



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**PLAN DE TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FRUTALES EN LA CIUDAD DE  
OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y  
AUDITORIA CPA**

**AUTORA: KARINA ELIZABETH AUZ FLORES**

**DIRECTOR: ING. MARCELO VALLEJOS O.**

**IBARRA, DICIEMBRE 2015**

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto se ha realizado con el fin de establecer la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de arreglos frutales en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura, en el presente estudio se realizó un diagnóstico situacional en el cual, se analizan los aspectos que influyen en el proyecto, además se analiza las diferentes componentes de la matriz diagnóstico tales como: Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos de esta manera determinar la oportunidad de inversión del proyecto. Consecutivamente se ejecutó el estudio de mercado para establecer la oferta, demanda y el análisis del precio del mercado. Mediante el estudio técnico se conoce la localización del proyecto, misma que será en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura; de igual manera, se conoció el tamaño del proyecto, capacidad instalada, el espacio físico y el diseño de las instalaciones y por último, se establece la inversión inicial del proyecto, misma que es de **\$26.896,54**, el 75% será financiado y el 25% con recursos propios. Para conocer la factibilidad del proyecto se efectuó el estudio financiero, mediante indicadores financieros, mismos que, demuestran la factibilidad del proyecto. El complejo turístico estará organizado con una estructura organizacional y funcional, para que su gestión empresarial sea eficaz. Se puntualizó los impactos positivos que tendrá el centro turístico en el ámbito económico, social, ambiental y empresarial. Para finalizar se ha redactado conclusiones y recomendaciones a las que se ha llegado, después de efectuar todas las etapas de la investigación.

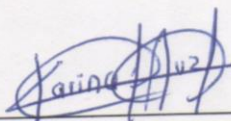
## SUMMARY

This project was carried out to establish the feasibility of creating a small business dedicated to the production and marketing of fruit arrangements in the city of Otavalo, Imbabura Province, in the present study a situational analysis was performed in which Aspects that influence the project are discussed, as well the different components such as diagnosis matrix is analyzed: Allies Opponents, Opportunities and Risks thus determine the investment opportunity of the project. Consecutively the market study was run to supply, demand and market price analysis. Through technical study the location of the project, it will be in the city of Otavalo, Imbabura province known; likewise, project size, capacity, physical space and facility design met and finally, the initial investment of the project \$26.896,54 75% will be financed and 25 % own resources. For the project's feasibility study was conducted financial, through financial indicators, same as demonstrate the feasibility of the project. The resort is organized with an organizational and operational structure, for effective business management. The positive impacts that will resort in the economic, social, environmental and business environment are emphasized. To end is drawn conclusions and recommendations that have been reached, after making all stages of the investigation.

**AUTORÍA**

Yo, **Karina Elizabeth Auz Flores**, portadora de la cédula de ciudadanía N° 100408567-4, declaro bajo juramento que el presente trabajo es de mi autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FRUTALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA** y que no ha sido previamente presentando para ningún grado, ni calificación profesional; además, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

Ciudad de Ibarra a los 14 días de Diciembre del 2015.



**Karina Elizabeth Auz Flores**

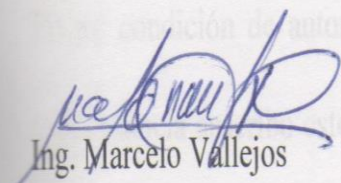
C.I. 100408567-4

**CERTIFICACIÓN DEL ASESOR**

En, mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la egresada **Karina Elizabeth Auz Flores**, para optar por el Título de **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FRUTALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, considero que el presente trabajo reúnen los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se asigne.

En la ciudad de Ibarra a los 14 días de Diciembre del 2015.

Atentamente,



Ing. Marcelo Vallejos


DIRECTOR

## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Karina Elizabeth Auz Flores, con cédula de ciudadanía N° 100408567-4, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5 y 6 en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FRUTALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el Título de INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente lo derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora, me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma): 

Nombre: Karina Elizabeth Auz Flores

Cédula: 100408567-4

Ibarra, a los 14 días del mes de Diciembre del 2015



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	100408567-4	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Auz Flores Karina Elizabeth	
<b>DIRECCIÓN:</b>	Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura		
<b>EMAIL:</b>	Kary_ely91@hotmail.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062-927-803	<b>TELÉFONO MOVIL:</b>	0981022427
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FRUTALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”,		
<b>AUTORA:</b>	Auz Flores Karina Elizabeth		
<b>FECHA: AA-MM-DD</b>	2015-12-14		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b>		<input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA		
<b>ASESOR DIRECTOR:</b>	/ ING. MARCELO VALLEJOS		

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

Yo, Auz Flores Karina Elizabeth, con cédula de ciudadanía N° 100408567-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIA

La autora manifiesta 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 es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 14 días del mes de Diciembre del 2015

EL AUTOR

(Firma).....

Nombre: Karina Elizabeth Auz Flores

C.I.: 100408567-4

Facultado por resolución del Consejo Universitario \_\_\_\_\_



**DEDICATORIA**

Quiero dedicar con todo el amor a mi Padre Dios por ser quien me dio la vida y las fuerzas para cumplir los anhelos de mi corazón, siempre dándome aliento y permitiéndome ver su mano poderosa al momento de desarrollar el siguiente proyecto.

A mi pequeña hija que es para mí uno de los motivos más grandes para superarme y querer ser mejor cada día.

Kary Auz.

## AGRADECIMIENTO

Quiero agradecerle a mi Dios por darme la sabiduría para culminar mis estudios que han sido para mí un regalo de su mano, A mi amado esposo por su guía y su persistencia para cumplir nuestros sueños, A mis Padres por estar siempre conmigo en las buenas y malas, en especial a mi Madre que me ha enseñado a siempre esforzarme y ser valiente. A mis preciosos hermanos que han sido para mí ejemplo de esfuerzo, perseverancia a los cuales los amo con todo mi corazón.

De igual manera, agradezco la Universidad Técnica del Norte por acogerme durante 5 años, en los cuales he aprendido no solo cosas que me ayudarán en mi vida profesional sino que a través de sus catedráticos me transmitieron diferentes valores y principios fundamentales en todo ser humano.

Y a mis amigas, con las cuales hemos compartido todo este tiempo, siendo para mí, mi segunda familia, que siempre hemos salido adelante apoyándonos unas a otras.

Kary Auz.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE CUADRO .....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xx
ÍNDICE DE TABLAS .....	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxii
CAPÍTULO I .....	24
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	24
Antecedentes .....	24
Objetivos diagnósticos .....	25
Objetivo general.....	25
Objetivos específicos. ....	25
Matriz de relación diagnóstica .....	26
Mecánica operativa .....	27
Técnicas e instrumentos.....	27
Información secundaria.....	27
Análisis de variables diagnósticas .....	27
Aspectos geográficos. ....	27
Aspectos demográficos. ....	31
Aspectos económicos.....	36
Desarrollo empresarial. ....	38
Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos .....	40
Identificación de la oportunidad de la inversión.....	41

CAPÍTULO II.....	42
MARCO TEÓRICO.....	42
Estudio de Factibilidad .....	42
La Microempresa .....	42
La Pequeña Empresa.....	42
Servicios.....	43
Calidad del servicio.....	44
Diseño y desarrollo del servicio.....	44
Arreglos frutales.....	44
Historia de los arreglos (Buoquets).....	44
Producción .....	50
Formas de producción.....	50
Comercialización .....	50
Tipos de comercialización. ....	51
Funciones de la comercialización. ....	52
Frutas.....	52
Beneficios de las frutas. ....	53
Los principales componentes de la fruta son. ....	55
Origen de las frutas .....	57
Estructura organizacional.....	61
Misión. ....	62
Visión.....	62
Estudio de mercado.....	62
Mercado meta.....	62
Oferta. ....	63
Demanda. ....	63
Precio. ....	63
Comercialización. ....	64
Estudio técnico.....	64
Tamaño del proyecto.....	64
Localización del proyecto. ....	65
Estudio financiero .....	66
Ingresos. ....	66
Egresos.....	66

Gastos administrativos .....	67
Gastos de ventas.....	68
Estados financieros. ....	68
Indicadores financieros .....	69
Tasa interna de retorno (TIR). ....	70
Punto de equilibrio.....	71
Relación costo-beneficio (BC).....	71
Periodo de recuperación de la inversión (PRI). ....	72
Estructura organizacional.....	72
Marco legal .....	72
Exoneraciones de pago del impuesto a la renta. ....	72
Requisitos para constituir una compañía. ....	73
<b>CAPÍTULO III.....</b>	<b>82</b>
<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>82</b>
Antecedentes del estudio de mercado .....	82
Análisis de mercado .....	83
Objetivo General.....	83
Objetivos específicos. ....	83
Matriz de Mercado .....	84
Identificación del Producto .....	85
Características del Servicio.....	85
Línea de servicios a ofrecer. ....	86
Elección de las frutas. ....	89
Diferenciación del servicio. ....	89
Mercado .....	90
Mecánica operativa. ....	90
Segmento de mercado. ....	90
Identificación de la población.....	91
Segmento de mercado meta .....	91
Determinación de la población. ....	92
Análisis de la Información .....	94
Análisis y proyección de la demanda.....	104
Análisis de la demanda. ....	104
Proyección de la demanda. ....	105

Análisis y proyección de la oferta.....	106
Análisis de la oferta. ....	106
Proyección de la oferta.....	111
Demanda insatisfecha. ....	112
Características del servicio .....	112
Estrategias para el precio. ....	112
Determinación del precio.....	114
Estrategias para la Promoción.....	117
Conclusiones:.....	117
CAPITULO IV.....	119
ESTUDIO TÉCNICO .....	119
Tamaño del proyecto.....	119
Localización del proyecto .....	120
Macro localización.....	120
Micro localización. ....	122
Ingeniería del proyecto .....	125
Proceso de preparación. ....	125
Descripción del proceso. ....	125
Obras civiles.....	130
Distribución de la planta .....	130
Área administrativa. ....	130
Área de producción. ....	131
Área de ventas.....	131
Presupuesto técnico.....	131
Inversiones fijas .....	131
Capital de trabajo. ....	136
Inversión del proyecto.....	145
Talento humano. ....	145
Operación del proyecto .....	147
Diagrama de flujo .....	149
CAPITULO V.....	150
ESTUDIO FINANCIERO .....	150
Introducción .....	150
Determinación de los ingresos .....	150

Proyección de ventas de los arreglos frutales. ....	151
Determinación de egresos .....	151
Gastos operacionales.....	152
Gastos operacionales indirectos .....	153
Gastos administrativos .....	155
Estructura de la inversión.....	159
Financiamiento.....	159
Estados financieros .....	160
Estado de situación inicial. ....	161
Estado de resultados proyectado .....	162
Flujo de caja.....	163
Evaluación financiera.....	164
Determinación del coste de oportunidad y la tasa de redescuento.....	164
Valor Actual Neto (VAN).....	165
Determinación de la tasa interna de retorno. ....	166
Costo beneficio. ....	166
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	168
Punto de equilibrio.....	169
CAPITULO VI.....	170
PROPUESTA ESTRATÉGICA ADMINISTRATIVA.....	170
Razón social.....	170
Slogan. ....	170
Logotipo.....	170
Planificación estratégica .....	171
Misión. ....	171
Visión.....	171
Objetivos estratégicos.....	171
Valores y principios.....	172
Estructura orgánica .....	173
Estructura funcional .....	174
Niveles administrativos.....	174
Descripción de perfiles y funciones del personal .....	175
Requerimiento del personal en el área administrativa. ....	175
CAPÍTULO VII .....	179

IMPACTOS .....	179
Descripción .....	179
Impacto ambiental.....	180
Impacto social .....	181
Impacto empresarial.....	182
Impacto económico.....	183
Impacto general.....	184
CONCLUSIONES .....	185
RECOMENDACIONES.....	187
BIBLIOGRAFÍA .....	188
ANEXOS .....	194
ANEXO 1 PROFORMAS .....	195



## ÍNDICE DE CUADRO

1. Parroquias Urbanas Y Sus Comunidades .....	31
2. Población Urbana Y Población Rural .....	33
3. Población Económicamente Activa .....	36
4. Origen de distintas frutas y verduras .....	58
5. Clasificación de frutas desde un punto de vista botánico .....	59
6. Composición química de distintas frutas (Porciones comestibles en crudo).....	61
7. Matriz de Mercado .....	84
8. Segmento de mercado .....	90
9. Identificación de la población.....	91
10. Población de hombres y mujeres .....	92
11. Pregunta N.- 1 Encuesta.....	94
12. Pregunta N.- 2 Encuesta.....	95
13. Pregunta N.- 3 Encuesta.....	96
14. Pregunta N.- 4 Encuesta.....	97
15. Pregunta N.- 5 Encuesta.....	98
16. Pregunta N.- 6 Encuesta.....	99
17. Pregunta N.- 7 Encuesta.....	100
18. Pregunta N.- 8 Encuesta.....	101
19. Pregunta N.- 9 Encuesta.....	102
20. Pregunta N.- 3 Encuesta.....	103
21. Proyección de la demanda .....	105
22. Oferta Histórica (expresado según los detalles vendidos). .....	111
23. Proyección de la Oferta.....	112
24. Demanda insatisfecha. ....	113
25. Aplicando la siguiente fórmula se obtuvo: .....	115
26. Tamaño del Proyecto .....	119
27. Macro localización.....	120
28. Frutas a utilizar .....	129
29. Equipos de Oficina.....	132
30. Maquinaria y equipo .....	133
31. Muebles y enseres .....	134
32. Equipo de computación.....	135

33. Vehículo.....	135
34. Resumen de la Inversión Fija.....	136
35. Gasto Insumos.....	137
36. Gasto talento humano .....	139
37. Gastos de Servicios Básicos.....	140
38. Gasto materiales indirectos .....	140
39. Sueldos y beneficios .....	141
40. Servicios básicos.....	141
41. Gasto Arriendo.....	142
42. Publicidad .....	142
43. Sueldos vendedores.....	143
44. Constitución .....	144
45. Resumen del capital de trabajo .....	144
46. Inversión del proyecto.....	145
47. Perfil del administrador.....	145
48. Perfil para el área de ventas .....	146
49. Perfil de los operarios .....	146
50. Proceso de producción .....	147
51. Proyección de ventas de los arreglos frutales. ....	151
52. Proyección de insumos .....	152
53. Proyección del talento humano.....	153
54. Proyección de servicios básicos.....	153
55. Proyección de suministros de limpieza.....	154
56. Resumen de gastos operacionales.....	154
57. Sueldos y Beneficios.....	155
58. Servicios Básicos .....	155
59. Arriendo .....	156
60. Proyección de Resumen de Gastos Administrativos .....	156
61. Gasto Publicidad .....	157
62. Gastos Sueldos .....	157
63. Proyección de Resumen de Gastos Ventas .....	157
64. Gasto Interés .....	158
65. Gasto Depreciación.....	158
66. Gastos de Constitución .....	159

67. Total Inversión .....	159
68. Fuente de Inversión.....	160
69. Tabla de Amortización.....	160
70. Estado de resultados proyectado .....	162
71. Flujo de Caja.....	163
72. Coste de Oportunidad .....	164
73. Valor Actual Neto .....	165
74. Relación C/B Ingresos, Egresos.....	167
75. Flujos acumulados .....	168
76. Resumen Evaluación Financiera.....	168
77. Punto de Equilibrio .....	169
78. Función y Perfil del Administrador .....	175
79. Función y Perfil del Vendedor .....	176
80. Función y Perfil del Vendedor/a .....	177
81. Función y Perfil del Operario .....	178

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1. Ubicación Geográfica .....	28
Gráfico No. 2. Otavalo.....	30
Gráfico No. 3. Vestimenta Mujeres .....	34
Gráfico No. 4. Vestimenta Hombres.....	35
Gráfico No. 5. Población Económicamente Activa.....	37
Gráfico No. 6. Arreglo Frutal .....	47
Gráfico No. 7 Clasificación de las frutas según su naturaleza.....	59
Gráfico No. 8. Regalos en fechas especiales .....	94
Gráfico No. 9. Conoce los arreglos frutales.....	95
Gráfico No. 10. Existe oferta de arreglos frutales .....	96
Gráfico No. 11. Regalaría arreglos frutales .....	97
Gráfico No. 12. Demanda de arreglos frutales en fechas especiales .....	98
Gráfico No. 13. Frutas que le gustaría que tenga un arreglo frutal.....	99
Gráfico No. 14. Gustos del consumidor.....	100
Gráfico No. 15. Precio .....	101
Gráfico No. 16. Demanda Anual .....	102
Gráfico No. 17. Publicidad .....	103
Gráfico No. 18. Gráfico de la demanda proyectada.....	106
Gráfico No. 19. Frutería San Francisco .....	107
Gráfico No. 20. Florería Inspiraciones .....	109
Gráfico No. 21. Dejavu.....	110
Gráfico No. 22. Arreglos frutales .....	111
Gráfico No. 23 Macro localización.....	121
Gráfico No. 24 Ubicación.....	123
Gráfico No. 25 Micro localización .....	124
Gráfico No. 26 Se receta las frutas a utilizar. ....	125
Gráfico No. 27 Se selecciona la fruta , se lava y se pela la fruta.....	126
Gráfico No. 28 Se corta y se extrae las frutas de acuerdo a su diseño.....	126
Gráfico No. 29 Se las coloca la figura de la fruta en palillos .....	127
Gráfico No. 30 Se coloca los palillos con la fruta en una base formando un bouquet de frutas .....	127
Gráfico No. 31 Queda un hermoso bouquet frutal.....	128

Gráfico No. 32 Se empaca con papel celofán seda y lazos.....	128
Gráfico No. 33 Obras civiles. ....	130
Gráfico No. 34 Flujo grama Servicio.....	149
Gráfico No. 35 Logotipo.....	170
Gráfico No. 36 Organigrama estructural .....	174

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de relación diagnóstica .....	26
2. Matriz AOOR.....	40
3. Nivel de Impactos .....	179
4. Matriz del Impacto Ambiental .....	180
5. Matriz del impacto social.....	181
6. Análisis Impacto Empresarial .....	182
7. Análisis Impacto Económico .....	183
8. Impacto General.....	184

## PRESENTACIÓN

El presente trabajo se desarrolló en base a siete capítulos, en donde se describió el justificativo para conocer la factibilidad y viabilidad del proyecto **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ARREGLOS FRUTALES EN LA CIUDAD DE OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”** así como también se detalló las respectivas conclusiones y recomendaciones.

**CAPÍTULO I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**, en este capítulo se realizó un análisis de la situación actual del Cantón Otavalo, para determinar los aliados, oponentes, oportunidades y amenazas, a través de, aspectos geográficos, demográficos, económicos y la oportunidad empresarial para el proyecto.

**CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**, se representó conceptos que se han utilizado en todo el proyecto, para su mayor comprensión, con las respectivas citas bibliográficas.

**CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO**, está enfocado en el análisis de la oferta y demanda de los arreglos frutales en la ciudad de Otavalo, para conocer la demanda insatisfecha se planteó estrategias de marketing para captar una parte de dicha demanda, además se especificó los diferentes servicios propuestos por el proyecto.

**CAPÍTULO IV ESTUDIO TÉCNICO**, se especificó la macro y micro localización del proyecto, la infraestructura civil, la distribución de las instalaciones y los requerimientos de activos fijos para la remodelación completo del proyecto.

**CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO**, en este estudio se estableció los ingresos y egresos que generará el proyecto y que a través de los evaluadores financieros se comprobó la factibilidad y viabilidad del presente trabajo.

CAPÍTULO VI ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, se describió la planificación estratégica, la estructura orgánica y las bases legales que debe cumplir el proyecto para el buen funcionamiento.

CAPÍTULO VII IMPACTOS, se da a conocer los impactos positivos y negativos que generará el proyecto al momento de ejecutarse.

Finalmente, se redactó las conclusiones y recomendaciones que se presentó al momento de desarrollar el proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1. Antecedentes

La provincia de Imbabura se encuentra localizada al norte del Ecuador, la cual esta subdividida en 6 cantones: Ibarra, Cotacachi, Otavalo, Atuntaqui, Pimampiro y Urcuqui. Se identifican varios climas como: subtropical, cálido, seco, húmedo y frío ubicadas indistintamente en todos los cantones que conforman la provincia, Imbabura tiene una población de 398.244 habitantes.

Otavalo es una ciudad situada en la provincia de Imbabura, en la región de la Sierra Andina conocida como el “Valle del Amanecer”. Desde varias décadas atrás se ha convertido en una importante zona de fabricación artesanal, manufacturas, área turística, hotelera y comercial que le ha permitido un enorme desarrollo de la economía en la ciudad de Otavalo, esta es una ciudad que día a día va creciendo junto a sus pobladores, urgidos por la necesidad de apoyar eficazmente a la comunidad, es muy privilegiada por su clima y como consecuencia es muy favorable ya que permite el cultivo de una diversidad de frutas, es por esta razón que existe una gran oferta de éstas, las cuales son comercializadas en el mercado 24 de Mayo de la ciudad de Otavalo.

Se ha observado que es necesario hacer algo con estas, para así lograr un aprovechamiento de todas sus propiedades ya que las frutas son, quizás, los alimentos más llamativos por su diversidad de colores y formas, pero además de lo que muestran a simple vista, forman parte de los alimentos con mayor cantidad de nutrientes y sustancias naturales altamente beneficiosas para la salud, además las frutas, sobreviven a la intemperie, enfrentando



todo tipo de condiciones y agresiones meteorológicas. Todo ello es posible gracias a las sustancias protectoras y antioxidantes naturales que poseen. En definitiva esas mismas sustancias son las que nos protegen cuando consumimos el alimento, Es conocido el siguiente pensamiento “Cuerpo sano, mente sana”, desde los inicios de la cultura occidental. Esto motivo que se realice una investigación a los habitantes de la Ciudad de Otavalo para conocer su criterio acerca de la factibilidad de crear arreglos frutales en la ciudad de Otavalo, proyecto que tiene la acogida debido a que en la actualidad, los arreglos frutales son una alternativa muy interesante y comestible a diferencia de los tradicionales ramos de flores.

## **1.2. Objetivos diagnósticos**

### **1.2.1. Objetivo general.**

Realizar un diagnóstico situacional del cantón Otavalo para la creación de una microempresa productora y comercializadora de arreglos frutales y así, determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

### **1.2.2. Objetivos específicos.**

- ✚ Establecer los aspectos geográficos y demográficos de la ciudad de Otavalo.
- ✚ Establecer los aspectos económicos de la ciudad de Otavalo.
- ✚ Identificar el apoyo que existe por parte del gobierno a través de su programa de inclusión y red productiva (Emprendecuator) y el GAD Otavalo para la creación de MIPYMES.

### 1.3. Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 1**

*Matriz de relación diagnóstica*

OBJETIVOS	VARIABLE	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE	PÚBLICO META
Establecer los aspectos geográficos y demográficos de la ciudad de Otavalo.	Aspectos Geográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia</li> <li>• Ubicación</li> <li>• Extensión territorial</li> <li>• Clima</li> </ul>	Documental Bibliográfica	Secundaria	GAD OTAVALO
	Aspectos Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación</li> <li>• Vestimenta</li> <li>• Población</li> </ul>	Documental Bibliográfica	Secundaria	GAD OTAVALO
Determinar los aspectos económicos de la ciudad de Otavalo.	Aspectos Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades en el sector productivo.</li> <li>• Población económicamente activa</li> </ul>	Documental Bibliográfica	Secundaria	GAD OTAVALO
Identificar el apoyo que existe por parte del Gobierno a través de su programa (Emprendedor) y el GAD Otavalo	Desarrollo empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión Participativa</li> <li>• Financiamiento</li> </ul>	Documental	Secundaria	GAD OTAVALO

FUENTE: Planteamiento de objetivos, variables e indicadores

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

## **1.4. Mecánica operativa**

### **1.4.1. Técnicas e instrumentos.**

El presente diagnóstico se realizó en base a la información obtenida por la investigación documental mediante el plan del buen vivir de la ciudad de Otavalo.

### **1.4.2. Información secundaria.**

La investigación Secundaria corresponde a la investigación bibliográfica obtenida en la página del GAD de Otavalo y el , y así obtener la información requerida en la matriz diagnóstica.

## **1.5. Análisis de variables diagnósticas**

### **1.5.1. Aspectos geográficos.**

#### **Antecedentes Históricos De Otavalo**

El plan de vida de Otavalo (2001), resume la síntesis histórica del cantón y señala que de legitimarse la hipótesis del HOMO OTAVALENSIS u HOMO OTAVALUS nuestra antigüedad dataría de unos 28.000 años atrás. Si diferentes son los testimonios que buscan explicar la presencia de los primeros habitantes del sector, es lógico deducir que el origen de la palabra OTAVALO tiene varias interpretaciones. En base al idioma Chaima (Caribe-Antillano). Otavalo provendría de OTO-VA-L-O que significa “lugar de los antepasados”. Si es el Cara el generativo, del Pansaleo OTAGUALÓ, GUALÓ o TAGUALO se interpretaría como “casa”. Con el fundamento del idioma Chibcha OTE-GUA-LO daría el significado” en lo alto grande laguna” y por último en lengua de los indígenas de la zona se traduciría “como cobija de todos” y SARANCE como “pueblo que vive de pie”.

La invasión Inca se produce a finales del siglo XV y los primeros 25 años del siglo XVI. La férrea resistencia ofrecida especialmente por los Cayambis, Carangues y Otavalos determinó que Túpac Yupanqui no pueda consolidar su dominación. El Otavalo primitivo se ubicaba a orillas del Lago San Pablo en lo que hoy se conoce como San Miguel, Sarance se localizaba más al norte.

Con las reducciones de Toledo Virrey de Lima, los españoles eligen a Sarance como centro administrativo colonial pero le atribuyen el nombre de Otavalo por ser más conocido y por el respeto que infundía en la población indígena.

El repartimiento de la Encomienda de Otavalo se inicia con Sebastián de Benalcázar quien lo funda en el año de 1534, teniendo como patrono a San Luis. El 18 de Julio de 1557, el gobernante de Quito, Gil Ramírez Dávalos ratifica como primer corregidor a Francisco de Araujo, desde 1563 se le da oficialmente el trato de Corregidor fijando su residencia y administración en el Ayllu Sarance.

Los primeros Corregidores de Otavalo fueron: Francisco de Araujo, quien ingresa a sus funciones en 1557, Pedro Hernández de la Reina que asume el cargo en 1559 y Hernando de Paredes quien se hace responsable de esa importante función entre 1563 y 1565.

## Ubicación Geográfica



**Gráfico No. 1. Ubicación Geográfica**

FUENTE: INEC 2000

ELABORACIÓN: SENPLADES 2011

- ✚ **Extensión:** 507.47 km<sup>2</sup>
- ✚ **Ubicación:** Está localizada en la zona Norte Ecuador.
- ✚ **Población:** 104.874 habitantes (Según INEC 2010)
- ✚ **Límites:**

Norte: Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra.

Sur: Cantón Quito (Pichincha)

Este: Ibarra y Cayambe (Pichincha)

Oeste: Quito y Cotacachi.

✚ **Clima:** La temperatura promedio es de 14°.

✚ **Idioma oficial:** Castellano y kichwa

✚ **Parroquias:**

**Urbana:** El Jordán y San Luis.

**Rurales:** Eugenio Espejo, San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael, San Juan de Ilumán, Dr. Miguel Egas Cabezas, San José de Quichinche, San Pedro de Pataquí y Selva Alegre

**Límites.**

El cantón Otavalo está situado en la zona norte del Ecuador y al sur oriente de la provincia de Imbabura. Tiene una superficie de 579 kilómetros cuadrados, según los nuevos límites otorgados por el Gobierno Municipal de Otavalo.

