DE LA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA 2015-2035*. Obtenido de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL\\_SNI/data\\_sigad\\_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000180001\\_PDO\\_T%20IMBABURA%202015-2035\\_SIGAD\\_15-08-2015\\_22-50-42.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000180001_PDO_T%20IMBABURA%202015-2035_SIGAD_15-08-2015_22-50-42.pdf)
- PROECUADOR. (2017). *Perfil Sectorial Agroindustria 2017*. Quito.
- Senplades. (2017). *Proyecciones referenciales a nivel cantonal por grupos de edad 2010-2020*.
- Superintendencia del Control del Poder de Mercado. (2014). *Manual de Buenas Prácticas Comerciales Para El Sector de Supermercados y/o Similares y Sus Proveedores*. Obtenido de Superintendencia de Contol del Poder de Mercado: <https://www.scpm.gob.ec/images/resoluciones-despacho/2014/RESOLUCION-SCPM-DS-075-2014-Manual-Supermercados.pdf>