La ciudad de Otavalo se localiza al norte del callejón interandino a 110 kilómetros de la capital Quito y a 20 kilómetros de la ciudad de Ibarra, se encuentra a una altura de 2.565 metros sobre el nivel del mar, y está ubicada geográficamente en las siguientes coordenadas:

78° 15' 49'' longitud oeste

0° 13' 43'' latitud norte

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

### **Parroquias De Otavalo**



**Gráfico No. 2. Otavalo**

FUENTE: Archivos del Ilustre Municipio de Ibarra

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 1*****Parroquias Urbanas Y Sus Comunidades***

<b>Parroquia San Luis</b>	<b>Parroquia El Jordán</b>
1. El Cardón	1. La Compañía
2. La Banda	2. Monserrath
3. Cotama	3. Machángara
4. San Luis de la Quinta	4. Rey Loma
5. Cachicullá	5. Guananci
6. San Juan Alto	6. Camuendo
7. San Juan Capilla	7. Pigulca
8. San Juan Loma	8. Libertad de Azama
9. Santiaguillo	9. Gualapuro
10. La Rinconada	10. Huyancha
11. La Joya	11. La Esperanza
12. Mojanda Mirador	12. Patalanga
13. Mojanda Curubí	13. Cumbas
14. Imbabuela Alto	
15. Imbabuela Bajo	
16. San Blas	
17. Punyaro	

FUENTE: Archivos del Ilustre Municipio de Ibarra

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**1.5.2. Aspectos demográficos.**

Los datos demográficos son de gran importancia ya que permite conocer la población que va a ser investigada para la ejecución de la microempresa.

**Población y tasa de crecimiento**

Según el quinto censo de población del INEC de 1990, el cantón Otavalo tenía 56.286 habitantes, y para el censo 2001 la población aumentó a 90188 habitantes y para el censo 2010 se incrementó a 104874 habitantes, de los cuales el 48.10% de hombres y el 51.9% son mujeres, siguiendo el patrón tanto del país como de la provincia de Imbabura, en la que se puede observar mayor número de mujeres que de hombres. En el período intercensal del 2001 al 2010 hubo un aumento de población del 16.28%.

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

Si comparamos los períodos intercensales 1990, 2001 y 2010 es posible establecer cómo ha ido evolucionando el crecimiento poblacional del cantón. Se observa que la parroquia de Eugenio Espejo disminuyó su población en aproximadamente 400 habitantes en el 2001, pero en las cifras del censo 2010, la recupera. La parroquia de Selva Alegre al igual que Pataquí, muestran un descenso en el número de habitantes, podrían considerarse como zonas expulsoras de población.

### **Población urbana y rural del cantón Otavalo**

Según el último censo de población 2010, los habitantes en el área urbana ascienden al 37.52% y en el área rural es del 62.48%. Se observa que la población rural ocupa la mayor parte del territorio. Sin embargo, es importante resaltar que las cabeceras, incluido algunas comunidades aledañas a esta cabecera de las parroquias rurales, son consideradas zonas urbanas de acuerdo a ordenanza municipal; lamentablemente no es posible acceder a este tipo de desagregación en el último censo, situación que dificulta conocer con mayor exactitud la población urbana y rural del cantón.

La población que se concentra en la urbe otavaleña es de 41.000 habitantes (44,3 por ciento de la población cantonal) indígenas, mestizos y en un mínimo porcentaje afroecuatorianos. Los primeros se dedican, especialmente, a la producción y comercialización de artesanías textiles, mientras que los segundos y terceros ejercen actividades en tiendas, almacenes, en diferentes profesiones, transporte, servicios turísticos, entre otras.



**Cuadro No. 2*****Población Urbana Y Población Rural***

CANTÓN	PARROQUIA	URBANO	RURAL	TOTAL
OTAVALO	DR MIGUEL EGAS CABEZAS		4.883	4.883
OTAVALO	EUGENIO ESPEJO (CALPAQUI)		7.357	7.357
OTAVALO	GONZALES SUAREZ		5.630	5.630
OTAVALO	(SAN LUIS Y EL JORDAN)	39.354	13.399	52.753
OTAVALO	PATAQUI		269	269
OTAVALO	SAN JOSE DE QUICHINCHE		8.476	8.476
OTAVALO	SAN JUAN DE ILUMAN		8.584	8.584
OTAVALO	SAN PABLO		9.901	9.901
OTAVALO	SAN RAFAEL		5.421	5.421
OTAVALO	SELVA ALEGRE		1.600	1.600
	<b>TOTAL</b>	<b>39354</b>	<b>65.520</b>	<b>104.874</b>

FUENTE: CENSO POBLACIONAL Y VIVIENDA (INEC)

AÑO: 2010

El proyecto a desarrollarse tomará en cuenta al sector urbano de la ciudad de Otavalo, esta ciudad cuenta con un total de 104. 874 dentro de los cuales

**VESTIMENTA**

Los indígenas de Otavalo y sus alrededores se diferencian de las demás comunidades similares del Ecuador en su vestimenta.

El elegante traje de la mujer consta de una larga camisa de lienzo blanco, adornada con bordados de motivos florales multicolores hechos a mano a la altura del pecho, la espalda y las hombreras, con anchos encajes en el escote y en las mangas, dos anacos de paño, uno blanco y otro azul marino o negro, son piezas de tela rectangular a modo de falda que la sujetan con una

faja o chumbi como se le denomina en quichua. Se lleva envuelta a la cintura sobre otra más ancha, de color rojo, llamada mama chumbi, las dos sostienen el anaco.

Las fajas miden entre 2.70 y 3.30 m. de largo; el ancho va entre 3,5 a 4.5 cm. Las más anchas son las que llevan un motivo decorativo adicional, a modo de greca lateral. Se complementa el atuendo femenino con una serie de gualcas (collares dorados), manillas (pulseras de coral o de material plástico), anillos y aretes donde resaltan piedras de colores, fachalina (capa) que se lleva anudada sobre los hombros, un rebozo de paño de colores fucsia o turquesa, cintas que usan las mujeres indígenas para envolver su cabello como si estuviera trenzado, alpargatas con capelladas azul marino o negras.

### **VESTIMENTA DE LAS MUJERES**



**Gráfico No. 3. Vestimenta Mujeres**

FUENTE: [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec)

AÑO: 2014

La indumentaria del hombre indígena es muy sencilla consiste en un sombrero de paño por el que sobresale su largo cabello en una magnífica trenza como rasgo de identidad, el mismo que constituye el más elegante complemento de la indumentaria del indígena. El

pantalón de color blanco es corto a la altura de los tobillos, la camisa es sencilla también de color blanco aunque puede variar, llevan un poncho de lana típico en los indígenas que le sirve para protegerse del frío y del calor preferentemente de color azul y su calzado son las alpargatas de color blanco.

En los últimos tiempos la vestimenta ha cambiado entre los jóvenes que viven en comunidades cercanas o en el área urbana de Otavalo; ellos han dejado de utilizar el sombrero, el poncho y las alpargatas y han optado como prendas de uso cotidiano: chaquetas de nylon o suéteres de orlón, pantalones blancos o "jeans", y zapatos, generalmente de lona. Aún conservan sus largos cabellos trenzados, como una forma de exteriorizar su condición étnica.

#### **VESTIMENTA DE LOS HOMBRES**



**Gráfico No. 4. Vestimenta Hombres**

FUENTE: [www.otavalo.gob.ec](http://www.otavalo.gob.ec)

AÑO: 2014

Los Otavaleños mantienen muchas de sus tradiciones ancestrales, entre ellas la confección artesanal de tejidos, la ganadería y la agricultura ya que cultivan maíz, fréjol, papas, pimientos, entre otros productos en sus parcelas y huertos.

### 1.5.3. Aspectos económicos.

Es necesario conocer las actividades económicas a las que se dedica la población que se va a investigar, ya que de esta manera nos permitirá tener un mayor conocimiento de las actividades que realizan.

Los habitantes de la ciudad Otavalo en su gran mayoría han creado empresas y subsisten del comercio textil, tanto así que a nivel internacional, Ecuador es dado a conocer por esta ciudad, puesto que emprendedores indígenas han hecho pasear su música autóctona, sus artesanías, su vestimenta, costumbres y valores culturales por Europa, Asia y Estados Unidos.

#### **Población Económicamente Activa**

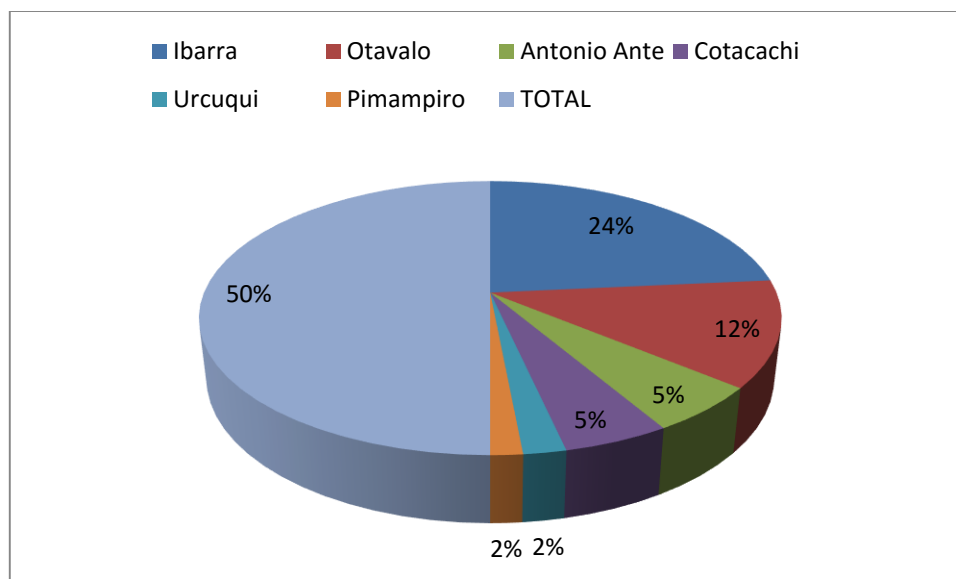
##### **Cuadro No. 3**

##### ***Población Económicamente Activa***

<b>CANTONES</b>	<b>%</b>
<b>Ibarra</b>	47%
<b>Otavalo</b>	25%
<b>Antonio Ante</b>	11%
<b>Cotacachi</b>	10%
<b>Urcuqui</b>	4%
<b>Pimampiro</b>	3%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Censo de Población y Vivienda 2010 (INEC)

ELABORADO POR: Karina Auz  
AÑO: 2014



**Gráfico No. 5. Población Económicamente Activa**

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2014

Como podemos observar en el gráfico la población económicamente activa principalmente en Ibarra y Otavalo posibilita, que las actividades económicas sean más dinámicas, ya que se cuentan con talento humano en edad productiva. A diferencia de los cantones de Urcuqui y Pimampiro donde la población activa opta por migrar al no existir actividades económicas donde puedan emplearse. El sector primario está conformado por las actividades económicas relacionadas con la extracción de los recursos naturales, los productos primarios son utilizados como materia prima en las producciones industriales, mientras que el sector secundario convergen una serie de subsectores que por ser transformadores de materia prima pertenecen a esta gran división, es el caso de las artesanías y finalmente el sector terciario está comprendido por todas aquellas actividades relacionadas con los servicios, dentro de los cuales tenemos: al Comercio y al Turismo como actividades esenciales de la ciudad de Otavalo.

La Población Económicamente Activa (PEA), según el último censo de población en la provincia de Imbabura asciende a 168 mil 734 personas, de los cuales el 59,41% son hombres

y el 40,59% son mujeres. De estos 161 mil 752 personas están dentro de la población ocupada y 6982 son población desocupada.

#### **1.5.4. Desarrollo empresarial.**

Ministerio de Coordinación de la producción y empleo y Competitividad.

Programa de Inclusión y Red Productiva.

El Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad se encarga de velar porque todos los esfuerzos de las entidades vinculadas a la producción, empleo y competitividad sean exitosos y logren un Ecuador inclusivo, positivo y en potencia, generador de empleo de calidad, productivo y competitivo, con políticas públicas integrales, e impulsado por una transformación productiva, y la cooperación público-privada comprometida con la equidad, el desarrollo y el buen vivir

#### **Gestión Participativa**

El Gobierno Municipal de Otavalo Cambios con visión empresarial y responsabilidad social, a través de una gestión participativa e innovadora se promueve el desarrollo de las áreas más importantes del quehacer socioeconómico del cantón Otavalo.

El Municipio de Otavalo, a través de la Jefatura de Desarrollo Económico Local, impulsa un proceso de innovaciones, mediante el mejoramiento de la competitividad del sector turístico y artesanal, por ser los principales puntales económicos del cantón.

Con ese antecedente, el Municipio ejecuta varios proyectos tendientes a la reactivación productiva y económica, con la participación de los actores sociales. Por ello, están en marcha iniciativas como el apoyo a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), capacitación para la creación de redes empresariales, entre otras.

## **Financiamiento**

Es un portal impulsado por el Ministerio Coordinador de la Producción que apoya a la creación de negocios con potencial de crecimiento, innovadores o altamente diferenciados. Este espacio ofrece, además de capacitaciones, convocatorias abiertas para tres tipos de emprendimientos:

- Ideas innovadoras. Los ganadores de este apartado recibirán ayuda técnica para convertir la idea en un negocio, Emprendecuador, además, otorga financiamiento a la idea: hasta el 85% de un presupuesto máximo de 10.000 dólares, de fondos no reembolsables.
- Proyectos que ya tengan plan de negocios. Para hacer estudios de mercado y asistencia para crear una empresa Emprendecuador entrega hasta el 90% de un presupuesto máximo de 60.000 dólares, de fondos no reembolsables.
- Fuentes de financiamiento. Una empresa que tiene estudios técnicos que avalen su actividad puede acudir a esta oportunidad, que dotaría a la iniciativa del capital de riesgo o de un fondo que cubriría un porcentaje de la garantía necesaria para acceder a un préstamo.

El Gobierno Municipal de Otavalo. Es la institución ejecutora del proyecto, cofinanciado por el Banco Interamericano de Desarrollo, y directos responsables de la implementación de la VUE.

La Ventanilla Única Empresarial es una propuesta para apoyar a los emprendedores y a las personas que están interesadas en abrir nuevos negocios o regularizarlos, su utilización permitirá a la ciudad ser más competitiva porque disminuye los tiempos y costos para crear una empresa.

## 1.6. Matriz AOOD (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

**Tabla 2**

**Matriz AOOD**

ALIADOS	OPONENTES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El mercado 24 de Mayo de la ciudad de Otavalo ya que tiene una continúa oferta de fruta a precios bajos.</li> <li>• El sector de Otavalo demanda de este producto debido a que no existe una empresa que se dedique a realizar arreglos frutales.</li> <li>• Disponibilidad de insumos para la creación de arreglos frutales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desconocimiento de las personas acerca de los arreglos frutales.</li> <li>• Productos similares como lo son los arreglos de flores.</li> <li>• Fidelidad de los clientes con productos similares.</li> </ul>
OPORTUNIDADES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competencia mínima, a pesar de existir una variedad de frutas en el mercado no existe un aprovechamiento en el procesamiento de estas.</li> <li>• Demanda creciente en cuanto a alimentos saludables y funcionales basado en frutas.</li> <li>• La posibilidad de crecer en nuestra empresa gracias a la amplia variedad de producto que se pueden derivar de la fruta.</li> <li>• Sobreproducción de frutas en temporadas altas, teniendo como efecto un precio bajo de la fruta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En ciertas temporadas el precio de la fruta se eleva de una manera considerable.</li> <li>• Aparición de productos sustitutos que sean de mayor agrado al consumidor y esto cause la disminución en la participación del mercado.</li> <li>• El desconocimiento del producto y de los beneficios, así como el sabor del mismos pueden ocasionar rechazo o baja satisfacción de las personas hacia los arreglos frutales, debido a gustos y preferencias delos mismos</li> <li>• Rápido percimiento de los insumos a utilizar.</li> </ul>

Elaborado por: Karina Auz

Fuente: Investigación propia- INEC.

Año: 2014.



### **1.7. Identificación de la oportunidad de la inversión.**

El desarrollo del presente proyecto permite aprovechar las propiedades de la fruta en estado natural, unificando su valor nutricional para el organismo, siendo una alternativa innovadora al momento de consumir fruta, dada la sobreabundancia y expendio de frutas en el mercado actual, y la ausencia de industrias de producción y comercialización de productos a base de frutas, se plantea la propuesta de creación de una empresa productora y comercializadora arreglos frutales; abriendo una oportunidad de mercado para la ejecución del presente proyecto y a la vez contribuir al crecimiento del cantón Otavalo; así como también la opción para la creación de nuevas plazas de trabajo.

Se aprecia que el proyecto es factible de ser ejecutado puesto que se identifica una oportunidad de inversión, para lo cual se han analizado determinados factores que influyen en el presente estudio, en este sentido es importante resaltar que para el presente proyecto la permanente producción de frutas en especial en temporada alta constituye una ventaja siendo un aspecto relevante para la producción de los arreglos frutales. Las tendencias de consumo orientadas a productos sanos con agentes naturales así como la impulsión de microempresas productivas por parte del Estado respaldan la ejecución del presente proyecto objeto de estudio y refuerzan la viabilidad del mismo.

## CAPÍTULO II

### 2. MARCO TEÓRICO

#### 2.1. Estudio de Factibilidad

(BLANCO, Formulación y evaluación de proyectos, 2007, pág. 67) Explica que: *“El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”*

Al momento de implantar un proyecto es necesario realizar un estudio de factibilidad para determinar si existe o no la oportunidad de negocio.

#### 2.2. La Microempresa

(LEXUS, 2010, pág. 18)afirman: *“Una empresa comercial grande, mediana o pequeña es un organismo privado, público o mixto que está constituido por personas y materiales reunidos con el propósito de realizar operaciones comerciales o producir bienes o servicios a través de un proceso que permita obtener una utilidad o ganancia.”*

#### 2.3. La Pequeña Empresa

*LA PEQUEÑA EMPRESA EL REGLAMENTO GENERAL DE LA LEY ORGÁNICA DEL SISTEMA NACIONAL DE CONTRATACIÓN PÚBLICA en él, Artículo 20.- Micro, pequeñas y medianas empresas.- literal 2 determina como pequeña empresa a lo siguiente: “Pequeña empresa: la organización de producción que tenga entre 10 a 49 trabajadores, un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre 100.000,00 (cien mil) y 1.000.000.00 (un millón) de dólares de los Estados Unidos de América o un volumen de activos entre 100.001,00 (cien mil uno) y*

750.000,00 (setecientos cincuenta mil) dólares”

<http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>. en su artículo define “La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, y como toda empresa, tiene aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras, todo lo cual, le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer determinadas necesidades y deseos existentes en la sociedad”. Dados estos elementos estableceremos como definición para el desarrollo de la investigación lo que instaura la legislación nacional con respecto a la pequeña empresa, es además necesario apoyarse en el **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES**. La pequeña empresa abarca aspectos muy globalizantes según sea el tipo de enfoque, como puede ser la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos. De igual forma se puede tomar como referencia el criterio tecnológico. Por otro lado, también existe el criterio de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de Pequeña Empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos con el número de trabajadores del establecimiento, este además puede ser un indicador para calcular la inversión necesaria para crear puestos de trabajo en la Pequeña Empresa.

#### **2.4. Servicios**

(KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary, 2013, pág. 402) Menciona que: “Un servicio se define como cualquier acción o cometido esencialmente intangible que una parte ofrece a otra, sin que exista transmisión de propiedad. Es el resultado de la aplicación de esfuerzos o mecanismos a personas u objetos.”

Un servicio es una actividad intangible que se da cuando existe un esfuerzo o mecanismo entre dos personas y responsables.

### **2.4.1. Calidad del servicio.**

(Richard, 2011) Menciona: *“La administración de la calidad total es la administración de toda la organización de modo que sobresalga en todas las dimensiones de productos y servicios que son importantes para el cliente”*.

### **2.4.2. Diseño y desarrollo del servicio.**

(Richard, 2011) Para el diseño de un servicio se sugiere seguir las siguientes etapas:

- a) *Definir la necesidad*
- b) *Diseñar el servicio base*
- c) *Diseñar los servicios complementarios y accesorios*
- d) *Determinar el soporte físico*
- e) *Determinar las necesidades del personal*
- f) *Establecer los estándares de servicio*

## **2.5. Arreglos frutales**

### **2.5.1. Historia de los arreglos (Buoquets)**

Según (BAFLOWER, 2010) Historia de los arreglos frutales,

<http://www.baflower.com/esp/histflor.htm> menciona:

#### ***La Antigua Grecia***

*Las flores jugaban un papel importante en la antigua Grecia. En las festividades, los griegos llevaban palos adornados con flores y sarmientos, tal como puede verse hoy todavía en algunas*

*regiones durante las fiestas de la cosecha, celebraciones infantiles o cabalgatas. La estrecha relación, tal como se conoce hoy, entre flores y hospitalidad no es, sin embargo, nada nueva.*

*En la antigua Grecia se recibía al huésped con coronas de hojas aromáticas para refrescarle la frente después de un largo viaje. Si una mujer joven encontraba una corona dedicada en la puerta de su casa, sabía que un admirador secreto le había dejado este saludo en forma de flores para expresarle sus afectos. También era costumbre coronar a las novias con rosas. Había incluso tiendas especializadas en coronas y tiosos decorados. A las mujeres que se dedicaban a confeccionar coronas se las consideraba mucho socialmente.*

### ***El imperio Romano***

*En el Imperio Romano la rosa tuvo una gran difusión. Los soldados partían hacia la guerra portando rosas; cuando volvían como vencedores, desfilaban en la marcha triunfal de nuevo con adornos de rosas. En las fiestas dedicadas a la rosa, el derroche era aún mayor. La gente cubría sus camas, incluso el suelo de las habitaciones, con pétalos aromáticos. Las calles se decoraban con alfombras de flores frescas. Pero esto último era impensable porque una fiesta sin flores se consideraba entonces igual que hoy la festividad de Reyes sin regalos. Afortunadamente se halló un modo de ayudar a la Naturaleza. La gente se cubría la cabeza con coronas de rosas, manteniéndola de ese modo fresca. Daban el nombre de coronas a las coronas de flores y hojas, que originalmente sólo llevaban los sacerdotes y las personas que hacían ofrendas. Más tarde se concedían como premio o distinción, es decir, como corona de laurel para los vencedores de competiciones pacíficas, así como para los soldados que se habían destacado en el combate. Convertida ya en el símbolo de los emperadores, se elaboraba de metal. Por extensión, las que portaron más tarde los soberanos en Occidente representaron dignidad y poder. Las habitaciones de las casas romanas no sólo se embellecieron, como ya se ha mencionado, con alfombras de flores, sino también con guirnaldas de flores frescas, frutas y hojas. Estas sirvieron de modelo para los relieves de piedra, que luego se utilizaron también para adornar las viviendas*

### ***El Renacimiento***

*En el Renacimiento el amor a las flores alcanzó su punto culminante. Se fabricaron floreros, porque se impuso la moda de que sobre cada mesa hubiera un ramo de flores. Los pintores las emplearon con frecuencia como motivos de sus cuadros y se popularizaron los bodegones con flores. Pero no sólo tenían un valor decorativo, sino que también simbolizaban el carácter efímero de todo lo vivo.*

### ***El Barroco***

*En el Barroco se incrementó la afición a las flores, pero se perdió la naturalidad. La artificiosidad se consideraba elegante. Los caballeros seguían obsequiando a la dama de su corazón flores, pero sin olor y sin espinas. Sólo entre las frutas, en artísticos frutereros se solían colocar flores frescas.*

### ***El Romanticismo***

*Un salto en el tiempo hasta el romanticismo burgués nos permite comprobar que en esa época se valoraban más los sentimientos. Los muebles con motivos florales eran ya anticuados; sin embargo; las mesitas con floreros se pusieron de moda. Las personas llevaban flores o tiestos con flores a sus casas y se sentían felices viviendo ese idilio floral. A finales del siglo pasado, las damas se ocupaban preferentemente de los arreglos florales. Rivalizaban por superarse en la decoración de las mesas para banquetes e inventaban constantemente nuevas creaciones.*

### ***Nuestros tiempos***

*Después de haber pasado por diferentes épocas llegamos a nuestros tiempos, hoy en día, las flores son un inolvidable recuerdo para toda ocasión, un riquísimo perfume y una elegante decoración.*

*Las flores no han dejado de ser un detalle elegante para demostrar simpatías y mantener relaciones afectivas familiares y laborales, sin embargo, hoy en la actualidad se pueden variar*

*y combinar estos arreglos con: frutas, chocolates, globos, peluches, y demás accesorios totalmente comestibles, que hacen que estos detalles se vuelvan únicos y sabrosos que se los puede obsequiar a todo público y en toda ocasión.*

*La comercialización de arreglos frutales empezó hace 20 años en países de Centroamérica, pero no se ha desarrollado hasta ahora.*

*Desde hace algún tiempo el ser humano viene utilizando arreglos frutales para significar todos los acontecimientos especiales de la vida, nacimientos, bodas, conmemoración de victorias, otros innumerables actos y celebraciones. Su simbolismo significa belleza para transmitir sus sentimientos más íntimos y manifestar sus mejores deseos a los seres queridos o cercanos. A las frutas desde hace mucho tiempo se les ha venido dando un importante realce por sus grandes beneficios.*



**Gráfico No. 6. Arreglo Frutal**

FUENTE: Observación Directa

AÑO: 2015

### **Arreglos frutales.**

Según (BAFLOWER, 2010) Historia de los arreglos frutales,

<http://www.baflower.com/esp/histflor.htm> menciona:

*Los arreglos frutales son ramos decorativos que asemejan a un bouquet de flores o un centro de mesa elaborados con frutas naturales combinados con: flores, chocolate, globos y demás accesorios totalmente comestibles. Encontrar el regalo ideal siempre es complicado, ya que lograr satisfacer los gustos de la mayoría no es una tarea fácil. Existen ciertos elementos que son del gusto de todos, ejemplo de esto son las frutas que, además de brindarnos los nutrientes necesarios para mantenernos sanos, son un alimento que gusta a toda la familia.*

Existe hoy en día una novedosa opción para hacer de cada regalo una ocasión especial: Arreglos Frutales, son obsequios para cumpleaños, aniversarios, reuniones familiares, agradecimientos, clientes importantes, nacimientos, graduaciones y muchas ocasiones especiales cuando los detalles dicen más que mil palabras.

Estos arreglos frutales también se los utilizan para realizar desayunos muy completos, nutritivos y frescos y se los puede incluir como centros de mesa, bocaditos, decoraciones, en banquetes y recepciones.

Son detalles novedosos con un toque de distinción que derriten los sentidos de grandes y chicos, hacen que día a día se logre más momentos inolvidables por las personas que los obsequian.

Actualmente la mayoría de empresas dedicadas a la elaboración de arreglos florales han incluido este nuevo estilo en sus productos, como una nueva y deliciosa opción al momento de regalar un detalle.



Portada / Innovación y Emprendimiento

Martes 11 de octubre de 2011 | 05:00

HOTELES, RESTAURANTES Y SPA SERÁN EL FOCO EN 2012

## Arreglos Frutales proyecta crecer con nuevas alianzas y productos

ENVIAR IMPRIMIR A+ AUMENTAR A- DISMINUIR



Frutas dispuestas de tal modo que parezcan un arreglo floral es lo que ofrece Arreglos Frutales, empresa conformada por Alejandra Conus y su esposo Mario Lavín, que funciona formalmente desde 2010 en barrio El Golf, pero cuya historia comienza en 2007, cuando Lavín viajó al extranjero y en medio de una reunión dispusieron un colorido ramo de frutas.

En Chile le contó esto a su esposa y ella descubrió un potencial negocio. "Actualmente nuestros productos son arreglos de fruta donde ésta viene lista para ser consumida. Además se le puede añadir chocolate de distintos tipos y otros ingredientes. También ofrecemos frutillas bañadas en chocolate con diferentes diseños, dependiendo de la ocasión a celebrar y las clásicas brochetas y jugos naturales", comenta Conus.

**FUENTE:** <http://www.baflower.com/esp/histflor.htm>

**AÑO:** 2015

Como se puede observar los arreglos frutales tienen gran acogida, debido a sus diferentes colores y al delicioso sabor de las frutas, es por esta razón que se implementará en la ciudad de Otavalo ya que no existe una empresa dedicada a este giro de negocio, siendo así la única empresa comercializadora de arreglos frutales en la Ciudad de Otavalo.

## **2.6. Producción**

(ROJAS.Sérvulo, 2010) Define: *“Producción es la transformación de insumos de recursos humanos y físicos en productos deseados por los consumidores. Estos productos pueden ser bienes y/o servicios”*.

Para fortalecer el entendimiento expongo mi propio concepto. Producción es la transformación de la materia prima en bienes, servicios o productos terminados los cuales son destinados para el uso o consumo humano.

### **2.6.1. Formas de producción.**

Las formas de producción dependen de la naturaleza del producto, la infraestructura instalada y las estrategias de comercialización.

Patricio León. (2008), pág. 38, *reconoce los siguientes enunciados como formas de producción.*

## **2.7. Comercialización**

### **Concepto**

*LAMB, Charles en su obra Marketing (2008) menciona: Es la decisión de llevar un producto al mercado, ya que esto inciden varias tareas con el embarque del producto a los puntos de distribución, capacitación de los vendedores y anuncios de nuevos productos, a los negocios y a los consumidores potenciales.*

Según mi criterio la Comercialización es un conjunto de actividades que relacionadas entre sí trabajan para que el producto llegue directamente al consumidor, promoviendo beneficios mutuos tanto a la empresa como al consumidor final.

## **Promoción**

(ROMERO.Ricardo, 2008, pág. 5) Afirma que: *“la promoción es el componente que se utiliza para persuadir e informar al mercado sobre los productos de una empresa.”*

La promoción son los incentivos que se realizan a corto plazo para estimular las compras o ventas de un cierto producto o servicio.

## **Publicidad**

El Diccionario de la Real Academia Española (2006) Pág. 47 define: *“La publicidad es una forma destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.”*

La publicidad es una forma pagada de presentación del producto o servicio para que los consumidores conozcan los beneficios de este.

### **2.7.1. Tipos de comercialización.**

En la actualidad existen dos tipos de comercialización que pueden realizarse en una empresa. LAMB, Charles en su obra *Marketing (2008)* pág. 57 determina los siguientes tipos de comercialización.

#### ***Estratégico.***

*Analiza las necesidades de los individuos y las organizaciones. Otra función que realiza es el seguimiento de la evolución del mercado e identifica los diferentes productos-mercado y segmentos actuales o potenciales. La función del marketing estratégico es pues orientar a la empresa hacia las oportunidades económicas atractivas para ella.*

***Operativo o táctico.***

*Está centrado en la realización de un objetivo de cifras de ventas. Con determinados presupuestos de marketing autorizados debe realizar objetivos de cuota de mercado a alcanzar*

**2.7.2. Funciones de la comercialización.**

El área comercial tiene 6 funciones fundamentales:

- a) investigación de mercados
- b) desarrollo de productos
- c) fijación de precios.
- d) comunicación
- e) promoción
- f) venta y distribución de productos y servicios.

**2.8. Frutas**

GIL, Ángel. (2010) Tratado de Nutrición, Editorial Médica, España. *“Las frutas constituyen alimentos fundamentales para conseguir lo que se denomina una “nutrición adecuada”, debido a la densidad calórica relativamente baja, ofreciendo una gran variedad de nutrientes.” Pág. 169*

Las frutas son, quizás, los alimentos más llamativos por su diversidad de colores y formas. Pero además de lo que muestran a simple vista, forman parte de los alimentos con mayor cantidad de nutrientes y sustancias naturales altamente beneficiosas para la salud.

Si nos detenemos a pensar, veremos que las frutas y todos los vegetales, sobreviven a la intemperie, enfrentando todo tipo de condiciones y agresiones meteorológicas.

Todo ello es posible gracias a las sustancias protectoras y antioxidantes naturales que poseen. En definitiva esas mismas sustancias son las que nos protegen cuando consumimos el alimento.

Es decir que nos beneficiamos absolutamente con todas esas vitaminas y nutrientes que la fruta posee. Llenamos de vida todo nuestro organismo.

### **2.8.1. Beneficios de las frutas.**

*Según (ZONADIET.COM, 2014) DIETA Y NUTRICIÓN,*

*<http://www.zonadiet.com/comida/nutricion-frutas.htm> menciona:*

- *Aportan una variedad y cantidad de vitaminas y minerales; principalmente vitamina C*
- *Hidratán el organismo rápidamente.*
- *Ayudan al correcto funcionamiento del aparato digestivo.*
- *Facilita el drenaje de líquidos, al ser diuréticas y depuradoras del organismo.*
- *Aportan fibras vegetales solubles*
- *No aportan grasas (excepto los frutos secos, olivas, aguacates y cocos que aportan aceites beneficiosos para el organismo).*
- *Aportan vitaminas antioxidantes naturales.*

La vitamina que más abunda en las frutas es la C, y lo que es importante de esta vitamina, es que nuestro organismo no la sintetiza, por eso la alimentación debe proveerla.

La cantidad de vitamina C en la fruta es muy variada, siendo los kiwis, las fresas, las frambuesas y los cítricos quienes gozan de mayor contenido.

La vitamina C tiene un alto poder antioxidante, con lo que se convierte en protectora de los tejidos y células de nuestro organismo.

La vitamina C, debe reponerse día a día a través de alimentos, puesto que no se acumula en el organismo, y su exceso es eliminado en la orina.

También se destruye muy fácilmente, por altas temperaturas, cocción, aire y luz. Por eso lo mejor es consumir frutas crudas para así asegurarnos la ingesta máxima de vitaminas.

Las frutas son consideradas como un alimento básico dentro de la dieta diaria por ser ricas en vitaminas, el producto a desarrollarse en este proyecto será elaborado con frutas de calidad y diferentes detalles que serán añadidos al arreglo, las frutas que serán utilizadas en dicho arreglo será de preferencia aquellas, que sean cultivadas orgánicamente, las principales frutas a utilizar serán:

FRUTILLAS.- La frutilla posee grandes propiedades energizante y antioxidante. Posee una alta dosis de vitamina C, además de ser rica en fitonutrientes que permite contrarrestar los efectos de los radicales libres, que son el origen en muchas ocasiones los causantes de ciertos tipos de cáncer. Por si fuera poco, la frutilla ayuda a prevenir el envejecimiento cutáneo, aumentando la producción de colágeno, su aspecto, olor y suavidad hacen de la frutilla un producto deseado.

PIÑA.- que tiene fama de ser una fruta diurética y depurativa que contribuye a eliminar por la orina las toxinas que acumula nuestro organismo y además, previene el estreñimiento debido a la gran cantidad de fibra que aporta. Es uno de los frutos más sanos de la naturaleza. La piña es rica en vitaminas C, B1, B6, ácido fólico (una vitamina del complejo B que es

esencial para la vida) y minerales como el potasio. La Piña en su gran mayoría es agua y apenas contiene grasa y es muy baja en calorías.

UVAS.- poseen un gran poder antioxidante, el cual ayuda a combatir los principales causantes del envejecimiento del cutis, también poseen beneficios hidratantes, protectores y energéticos, de forma que pueden ser ideales para aquellas personas que quieren tener una piel tersa y cuidada, al ser fuente de auténtica vitalidad para la misma.

KIWI.- es una fruta bajo en calorías, rico en fibra, y con un alto aporte de minerales y vitaminas, es un alimento excelente para reforzar nuestro sistema inmunológico y mantener una dieta equilibrada, su contenido en vitamina C, es más del doble que una naranja, es rico en vitamina E y vitaminas del grupo B, entre ellas el ácido fólico.

NARANJA.- La naranja es una fruta cítrica que contiene infinidad de vitaminas y minerales muy beneficiosas para el organismo y, por ello, conviene que forme parte de nuestra alimentación diaria. Su rico contenido le ha otorgado numerosas propiedades no solo a nivel nutricional, sino también para la prevención de ciertas dolencias, pues es un perfecto ingrediente depurativo, antioxidante, desinfectante, estimulante del sistema inmunitario, protector de células, entre muchas otras ventajas para la salud.

### **2.8.2. Los principales componentes de la fruta son.**

(ZONADIET.COM, 2014) <http://www.zonadiet.com/comida/nutricion-frutas.htm>.

- *Agua: Es el principal componente de la fruta. Aproximadamente por cada 100 gramos de fruta, consumimos 80 a 90 gramos de agua. Por lo tanto comer fruta, desde un punto de vista de hidratación, es casi como beber agua. Sin embargo, en caso de ciertos regímenes alimenticios se debe tener en cuenta su contenido de azúcar.*

- *Hidratos de carbono: la fructosa es el azúcar de la fruta. Como la fructosa es un monosacárido, el organismo la absorbe y asimila rápidamente. Por eso decimos que las frutas son una fuente de energía instantánea. Los hidratos también están presentes glucosa y la sacarosa.*
- *Fibra vegetal: Cada 100 gramos de fruta suponen consumir alrededor de 2 gramos de fibra.*
- *La pectina, un tipo de fibra altamente beneficiosa para el organismo, es la que se encuentra mayoritariamente en las frutas.*
- *Sales minerales: el consumo de frutas de manera diaria ayuda a regular el equilibrio mineral en el organismo. Contienen un alto nivel de potasio y baja cantidad de sodio. También aportan magnesio y calcio.*
- *Ácidos orgánicos y aromas: esos ácidos son normalmente tolerados por nuestro organismo, excepto en situaciones especiales donde debemos recurrir a aquellas frutas con bajo contenido de ácidos orgánicos.*
- *Vitaminas: las frutas nos aportan grandes cantidades de vitaminas, ya que son especialmente ricas en beta carotenos, poderosos antioxidantes que nos protegen las mucosas y la piel.*

Su aporte calórico procede de los azúcares o hidratos de carbono de fácil absorción, y entre una fruta y otra existe una notable diferencia calórica.

Consumirlas en exceso supone un aumento de calorías, las cuales, por la forma en que las sintetiza nuestro organismo, pueden transformarse en reserva lipida en nuestro organismo.



A su vez, y dado el diferente aporte calórico que tienen algunas frutas de otras como por ejemplo un aguacate (palta) comparado con una tangerina (mandarina), se debe considerar este factor al incluirlas en una ración de calorías controladas.

De todas formas, se las considera un comodín en toda dieta, sobre todo por su aporte de nutrientes (vitaminas, minerales y demás). Lo más adecuado es consumirlas a modo de colación o merienda, ya sea a media mañana y a media tarde, sin abusar en el consumo diario.

La ración diaria recomendada es de 3 a 4 piezas diarias y esta permitirá cubrir los requerimientos diarios de vitaminas y minerales. Consideremos a las frutas como una dosis extra de vitalidad que será siempre bien agradecida por nuestro organismo.

## **2.9. Origen de las frutas**

Según (Edualimentaria, 2012), Edualimentaria, <http://www.foodreference.com>; <http://frutas.consumer.es> menciona:

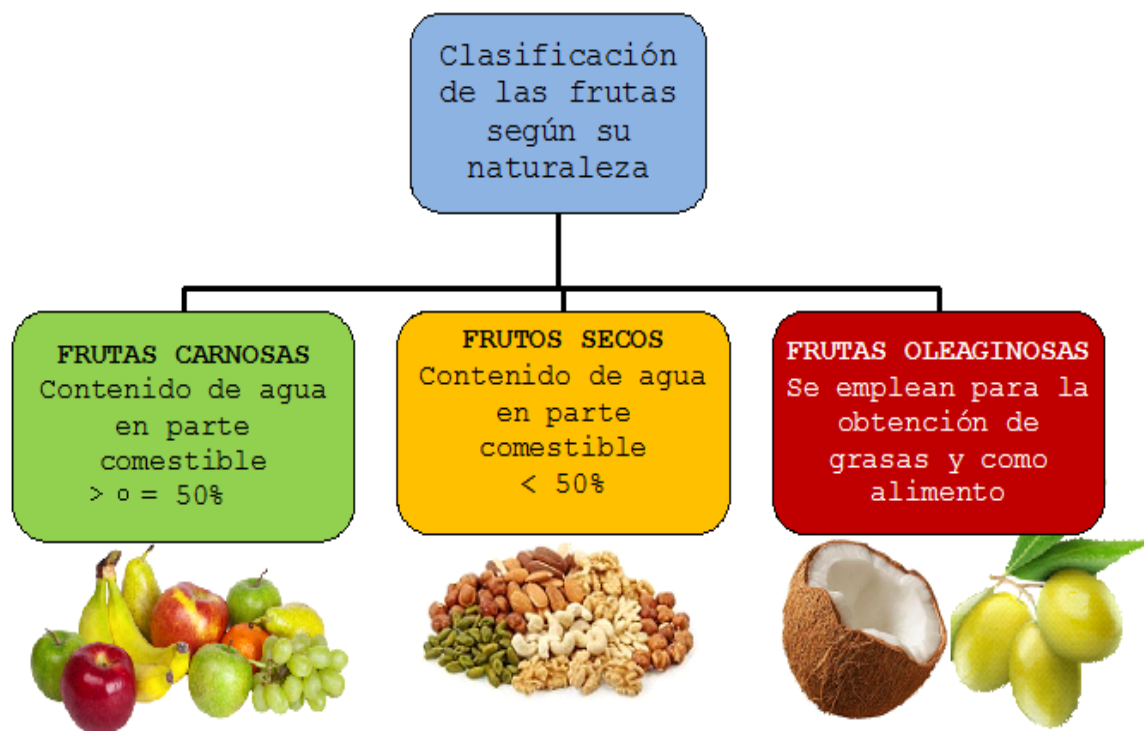
*Durante varios millones de años, frutos, hojas, o semillas le proporcionaron al hombre prehistórico lo esencial de las calorías. En el periodo Neolítico surgió la Agricultura, desarrollándose de forma independiente en varias culturas, como las que surgieron en el denominado Creciente Fértil (zona de Oriente Próximo desde Mesopotamia al Antiguo Egipto), las culturas precolombinas de América Central, la cultura desarrollada por los chinos al este de Asia, etc. Los higos, son al parecer el fruto más antiguo cultivado, hallándose evidencias arqueológicas en el Bajo Valle del Jordán que tienen una data de 11.400 años.*

**Cuadro No. 4*****Origen de distintas frutas y verduras***

<b>FRUTAS</b>	<b>ORIGEN</b>
PIÑA (ANANÀ)	Brasil
CHIRIMOYAS	Ecuador, Colombia, Bolivia y Perú
CEREZA	Europa
CIRUELA	Cáucaso, Persia (Irán) y Anatolia (Turquía)
ARANDANOS	Norte de América
FRAMBRUESA	Europa
FRUTILLA	América
NARANJAS	Probablemente Sudeste de Asia.
MANGO	India. sudeste asiático
DURAZNO (MELOCOTÓN)	China
MELÓN	Medio Oriente
MORA	Asia y Europa
PERA	Europa oriental y de Asia occidental
PIÑA	Brasil
PLATANO	Malasia. Sudeste Asiático.
SANDÍA	África
UVA	Europa Meridional, en el Mar Caspio
PAPAYA	Probablemente Sur de México y América Central.

FUENTE: <http://www.foodreference.com>; <http://frutas.consumer.es/>

AÑO: 2015



**Gráfico No. 7 Clasificación de las frutas según su naturaleza.**

**Cuadro No. 5**

*Clasificación de frutas desde un punto de vista botánico*

CLASIFICACIÓN	TIPOS	EJEMPLO
Frutos carnosos simples (derivados de una sola flor)	Drupa	Albaricoque (damasco), Ciruela, Melocotón (durazno)
	Baya	Uva, Arándano
	Hesperidio	Naranja, Limón, Mandarina
	Pepónide	Melón, Sandía
	Heterio o pseudocarpo	Fresa (frutilla)
Frutos carnosos compuestos (derivados de una inflorescencia)	Pomo	Manzana, Pera
	Sorosis	Mora
	Sicono	Higo
	Cenocarpo	Piña tropical
Frutos secos dehiscentes		Guisante
Frutos secos indehiscentes		Nuez

FUENTE: <http://www.foodreference.com>; <http://frutas.consumer.es/>

AÑO: 2015

Según estadísticas de la FAO (2012) la producción mundial de frutas sin procesar (sin incluir melones y tubérculos) es 636,5 millones de toneladas; mientras que la producción mundial de hortalizas sin procesar (incluyendo melones) es 1.106 millones de toneladas. El principal país productor de frutas (excluidos melones) y hortalizas (incluidos melones) es China con 137 millones (22% del total) y 574 millones (52% del total) de toneladas anuales respectivamente.

Respecto a la composición química las frutas y hortalizas son productos ricos en agua, normalmente poseen escaso contenido en grasa y bajo contenido en proteínas. Entre los componentes sólidos, destacan normalmente los carbohidratos (excepto en la palta y frutas oleaginosas). La mayoría presentan bajo aporte calórico, siendo normalmente mayor en las frutas; debido a que su contenido en carbohidratos suele ser más elevado que el de las verduras. Destacan por su aporte de vitaminas (especialmente vitaminas C, vitamina A como Betacaroteno y folato), minerales (especialmente potasio y magnesio) y fibra. Además contienen numerosos componentes bioactivos (fitoquímicos) que presentan efectos beneficiosos sobre la salud.

**Cuadro No. 6****Composición química de distintas frutas (Porciones comestibles en crudo)**

Frutas, Tamaño de la porción ( peso g/ peso oz)	Calorías	Grasa total (g)	Hidratos de Carbono (g)	Proteína(g)	Fibra (g)	Fibra (%VD)	Vitamina A (%VD)	Vitamina C (%VD)	Potasio (%VD)
Aguacate de California, 1/5 mediana (30 g/1.1 oz)	50	4.5	3	1	1	4	0	4	4
Cerezas dulces , 21 unid. 1 taza (140 g/5.0 oz)	100	0	26	1	1	4	2	15	10
Ciruelas, 2 medianas (151 g/5.4 oz)	70	0	19	1	2	8	8	10	7
Durazno, 1 mediano (147 g/5.3 oz)	60	0.5	15	1	2	8	6	15	7
Fresas, 8 medianas (147 g/5.3 oz)	50	0	11	1	2	8	0	160	5
Kiwi, 2 medianos (148 g/5.3 oz)	90	1	20	1	4	16	2	240	13
Lima, 1 mediana (67 g/2.4 oz)	20	0	7	0	2	8	0	35	2
Limón, 1 mediano (58 oz g/2.1)	15	0	5	0	2	8	0	40	2
Manzana, 1 grande (242 g / 8 oz)	130	0	34	1	5	20	2	8	7
Mandarina, 1 mediana (109 g/3.9 oz)	50	0	13	1	2	8	6	45	5
Melón calameño, 1/4 mediano (134 g/4.8 oz)	50	0	12	1	1	4	120	80	7
Melón tuna, 1/10 mediano (134 g/4.8 oz)	50	0	12	1	1	4	2	45	6
Naranja, 1 mediana (154 g/5.5 oz)	80	0	19	1	3	12	2	130	7
Nectarín, 1 mediano (140 g/5.0 oz)	60	0.5	15	1	2	8	8	15	7
Pera, 1 mediana (166 g/5.9 oz)	100	0	26	1	6	24	0	10	5
Piña, 2 rodajas, 3 "de diámetro, 3/4" de espesor (3	50	0	13	1	1	4	2	50	3
Plátano, 1 mediano (126 g/4.5 oz)	110	0	30	1	3	12	2	15	13
Sandía, 1/18 mediana, 2 tazas de piezas en cubos	80	0	21	1	1	4	30	25	8
Toronja, 1/2 mediana (154 g/5.5 oz)	60	0	15	1	2	8	35	100	5
Uvas, 3/4 taza (126 g/4.5 oz)	90	0	23	0	1	4	0	2	7

El porcentaje de valor diario (% VD) están basados en una dieta de 2.000 calorías.  
 (%VD): % de la cantidad diaria recomendada para un nutriente.  
 Fuente:  
<http://www.fda.gov/Food/LabelingNutrition/FoodLabelingGuidanceRegulatoryInformation/InformationforRestaurantsRetailEstablishments/ucm063482.htm>

FUENTE: [www.fda.gov/Food/LabelingNutrition/FoodLabelingGuidanceRegulatoryInformation/InformationforRestaurantsRetailEstablishments/ucm063482.htm](http://www.fda.gov/Food/LabelingNutrition/FoodLabelingGuidanceRegulatoryInformation/InformationforRestaurantsRetailEstablishments/ucm063482.htm)

AÑO: 2015

## 2.10. Estructura organizacional

(VACA.Urbina, 2007, pág. 97) Afirma: “La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes; y, entre empleados y empleados. Los departamentos de una organización se pueden estructurar formalmente en tres formas básicas: por función, por producto/mercado en forma de matriz”

Según mi criterio: La Estructura Organizacional coordina actividades y relaciones entre gerentes y empleados; gerentes y gerentes y empleados y empleados, tiene además que ver con

aspectos del proyecto para funcionamiento y situación legal, misión, visión, y políticas entre otros aspectos necesarios para un funcionamiento normal de la entidad.

### **2.10.1. Misión.**

La misión consiste en definir el objetivo central de la empresa teniendo en cuenta sus valores donde si bien estos son estáticos, es por ello que la misión es cambio es dinámica.

### **2.10.2. Visión.**

La visión expresa el marco de referencia de lo que una organización quiere llegar a ser a futuro es decir señala el rumbo a seguir para pasar de lo que somos a lo que queremos ser.

## **2.11. Estudio de mercado**

Según (CÓRDOBA.Marcial, 2006, pág. 147) afirma: *“El estudio de mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes, de un bien o servicio para llegar acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precios”*

Con respecto a la definición anterior se puede concluir que el estudio de mercado es un proceso sistemático en donde se recoge la información de los clientes, competidores y el mercado para luego establecer un plan de negocios de cómo vamos a vender el producto o servicio, o como mejorar el producto o servicio existente para expandirse a nuevos mercados.

### **2.11.1. Mercado meta.**

El mercado meta se relaciona con las necesidades de la empresa para definir una segmentación de mercado a la cual quiere llegar.

### **2.11.2. Oferta.**

Según (MIRANDA, 2008, pág. 101) *“La oferta tiene por objeto identificar como se han atendido y como se atenderán en un futuro, las demás son necesidades de la comunidad”*

Según mi criterio: La oferta está constituida por un conjunto de proveedores en un mercado que están en la espera de adquirir un producto o servicio, cuyo objeto es identificar como se han atendido y como se atenderán en un futuro, determinando las necesidades que existen en el mercado.

### **2.11.3. Demanda.**

(NUÑEZ Z, 2007, pág. 27), dice: *“La demanda es la cantidad de productos o servicios que se requiere o solicita en el mercado con el fin de satisfacer una necesidad específica a un precio determinado”*. Pág. 27

Es la cuantificación de la necesidad real de una población de compradores con poder adquisitivo para comprar el producto o servicio que llene sus requerimientos de satisfacción.

Con la definición anterior podríamos concluir que la demanda está basada en la necesidad del mercado, en donde el consumidor es la principal clave para conocer exactamente las necesidades de productos y servicios que de acuerdo a sus gustos y preferencias deben ser cubiertos.

### **2.11.4. Precio.**

Según IPC (Índice de Precios al Consumidor), (2007) manifiesta lo siguiente: *“El precio es una variable de marketing que viene a resumir, en gran número de casos, la política comercial de la empresa, por un lado tenemos las necesidades del mercado, fijadas en un producto con unos atributos determinados.*

Según mi criterio: El precio es el valor que se le da a un producto determinado, ya sea por el mercado o por su costo de producción o elaboración, considerando siempre que este precio debe ser razonable, justificado y permitir que el comprador se encuentre conforme.

#### **2.11.5. Comercialización.**

(VACA.Urbina, 2007, pág. 57), afirma: *“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”*

La comercialización es otra de las estrategias importantes del mercado porque busca mecanismos que le permita cumplir con los pedidos requeridos a tiempo y que lleguen en las mejores condiciones.

#### **2.12. Estudio técnico**

Según (VACA.Urbina, 2007, pág. 8) dice lo siguiente: *“El estudio técnico puede subdividirse a su vez en cuatro partes que son determinación de la planta, tamaño óptimo de la planta, ingeniería del proyecto y análisis administrativo.”*

El estudio técnico es donde se estudia la inversión tamaño apropiado de las instalaciones ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto.

##### **2.12.1. Tamaño del proyecto.**

*Según (HARGADON, 2006, pág. 211) dice: “Es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento, se define como la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes, año, dependiendo del tipo de proyecto que se esté formulando.”*



Según mi criterio: Tamaño del proyecto se refiere a la capacidad de producción instalada, ya sea diaria, semanal o anual dentro de una actividad económica dependiendo del tipo de maquinaria o equipo que posea la empresa para determinar la capacidad de producción.

### **2.12.2. Localización del proyecto.**

La localización del proyecto consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas de localización en el que el resultado de estas fuerzas produzca la mínima o máxima ganancia o el costo unitario.

#### **A). Macro Localización**

*(BETZAIDA, 2006, pág. 38): “La macro localización tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia de proyecto.”*

#### **B). Micro Localización**

*(SAPAG, 2008, pág. 220) Afirma que: “La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara.”*

Según mi criterio, es importante destacar que para el análisis de la micro localización es necesario contar con una serie de factores, los mismos que permitirán conocer las características del sector para el desarrollo del proyecto, para ellos se aplica si es necesario el método por puntos que depende según el puntaje de cada sector y el que mayor tenga es la mejor opción.

## **2.13. Estudio financiero**

Según (SAPAG, 2008, pág. 29) dice lo siguiente: *“El estado financiero permite ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para identificar su rentabilidad.”*

Según mi criterio: El estudio financiero es aquel que permite determinar los ingresos que se pretende obtener a través del proyecto en un determinado periodo, al igual determina los egresos a realizar como parte de su ejecución con el fin de establecer la rentabilidad del proyecto.

### **2.13.1. Ingresos.**

Según (BRAVO.Mercedes, 2011, pág. 65) afirma: *“Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un periodo de tiempo.”*

De acuerdo con la cita anterior nos dice que ingresos es la venta obtenida por algún producto o servicio al cual estamos ofreciendo, obteniendo una recompensa sea en especies o efectivo.

### **2.13.2. Egresos.**

Egreso son los desembolsos que se hayan realizado en un determinado mes y que corresponden a anticipos de sueldos, pagos anticipados, compra de materia prima, mano de obra, entre otros.

## **Gastos de operación**

*(Noel, 2013) Los gastos de operación son los que se generan en el proceso de transformar el producto, Según (Alcaide, 2014) los gastos operativos son aquellos gastos que se derivan del funcionamiento normal de una empresa. Se contraponen a los gastos no operacionales, aquellos gastos que un agente económico realiza de forma extraordinaria y poco frecuente. Los gastos operacionales pueden entenderse como costos ordinarios que la empresa debe afrontar con la finalidad de obtener beneficios.*

## **Insumos**

*(Alcaide, 2014) El termino insumo se utiliza para hacer referencia a todos aquellos implementos que sirven para un determinado fin y que se pueden determinar cómo materias primas, específicamente útiles para diferentes actividades y procesos. El recurso a ciertos insumos siempre tiene que ver con actividades productivas que tienen por fin la realización de otro bien más complejo y que implica un mayor proceso de elaboración. Cuando el insumo es utilizado en combinación con otros insumos más o menos complejos para la elaboración de otro tipo de productos, dejan de considerarse como tales ya que han perdido sus características esenciales.*

## **Mano de obra**

*(Noel, 2013) “La mano de obra es el costo que interviene directamente en la transformación del producto.” La mano de obra es la contribución física y mental para la elaboración de cualquier tipo de bien y servicio ofertado.*

### **2.14. Gastos administrativos**

*Para (SARMIENTOS.Ruben, 2010, pág. 17) manifiesta: “Los costos administrativos conocidos como gastos de administración; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficina, sueldos y beneficios sociales administrativos, etc.”*

Según mi criterio: Son aquellos egresos incurridos en actividades de planificación, organización, dirección, control y evaluación de la empresa.

## **2.15. Gastos de ventas**

*Para (SARMIENTOS.Ruben, 2010, pág. 18)) manifiesta: “los costos de ventas conocidos como gastos de ventas; son valores destinados al normal desarrollo de este departamento de ventas, agua luz teléfono, aporte patronal, aporte personal, gasto de viajes y movilización de vendedores, comisiones de ventas, publicidad y propaganda”.*

### **2.15.1. Estados financieros.**

*(GALINDO, 2008, pág. 141) Afirma que: “Los estados financieros reflejan la situación económica y financiera del proyecto, la información generada permite evaluar si la inversión realizada por los socios del proyecto produce los resultados esperados, reflejando rentabilidad en el corto, mediano y largo plazo”*

Son estados que proporcionan una valoración real de cómo va la actividad, se muestra a demás indicadores claves como también proyecciones de ganancias.

### **Estado de situación financiera.**

*Según (ARAUJO.David, 2012, pág. 112) “El estado de situación financiera contiene los rubros que constituirán los activos de la empresa, es decir, los bienes adquiridos para materializar el proyecto. Por otro lado, se presentan los pasivos esperados de la empresa, es decir, las obligaciones financieras que adquirirán los socios de proyecto, y finalmente el capital contable que constituye el patrimonio neto de la empresa.”*

El estado de situación financiera es un reporte de cómo van las cuentas más importantes de la empresa como son activos, pasivos y patrimonio de una forma ordenada y metodología.

## **Estado de resultados.**

*(ARAUJO.David, 2012, pág. 115) Menciona que: “El estado de resultados proforma es un documento dinámico que tiene como finalidad mostrar los resultados económicos de la operación prevista del proyecto para los periodos subsecuentes y se elabora efectuando la suma algebraica de los ingresos menos los egresos estimados.”*

El estado de resultados indica un resumen de todas las transacciones que ha realizado la empresa dentro de los ingresos y gastos para determinar una utilidad neta y proyectar gastos para el siguiente periodo contable.

## **Flujo de caja.**

*(CÓRDOVA, 2006, pág. 335) Menciona que: “El flujo de caja analiza la viabilidad financiera de la empresa o del proyecto, desde el punto de vista de la generación suficiente de dinero para cumplir sus obligaciones financieras y generar efectivo para distribuir entre los socios; además, como condición sine qua non para medir la bondad de la inversión.”*

El flujo de caja es un estado donde se estudia los movimientos de efectivo que va a generar la empresa, y que es lo que genera dichos recursos.

### **2.15.2. Indicadores financieros**

*(FLORES, 2007, pág. 115) Afirma: “Se estudia en forma conjunta los indicadores con el objeto de tomar una adecuada decisión, se asocia en forma juiciosa, la interpretación de cada uno de ellos, de acuerdo con los criterios establecidos para efectos de análisis financieros.”*

Los indicadores financieros son métodos matemáticos que sirven con herramienta para la toma de decisiones al verificar información relevante a la administración financiera.

## **Tasa de redescuento o costo de oportunidad**

*Según Dirección Nacional de innovación Académica alega que: “La tasa de descuento o costo de capital es el precio que se paga por los fondos requeridos para pagar la inversión ; representa una medida de la rentabilidad mínima que se exigirá al proyecto , según su riesgo , de manera tal que el retorno esperado permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de la operación, los intereses pagados y la rentabilidad que el inversionista le exige a su propio capital invertido ( costo de capital propio), el cual a su vez es la tasa asociada con la mejor oportunidad de inversión de riesgo similar que se abandonara por destinar esos recursos al proyecto que se estudia. El costo de capital debe ser suficiente para pagar los costos por producir, por administrar, por vender, los intereses pagados y la rentabilidad del inversionista. ”*

La tasa de redescuento es un índice que indica la rentabilidad mínima que el proyecto genera y debe cubrir el capital del inversionista y los costos y gastos que produce el proyecto.

## **Valor actual neto (VAN)**

*(ORTEGA Castro, 2006, pág. 243) Manifiesta: “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto. Cuando el Van es positivo el proyecto es factible, mientras que el Van negativo demuestra que el proyecto no es factible, y cuando el Van es cero es indiferente.”*

El valor actual neto de un proyecto nos indica si el proyecto es factible o no o si por lo menos cubre el costo mínimo del mismo.

### **2.15.3. Tasa interna de retorno (TIR).**

*(MORA, 2009, pág. 269) Expresa que: “Tasa interna de rendimiento, es aquella por la cual se expresa el lucro o beneficio neto que proporciona una determinada inversión en función de un porcentaje anual, que permite igualar el valor actual de los beneficios y costos y, en*

*consecuencia, el resultado del Van actual es igual a cero. Si la tasa interna de rendimiento es igual o sobrepasa el costo estimado de oportunidad o de sustitución del capital, la inversión permitirá, por lo menos, recuperar todos los gastos de explotación y de capital.”*

La tasa interna de rendimiento es aquella que nos permite evaluar los rendimientos futuros de una inversión, y así conocer si el proyecto a realizarse es factible o no.

#### **2.15.4. Punto de equilibrio.**

(SARMIENTOS, 2010, pág. 69) Define: *“El punto de equilibrio es la interacción o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); en donde no existe pérdida ni ganancia.”*

El punto de equilibrio realiza una estimación de la proporción o punto de encuentro entre los ingresos totales y los egresos totales del proyecto, en donde nos muestra que no existe ni pérdida ni ganancia.

#### **2.15.5. Relación costo-beneficio (BC).**

(ARAUJO.David, 2012, pág. 137) Determina que: *“La relación costo-beneficio también llamado índice de rentabilidad, es el coeficiente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los costos o egresos totales del proyecto.”*

La relación costo-beneficio permite conocer la lógica basada en el principio de obtener los mayores y mejores al menor esfuerzo invertido.

### **2.15.6. Periodo de recuperación de la inversión (PRI).**

(ARAUJO.David, 2012, pág. 183) Lo define como: *“La magnitud del tiempo en años durante el cual los beneficios o utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión.”*

El período de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo.

### **2.15.7. Estructura organizacional**

(GRIFFIN.Ricky, 2011, pág. 335) Define a la estructura organizacional como: *“Conjunto de elementos que se pueden usar para configurar una organización aquí se encuentran la distribución de la autoridad entre los puestos, coordinación de las actividades entre los puestos, la diferenciación entre las posiciones”.*

La estructura organizacional, son el manejo de las tareas que son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos “

## **2.16. Marco legal**

### **2.16.1. Exoneraciones de pago del impuesto a la renta.**

#### **CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES "Art.**

9.1.- Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas.- Las sociedades que se constituyan a partir de la vigencia del Código de la Producción así como también las sociedades nuevas que se constituyeren por sociedades existentes, con el objeto de realizar inversiones nuevas y productivas, gozarán de una exoneración del pago del impuesto a la renta durante cinco años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directa y únicamente a la nueva inversión”



## **2.16.2. Requisitos para constituir una compañía.**

En la ventanilla Única Empresarial de Otavalo encontramos los siguientes requisitos:

### **✚ APROBACION DEL NOMBRE DE LA COMPAÑÍA.**

#### **Trámite**

Se deben presentar alternativas de nombres para la nueva Compañía, para su aprobación en la Superintendencia de Compañías.

#### **Documentación**

Copia de cédula.

### **✚ APERTURA CUENTA DE INTEGRACION DE CAPITAL**

#### **Trámite**

- Se debe apertura una cuenta de Integración de Capital de la nueva Compañía en cualquier banco de la ciudad de domicilio de la misma.

#### **Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Solicitud para la apertura de la cuenta de Integración de Capital (formato varía de acuerdo al banco en el que se apertura) que contenga un cuadro de la distribución del Capital.
4. El valor del depósito

### **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Compañía Limitada.
- Modelo solicitud apertura cuenta de Integración de Capital Sociedad Anónima

### **🚦 CELEBRAR LA ESCRITURA PÚBLICA**

#### **Trámite**

- Se debe presentar en una Notaría la minuta para constituir la Compañía

#### **Documentación**

1. Copia de cédulas y papeletas de votación de las personas que constituirán la Compañía (socios o accionistas)
2. Aprobación del nombre dado por la Superintendencia de Compañías
3. Certificado de apertura de la cuenta de Integración de Capital dada por el banco
4. Minuta para constituir la Compañía
5. Pago derechos Notaría

### **Descarga de Documentos**

- Modelo Minuta Constitución Compañía Limitada.
- Modelo Minuta Constitución Compañía Anónima.

### **🚦 SOLICITAR LA APROBACION DE LAS ESCRITURAS DE CONSTITUCION**

#### **Trámite**

- Las Escrituras de constitución deberán ser aprobadas por la Superintendencia de Compañías

## **Documentación**

1. Tres copias certificadas de las Escrituras de constitución
2. Copia de la cédula del Abogado que suscribe la solicitud
3. Solicitud de aprobación de las Escrituras de constitución de la Compañía

## **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud aprobación Escrituras

## **🚦 OBTENER LA RESOLUCIÓN DE APROBACION DE LAS ESCRITURAS**

### **Trámite**

- La Superintendencia de Compañías nos entregará las Escrituras aprobadas con un extracto y 3 resoluciones de aprobación de la Escritura.

## **Documentación**

- Recibo entregado por la Superintendencia de Compañías al momento de presentar la solicitud.

## **🚦 CUMPLIR CON LAS DISPOSICIONES DE LA RESOLUCIÓN**

### **Trámite**

1. Publicar el extracto en un periódico de la ciudad de domicilio de la Compañía.
2. Llevar las resoluciones de aprobación a la Notaría donde se celebró la Escritura de constitución para su marginación.
3. Obtener la patente municipal y certificado de inscripción ante la Dirección Financiera.

## **Documentación**

Para obtener la patente y el certificado de existencia legal se deberá adjuntar:

1. Copia de las Escrituras de constitución y de la resolución aprobatoria de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario para obtener la patente (se adquiere en el Municipio).
3. Copia de la cédula de ciudadanía de la persona que será representante legal de la Empresa.

## **INSCRIBIR LAS ESCRITURAS EN EL REGISTRO MERCANTIL**

### **Trámite**

- Una vez cumplidas las disposiciones de la resolución de aprobación de la Superintendencia de Compañías se deberá inscribir las Escrituras en el Registro Mercantil.

## **Documentación**

1. Tres copias de las Escrituras de constitución con la marginación de las resoluciones.
2. Patente municipal.
3. Certificado de inscripción otorgado por el Municipio.
4. Publicación del extracto.
5. Copias de cédula y papeleta de votación de los comparecientes

## **🚩 ELABORAR NOMBRAMIENTOS DE LA DIRECTIVA DE LA COMPAÑÍA**

### **Trámite**

- Una vez inscritas las Escrituras se deberán elaborar los nombramientos de la directiva (Gerente y Presidente)

## **Documentación**

- Ninguna

## **Descarga de Documentos**

- Modelo Nombramiento Gerente.
- Modelo Nombramiento Presidente

## **🚦 INSCRIBIR NOMBRAMIENTOS EN EL REGISTRO MERCANTIL**

### **Trámite**

- Los nombramientos deberán ser inscritos en el Registro Mercantil

## **Documentación**

1. Tres copias de cada Nombramiento
2. Copia de las Escrituras de Constitución
3. Copias de cédula y papeleta de votación del Presidente y Gerente

## **🚦 REINGRESAR LOS DOCUMENTOS A LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS**

### **Trámite**

- Se debe reingresar las Escrituras a la Superintendencia de Compañías para el otorgamiento de cuatro hojas de datos de la Compañía.

## **Documentación**

1. Formulario RUC 01A

2. Formulario RUC 01B
3. Nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
4. Copias de cédulas y papeletas de votación de Gerente y Presidente
5. Tercera copia certificada de la Escritura de Constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil
6. Una copia de la panilla de luz o agua del lugar donde tendrá su domicilio la Compañía
7. Publicación del extracto

### **Descarga de Documentos**

- Formulario 01-A.
- Formulario 01-B

### **OBTENER EL RUC**

### **Trámite**

- Reingresadas las Escrituras se entregarán las hojas de datos de la Compañía que permitirán obtener el RUC.

### **Documentación**

1. Formulario 01A con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías.
2. Formulario 01B con sello de recepción de la Superintendencia de Compañías
3. Original y copia de los nombramientos Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil.
4. Original y copia de la Escritura de constitución debidamente inscrita en el Registro Mercantil.

5. Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
6. Una copia de la planilla de luz, agua, teléfono, pago del impuesto predial del lugar donde estará domiciliada la Compañía a nombre de la misma o, contrato de arrendamiento. Cualquiera de estos documentos a nombre de la Compañía o del Representante Legal.
7. Si no es posible la entrega de estos documentos, una carta por el propietario del lugar donde ejercerá su actividad la Compañía, indicando que les cede el uso gratuito.
8. Original y copia de las 4 hojas de datos que entrega la Superintendencia de Compañías.
9. Si el trámite lo realiza un tercero deberá adjuntar una carta firmada por el Representante Legal autorizando.

### **Descarga de Documentos**

- Modelo de Autorización para obtener el RUC por una tercera persona.
- Modelo carta SRI para uso gratuito de oficina

### **RETIRAR LA CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL**

#### **Trámite**

- Una vez que se obtenga el RUC de la Compañía, éste debe ser presentado a la Superintendencia de Compañías para que se emita la autorización de retirar el valor depositado para aperturar la cuenta de Integración de Capital.

#### **Documentación**

1. Carta de la Superintendencia de Compañías solicitando al banco se devuelva los fondos depositados para aperturar la cuenta de Integración de Capital.
2. Copia de cédula del Representante Legal y de los accionistas de la Compañía.

3. Solicitud de retiro de los depósitos de la cuenta de Integración de Capital, indicar en dicha solicitud si el dinero lo puede retirar un tercero.

### **Descarga de Documentos**

- Modelo de autorización de retiro de capital del banco

### **🚦 APERTURAR UNA CUENTA BANCARIA A NOMBRE DE LA COMPAÑÍA**

#### **Trámite**

- La Compañía puede abrir una cuenta corriente o de ahorros.

#### **Documentación**

- Solicitud de apertura de cuenta.
- Copia de cédula y papeleta de votación de las personas que manejaran la cuenta.
- Copia de una planilla de servicios básicos donde conste la dirección de residencia quienes van a manejar la cuenta.
- Un depósito con un monto mínimo dependiendo de la institución bancaria.

### **Descarga de Documentos**

- Modelo solicitud apertura cuenta corriente o de ahorros.

### **🚦 OBTENER PERMISO PARA IMPRIMIR FACTURAS**

#### **Trámite**

1. Para que la Compañía pueda emitir facturas, el SRI deberá comprobar la dirección de la Compañía.



**Documentación**

1. Solicitud de inspección (formulario que entregan en el SRI).
2. Permiso de Bomberos.
3. En caso de realizar operaciones de Comercio Exterior, la autorización de la CAE.
4. Certificados, contratos o facturas de proveedores de la Compañía.
5. Certificado de cuenta bancaria a nombre de la Compañía.
6. Registro patronal en el IESS.
7. Patente Municipal.
8. Facturas que sustenten la propiedad mobiliaria.
9. Contrato de compraventa que sustente la propiedad inmobiliaria.
10. Panilla de luz, agua, teléfono o carta del pago del impuesto predial a nombre de la Compañía y/o el contrato de arrendamiento, o la carta de autorización de uso gratuito de oficina con reconocimiento de firma.

## **CAPÍTULO III**

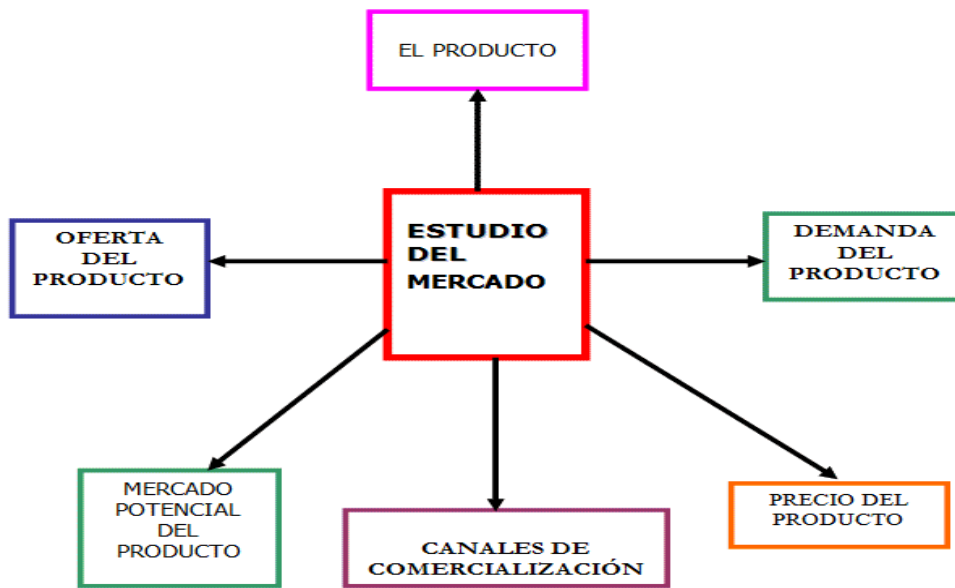
### **3. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Antecedentes del estudio de mercado**

El estudio de mercado establece el comportamiento y necesidades de los potenciales consumidores en lo referente a la cantidad posible de producción, además determina los diferentes canales de distribución, definiendo estrategias efectivas de precio, características del producto e inclusive abordando los problemas de competencia y comercialización, y las condiciones de posicionamiento del producto en el mercado.

Además se considera de vital importancia realizar dicho estudio para determinar el consumo de las frutas en sus diferentes presentaciones, puesto que mediante el análisis de la demanda, oferta y precios del mercado, permita establecer su factibilidad, tomando en cuenta la competencia existente. Además, busca probar que existe un número suficiente de consumidores, que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifica la producción continua del producto. Cuando se habla del estudio de mercado, se entiende que es una parte importante del estudio de factibilidad, el cual en forma más directa, sirve como antecedentes base para la realización del estudio técnico, ingeniería, financiero y económico, para determinar la viabilidad de un proyecto productivo, y la aceptación del producto en el mercado.

### 3.2. Análisis de mercado



**Gráfico 1 Estructura del análisis de mercado**

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

### 3.3. Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita identificar el volumen de oferta y demanda de las frutas en sus diferentes presentaciones y determinar el nivel de aceptación que tendrá el nuevo producto.

#### 3.3.1. Objetivos específicos.

- ✚ Identificar la demanda de frutas en sus diferentes formas de presentación y consumo en la ciudad de Otavalo.
- ✚ Determinar la oferta de frutas en sus diferentes formas.
- ✚ Establecer el precio de preferencia para los (as) consumidores de frutas en sus diferentes formas.
- ✚ Identificar los canales de producción y comercialización de la fruta en sus diferentes formas de consumo.

### 3.4. Matriz de Mercado

#### Cuadro No. 7

#### Matriz de Mercado

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUMENTOS	PÚBLICO META
Identificar la demanda de frutas en sus diferentes formas de presentación y consumo en la ciudad de Otavalo.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de demanda.</li> <li>Frecuencia de consumo.</li> <li>Gustos y Preferencias.</li> <li>Determinación de precios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> </ul>	Población económicamente activa de la ciudad de Otavalo.
Determinar la oferta de frutas en sus diferentes formas.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de oferta</li> <li>Producto sustituto</li> <li>Producto complementario</li> <li>Precio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> <li>Encuesta</li> </ul>	Floristerías y Fruterías en la Ciudad de Otavalo.
Establecer el precio de preferencia para los (as) consumidores de frutas en sus diferentes formas.	Marketing Mix	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio</li> <li>Precio</li> <li>Publicidad</li> <li>Promoción</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> <li>Primaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entrevista</li> <li>Entrevista</li> <li>Entrevista</li> <li>Entrevista</li> </ul>	Floristerías y Fruterías en la Ciudad de Otavalo
Identificar los canales de producción y comercialización de la fruta en sus diferentes formas de consumo.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación del servicio/producto</li> <li>Plaza de distribución</li> <li>Promoción del servicio/producto</li> <li>Nivel de satisfacción del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Secundaria</li> <li>Secundaria</li> <li>Secundaria</li> <li>Secundaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigación</li> <li>Investigación</li> <li>Investigación</li> <li>Investigación</li> </ul>	Libros de Marketing

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

### **3.5. Identificación del Producto**

Esta microempresa está dedicada a la producción y comercialización de arreglos frutales los cuales son decorados con chocolate blanco u oscuro sin ningún recargo extra. Es una empresa, impulsada a brindar nutrición y salud de una forma diferente; además, de otorgar a sus comensales un excelente servicio.

La microempresa ofrece las mejores y más amplias variedades de arreglos hechos con frutas naturales, sin conservantes ni preservantes, ideales para regalar a seres queridos en cualquier ocasión.

Todos los arreglos son hechos con fruta fresca seleccionada de la mejor calidad e higiénicamente preparados, empacados y distribuidos, enfocados en el cuidado de cada paso de la producción, desde la recepción seleccionada de cada fruta o insumo para asegurar que al momento de enviarlo a cualquier destino sean un ejemplo único de arte que garanticen una experiencia deliciosa y repetible.

Para garantizar la frescura de los arreglos frutales por más tiempo, se recomienda mantenerlos refrigerados hasta su consumo.

La atención personalizada y la calidad de los productos se complementan para solucionar las necesidades de los consumidores al momento de entregar algo especial

#### **3.5.1. Características del Servicio.**

🚩 Para un mejor marketing del producto la empresa contará con una página web en donde se muestre los diferentes productos que ofrecerá dicha empresa, y así dar a conocer el nombre y lograr un posicionamiento de la marca en los consumidores.

- ✚ La microempresa además, ofrece un servicio de entregas a domicilio, se receptan los pedidos y esta se encargará de hacerlos llegar a las personas ya sea en sus casas, en sus trabajos o en los lugares indicados, en las fechas y horas programadas.
- ✚ Se dispondrá de un catálogo en el cual se detalla una gran variedad de arreglos frutales, que se ofrecen de acuerdo a las diversas ocasiones, poniendo a consideración que también se los puede armar de acuerdo al gusto de los clientes.
- ✚ Se elaborarán por tanto obsequios que puedan ser entregados en cumpleaños, aniversarios, bodas, agradecimientos, bautizos u otras celebraciones y decoraciones de banquetes y recepciones que así los requieran, utilizando diseños innovadores, elegantes y vistosos.
- ✚ Las frutas con las que se trabajará, serán frutas cultivadas orgánicamente, que no sólo son más deliciosas, sino que tienen mayor valor nutritivo y sin pesticidas, permitiendo una degustación con mayor confianza del alimento adquirido.
- ✚ Todos los arreglos son hechos bajo pedido con un mínimo de 24 horas para poder así garantizar la frescura de los mismos además pueden ser acompañados de un sin número de opciones, desde una tarjeta romántica, una taza con un mensaje especial, un globo o un peluche, hasta una tarjeta de negocios para regalar a algún cliente, etc.
- ✚ La microempresa también cuenta con el servicio de decoración con los arreglos frutales en todo tipo de compromiso social, en donde el personal irá a dicha fiesta con tiempo previo para poder decorar todo el salón dependiendo a los requerimientos del cliente.

### **3.5.2. Línea de servicios a ofrecer.**

La empresa dispondrá de una gran gama de productos, cada uno con su nombre, características y diseño, de acuerdo, al motivo, evento, fecha importante u ocasión que se desee entregar.

Como mencionamos anteriormente, también se elaborarán arreglos para eventos como: matrimonios, bautizos, fiestas, infantiles, primeras comuniones, reuniones, etc.

A continuación detallamos algunas líneas de estos tipos de productos:



**Figura 1 Arreglo frutal pequeño**

FUENTE: <http://fruit-decorations.blogspot.com/>

AÑO: 2015

Los arreglos pequeños incluyen hasta 4 tipos de fruta, son presentados en base de cerámica, cesta, base de madera o base de fruta, además contiene chocolate derretido en el arreglo frutal que pida el cliente.



**Figura 2 Arreglos medianos**

FUENTE: <http://fruit-decorations.blogspot.com/>

AÑO: 2015

Los arreglos medianos incluyen hasta 6 tipos de fruta, son presentados en base de cerámica, cesta, base de madera o base de fruta, cabe recalcar que las canastas utilizadas en estos arreglos son más sofisticadas es decir contienen mayores detalles como lazos, cintas.



**Figura 3 Arreglos grandes**

FUENTE: <http://fruit-decorations.blogspot.com/>

AÑO: 2015



Los arreglos grandes incluyen hasta 8 o más tipos de frutas, son presentados en base de cerámica, cesta, base de madera o base de fruta, de igual manera las canastas son un poco más grande y con muchos más detalles en donde el cliente podrá escoger.

### **3.5.3. Elección de las frutas.**

Es necesario al momento de elegir las frutas para la elaboración de las diferentes presentaciones, que estas se encuentren en buen estado, es decir, ni muy maduras ni muy tiernas deben tener un buen aspecto, un buen color ya que estos productos son más visuales, además la empresa cuenta con un estricto control de calidad de las frutas.

### **3.5.4. Diferenciación del servicio.**

La diferenciación del producto implica provocar una conciencia acerca de las diferencias entre el producto de una compañía y de los competidores.

La empresa considerará importante establecer que los productos que ofrece son diferentes y mejores que los de la competencia, por lo cual establecerá algunas ventajas diferenciales que permitan lograr este objetivo:

- Surtido amplio de productos.
- Productos de calidad, que serán elaborados con materiales de primera y a los que se someterá a un control de calidad.
- Diseños innovadores, elegantes y modernos.
- Facilidad de compra a través de los locales de expendio.
- Servicios de entrega a domicilio en los lugares y fechas programadas.
- Oportunidad de diseño de productos de acuerdo a los requerimientos de los consumidores.

Además en cada arreglo frutal tendrá una serie de detalles como lazos, flores, muñecos, globos, canastas.

### **3.6. Mercado**

La empresa estará dirigida específicamente a la ciudad de Otavalo es decir a la población económicamente activa de la ciudad en especial al nivel económico media y alta, debido a que desde la clase media para arriba perciben un sueldo mayor al del sueldo básico lo que nos muestra que son aptos para adquirir los arreglos frutales.

#### **3.6.1. Mecánica operativa.**

En el desarrollo del presente estudio de mercado para la creación de una empresa productora y comercializadora de arreglos frutales en sus diferentes formas de presentación, se tomó como universo a la población urbana de la ciudad de Otavalo, y se utilizó fuentes de datos primarios y secundarios.

Para la recolección de información primaria se utilizó la encuesta que fue diseñada en base a las variables y aplicada a las siguientes poblaciones:

#### **3.6.2. Segmento de mercado.**

#### **Cuadro No. 8**

##### *Segmento de mercado*

<b>PARROQUIAS</b>	<b>POBLACIÓN</b>
Población Urbana	39.354
Población Rural	65.520
Total de la Población	104.874

FUENTE: INEC 2010

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Dentro del presente estudio del proyecto de factibilidad, la producción de la microempresa va direccionada hacia el consumo a nivel de la provincia, como principal fuente de consumo de los productos.

### **3.6.3. Identificación de la población.**

#### **Cuadro No. 9**

##### *Identificación de la población*

<b>POBLACIÓN</b>	<b>PEA</b>
Población Urbana	21.478

FUENTE: INEC 2010

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

De la población total de la ciudad de Otavalo, para este proyecto se consideró solo la población urbana ya que estará ubicado en el centro de la ciudad y que estén dentro de la población económicamente activa ya que esta se halla en la posibilidad de comprar este producto, es decir las personas que se hallan dentro de la edad productiva y que pueden obtener el recurso económico para adquirir en bien o producto sea para satisfacción propia o de su familia.

Tomando en cuenta que la producción está dirigida hacia la población de un nivel económico, medio- alto, para lo cual se ha establecido los índices de la PEA urbana de la ciudad de Otavalo.

### **3.6.4. Segmento de mercado meta**

Los arreglos frutales, son productos elaborados por expertos en la realización de este tipo de arreglos, por lo que cumplen con las exigencias y necesidades de los consumidores.

El mercado meta es la PEA urbana de la ciudad de Otavalo, con una densidad poblacional de 21.478 personas, los cuales pertenecen el 48% a hombres y el 52% de mujeres los cuales estarían en la capacidad de adquirir el servicio, ya que hoy en día no solo los hombres regalan detalles a las mujeres, sino también suele pasar lo contrario.

### **Cuadro No. 10**

#### ***Población de hombres y mujeres***

<b>POBLACIÓN</b>	<b>PEA</b>
Hombres	10.309
Mujeres	11.169
Población Urbana	21.478

Fuente: INEC 2010

AÑO: 2015

### **3.6.5. Determinación de la población.**

Para la realización del presente estudio se ha tomado en cuenta la proyección de la población económicamente activa urbana de la ciudad de Otavalo. El total de población a investigar es de 21.478.(Según INEC 2010)

### **CÁLCULO DE LA MUESTRA**

#### **Fórmula de cálculo**

$$N \times Z^2 \times \delta$$

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

$$\epsilon^2 (N-1) + Z^2 \times \delta$$

#### **DONDE:**

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

$\delta$  = Varianza de población, con el valor constante de 0,25

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza, su valor constante es de 95% (dos colas) equivalente a 1,96

N-1 = Es una corrección que se usa para muestras mayores de 30

$\epsilon$  = nivel de error (5%. Para población finita hasta 1000, 3% para población infinita más de mil

### **Cálculo de la Muestra:**

$$n = \frac{21.478 \times (1,96)^2 \times 0,25}{(0,05)^2 (21.478 - 1) + (1,96)^2 (0,25)^2}$$

$$n = \frac{20.627,47}{57,60}$$

$$n = 358,11 \approx 358$$

### 3.7. Análisis de la Información

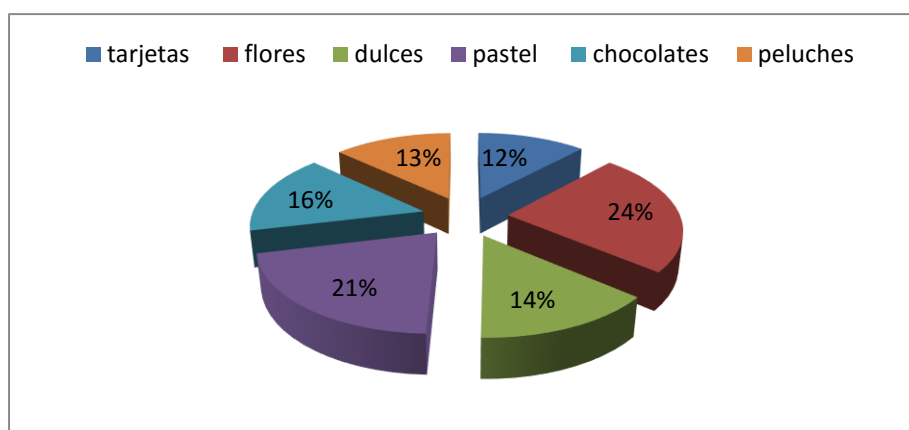
#### ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS EN LA CIUDAD DE OTAVALO

#### 1. ¿Por lo general que regala usted en fechas especiales?

##### Cuadro No. 11

##### *Pregunta N.- 1 Encuesta*

DATOS	FA	FR
Tarjetas	43	12%
Flores	86	24%
Dulces	50	14%
Pastel	75	21%
Chocolates	57	16%
Peluches	47	13%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 8. Regalos en fechas especiales**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

#### **ANÁLISIS:**

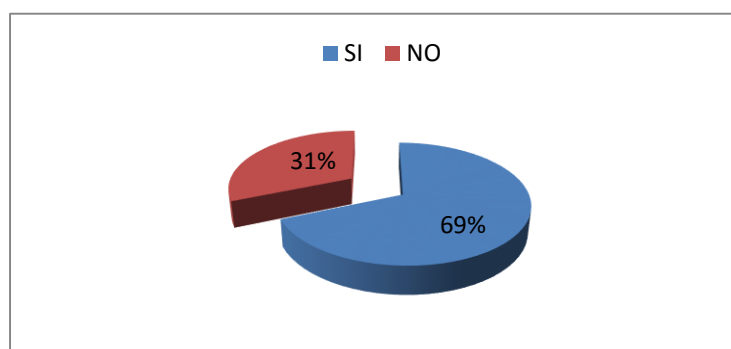
Como se puede observar la mayoría de las personas prefieren regalar flores en fechas especiales, esto indica que el principal producto sustituto de los arreglos frutales serían los arreglos de flores, esto muestra que sería importante analizar las diferentes características de estos, para mejorarla al momento de elaborar los arreglos frutales.

## 2.- ¿Conoce usted los arreglos frutales?

### Cuadro No. 12

#### Pregunta N.- 2 Encuesta

DATOS	FA	FR
SI	111	31%
NO	247	69%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 9. Conoce los arreglos frutales**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

### ANÁLISIS:

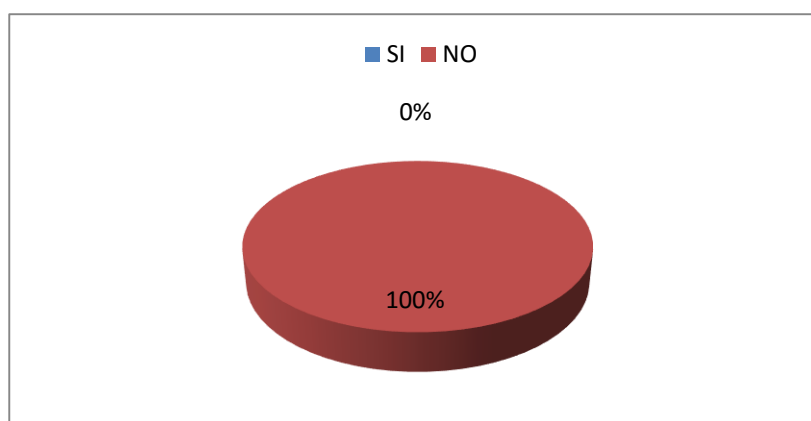
Fue de gran importancia conocer que la mayoría de la población de la ciudad de Otavalo si conocen de los arreglos frutales, ya que, se pudo saber la opinión que tenían de estos, los cuales, supieron manifestar que son muy bonitos y de formas diferentes esto permitió establecer los tamaños y diferentes formas al momento de proponer dichos arreglos, de igual manera sirvió para explicar a las personas que no conocían del producto ya que existió un poco de confusión con los arreglos de frutas que se comercializan en la ciudad de Otavalo.

### 3.- ¿Existe en la ciudad de Otavalo un lugar especializado en la venta de arreglos frutales?

#### Cuadro No. 13

##### Pregunta N.- 3 Encuesta

DATOS	FA	FR
SI	0	0%
NO	358	100%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 10. Existe oferta de arreglos frutales**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

#### ANÁLISIS:

Es indispensable conocer si existe o no un lugar especializado en la elaboración de estos productos, pero al realizar la encuesta nos manifestaron que no hay ningún local en la ciudad de Otavalo lo que favorece al proyecto ya que no tendrá una competencia directa haciendo de los arreglos frutales un producto nuevo y diferente en la ciudad de Otavalo.

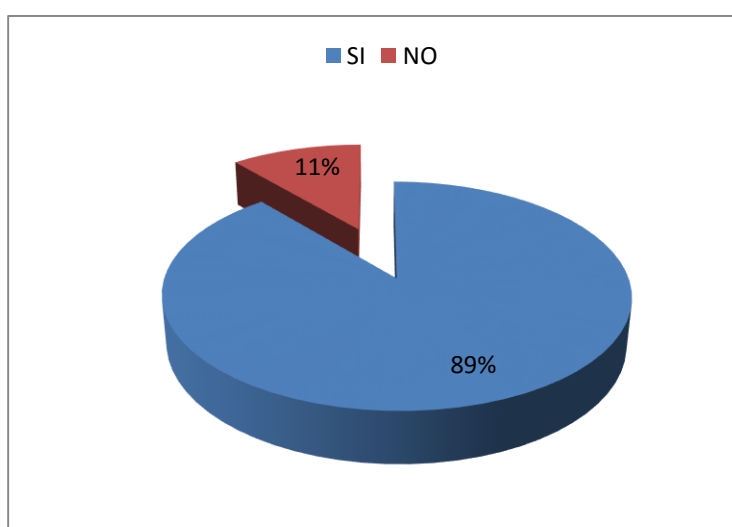


#### 4.- ¿Le gustaría regalar como obsequio en alguna fecha especial arreglos frutales?

##### Cuadro No. 14

##### Pregunta N.- 4 Encuesta

DATOS	FA	FR
SI	319	89%
NO	39	11%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 11. Regalaría arreglos frutales**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

### ANÁLISIS

Es importante conocer si los posibles consumidores estarían dispuestos a adquirir los arreglos frutales, para de esa manera conocer si los mismos tendrán aceptación en el mercado caso contrario no se podría poner en marcha el proyecto.

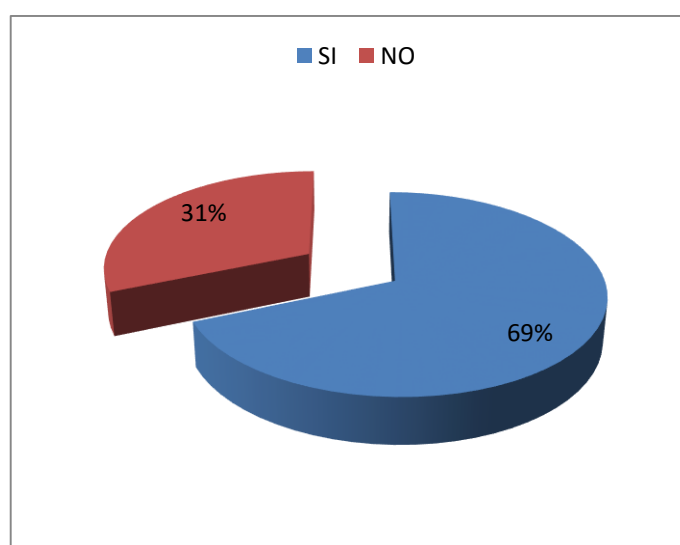
Además opinan que les encantaría a sus seres queridos ya que además de delicioso les parece una forma divertida de comer la fruta, las mujeres dicen que les gustaría incluso obsequiar a sus niños porque son productos saludables.

## 5.- ¿Le gustaría que sus eventos sociales sean decorados con arreglos frutales?

### Cuadro No. 15

#### Pregunta N.- 5 Encuesta

DATOS	FA	FR
SI	247	69%
NO	111	31%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 12. Demanda de arreglos frutales en fechas especiales**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

#### ANÁLISIS:

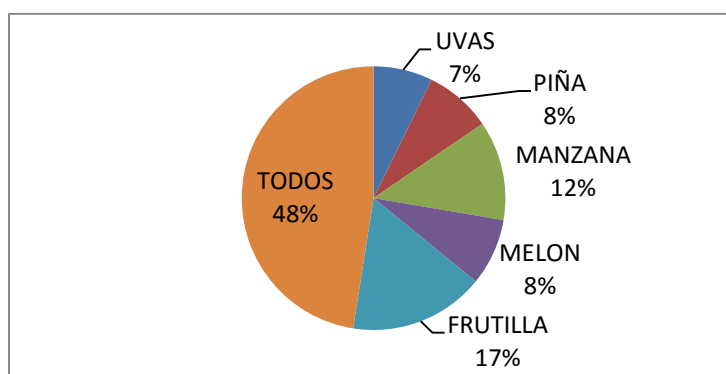
En un gran porcentaje de las personas encuestadas les pareció una propuesta muy interesante ya que en su gran mayoría no habían visto un decorado de esta forma, esto permite crear arreglos novedosos, elegantes dependiendo de la ocasión, además hace que la empresa tenga una propuesta diferente al momento de la elaboración, lo que le convierte en un sustituto de los arreglos de flores en toda ocasión especial, abriendo un mercado que solo estaba acostumbrado a las flores al momento de decorar.

## 6.- ¿Qué frutas le gustaría a usted que tenga un arreglo frutal?

**Cuadro No. 16**

*Pregunta N.- 6 Encuesta*

DATOS	FA	FR
UVAS	25	7%
PIÑA	29	8%
MANZANA	43	12%
MELÓN	29	8%
FRUTILLA	61	17%
TODOS	171	48%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 13. Frutas que le gustaría que tenga un arreglo frutal**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

### **ANÁLISIS:**

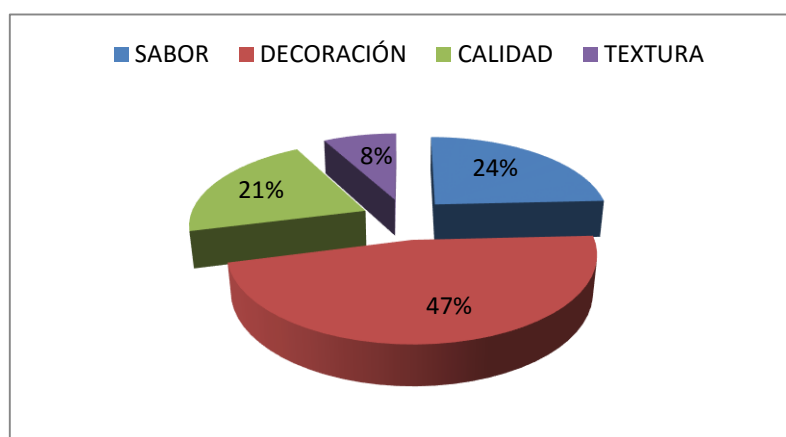
La gran mayoría de las personas encuestadas respondieron que les gustaría que el arreglo contenga todas las frutas, lo que muestra que es importante tener una variedad de frutas al momento de elaborar los arreglos frutales buscando siempre innovar ya que las personas encuestadas comentaron que incluso podría contener fresas con chocolate lo que hace que dicho arreglo sea más novedoso y delicioso, elaborándolo incluso con diferentes detalles.

## 7.- ¿Por qué elegiría adquirir un arreglo frutal?

### Cuadro No. 17

#### Pregunta N.- 7 Encuesta

DATOS	FA	FR
SABOR	86	24%
DECORACIÓN	168	47%
CALIDAD	75	21%
TEXTURA	29	8%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 14. Gustos del consumidor**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

### ANÁLISIS:

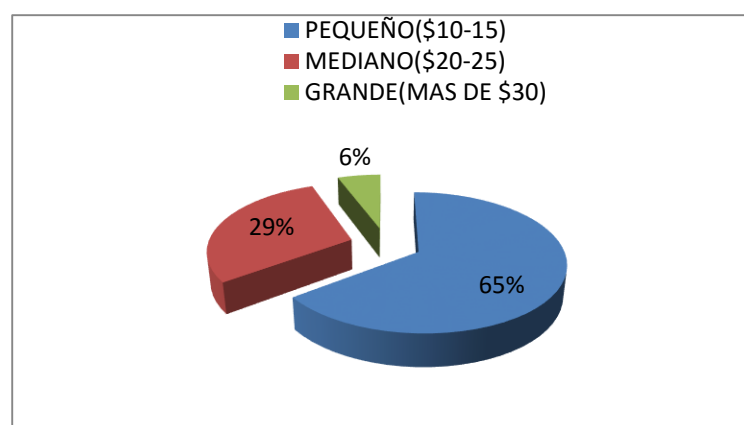
Al momento de realizar el análisis se observó que en su mayoría las personas adquirirían los arreglos frutales por su diseño, es decir, por la decoración de este, esto indica que la microempresa debe enfocarse en la variedad de diseños y proponer diferentes opciones a los consumidores al momento de regalar, decorar con los arreglos de frutas, ya que la mayoría no ve mucho su sabor o calidad, sino simplemente por su diseño y la complejidad de su elaboración, esto muestra en donde la microempresa debe enfocarse.

## 8. ¿Qué precio estaría dispuesto/a pagar por un arreglo frutal

### Cuadro No. 18

#### Pregunta N.- 8 Encuesta

DATOS	FA	FR
PEQUEÑO	233	65%
MEDIANO	104	29%
GRANDE	21	6%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 15. Precio**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

### ANÁLISIS:

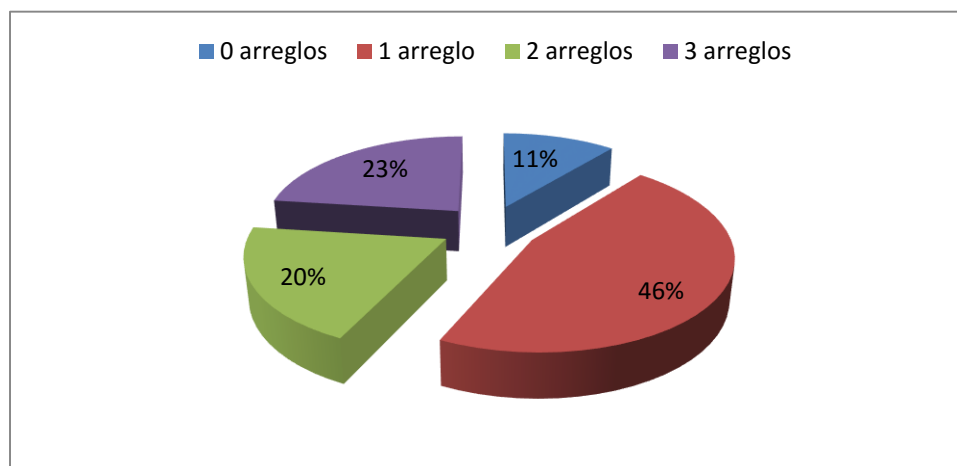
Es indispensable conocer qué tipo de arreglos prefieren los consumidores en cuanto al tamaño, ya que es importante al momento de elaborar para saber qué tamaño se debe realizar en su mayoría ya que posiblemente sean los que más consuman de acuerdo a la encuesta realizada, lo cual es muy importante para poner en marcha el proyecto.

## 9. ¿Cuántos arreglos frutales podría comprar en el año?

### Cuadro No. 19

#### Pregunta N.- 9 Encuesta

DATOS	FR	FA
0	39	11%
1	165	46%
2	72	20%
3	82	23%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 16. Demanda Anual**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

### ANÁLISIS:

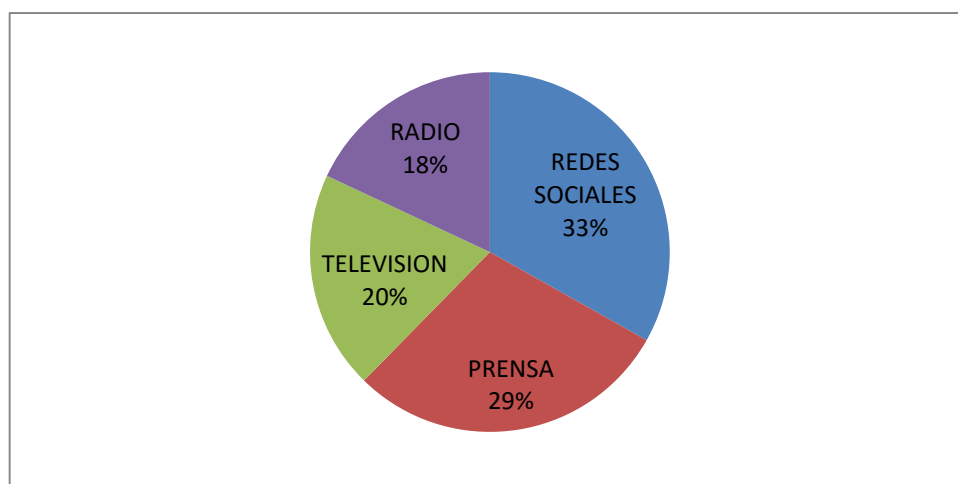
Es importante conocer la frecuencia de consumo para saber los datos exactos al momento de arrancar el proyecto, se ha tomado como guía la pregunta número 4 de la encuesta ya que el 89% e si adquirirían los arreglos frutales, ya sean 1, 2, 3, esto indica que se tiene un mercado considerable dentro de la ciudad de Otavalo.

**10. ¿A través de qué medios le gustaría enterarse de las novedades de estos productos?**

**Cuadro No. 20**

*Pregunta N.- 3 Encuesta*

<b>DATOS</b>	<b>FA</b>	<b>FR</b>
<b>RADIO</b>	64	18%
<b>TELEVISIÓN</b>	72	20%
<b>REDES</b>	118	33%
<b>PRENSA</b>	104	29%
<b>TOTAL</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>



**Gráfico No. 17. Publicidad**

ELABORADO POR: KARINA AUZ

AÑO: 2015

**ANÁLISIS:**

Para tener una buena difusión del producto es importante conocer en donde los consumidores prefieren escuchar o ver acerca de las novedades del producto, como se puede observar estos, prefieren que sea en las redes sociales, para lo cual es necesario crear una página para la microempresa en donde se muestren modelos y diferentes diseños, además en donde se muestren los decorados para eventos sociales esto haría más fácil su elección.

### **3.8. Análisis y proyección de la demanda**

#### **3.8.1. Análisis de la demanda.**

Según el INEC y el GAD de Otavalo no cuenta con datos históricos sobre la demanda de arreglos frutales por lo cual, es difícil estimar el volumen de la demanda de los arreglos frutales, debido a su enorme variedad y resulta complicado diferenciar en las estadísticas aquellos productos hechos de forma manual, de los elaborados de forma industrial.

En vista de que no existe información estadística sobre la demanda de arreglos frutales, se procede a realizar una investigación directa, analizando

#### **1. Naturaleza del consumidor.**

Los consumidores potenciales de los arreglos frutales son los habitantes de la zona urbana de la ciudad de Otavalo, destacándose que, tanto mujeres como hombres tienen preferencia por consumir este alimento.

#### **2. Poder adquisitivo.**

El poder adquisitivo de las personas que adquieren estos arreglos frutales, son de un nivel medio y medio alto, son personas que trabajan y que por lo general buscan productos de calidad, de acuerdo a sus exigencias; ya sea para algún compromiso social, reuniones de trabajo o familiares, o solamente para darse un gusto y que sobre todo ayudan a tener una alimentación equilibrada. Sin embargo, este producto está destinado a personas de cualquier estrato social puesto que sus precios son accesibles para todos los consumidores.



### 3. Frecuencia de consumo.

Algunas personas están dispuestas y optan por consumir al menos un producto de manera semanal y quincenalmente, sin embargo existen otras personas que por motivos de hábitos de consumo, gustos y preferencias adquirirán este producto ya sea diario, mensual u ocasionalmente (cada tres meses).

#### 3.8.2. Proyección de la demanda.

En vista de que no existen datos sobre una demanda histórica, ya que es un producto nuevo se ha tomado en cuenta la tasa de crecimiento de la población de Otavalo, la cual Según datos proporcionados por el INEC la tasa es de 1,45% la cual se tomó para realizar la proyección de la demanda.

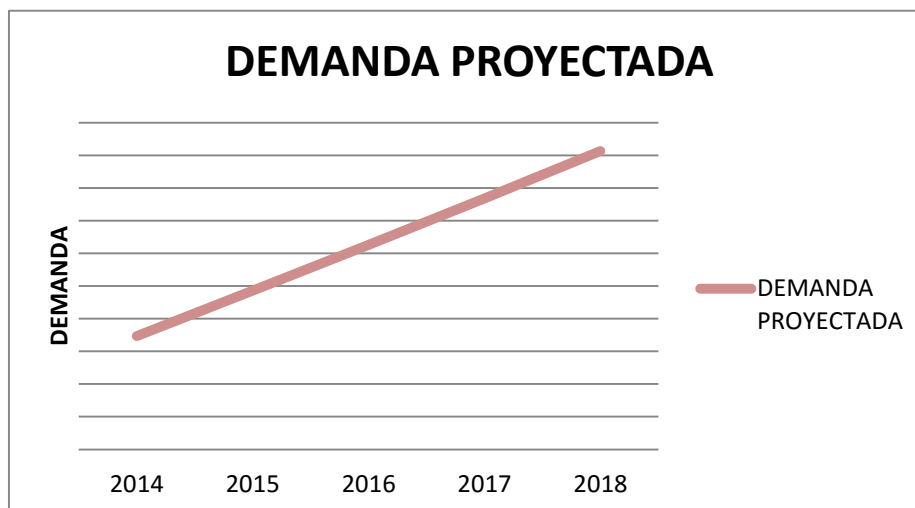
#### Cuadro No. 21

##### *Proyección de la demanda*

AÑO	PEA	PORCENTAJE DE CONSUMO ANUAL	DEMANDA
	URBANO	SEGÙN LA ENCUESTA	PROYECTADA
2014	21.478		33.291
2015	21.789	1 arreglo frutal- 46% (cantidad menor)	33.774
2016	22.105	2 arreglos frutales-23%	34.263
2017	22.426	3 arreglos frutales-20%(cantidad mayor)	34.760
2018	22.751		35.264

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015



**Gráfico No. 18. Gráfico de la demanda proyectada.**

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

De acuerdo a la tabla presentada, se puede observar que la cantidad de demandantes se estará incrementando año tras año, lo que permitirá obtener un mercado suficiente al cual estarán dirigidos los arreglos frutales.

### **3.9. Análisis y proyección de la oferta**

#### **3.9.1. Análisis de la oferta.**

Éste proyecto por ser un producto nuevo no tiene competencia directa sin embargo se ha tomado en cuenta a todos los productos sustitutos de los arreglos frutales como son: los arreglos florales, los arreglos de frutas, o los diferentes obsequios.

En realidad según la encuesta realizada en la Ciudad de Otavalo no existe ningún local que brinden arreglos frutales ni el servicio que ofrece esta microempresa.

## 1. Oferta actual.

### FRUTERÍA “San Francisco”

Esta frutería se encuentra ubicada en las calles Bolívar y Colón su gerente propietaria es la Sra. Silvia Chiluisa este negocio se encuentra en el mercado ya desde hace 2 años y medio el cual ofrece frutas de excelente calidad como son las frutas chilenas, también ofrece arreglos de frutas ya sea elaboradas sobre canastas o sobre platos de plástico de diferentes tamaños y precios además distribuye al por mayor y menor, siendo este el único local que ofrece frutas con estas características, la propietaria comenta que el número máximo de arreglos frutales ha llegado a vender son 30 y el mínimo 5.

Además comenta que a su local solo llegan personas de clase media y alta ya que las frutas que ofrece son de excelente calidad y son escogidas ya que son de exportación, por esta razón este segmento de mercado lo adquiere a diario siendo así su favorito ya que es el único, los meses que reflejan mayor ventas son los de enero, febrero, mayo, noviembre y diciembre.



**Gráfico No. 19. Frutería San Francisco**

**FUENTE:** Observación Directa

**AÑO:** 2015

### **“Florería Inspiraciones”**

Este es un local situado en las calles quiteño y roca su gerente propietaria es la Sra. María Elena Jiménez este local ofrece arreglos florales y flores sueltas, estas son de excelente calidad, además ofrece toda clase de detalles como: peluches, chocolates, tarjetas, y diferentes detalles.

Además ella brinda el servicio de elaborar arreglos florales que incluyan frutas esto lo realiza bajo pedido, la propietaria comenta que uno de los detalles que más tiene demanda son los peluches pero que al momento con las nuevas leyes del gobierno sobre el aumento de los aranceles ella ya no puede importar los peluches ni tampoco las tarjetas que lo traía de Colombia y que tiene que adquirir peluches ecuatorianos pero que su calidad no es la misma, tampoco los acabados lo que causa una baja en la demanda de este producto.

Esto hace que los precios de todos sus productos aumenten y así ha causado una baja en las ventas generales de todo el local.

Al igual que las flores se ha identificado una baja en sus ventas por no contar con variedad del producto su causa sería el conflicto entre Ecuador y Rusia en donde el conocido San Valentín Ruso era el mayor demandante de la flor del Ecuador pero ahora ya no lo es, lo que a causado que algunas florícolas tengan que cerrar dejando de abastecer de flores al resto de locales en todo el país.



**Gráfico No. 20. Florería Inspiraciones**

FUENTE: Observación Directa

AÑO: 2015

### “Dejavu”

Este es otro local muy conocido de la ciudad de Otavalo se encuentra ubicado en las calles Bolívar 908 y Colón Frente al Teatro Bolívar, El Jordán Otavalo al momento se encuentra administrado por la Sra. Sofía Aulestia, este local brinda exclusivos peluches, originales tarjetas, encantadores detallitos, cajitas y fundas para tus regalos. Cumpleaños, amor, recuperación y todo momento especial detalles para obsequiar en fechas especiales.

Este local es muy transitado debido a que está ubicado en una de las calles principales de la ciudad Otavalo.



**Gráfico No. 21. Dejavu**

**FUENTE:** Observación Directa

**AÑO:** 2015

### **Locales de Arreglos Frutales en la Ciudad Ibarra**

En la ciudad si existe una empresa dedicada a comercializar estos arreglos frutales se encuentran ubicados en las calles Av. Mariano Acosta y Flores - Telf. 062 604 025 - 0985 432 930, cuentan con un local en esta dirección y además en islas en el centro comercial El Mall-Ibarra, brindan también el servicio a domicilio, ofrecen una variedad de productos entre estos mariachis para todo compromiso social.



**Gráfico No. 22. Arreglos frutales**

FUENTE: Observación Directa

AÑO: 2015

### 3.9.2. Proyección de la oferta.

#### Cuadro No. 22

*Oferta Histórica (expresado según los detalles vendidos).*

LOCAL	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
FRUTERIA "SAN FRANCISCO"	3.519	3.704	3.899	4.104	4.320
FLOTERIA	2.346	2.469	2.599	2.736	2.880
FLOTERIA					
INSPIRACIONES	2.053	2.161	2.274	2.394	2.520
CUPIDO	2.346	2.469	2.599	2.736	2.880
ARREGLOS FRUTALES EN					
IBARRA	2.932	3.087	3.249	3.420	3.600
TOTAL	13.195	13.889	14.621	15.390	16.200

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Se pudo determinar la proyección de la oferta a través de las entrevistas realizadas a los diferentes locales como floristerías o fruterías de la ciudad de Otavalo, de igual manera, los arreglos frutales de Ibarra, quienes supieron manifestar que su crecimiento ha sido del 5% anual, aproximadamente lo que nos permite realizar la proyección de la oferta con este dato base.

### **Cuadro No. 23**

#### ***Proyección de la Oferta***

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN</b>	
	2014	16.200
	2015	17.010
	2016	17.861
	2017	18.754
	2018	19.691
	2019	20.676

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

### **3.9.3. Demanda insatisfecha.**

### **3.10. Características del servicio**

Los arreglos frutales que ofrece la microempresa son elaborados a base de fruta chilena ya que éstas son de mayor calidad, pues su color y textura son excelentes, además la empresa también ofrece el servicio de decoración con arreglos frutales en todo tipo de evento social.

Siendo así la única empresa en la ciudad de Otavalo que distribuye esta clase de productos y brinda este servicio.

#### **3.10.1. Estrategias para el precio.**

Algunas estrategias se ha diseñado relacionadas al precio son:



- ✚ Lanzar al mercado un nuevo producto con un precio altamente competitivo, con todos los productos sustitutos de los arreglos frutales, brindando oportunidades de compra directa a precios cómodos y favoreciendo el presupuesto de los clientes.
- ✚ Adquirir los insumos en volúmenes altos, sin descuidar los movimientos de demanda interna de bodega según índices de necesidades de producción, con la finalidad de disminuir los costos de producción que se proyectará este beneficio a la estimación de precios de venta.

#### **Cuadro No. 24**

##### ***Demanda insatisfecha.***

<b>AÑO</b>	<b>PROYECCIÓN DEMANDA</b>	<b>PROYECCIÓN OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2015	33.291	16.200	17.091
2016	33.774	17.010	16.764
2017	34.263	17.861	16.403
2018	34.760	18.754	16.007
2019	35.264	19.691	15.573

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Según la investigación realizada, se ha determinado que en la ciudad de Otavalo existe una demanda insatisfecha de 17.091 personas, lo cual el proyecto desea cubrir el 40% de la misma.

El objetivo de la creación de la microempresa es el brindar un servicio de calidad cumpliendo con las expectativas de los clientes y de esta manera lograr posicionamiento en el mercado.

### 3.11. Determinación del precio

Después de haber realizado y aplicado las encuestas a los posibles clientes, éstos respondieron que en su gran mayoría adquirirían los arreglos frutales pequeños, sin embargo dijeron que todo dependería de las diferentes características de cada uno de los arreglos frutales.

Además es importante mencionar que también dijeron que dependería la ocasión para adquirir los productos ya sea grande, mediano o pequeño.

Esto nos ayudará como referente para determinar el precio de cada uno de los arreglos frutales ya que luego compararemos con los precios de la oferta y se tomará una decisión.

Las investigaciones efectuadas han permitido determinar que los objetivos más comunes en la determinación de precios son: 1) determinar los precios que permitan lograr un rendimiento sobre la inversión objetivo; 2) estabilizar precios y márgenes; 3) determinar precios para lograr una participación de mercado objetivo, y 4) determinar precios para enfrentar o evitar la competencia.

Por tal razón se ha tomado en cuenta a la competencia para determinar nuestro precio en base a la oferta, claro sin dejar de lado el estudio pertinente, determinando con esto el poder cubrir nuestros costos del servicio y un margen de utilidad razonable.

Al momento de realizar la encuesta fue muy importante la opinión de los posibles consumidores ya que ayudaron en la determinación de los precios pidiendo una opinión de los mismos.

**La proyección de los precios se la realizó tomando como base de cálculo la inflación nacional que se encuentra en el 3,67%. Los precios proyectados tienen un alza anual considerable para el proyecto.**

**Aplicando la siguiente fórmula se obtuvo:**

**Dónde:**

$$Pt = Po (1 + i)^n$$

**Pt** = Precio final

**Po** = Precio inicial

**i** = inflación nacional

**n** = Año proyectado

### **Cuadro No. 25**

*Aplicando la siguiente fórmula se obtuvo:*

AÑO	PEQUEÑO	MEDIANO	GRANDE	
PRIMER AÑO		\$ 15	\$ 22	\$ 35
SEGUNDO AÑO		16	23	36
TERCER AÑO		17	25	39
CUARTO AÑO		19	28	44
QUINTO AÑO		22	33	52

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Los precios se obtienen de los establecidos en el mercado, para la comercialización del producto terminado, no se considera conveniente rebajas o descuentos, el valor agregado para el cliente es adquirir una prenda con control de calidad, que garantiza durabilidad y elegancia.

MARKETING

PLAZA

Estrategias para la plaza o distribución está orientada a establecer el punto de venta, en el que se ofrecerá los arreglos frutales a los clientes, en un lugar de fácil acceso y condiciones apropiadas para su funcionamiento.

Los canales de distribución de la producción de arreglos frutales para comercializar el producto se tendrá las siguientes estrategias:

- ✚ Para un mejor marketing del producto la empresa contará con una página en donde se muestre los diferentes productos que ofrecerá dicha empresa y así dar a conocer el nombre y lograr un posicionamiento de la marca en los consumidores.
- ✚ La microempresa tendrá el servicio de entrega a domicilio en fechas y horas programadas.
- ✚ Se dispondrá de un catálogo en el cual se detalla una gran variedad de arreglos frutales, en el cual se encuentra los diferentes tamaños y variedad de frutas.
- ✚ Se colocarán banners en los centros comerciales de Ibarra, para de esta manera captar un mayor número de clientes.
- ✚ Las frutas con las que se trabajará, serán frutas cultivadas orgánicamente, que no sólo son más deliciosas, sino que tienen mayor valor nutritivo y sin pesticidas, permitiendo una degustación con mayor confianza del alimento adquirido.
- ✚ Todos los arreglos son hechos bajo pedido con un mínimo de 24 horas para poder así garantizar la frescura de los mismos además pueden ser acompañados de un sin número de opciones, desde una tarjeta romántica, una taza con un mensaje especial, un globo o un peluche, hasta una tarjeta de negocios para regalar a algún cliente, etc. .
- ✚ Lanzar estrategias de imagen para que se reconozca la marca como un símbolo de calidad.
- ✚ Para garantizar la calidad del producto se empleará insumos de excelente de calidad, tanto por firmeza del color, textura de la fruta, tipo de distribuidor y calidad de los detalles a utilizar en cada arreglo.

### 3.12. Estrategias para la Promoción

Algunas estrategias de promoción:

- ✚ Al inicio de las actividades de la microempresa se contará con promociones adecuadas, las mismas que van encaminadas a la satisfacción de los clientes potenciales
- ✚ . De la promoción del producto depende mucho su venta, para esto es necesario realizar una serie de material promocional como; afiches, hojas volantes, además es necesario crear una página en el internet y en redes sociales para que el producto se dé a conocer de una mejor manera.
- ✚ Realizar cuñas en la radio ya que al momento de realizar las encuestas la mayoría de personas prefieren, este medio para enterarse de novedades de la microempresa y las diferentes opciones que brinda.
- ✚ Además sería importante realizar tarjetas de presentación en donde conste el nombre de la empresa y el número de teléfono para que el cliente interesado en el servicio realice su pedido a través de una llamada telefónica.

### 3.13. Conclusiones:

- ✚ La ciudad de Otavalo es considerada lugar de gente amable, es decir aquí las personas son detallistas con sus seres queridos, al momento de pensar en esta idea de negocio esta fue la base que además se pudo comprobar al momento de realizar las encuestas ya que en un mayor número de personas opinaban que estarían interesados en los diferente productos que ofrece esta nueva microempresa en la ciudad de Otavalo.
- ✚ Al ser esta microempresa la única que comercializa estos productos en la ciudad de Otavalo, no se tendría una competencia de forma directa, ya que los locales de competencia dentro de esta ciudad solo brindan productos sustitutos, lo cual da a la microempresa una ventaja sobre las demás.

- ✚ Según las encuestas establecidas y formuladas dentro de la zona urbana de la ciudad de Otavalo se determinó que existe una necesidad que no está satisfaciendo al 100% y por ende existe una demanda insatisfecha la cual significa una oportunidad de negocio para la microempresa.

## CAPITULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1. Tamaño del proyecto

Es de mucha importancia conocer el tamaño del proyecto ya que esta muestra cual es la máxima producción de la empresa, en la creación de esta microempresa no es necesario utilizar grande hectáreas de terreno ya que para esto se necesitará un local de exhibición y promoción del producto; además se convertirá en el sitio de afluencia de los clientes y se pueda establecer el cierre de las negociaciones

#### Cuadro No. 26

##### *Tamaño del Proyecto*

<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PORCENTAJE DE ABSORCIÓN DEL PROYECTO</b>	<b>CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN</b>
17.091	45%	7691
16.764	47%	7879
16.403	50%	8201
16.007	54%	8644
15.573	58%	9032

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

De toda la demanda total se va a poder cubrir el 45%, que equivale a 7.692 arreglos anuales, 641 mensuales y 21 diarios, sin embargo se tendrá 2 personas encargadas de elaborar y diseñar los arreglos frutales, pues son 8 horas diarias las cuales utilizaran 40min por cada arreglo en el cual producirán 13 arreglos diarios, tomando en cuenta que el tiempo variará dependiendo del tamaño del arreglo que un número estándar sería 15 – 19 arreglos diarios.

El porcentaje de absorción se irá incrementando con relación a la demanda, ya que siempre año tras año de acuerdo al prestigio de la empresa y por ser un nuevo servicio en el mercado los pedidos de arreglos frutales aumentarán lo que hace que el nuevo proyecto aumente el porcentaje conforme avanza los años.

## **4.2. Localización del proyecto**

### **4.2.1. Macro localización.**

La microempresa productora y comercializadora de arreglos frutales se encuentra ubicada en:

#### **Cuadro No. 27**

##### ***Macro localización.***

---

PAÍS:	Ecuador
PROVINCIA:	Imbabura
PARROQUIA:	El Jordán
MONEDA:	Dólar Americano
IDIOMA:	Castellano/kichwa

---

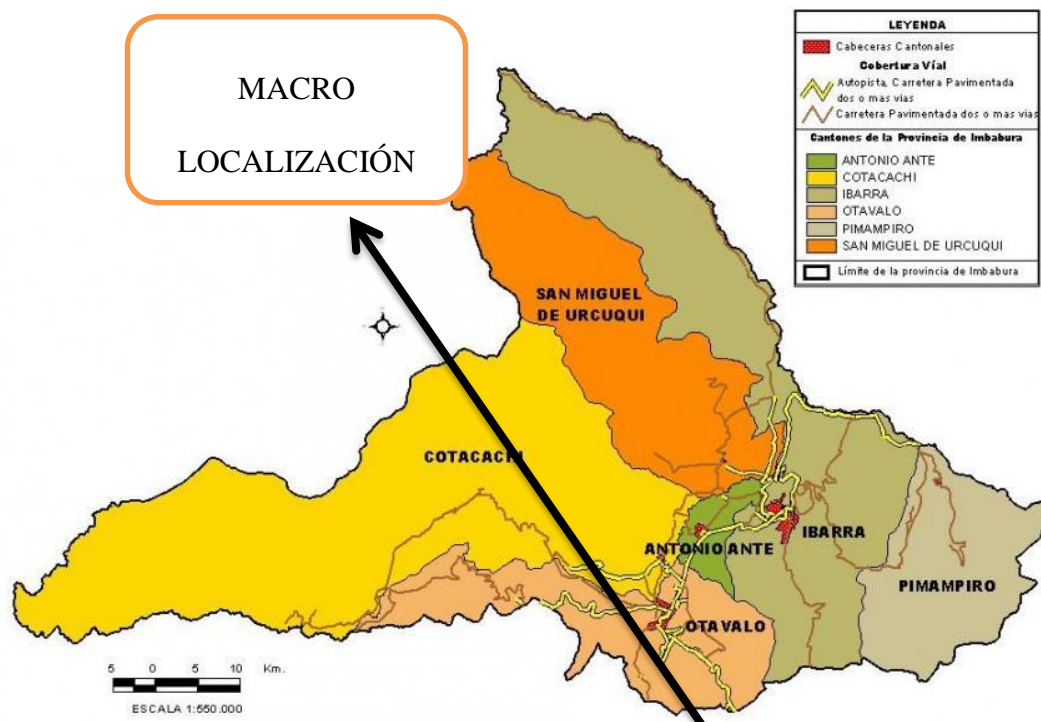
FUENTE: INTERNET

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015



## PROVINCIA DE IMBABURA



**Gráfico No. 23 Macro localización**

FUENTE: [www.google.com.ec/search?q=mapa+de+otavalo+imbabura](http://www.google.com.ec/search?q=mapa+de+otavalo+imbabura)

AÑO: 2015

La microempresa de producción y comercialización de arreglos frutales estará ubicada en el cantón Otavalo que se encuentra en la provincia de Imbabura, región norte del Ecuador.

Tiene una superficie de 528 kilómetros cuadrados. Se encuentra a 110 kilómetros al norte de la ciudad de Quito.

**Altitud y clima:** Hay diferencias altitudinales, desde los 1.100 m.s.n.m., en la zona de Selva Alegre, hasta los 4.700 m.s.n.m., en el cerro Imbabura. La temperatura promedio es de 14 grados centígrados

**Límites:** Al norte limita con los cantones Cotacachi, Antonio Ante e Ibarra; al sur limita con el cantón Quito (Pichincha); al este con los cantones Ibarra y Cayambe (Pichincha) y al oeste con los cantones Quito y Cotacachi.

**Población:** 90.188 habitantes (43.368 hombres y 46.820 mujeres). El 44,3 por ciento de la población total está asentado en el sector urbano y 55,7% en el sector rural.

#### **4.2.2. Micro localización.**

La microempresa estará ubicada en la calle sucre 12-14 y Salinas, parroquia El Jordán del Cantón Otavalo, la propiedad donde se desarrollara el proyecto son locales de arriendo, que cuenta con servicios básicos como son; agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, cuenta con mano de obra calificada y no calificada que será útil para el funcionamiento de la microempresa de producción y comercialización de arreglos frutales. El área de la propiedad será distribuida para las siguientes áreas, administración, preparación, comercialización, bodega para los insumos, bodega para producto terminado. La microempresa de producción y comercialización de arreglos frutales se realizará, en un lote de terreno cuya dimensión es de 120m<sup>2</sup>, el cual será arrendado cuyo propietario es el Sr. Alfonso Santellán, cuyo costo de arriendo es de **1.000 USD** (mensuales).

Dentro de la ciudad de Otavalo se ha escogido a la parroquia del Jordán ya que la mayoría de la población económicamente activa se encuentra en este lugar, además aquí se encuentran la mayoría de los locales ya que está en el centro de la ciudad.



### Gráfico No. 24 Ubicación

FUENTE: Observación Directa

AÑO: 2015

Se ha escogido este lugar es por los siguientes factores:

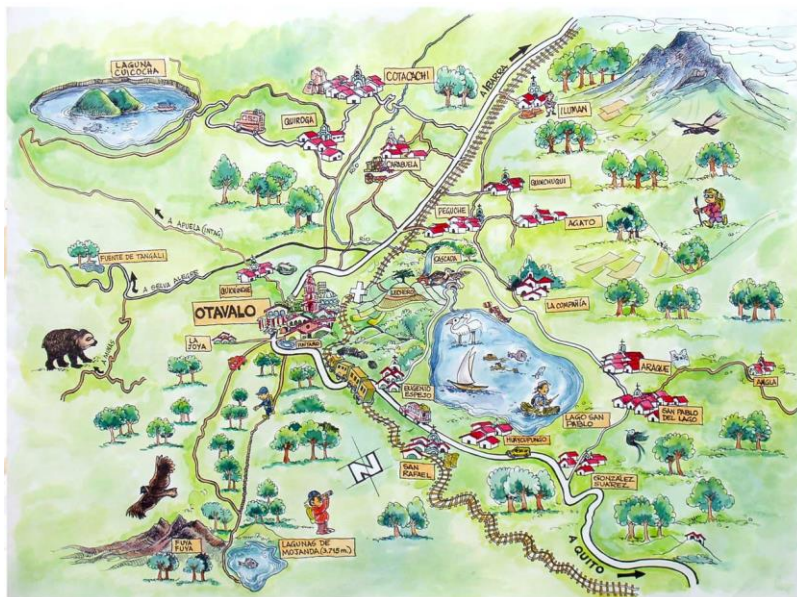
**SERVICIOS BÁSICOS.-** En este local por el hecho de estar en un hotel cuenta con todos los servicios básicos necesarios para realizar los arreglos frutales.

**FÁCIL ACCESO DE LOS INSUMOS.-** este local se encuentra a unas 4 cuadras de donde se va a adquirir la fruta para la elaboración de los arreglos frutales, lo cual es importante ya que esto influye en los costos sobre el producto debido a que mientras más lejos se encuentre el proveedor de los insumos los costos de ésta se elevan aún más.

**VÍAS DE ACCESO.-** La microempresa estará ubicada en pleno centro de la ciudad lo cual permite que sea fácil llegar a este lugar, ya que todos lo conocen y está en el centro.

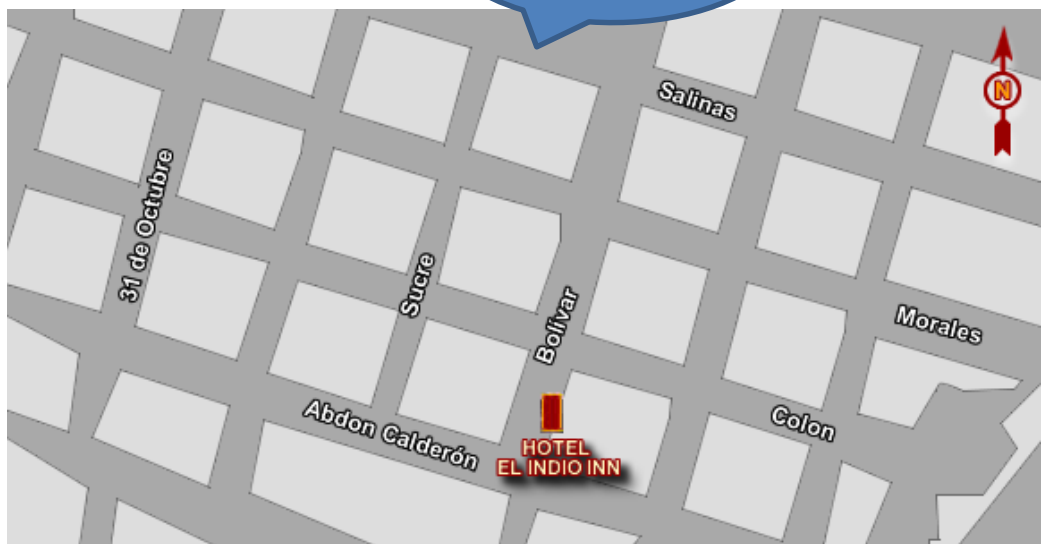
Además está ubicada en una de las calles principales de la Ciudad de Otavalo esto es muy beneficioso para la microempresa ya que por este lugar transcurren muchas personas a diario.

**Micro localización**



FUENTE: [www.google.com.ec/search?q=](http://www.google.com.ec/search?q=)  
 AÑO: 2015

MICROEMPRESA



FUENTE: [www.google.com.ec/search?q=](http://www.google.com.ec/search?q=)  
 AÑO: 2015

**Gráfico No. 25 Micro localización**

### 4.3. Ingeniería del proyecto

#### 4.3.1. Proceso de preparación.

La elaboración de los detalles es un proceso técnico puesto que los materiales se deben unificar de forma decorativa de manera que se elaboren detalles en base a frutas y otros elementos mencionados, creando diseños innovadores y atractivos desde el interior hasta el empaque, bajo las especificaciones que sean señaladas por los clientes.

#### 4.3.2. Descripción del proceso.

Cada operación unitaria ejercida sobre el material para elaborar los productos de la línea frutal sigue un proceso estándar que se describe a continuación:

##### Proceso:

2. Se receipta las frutas a utilizar.



**Gráfico No. 26 Se receipta las frutas a utilizar.**

Fuente: Observación directa

Año: 2015

- Se selecciona la fruta , se lava y se pela la fruta

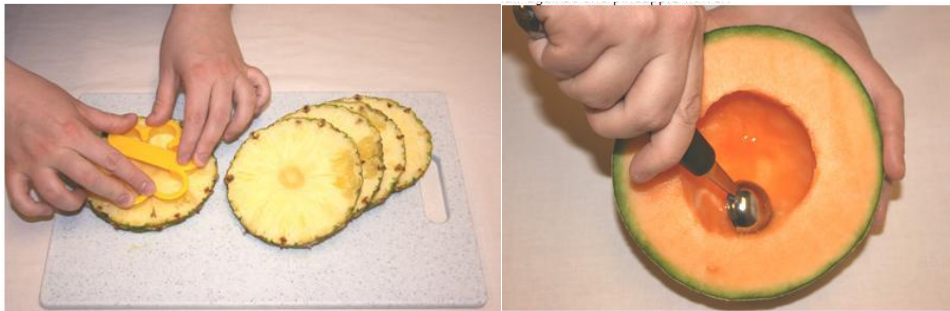


**Gráfico No. 27 Se selecciona la fruta , se lava y se pela la fruta**

Fuente: Observación directa

Año: 2015

- Se corta y se extrae las frutas de acuerdo a su diseño

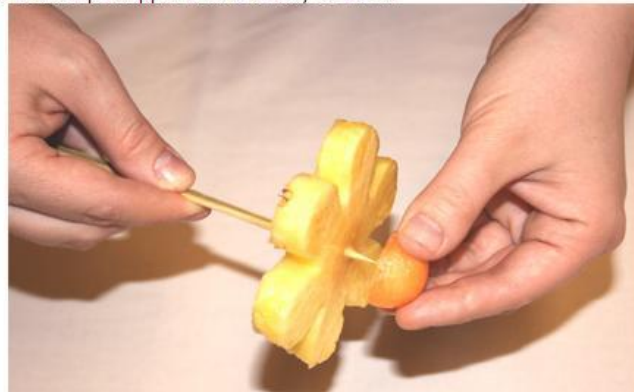


**Gráfico No. 28 Se corta y se extrae las frutas de acuerdo a su diseño**

Fuente: Observación directa

Año: 2015

- Se las coloca la figura de la fruta en palillos.



**Gráfico No. 29 Se las coloca la figura de la fruta en palillos**

Fuente: Observación directa

Año: 2015

- Se coloca los palillos con la fruta en una base formando un bouquet de frutas.



**Gráfico No. 30 Se coloca los palillos con la fruta en una base formando un bouquet de frutas**

Fuente: Observación directa

Año: 2015

- Queda un hermoso bouquet frutal



**Gráfico No. 31 Queda un hermoso bouquet frutal**

Fuente: Observación directa

Año: 2015

- Se empaca con papel celofán seda y lazos



**Gráfico No. 32 Se empaca con papel celofán seda y lazos**

Fuente: Observación directa

Año: 2015

Dentro del desarrollo de la microempresa cabe recalcar que existen tres tamaños de productos que se va a ofrecer, sin embargo el proceso es igual en todos los tamaños, pero en cada uno de estos productos los detalles y frutas a utilizar son diferentes, como se muestra a continuación:



**Cuadro No. 28*****Frutas a utilizar***

<b>PRODUCTOS:</b>	<b>FRUTAS A UTILIZAR:</b>	<b>DETALLES:</b>
PEQUEÑO	Aquí se utilizaran de 4 tipos de frutas.	Lazos, plato de plástico, papel celofán.
MEDIANO	Aquí se utilizaran 6 tipos de frutas.	Lazos, canasta, papel celofán, masmelos.
GRANDE	El grande tendrá 8 tipos de frutas,	Lazos, canasta, papel celofán, masmelos, flores, y un detalle a escoger.

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Para determinar el monto de la inversión inicial se calcula el capital de trabajo con el presupuesto de salarios de mano de obra directa y fondos de reserva, materiales directos y suministros de servicios; que se presentan en los cuadros del presente estudio. El capital de trabajo se calcula con la finalidad de establecer un presupuesto de liquidez que deberá disponer la empresa en el período inicial de gestión, Para el presente proyecto se considera un período de 90 días, como el estimado para que la empresa empiece a generar ventas y obtener ingresos con los cuales pueda financiar los egresos de la puesta en marcha del proyecto.

### 4.3.3. Obras civiles.



Gráfico No. 33 Obras civiles.

ELABORADO POR: Arq. Vicente Sánchez

AÑO: 2015

## 4.4. Distribución de la planta

La empresa cuenta con tres áreas las cuales son de mucha importancia, en el proceso de producción de los arreglos frutales, las cuales se detallan a continuación:

### 4.4.1. Área administrativa.

En esta área se tendrá una oficina donde estará el administrador, éste realizará los pedidos necesarios para la adquisición de los insumos a utilizar, llevará las cuentas, planeará el trabajo a realizarse, manejará el recurso humano y su salud ocupacional, la producción

y venta de los productos, la prestación de servicios y atención al cliente; también debe estar pendiente del mantenimiento de equipos, la seguridad hacia el interior y exterior de la microempresa y el manejo efectivo de los recursos monetarios que tendrá a su disposición.

#### **4.4.2. Área de producción.**

Esta área es la encargada de la transformación de los insumos y recursos (energía, materia prima, mano de obra, capital, información) en el producto final que son los arreglos frutales.

#### **4.4.3. Área de ventas.**

En esta área se plantearán las estrategias de venta, se atenderá a los clientes y se comercializará los arreglos frutales.

### **4.5. Presupuesto técnico**

Aquí es necesario determinar los requerimientos que harán posible el funcionamiento de la microempresa tales como: activos, recursos humanos, capital de trabajo entre otros.

#### **4.5.1. Inversiones fijas**

Corresponde a los costos que tendrá la ejecución de la microempresa, a continuación se detalla cada uno de los implementos necesarios para el diseño de la microempresa.

#### **Equipos de oficina.**

Son aquellos que forman parte de la oficina y ayudan a complementar el diseño del área administrativa.

**Cuadro No. 29**  
***Equipos de Oficina***

<b>DETALLE</b>	<b>unidad de medida</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Resma de papel	Resma	25	4,06	101,50
Sobres	Paquete	100		0,60
Archivadores	unidad	24	2,41	57,84
Esferos	unidad	12	0,20	2,40
Grapadora	unidad	6	2,92	17,52
Perforadora	unidad	6	3,10	18,60
Clips	Caja	12	0,21	2,52
Saca grapas	Unidad	6	0,35	2,10
Grapas	Caja	6	0,90	5,40
Regla	Unidad	6	0,26	1,56
Porta clips	Caja	12	1,67	20,04
Cinta adhesiva	unidad	25	0,22	5,50
Notas post	unidad	50	0,94	47,00
Clip mariposa	Caja	24	0,90	21,60
Tijera	unidad	12	0,47	5,64
Resaltadores	unidad	12	0,50	6,00
Lápices	unidad	12	0,12	1,44
Borradores	unidad	12	0,08	0,96
Carpeta colgante	unidad	24	0,46	11,04
Tarjeteros	unidad	1000	0,04	40,00
<b>TOTAL</b>				<b>369,26</b>

FUENTE: "Papelería DILIPA S.A"

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Maquinaria y equipo.****Cuadro No. 30*****Maquinaria y equipo***

<b>CANTIDAD</b>	<b>ARTÍCULO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Cocina	Cocina praga inducción Inox Indurama	\$ 680,00	\$ 680,00
1	Refrigeradora	Marca durex vertical dos puertas	\$ 1.159	\$ 1.159,26
2	juego de ollas	Ideales para la cocina de inducción	\$ 118,85	\$ 237,70
2	Batidoras	Marca Oster	\$ 46,65	\$ 93,30
2	Congelador	Mediano durex industrial	\$ 1.237,07	\$ 2.474,14
2	Licuada	oster	\$ 151,29	\$ 302,58
3	mesa de producción	mesa grande de madera	\$ 150,00	\$ 450,00
2	Coladores	de plástico	\$ 0,32	\$ 0,64
3	Cucharones	de aluminio	\$ 0,79	\$ 2,37
4	Pírex Ovalado	vidrio	\$ 22,28	\$ 89,12
4	Tablas para picar	madera	\$ 3,24	\$ 12,96
12	Platos diferentes tamaños	medianos y pequeños		\$ 11,40
12	Chucharas	aluminio	\$ 0,18	\$ 2,16
6	Chuchillo grande	grande acero inoxidable	\$ 2,45	\$ 14,70
6	Cuchillos pequeños	pequeño acero inoxidable	\$ 1,79	\$ 10,74
6	Espátula de cocina	plástico	\$ 1,13	\$ 6,78
4	Basureros	plástico grandes	\$ 11,94	\$ 47,76
6	Cuchillo decorador para la fruta	aluminio	\$ 5,50	\$ 33,00
6	Tijeras de cocina	grandes y pequeñas	\$ 4,55	\$ 27,30
3	Rallador	acero inoxidable	\$ 4,88	\$ 14,64
3	Pelador	acero inoxidable	\$ 1,11	\$ 3,33
3	Acanalador doble	grande	\$ 5,50	\$ 16,50
3	Vaciador de melón	con mango plástico	\$ 10,00	\$ 30,00
3	Portarrollos de cocina	plástico	\$ 11,75	\$ 35,25
6	Porta cuchillos de madera	Madera mediano	\$ 7,83	\$ 46,98
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 5.803</b>

FUENTE: "Distribuidora Reina del Cisne"

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Muebles y enseres.****Cuadro No. 31*****Muebles y enseres***

<b>CANTIDAD</b>	<b>ARTÍCULO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	Vitrinas			
3	Panorámicas	DE VIDRIO	\$ 190,00	\$ 570
2	Estanterías	DE VIDRIO	\$ 45,00	\$ 90
2	Mostrador	Góndola	\$ 190,00	\$ 380
	Exhibidor	de		
2	madera	De madera	\$ 170,00	\$ 340
3	Archivador	Metálico	\$ 191,96	\$ 576
2	teléfonos	inalámbricos	\$ 37,26	\$ 75
4	Sillas	giratorias	\$ 59,82	\$ 239
2	escritorio	metálico	\$ 166,96	\$ 334
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2.604</b>

FUENTE: "Línea Nueva", Equipos Industriales Megametal"

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Equipo de computación.****Cuadro No. 32****Equipo de computación**

<b>CANTIDAD</b>	<b>ARTÍCULO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Computador portátil	Lapto Toshiba C45T	\$ 742,52	\$ 1.485,04
1	Sumadora	Calculadora Sumadora HR-150TM-BK	\$ 230,00	\$ 230,00
1	Impresora	Canon multifunción Mp 280, copiadora, scanner, impresora	\$ 84,07	\$ 84,07
	ÁREA DE PRODUCCIÓN			
	DE			
		HP 436 -G4-1260LA/AMD Dual Core 1.3 GHz DISCO 500 GB/RAM 2 GB/LED 14"/DVDw/ lector de tarjetas		
		Computador portátil		
	1		\$ 742,52	\$ 742,52
	<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.541,63</b>

FUENTE: Papelería "DILIPA S.A"

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Vehículo.****Cuadro No. 33****Vehículo**

<b>CANTIDAD</b>	<b>ARTÍCULO</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Automóvil	Hyundai Elantra 1600cc año 2009	10.000,00	10.000,00
	<b>TOTAL</b>			<b>10.000,00</b>

FUENTE: Ing. David Játiva/0994187536

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 34*****Resumen de la Inversión Fija***

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Equipo de cómputo	\$ 2.541,63
Vehículo	\$ 10.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPOS	\$ 5.802,61
EQUIPO DE OFICINA	\$ 369,26
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.603,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 21.317,10</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**4.5.2. Capital de trabajo.****Gastos de operación.****A) Insumos**

Para la prestación del Servicio de los Arreglos frutales necesitamos diferentes insumos los cuales irán en cada uno de los arreglos frutales ya sea:

- Arreglos frutales pequeños
- Arreglos frutales medianos
- Arreglos frutales grandes



**Cuadro No. 35****Gasto Insumos**

<b>ARREGLO FRUTAL PEQUEÑO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Papel Seda Rollo	0,5	0,5
1	canasta de mimbre	1,5	1,5
1	base de barro mediano	2	2
1	Tarjeta	0,5	0,5
10	Fresas	0,03	0,3
4	pinchos de madera	0,04	0,16
3	Manzanas	0,2	0,6
1	piña pequeña	0,8	0,8
10	Uvas	0,03	0,3
	<b>TOTAL</b>		<b>6,66</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>6,66</b>	<b>4.999</b>
			<b>33.293,93</b>

<b>ARREGLO FRUTAL MEDIANO</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Papel Seda Rollo	0,5	1
1	canasta de mimbre	1,5	1,5
1	base de barro mediano	2	2
1	Tarjeta	0,5	0,5
10	Fresas	0,03	0,3
3	manzanas	0,2	0,6
1	piña pequeña	0,8	0,8
10	Uvas	0,03	0,3
6	pinchos de madera	0,03	0,18
1	sandía pequeña	3	3
3	bananas	0,05	0,15

<b>TOTAL</b>			<b>10,33</b>
<b>VALOR ANUAL</b>	<b>2.230</b>	<b>10,33</b>	<b>23.039,64</b>

---

**ARREGLO FRUTAL GRANDE**

---

<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
3	Papel Seda Rollo	0,5	1,5
2	papel celofán	0,8	1,6
1	base de barro grande	3,5	3,5
1	Tarjeta	1	1
15	Fresas	0,04	0,6
3	manzanas	0,2	0,6
1	piña mediana	1,5	1,5
15	Uvas	0,03	0,45
10	pinchos de madera	0,03	0,3
1	sandía mediana	4	4
3	Kiwi	0,45	1,35
20	Uvillas	0,02	0,4
	<b>TOTAL</b>		<b>16,8</b>
<b>VALOR ANUAL</b>	<b>461</b>	<b>16,8</b>	<b>7752,43</b>
	<b>SUMAN</b>		<b>33,79</b>
	<b>VALOR TOTAL ANUAL</b>		<b>64.086,00</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

## **B) Talento Humano**

Son todas las personas que van a intervenir en el área de producción es decir el diseñador, el decorador, y el cocinero que se van a encargar de realizar cada uno de los diseños de los arreglos frutales.

**Cuadro No. 36*****Gasto talento humano***

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL	VALOR	DECIMO	DECIMO	APORTE	TOTAL
				ANUAL	TERCERO	CUARTO	PATRONAL	
<b>DISEÑADOR DE ARREGLOS</b>								
FRUTALES	1	400	400	4800	400	355	48,60	5603,6
<b>DECORADOR DE</b>								
ARREGLOS FRUTALES	1	400	400	4800	400	355	48,60	5603,6
COCINERO	1	355	355	4260	355	355	43,13	5013,1325
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>1155</b>	<b>1155</b>	<b>13860</b>	<b>1155</b>	<b>1065</b>	<b>140,33</b>	<b>16220,3325</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

### C) Gastos Indirectos de operación

Son exigencias que se debe adquirir para ofrecer un servicio completo, cumpliendo con las expectativas del cliente.

#### Cuadro No. 37

##### *Gastos de Servicios Básicos*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	\$ 90,00	\$ 1.080,00
Agua potable	\$ 40,00	\$ 480,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono	\$ 60	\$ 720,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.580,00</b>

FUENTE: Emelnorte, GAD Otavalo

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

#### Cuadro No. 38

##### *Gasto materiales indirectos*

CANTIDAD	ARTÍCULO	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
		Medianas y			
4	Toallas	pequeñas	1,58	6,32	75,84
6	Jabón	tripack		3,08	36,96
		Desinfectante			
4	Desinfectante	Glamour	1,7	6,8	81,6
24	Papel higiénico	scott		3,99	47,88
3	Trapeadores	normales	1,98	5,94	71,28
3	Escobas	plásticas largas	2,53	7,59	91,08
3	Recogedor	plástico	2,5	7,5	90
2	Escobilla de baño	con agarradera	1,56	3,12	37,44
<b>SUMAN</b>			<b>11,85</b>	<b>44,34</b>	<b>532,08</b>

FUENTE: "Papelería DILIPA"

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

## Gastos administrativos.

Para dar inicio a las actividades de la microempresa es necesario contar con el personal preciso, que apoyen a las actividades a realizarse dentro de la empresa, y así, logren un buen desempeño de las mismas.

### Cuadro No. 39

#### *Sueldos y beneficios*

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL	VALOR	DECIMO	DECIMO	APORTE	TOTAL
				ANUAL	TERCERO	CUARTO	PATRONAL	
ADMINISTRADOR	1	800	800	9600	800	355	97,2	10.755
TOTAL								10.755

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

### Cuadro No. 40

#### *Servicios básicos*

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Energía Eléctrica	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua potable	\$ 10,00	\$ 120,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 960,00</b>

FUENTE: Emelnorte, GAD Otavalo

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 41*****Gasto Arriendo***

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arriendo local	\$ 980	\$ 11.760

FUENTE: Sr. Alfonso Santellán- Administrador del Hotel el Indio Inn

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Gastos de ventas.****Cuadro No. 42*****Publicidad***

DETALLE	CANTIDAD	CTO. UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Publicidad medios de comunicación	10	3,5	35	420
Tarjetas de presentación	100	30	30	360
Página WEB	3	500	41,67	500
<b>TOTAL</b>			35	1.280

FUENTE: Radio Canela.

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 43*****Sueldos vendedores.***

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO	TOTAL	VALOR	DECIMO	DECIMO	APORTE	TOTAL
				ANUAL	TERCERO	CUARTO	PATRONAL	
VENDEDOR	1	355,00	355,00	4260,00	355,00	355,00	43,13	5013,13
MENSAJERO	1	355,00	355,00	4260,00	355,00	355,00	43,13	5013,13
<b>TOTAL</b>		<b>710,00</b>	<b>710,00</b>	<b>8520,00</b>	<b>710,00</b>	<b>710,00</b>	<b>86,27</b>	<b>10.026,27</b>

FUENTE: Ministerio de Relaciones Laborales

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Gastos de constitución.****Cuadro No. 44****Constitución**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL USD
Registro Único de Contribuyentes	\$ 60,00
Patente Municipal	\$ 90,00
Notariados	\$ 150,00
Servicios Abogado	\$ 300,00
Otros	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 800,00</b>

FUENTE: GAD Otavalo

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 45****Resumen del capital de trabajo**

DETALLE	COSTO ANUAL	COSTO PARA 3 MESES
INSUMOS	64086,00	16.021,50
TALENTO HUMANO	16.220,33	4.055,08
GASTOS INDIRECTOS DE OPERACIÓN	3.112,08	778,02
GASTOS ADMINISTRATIVOS	23.475,00	5.868,75
GASTOS DE VENTA	11306,27	2.826,57
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	800,00	200,00
<b>TOTAL</b>	<b>118.999,68</b>	<b>29.749,92</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015



El capital de Trabajo está proyectado para tres meses hasta que la empresa genere sus propios ingresos.

#### 4.5.3. Inversión del proyecto.

##### Cuadro No. 46

##### *Inversión del proyecto*

<b>FUENTE DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
INVERSIONES FIJAS	21.317,10	41%
CAPITAL DE TRABAJO	29.749,92	58%
<b>TOTAL</b>	<b>51.067,02</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

#### 4.5.4. Talento humano.

##### REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

**Perfil del Administrador.-** Habilidad técnico: Consiste en utilizar conocimientos, métodos, técnicas y equipos necesarios para la realización de sus tareas específicas a través de sus instrucción, experiencia y educación. Es decir que la administración de empresas también implica un amplio conocimiento de la forma en que se realiza un determinado trabajo.

##### Cuadro No. 47

##### *Perfil del administrador*

<b>PERSONAL PARA ADMINISTRACIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Administrador	1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>

**Perfil para el Área de Ventas.-** En primer lugar, debe tener capacidad de relación interpersonal, es decir ser capaz de vincularse con todo tipo de personas, Luego, tener

integridad y responsabilidad, mantenerse presente en el interés del cliente en todo momento, ser honesto y dar una visión realista del producto que vende, además debe tener autodisciplina necesaria para no perder el entusiasmo ante los rechazos, que pueden ser muy frecuentes, debe ser una persona alegre y muy positivo y de esta manera poder llegar a los consumidores.

#### **Cuadro No. 48**

##### *Perfil para el área de ventas*

<b>PERSONAL PARA VENTAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Despachador	1
Vendedor	1
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>

**Perfil de los operarios.-** Los operarios son los encargados del diseño y elaboración de los arreglos frutales, además de conservar toda clase de alimentos, aplicando las técnicas correspondientes, consiguiendo la calidad y objetivos económicos establecidos y respetando las normas y prácticas de seguridad e higiene en la manipulación alimentaria estarán en la capacidad para actuar como responsables del área de cocina o en el marco de un equipo de trabajo en el proceso de elaboración de los arreglos frutales.

#### **Cuadro No. 49**

##### *Perfil de los operarios*

<b>PERSONAL PARA LA PRODUCCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>
Diseño de los arreglos frutales	1
Elaboración de los arreglos frutales	1
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>

#### 4.6. Operación del proyecto

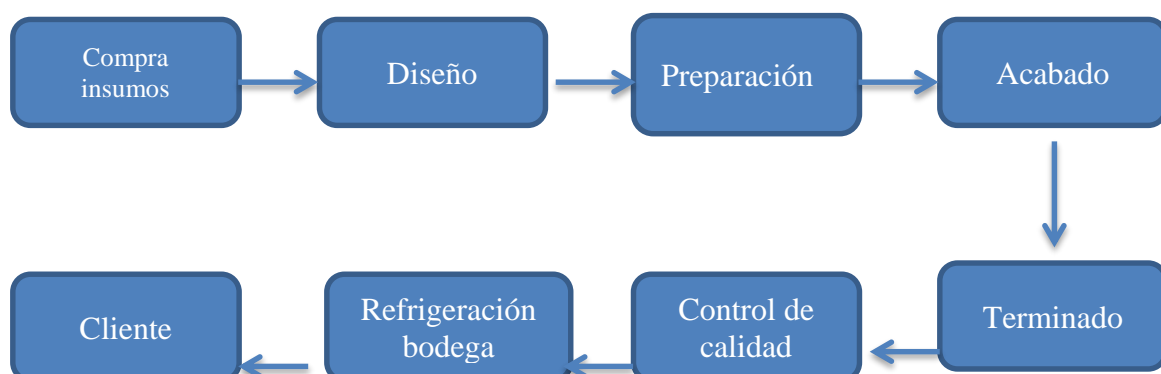
La operación del proyecto, es la etapa en la que se establecen los procesos de la producción de bienes o servicios, en el caso de la empresa para la fabricación en el caso de la microempresa, se fabrican los arreglos frutales, partiendo del diseño de las diferentes fases en las que se llevarán a cabo para ejecución del proyecto.

#### FLUGOGRAMAS

Los flugogramas llamados también diagramas de flujo, son una esquematización gráfica sobre las acciones que se llevan a cabo, presentan los pasos a seguir en cada una de las fases de producción de los arreglos frutales desde la adquisición de los insumos hasta la comercialización y la venta concretada. El diagrama de flujo es una simbología internacional que se realiza para interpretar las operaciones efectuadas, a continuación se presenta el diagrama de flujo de la elaboración de los arreglos frutales. El diagrama de proceso es una forma gráfica de presentar las actividades involucradas en la elaboración de un bien y/o servicio terminado.

#### Cuadro No. 50

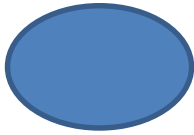
##### *Proceso de producción*



ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

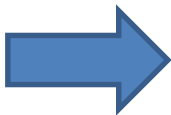
Diagrama de flujo La microempresa considerara este diagrama, para analizar las secuencias de las operaciones, distancias a las que se moviliza el material, y los momentos y tiempos que se requieren para ejecutar el trabajo.



COMIENZO O FINAL DEL PROCESO



ACTIVIDAD



TRANSPORTE



ENLACE DEL PROCESO



DESICIÓN

#### 4.6.1. Diagrama de flujo

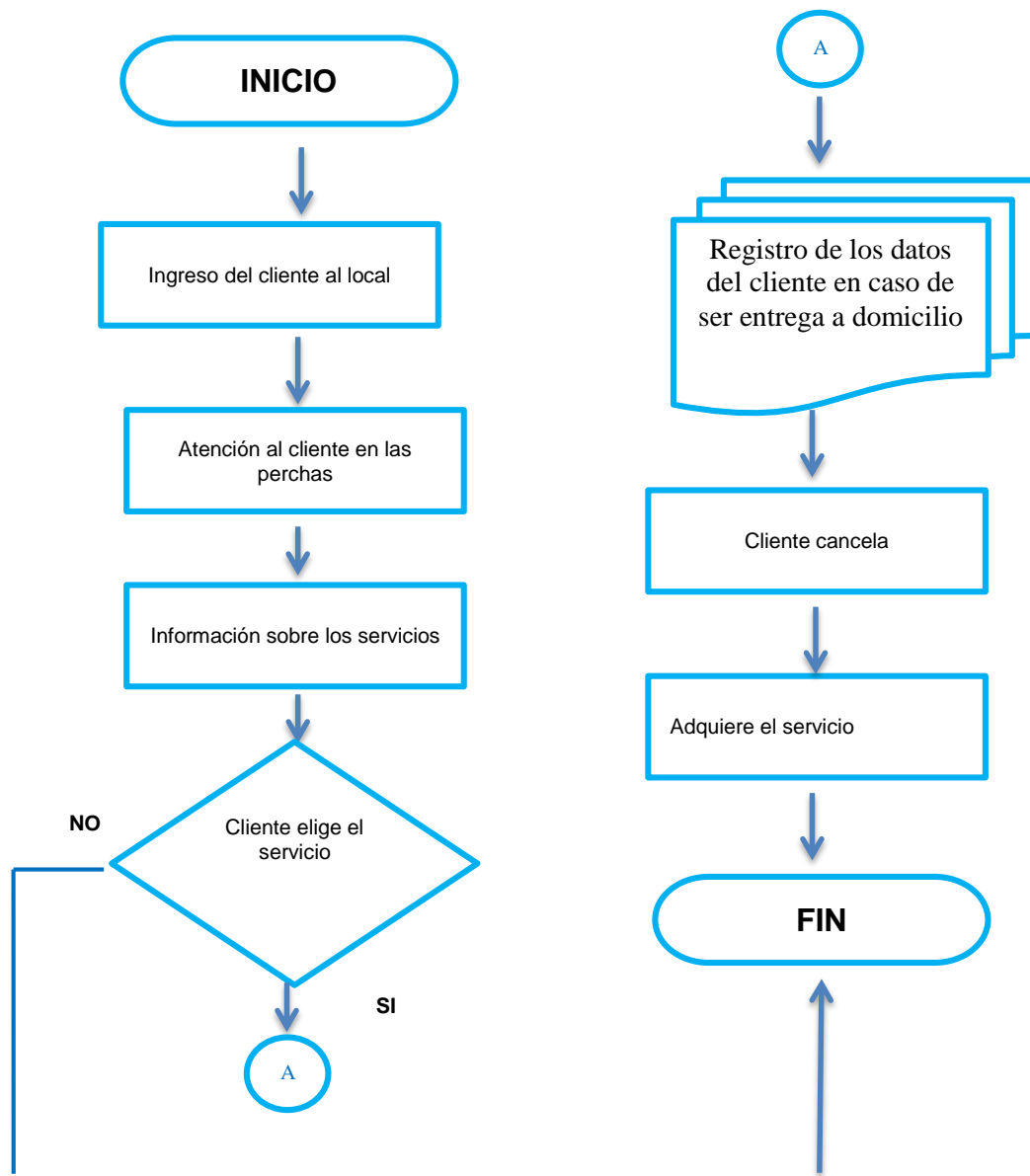


Gráfico No. 34 Flujo grama Servicio

## **CAPÍTULO V**

### **5. ESTUDIO FINANCIERO**

#### **5.1. Introducción**

El presente estudio financiero tiene por objetivo realizar una presentación amplia de cada uno de los elementos que forman parte de la estructura financiera del proyecto.

En este capítulo, se analizará las inversiones requeridas, su financiamiento, proyección de precios, proyección de ingresos por servicios, y los gastos incurridos en los mismo, los cuales se verán reflejados en los diferentes estados financieros junto con sus indicadores, los mismos que darán a conocer la viabilidad del proyecto.

#### **5.2. Determinación de los ingresos**

Para determinar los ingresos de cada uno de los arreglos frutales (pequeño, mediano, grande) se realizó en base a la pregunta 8 del estudio de mercado, ya que ahí se muestra los porcentajes de aceptación de cada uno, tales como para el arreglo pequeño es de 65%, arreglo mediano 29%, arreglo grande 6%, los cuales se multiplicaron por la cantidad anual total.

### 5.2.1. Proyección de ventas de los arreglos frutales.

#### Cuadro No. 51

#### *Proyección de ventas de los arreglos frutales.*

INGRESOS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>ARREGLOS FRUTALES PEQUEÑOS</b>					
Cantidad	4.999	5.121	5.331	5.618	5.871
Precio	\$ 15,00	\$ 15,59	\$ 16,21	\$ 16,86	\$ 17,53
<b>VALOR</b>	<b>74.986,32</b>	<b>79.840,84</b>	<b>86.414,24</b>	<b>94.724,99</b>	<b>102.918,83</b>
<b>ARREGLOS FRUTALES MEDIANOS</b>					
Cantidad	2.230	2.285	2.378	2.507	2.619
Precio	\$ 22,00	\$ 22,88	\$ 24,74	\$ 24,74	\$ 25,72
<b>VALOR</b>	<b>\$ 49.067,97</b>	<b>\$ 52.278,08</b>	<b>\$ 58.841,89</b>	<b>\$ 62.014,23</b>	<b>\$ 67.370,31</b>
<b>ARREGLOS FRUTALES GRANDES</b>					
Cantidad	461	473	492	519	542
Precio	\$ 35,00	\$ 36,39	\$ 37,84	\$ 39,35	\$ 40,92
<b>Valor</b>	<b>\$ 16.150,90</b>	<b>\$ 17.202,79</b>	<b>\$ 18.620,50</b>	<b>\$ 20.407,49</b>	<b>\$ 22.176,17</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 140.205,20</b>	<b>\$ 149.321,71</b>	<b>\$ 163.876,63</b>	<b>\$ 177.146,71</b>	<b>\$ 192.465,31</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

### 5.3. Determinación de egresos

Para conocer el total de los egresos que incurrirán en el proyecto es preciso determinar los gastos operacionales.

El precio que se fijó a cada uno de los arreglos frutales se lo hizo en base a los ingredientes y detalles que va en cada uno de estos, de acuerdo a los precios en el mercado.

### 5.3.1. Gastos operacionales.

#### Insumos.

#### Cuadro No. 52

#### Proyección de insumos

COSTOS	AÑOS				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>ARREGLOS FRUTALES PEQUEÑOS</b>					
Cantidad	4.999	5.121	5.331	5.618	5.871
Precio	6,66	6,93	7,49	7,49	7,79
<b>VALOR</b>	<b>33.294</b>	<b>35.465</b>	<b>39.914</b>	<b>42.066</b>	<b>45.707</b>
<b>ARREGLOS FRUTALES MEDIANOS</b>					
Cantidad	2.230	2.285	2.378	2.507	2.619
Precio	\$ 10,33	\$ 10,74	\$ 11,17	\$ 11,61	\$ 12,08
<b>VALOR</b>	<b>\$ 23.039,64</b>	<b>\$ 24.542,21</b>	<b>\$ 26.563,60</b>	<b>\$ 29.109,95</b>	<b>\$ 31.629,85</b>
<b>ARREGLOS FRUTALES GRANDES</b>					
Cantidad	461	473	492	519	542
Precio	\$ 16,80	\$ 17,47	\$ 18,16	\$ 18,89	\$ 19,64
<b>Valor</b>	<b>\$ 7.752,43</b>	<b>\$ 8.258,02</b>	<b>\$ 8.938,18</b>	<b>\$ 9.794,98</b>	<b>\$ 10.642,88</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 64.086,00</b>	<b>\$ 68.265,48</b>	<b>\$ 75.415,84</b>	<b>\$ 80.970,87</b>	<b>\$ 87.980,13</b>

ELABORADO POR: Karina Auz AÑO: 2015

#### Talento humano operativo.

Se calculan todos los salarios de los colaboradores operativos más todos los beneficios de ley.



**Cuadro No. 53*****Proyección del talento humano***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Salario Unificado Básico	13.860,00	14.368,66	14.895,99	15.442,67	16.009,42
Aporte Patronal	1.683,99	1.745,79	1.809,86	1.876,28	1.945,14
Fondos de Reserva	0,00	1.196,91	1.240,84	1.286,37	1.333,58
Décimo Tercero	710,00	736,06	763,07	791,07	820,11
Décimo Cuarto	710,00	736,06	763,07	791,07	820,11
Vacaciones	0,00	598,69	620,67	643,44	667,06
<b>TOTAL</b>	<b>16.963,99</b>	<b>19.382,17</b>	<b>20.093,50</b>	<b>20.830,93</b>	<b>21.595,42</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**5.3.2. Gastos operacionales indirectos****Cuadro No. 54*****Proyección de servicios básicos***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Agua	480,00	497,62	515,88	534,81	554,44
Energía eléctrica	1080,00	1119,64	1160,73	1203,33	1247,49
Teléfono	720,00	746,42	773,82	802,22	831,66
Internet	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
<b>Total</b>	<b>2580,00</b>	<b>2674,69</b>	<b>2772,85</b>	<b>2874,61</b>	<b>2980,11</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 55*****Proyección de suministros de limpieza***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Toallas	75,84	78,62	81,51	84,50	87,60
Jabón	36,96	38,32	39,72	41,18	42,69
Desinfectante	81,6	84,59	87,70	90,92	94,25
Papel Higiénico 2X6	47,88	49,64	51,46	53,35	55,31
Trapeadores	71,28	73,90	76,61	79,42	82,33
Escobas	91,08	94,42	97,89	101,48	105,20
Recogedor	90	93,30	96,73	100,28	103,96
Escobilla de baño	37,44	38,81	40,24	41,72	43,25
<b>TOTAL</b>	<b>532,08</b>	<b>551,61</b>	<b>571,85</b>	<b>592,84</b>	<b>614,60</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Resumen de Costo de Ventas****Cuadro No. 56*****Resumen de gastos operacionales***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Insumos	64.086,00	68.265,48	75.415,84	80.970,87	87.980,13
Talento Humano Operativo	16.963,99	19.382,17	20.093,50	20.830,93	21.595,42
Gastos Indirectos Operacionales	3.112,08	3.226,29	3.344,70	3.467,45	3.594,70
<b>TOTAL</b>	<b>84.162,07</b>	<b>90.873,95</b>	<b>98.854,04</b>	<b>105.269,25</b>	<b>113.170,25</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

### 5.3.3. Gastos administrativos

Los gastos administrativos son aquellos que incurren en toda esta área, tales como: sueldo del administrador, servicios básicos del área, y el gasto arriendo del local, mismos que son fundamentales para la operación de la microempresa.

#### Cuadro No. 57

##### *Sueldos y Beneficios*

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldo	9.600,00	9.952,32	10.317,57	10.696,22	11.088,78
Aporte Patronal	1166,4	1.209,21	1.253,58	1.299,59	1.347,29
Fondos de Reserva	0	829,03	859,45	891,00	923,70
Décimo Tercero	800	829,36	859,80	891,35	924,06
Décimo Cuarto	355	368,03	381,54	395,54	410,05
Vacaciones	0	414,68	429,90	445,68	462,03
<b>TOTAL</b>	<b>11.921,40</b>	<b>13.602,62</b>	<b>14.101,84</b>	<b>14.619,38</b>	<b>15.155,91</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

#### Cuadro No. 58

##### *Servicios Básicos*

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Agua	120,00	124,40	128,97	133,70	138,61
Energía eléctrica	240,00	248,81	257,94	267,41	277,22
Teléfono	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
Internet	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
<b>Total</b>	<b>960,00</b>	<b>995,23</b>	<b>1.031,76</b>	<b>1.069,62</b>	<b>1.108,88</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 59****Arriendo**

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Gasto Arriendo	11.760,00	12.191,59	12.639,02	13.102,88	13.583,75
<b>TOTAL</b>	<b>11.760,00</b>	<b>12.191,59</b>	<b>12.639,02</b>	<b>13.102,88</b>	<b>13.583,75</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Resumen de gastos administrativos.****Cuadro No. 60****Proyección de Resumen de Gastos Administrativos**

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldo	11.921,40	13.602,62	14.101,84	14.619,38	15.155,91
Servicios Básicos	960,00	995,23	1.031,76	1.069,62	1.108,88
Gasto Arriendo	11.760,00	12.191,59	12.639,02	13.102,88	13.583,75
<b>Total</b>	<b>24.641,40</b>	<b>26.789,45</b>	<b>27.772,62</b>	<b>28.791,88</b>	<b>29.848,54</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Gasto ventas.**

Los gastos de ventas son aquellos que incurren para la promoción y marketing del servicio, además de todos los colaboradores que intervienen en la venta del arreglo frutal.

**Cuadro No. 61*****Gasto Publicidad***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Precio	1280,00	1326,98	1375,68	1426,16	1478,50
<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1280,00</b>	<b>1326,98</b>	<b>1375,68</b>	<b>1426,16</b>	<b>1478,50</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Cuadro No. 62*****Gastos Sueldos***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Sueldo	8.520,00	8.832,68	9.156,84	9.492,90	9.841,29
Aporte Patronal	1035,18	1.073,17	1.112,56	1.153,39	1.195,72
Fondos de Reserva	0	735,76	762,77	790,76	819,78
Décimo Tercero	710	736,06	763,07	791,07	820,11
Décimo Cuarto	710	736,06	763,07	791,07	820,11
Vacaciones	0	368,03	381,54	395,54	410,05
<b>TOTAL</b>	<b>10.975,18</b>	<b>12.481,76</b>	<b>12.939,84</b>	<b>13.414,73</b>	<b>13.907,05</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Resumen de gastos ventas.****Cuadro No. 63*****Proyección de Resumen de Gastos Ventas***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
Publicidad	1.280,00	1.326,98	1.375,68	1.426,16	1.478,50
Sueldos	10.975,18	12.481,76	12.939,84	13.414,73	13.907,05
<b>TOTAL</b>	<b>12.255,18</b>	<b>13.808,74</b>	<b>14.315,52</b>	<b>14.840,90</b>	<b>15.385,56</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Gastos financieros.**

Estos gastos son aquellos que se incurren en pago de intereses, en este caso es por el monto del crédito que se realizó para cubrir el total de la inversión del proyecto.

**Cuadro No. 64*****Gasto Interés***

DETALLE	AÑO				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Gasto Interés</b>	3.810,86	3.108,99	2.335,54	1.483,22	543,97

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Gastos depreciación.****Cuadro No. 65*****Gasto Depreciación***

DETALLE	DEPRECIACIÓN ANUAL				
	2015	2016	2017	2018	2019
Equipo de Oficina	\$ 37	\$ 37	\$ 37	\$ 37	\$ 37
Maquinaria y equipo	\$ 580	\$ 580	\$ 580	\$ 580	\$ 580
Muebles y enseres	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260	\$ 260
Equipo de computación	847,21	847,21	847,21	0	0
Vehículo	2000	2000	2000	2000	2000
<b>TOTAL</b>	<b>3.724,76</b>	<b>3.724,76</b>	<b>3.724,76</b>	<b>2.877,55</b>	<b>2.877,55</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**Gastos de constitución.****Cuadro No. 66*****Gastos de Constitución***

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL USD
Registro Único de Contribuyentes	\$ 60,00
Patente Municipal	\$ 90,00
Notariados	\$ 150,00
Servicios Abogado	\$ 300,00
Otros	\$ 200,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 800,00</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**5.4. Estructura de la inversión****Cuadro No. 67*****Total Inversión***

ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	
Detalle	Monto
Inversión Fija	21.317,10
Capital de Trabajo	29.749,92
<b>TOTAL</b>	<b>51.067,02</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

**5.4.1. Financiamiento.**

El valor total de la inversión para poner en marcha la microempresa es de **51.067,02** de los cuales el 30% va a ser inversión propia y el 70% va a ser financiado mediante el Banco

Nacional de Fomento que se encuentra ubicado en las calles Juan Montalvo y Bolívar, que brinda una tasa de 9,75% anual, a 5 años plazo, con una cuota mensual de \$594,08.

### **Cuadro No. 68**

#### *Fuente de Inversión*

<b>FUENTE DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
INVERSIONES FIJAS	21.317,10	41%
CAPITAL DE TRABAJO	29.749,92	58%
<b>TOTAL</b>	<b>51.067,02</b>	<b>100%</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

### **Cuadro No. 69**

#### *Tabla de Amortización*

<b>Numero</b>	<b>valor a pagar</b>	<b>interés</b>	<b>aporte capital</b>	<b>saldo deudor</b>
1	\$ 5.178,01	\$ 1.845,29	\$ 3.332,72	\$ 223.780,37
2	\$ 5.178,01	\$ 1.505,43	\$ 3.672,58	\$ 181.611,44
3	\$ 5.178,01	\$ 1.130,91	\$ 4.047,10	\$ 135.142,24
4	\$ 5.178,01	\$ 718,20	\$ 4.459,81	\$ 83.934,24
5	\$ 5.178,01	\$ 263,40	\$ 4.914,61	\$ 27.504,19

FUENTE: Banco Nacional de Fomento

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

## **5.5. Estados financieros**

Es necesario realizar el análisis de los Estados Financieros de la Empresa ya que nos permite conocer cómo se encuentra la empresa tanto financieramente como económicamente.



### 5.5.1. Estado de situación inicial.

Nos permite conocer cómo se encuentra la microempresa al iniciar sus actividades, tanto sus activos como sus pasivos

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVO</b>	
<u><b>Activo Corriente</b></u>		<u><b>Pasivo a largo plazo</b></u>	
Inventario	29.749,92	Préstamo por Pagar	20.426,81
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>29.749,92</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>20.426,81</b>
 <u><b>Activo No Corriente</b></u>		 <b>PATRIMONIO</b>	
<b>Activo Fijo Depreciable</b>		Capital Social	30.640,21
Vehículo	10.000,00	<b>Total Patrimonio</b>	<b>30.640,21</b>
Muebles y Enseres	2.603,60		
Equipo de Oficina	369,26		
Equipo de Cómputo	2.541,63		
Maquinaria y Equipos	5.802,61		
<b>Total Ac. Fijo Depreciable</b>	<b>21.317,10</b>		
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>51.067,02</b>		
 <b>TOTAL ACTIVOS</b>	 <b>51.067,02</b>	 <b>TOTAL PASIVO</b>	 <b>20.426,81</b>
		<b>PATRIMONIO</b>	<b>30.640,21</b>
		<b>+</b>	<b>51.067,02</b>
	<hr/> <hr/>		<hr/> <hr/>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

## 5.5.2 Estado de resultados proyectado

### Cuadro No. 70

#### Estado de resultados proyectado

DETALLE	Año				
	2015	2016	2017	2018	2019
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	140.205,20	149.321,71	163.876,63	177.146,71	192.465,31
Costo de Ventas	84.162,07	90.873,95	98.854,04	105.269,25	113.170,25
<b>= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>56.043,12</b>	<b>58.447,76</b>	<b>65.022,59</b>	<b>71.877,46</b>	<b>79.295,05</b>
<b>EGRESOS</b>					
(-) Gastos Administrativos	24.641,40	26.789,45	27.772,62	28.791,88	29.848,54
(-) Gastos de Venta	12.255,18	13.808,74	14.315,52	14.840,90	15.385,56
(-) Gastos de Constitución	\$ 800,00	-	-	-	-
(-) Gastos de Depreciación	3.724,76	3.724,76	3.724,76	2.877,55	2.877,55
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>14.621,79</b>	<b>14.124,82</b>	<b>19.209,70</b>	<b>25.367,14</b>	<b>31.183,41</b>
(-) Gastos Financieros	1.845,29	1.505,43	1.130,91	718,20	263,40
<b>= UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>12.776,49</b>	<b>12.619,39</b>	<b>18.078,78</b>	<b>24.648,93</b>	<b>30.920,01</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	1.916,47	1.892,91	2.711,82	3.697,34	4.638,00
<b>= UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>10.860,02</b>	<b>10.726,48</b>	<b>15.366,97</b>	<b>20.951,59</b>	<b>26.282,01</b>
(-) 22% Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>10.860,02</b>	<b>10.726,48</b>	<b>15.366,97</b>	<b>20.951,59</b>	<b>26.282,01</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Al ser una sociedad anónima goza de exoneración del impuesto a la renta como lo indica el CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, por ser una empresa nueva se exonera el

pago por 5 años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos, por esta razón en el estado de resultados no consta dicho valor.

### 5.5.3. Flujo de caja.

#### Cuadro No. 71

##### *Flujo de Caja*

DETALLE	Año 0	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Inversión Total</b>	51.067,02					
<b>Utilidad Neta</b>		10.860,02	10.726,48	15.366,97	20.951,59	26.282,01
(+) Depreciación		3.724,76	3.724,76	3.724,76	2.877,55	2.877,55
(+) Valor Rescate						\$ 4.388
<b>(=) Total Ingresos</b>	<b>51.067,02</b>	<b>14.584,78</b>	<b>14.451,24</b>	<b>19.091,72</b>	<b>23.829,14</b>	<b>33.547,29</b>
<b>Egresos</b>						
Pago Principal		3.332,72	3.672,58	4.047,10	4.459,81	4.914,61
(-) Reinversión					2.541,63	
<b>(=) Total Egresos</b>		<b>3.332,72</b>	<b>3.672,58</b>	<b>4.047,10</b>	<b>7.001,44</b>	<b>4.914,61</b>
<b>(=) Flujo de Caja Neto</b>	<b>51.067,02</b>	<b>11.252,06</b>	<b>10.778,66</b>	<b>15.044,63</b>	<b>16.827,70</b>	<b>28.632,68</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Es importante mencionar que se ha tomado en cuenta a la reinversión debido a que el equipo de cómputo se deprecia en tres años lo cual será necesario invertir nuevamente en la compra de nuevos equipos a partir, por esta razón se coloca este valor en el 4to año.

## 5.6. Evaluación financiera

### 5.6.1. Determinación del coste de oportunidad y la tasa de redescuento.

#### Cuadro No. 72

#### *Coste de Oportunidad*

DETALLE	VALOR	%	TASA PONDERADA	VALOR PONDERADO
Inversión Propia	30.640,21	30%	6,50%	1,95%
Inversión Financiada	20.426,81	70%	9,75%	6,83%
<b>TOTAL</b>	<b>51.067,02</b>	<b>100%</b>	<b>16,25%</b>	<b>8,78%</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

Para realizar el cálculo de la tasa de rendimiento medio se tomó en cuenta la tasa de inflación que es del 3,67% en relación al año 2014 según el Banco Central del Ecuador.

🚦 Cálculo de la tasa de redescuento o rendimiento medio

#### DATOS

Coste de Capital: 8,78%

Inflación promedio anual: 3,67%

$$\text{TRM} = (1 + C_k) * (1 + i_f) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 + 0,0878) * (1 + 0,0367) - 1$$

$$\text{TRM} = (1,0878) * (1,0367) - 1$$

$$\text{TRM} = 12,77\%$$

### 5.6.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es un indicador que permite conocer el valor del dinero en el tiempo con un una tasa de redescuento del 14,07%.

#### Cuadro No. 73

##### Valor Actual Neto

AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	TRM (12,77%)	FLUJO NETO ACTUALIZADO	TRM (16%)	FLUJO NETO ACTUALIZADO
			-51.067,02		-51.067,02
2015	11.252,06	1,1277	9.977,88	1,16000	9.700,05
2016	10.778,66	1,2717	8.475,74	1,34560	8.010,30
2017	15.044,63	1,4341	10.490,61	1,56090	9.638,45
2018	16.827,70	1,6172	10.405,20	1,81064	9.293,79
2019	28.632,68	1,8238	15.699,80	2,10034	13.632,39
<b>TOTAL</b>			55.049,23		50.274,99
<b>VALOR ACTUALNETO</b>			<b>3.982,21</b>		<b>-792,03</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

#### Fórmula

$$VAN = -II + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} \dots + \frac{FNE n}{(1+i)^n}$$

$$VAN = -51.067,02 + 55.049,23$$

$$VAN = \$ 3.982,21$$

El Valor Actual Neto del presente proyecto es positivo, es decir,  $VAN > 0$  por lo tanto, teóricamente el proyecto es factible.

### 5.6.3. Determinación de la tasa interna de retorno.

$$TIR = ti + (ts - ti) \left[ \frac{VANti}{VANti - VANts} \right]$$

$$TIR = 0,1277 + (0,16 - 0,1277) \left[ \frac{3.982,21}{3.982,21 - (-792,03)} \right]$$

$$TIR = 13,35\%$$

Parámetros para determinar si el proyecto es factible o no:

TIR < 0; No Viable

TIR = 0; Indiferente

TIR > 0; Viable

La Tasa Interna de Retorno es 13,35% positivo según los parámetros definidos, el proyecto será viable y supera el costo de oportunidad que fue de 12,77%; es decir, que el proyecto tendrá rentabilidad.

### 5.6.4. Costo beneficio.

Es necesario determinar Costo Beneficio ya que nos ayuda a conocer como retornan los ingresos en relación a los egresos.

Fórmula:

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum \text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{55.049,23}{51.067,02}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \$1,08$$

El costo beneficio es mayor a 1, es decir que por cada dólar invertido se obtendrá \$0,08 adicional.

#### Cuadro No. 74

##### Relación C/B Ingresos, Egresos

INGRESOS	EGRESOS	FACTOR 12,77%	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
140.205,20	84.162,07	1,13	124.328,45	74.631,62
149.321,71	90.873,95	1,27	117.418,30	71.458,23
163.876,63	98.854,04	1,43	114.271,07	68.930,86
177.146,71	105.269,25	1,62	109.536,47	65.091,94
192.465,31	113.170,25	1,82	105.532,09	62.053,23
<b>823.015,55</b>	<b>492.329,57</b>		<b>571.086,39</b>	<b>342.165,87</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

#### Fórmula 2:

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = \frac{571.086,39}{342.165,87}$$

$$\text{Costo} - \text{Beneficio} = 1,67$$

Al momento de aplicar la fórmula ingresos actualizados para egresos actualizados se determinó que la relación costo beneficio es mayor a 1, entonces los ingresos que se han obtenido, están cubriendo los costos y gastos, esto indica que los ingresos percibidos cubren los egresos, y se habrá utilidad.

### 5.6.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

#### Cuadro No. 75

##### *Flujos acumulados*

AÑOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	9.977,88	9.977,88
2016	8.475,74	18.453,62
2017	10.490,61	28.944,23
2018	10.405,20	39.349,43
2019	15.699,80	55.049,23
<b>TOTAL</b>	<b>55.049,23</b>	

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

$$\text{PRI} = -51.067,02 + 39.349,43 = 11.717,59$$

$$\text{PRI} = 11.717,59 / 15699,80 = 0.7463 \text{ años}$$

$$\text{PRI} = 4 + 0.7463 = 4.75 \text{ años}$$

La inversión se va a recupera en 4 años y 9 meses, lo cual nos indica que es un tiempo óptimo para el desarrollo de la empresa.

#### Cuadro No. 76

##### *Resumen Evaluación Financiera*

DETALLE	VALOR
<b>VAN</b>	3.982,21
<b>TIR</b>	13,35%
<b>Costo Beneficio</b>	
Flujo Neto Act./Inversión	\$ 1,08
Ingresos Act./ Egresos Act.	\$ 1,67
<b>Recuperación de la inversión</b>	4.75 años

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015



## 5.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio se refiere a que los ingresos deben estar igual que los egresos, situación en el que ni se pierde ni se gana y la utilidad es igual a cero.

### Cuadro No. 77

#### *Punto de Equilibrio*

(Proyectado para el primer año)

DETALLE	2015
VENTAS	140.205,20
COSTO FIJO TOTAL	43.266,63
COSTO VARIABLE TOTAL	84.162,07
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>267.633,90</b>

ELABORADO POR: Karina Auz

AÑO: 2015

#### **Punto de Equilibrio en Dólares:**

$$P.E. (\$) = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas}}}$$

$$P.E. (\$) = \frac{43.266,63}{1 - \frac{84.162,07}{140.205,20}}$$

$$P.E. (\$) = \$108.241$$

Al reemplazar valores del primer año se obtiene un punto de equilibrio de \$ **113.896,55** esto quiere decir, que para no obtener ganancia ni pérdida se debe vender dicho valor en dólares.

## CAPITULO VI

### 6. PROPUESTA ESTRATÉGICA ADMINISTRATIVA

#### 6.1. Razón social

La microempresa tendrá un nombre de “FRUITS ART”.S.A por ser un nombre novedoso, y además da a conocer que lo que se va a realizar es un arte con las diferentes frutas.

##### 6.1.1. Slogan.

El slogan que definirá a la empresa en una sola frase es “EL ARTE DE COMER LAS FRUTAS”

##### 6.1.2. Logotipo.

Se ha escogido un diseño muy divertido en el que se muestre la variedad de diseños de arreglos frutales el cual se muestra a continuación:



Gráfico No. 35 Logotipo

## **6.2. Planificación estratégica**

### **6.2.1. Misión.**

“FRUITS ART” está orientada a la elaboración de arreglos frutales a base de fruta como una forma novedosa de brindar obsequios y regalos para toda ocasión, ofreciendo a nuestros clientes a nivel nacional productos innovadores de excelente calidad, mediante talento humano adecuado y precios competitivos.

### **6.2.2. Visión.**

En el 2020 seremos reconocidos y elegidos por el mercado Ecuatoriano como la mejor alternativa al momento de festejar y obsequiar, dando a conocer los productos a través de los principales medios de consumo masivo, garantizando el cumplimiento y el servicio excelente a todos nuestros clientes brindándoles un producto de calidad.

### **6.2.3. Objetivos estratégicos.**

- ✚ Satisfacer y cumplir con las expectativas del cliente, mediante la adquisición de frutas de alta calidad.
- ✚ Crear una cultura corporativa que permita integrar a los empleados y a los clientes.
- ✚ Proporcionar capacitación continua para tener empleados de calidad y competitivos.
- ✚ Elaborar y Mejorar constantemente la apariencia de los arreglos de acuerdo a las exigencias del cliente.
- ✚ Incrementar las ventas a domicilio.
- ✚ Organizar el proceso de producción, por pasos o etapas debidamente especificadas
- ✚ Comprar materia prima fresca y de calidad.
- ✚ Rapidez y agilidad en el proceso de producción
- ✚ Ofrecer variedad de diseños al cliente.

#### **6.2.4. Valores y principios.**

Los valores pueden definirse como una convicción sólida sobre lo que es apropiado y no lo es, que guía las acciones y conducta de los empleados en el cumplimiento de los propósitos de la organización; y los principios son verdades fundamentales.

##### **Valores:**

**Servicialidad:** Poniendo en primer lugar el servicio al cliente y entre empleados.

**Lealtad:** Sin engaños y cumpliendo la palabra entregada.

**Perseverancia:** Que permita cumplir con los objetivos establecidos, cumpliendo con los retos propuestos por cada uno de los clientes.

**Responsabilidad:** En la ejecución diaria de las actividades, para lograr la eficiencia y efectividad.

**Credibilidad:** Valor en el que fundamenta todas las actividades pues la confianza de los clientes es uno de los principales factores que logran el éxito.

**Eficacia:** Atendiendo al cliente donde este y cuando lo necesite.

**Creatividad:** Buscar, en forma permanente, nuevas formas de hacer las cosas, de modo que ello sea beneficioso para el colaborador, la microempresa y la sociedad.

##### **Principios:**

**Responsabilidad social:** Mantener los equipos actualizados, para garantizar una continua producción e incremento en la productividad y competitividad de nuestras operaciones

**Compromiso:** Los colaboradores deben estar comprometidos con la empresa y con sus clientes para de esta manera brindar un mejor servicio.

**Cultura de Calidad:** Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes

**Trabajo en Equipo:** Tomar decisiones conjuntamente con los colaboradores, y solucionar inconvenientes de forma racional, teniendo un buen ambiente laboral.

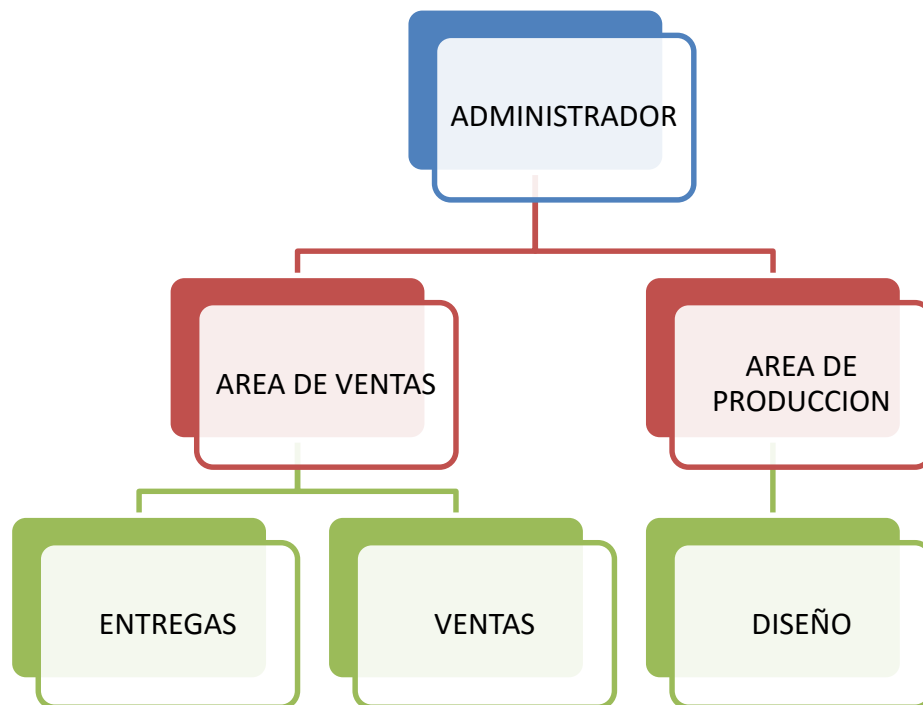
**Innovación y Mejoras:** Buscar métodos para mejoras que generen valor agregado a las operaciones realizadas.

### **Políticas:**

- Establecer una atención personalizada a cada uno de los clientes, con respeto y cortesía.
- Cumplir con las normas tanto internas como externas establecidas.
- Realizar un seguimiento post-venta, a través de llamadas telefónicas o correo electrónico, para informarles de los nuevos productos, las promociones o descuentos que en ese momento tenga la microempresa.
- Tener un adecuado clima y cultura organizacional para dar una buena imagen corporativa.
- Ofrecer capacitación constante a los empleados.
- Mantener una correcta higiene dentro del local.

### **6.3. Estructura orgánica**

Permite tener una idea clara de los niveles que conforma la microempresa y del personal necesario.



**Gráfico No. 36 Organigrama estructural**

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

## 6.4. Estructura funcional

### 6.4.1. Niveles administrativos.

Al momento de iniciar las actividades de la microempresa esta, requiere de talento humano que guie, controle y organice cada unidad administrativa es por esto que a continuación se menciona el nivel jerárquico de la microempresa:

- **Nivel Ejecutivo:** Aquí se encuentra el gerente o administrador, es quien planea, organiza, dirige y controla todas las operaciones y el funcionamiento de la microempresa.
- **Nivel Operativo:** Integrado por los diseñadores de los arreglos frutales, dichas personas son la parte fundamental para brindar productos de calidad y son la base para el funcionamiento de la microempresa, además también está integrado por el personal de ventas.

## 6.5. Descripción de perfiles y funciones del personal

La descripción de los perfiles de cada colaborador de la microempresa es de mucha importancia ya que indica las funciones que tienen que realizar cada una de ellos, y de esta manera, como se muestra organizada la microempresa, Además la descripción de los perfiles y funciones, son documentos que sirven de respaldo para asignar tareas y actividades a cada colaborador.

### 6.5.1. Requerimiento del personal en el área administrativa.

#### Cuadro No. 78

##### *Función y Perfil del Administrador*

<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <u>ADMINISTRADOR</u></b>	
<b>Departamento:</b>	Administrativo
<b>Sueldo:</b>	\$ 800,00
<b>Objetivo del Cargo:</b>	Cumplir y hacer cumplir con los reglamentos establecidos dentro de la organización.
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la empresa en la parte administrativa.</li> <li>• Ejecutar planes estratégicos a favor de la empresa.</li> <li>• Establecer funciones para el personal que labora en la empresa</li> <li>• Realizar actividades de derecho laboral.</li> <li>• Ejercer un adecuado control administrativo, financiero y económico de la empresa.</li> <li>• Responsabilizarse de las tareas administrativas, para el incremento de las ventas.</li> </ul>	
<b>PERFIL:</b>	
<b>Formación:</b>	Tercer Nivel
<b>Título:</b>	Ingeniería Comercial
<b>Experiencia:</b>	Experiencia mínima 3 años, en cargos similares
<b>PERSONALES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Honestidad y discreción</li> <li>• Toma de decisiones</li> </ul>	

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

## REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA EL ÁREA DE VENTAS

### Cuadro No. 79

#### *Función y Perfil del Vendedor*

<b>DENOMINACIÓN DEL PUESTO: <u>DESPACHADOR</u></b>	
<b>Departamento:</b>	VENTAS
<b>Sueldo:</b>	\$ 355,00
<b>Objetivo del Cargo:</b>	Entregar a tiempo los pedidos a domicilio
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Llevar los pedidos a los domicilios de los clientes.</li> <li>• Entregar el dinero de la venta a domicilio al cajero.</li> <li>• Mensajería en general.</li> </ul>	
<b>PERFIL:</b>	
<b>Formación:</b>	Bachiller
<b>Título:</b>	Bachiller en cualquier área
<b>Experiencia:</b>	Experiencia mínimo un año
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la Ciudad de Otavalo</li> <li>• Tener licencia de conducir</li> <li>• Disponibilidad de tiempo completo</li> <li>• Edad no indispensable</li> </ul>	

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015



## REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA EL ÁREA DE VENTAS

### Cuadro No. 80

#### *Función y Perfil del Vendedor/a*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: <u>VENDEDOR/A</u></b>	
<b>Departamento:</b>	VENTAS
<b>Sueldo:</b>	\$ 355,00
<b>Objetivo del Cargo:</b>	Atención al cliente
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicar los arreglos de frutas elaborados y ubicarlos en las vitrinas de exhibición.</li> <li>• Recibir a los clientes que visiten el local.</li> <li>• Brindar información sobre los productos que se ofrece y sus respectivos precios.</li> <li>• Persuadir al cliente motivándole a realizar la compra.</li> <li>• Ofrecer una tarjeta para que el cliente escriba la dedicatoria y colocarlo en el arreglo frutal.</li> <li>• Receptar el dinero correspondiente por el arreglo frutal.</li> <li>• Emitir comprobante de venta.</li> <li>• Dar el vuelto.</li> <li>• Entregar el arreglo a los clientes.</li> <li>• Receptar llamadas telefónicas.</li> <li>• Brindar información de los arreglos.</li> <li>• Tomar los datos del cliente para las entregas a domicilio.</li> <li>• Preparar el pedido.</li> <li>• Cumplir con los horarios de trabajo a cabalidad.</li> </ul>	
<b>PERFIL:</b>	
<b>Formación:</b>	Bachiller
<b>Título:</b>	
<b>Experiencia:</b>	Experiencia en ventas
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tener facilidad de palabra</li> <li>• Disponibilidad de Tiempo Completo</li> <li>• Honestidad y discreción</li> </ul>	

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

## REQUERIMIENTO DE PERSONAL PARA EL ÁREA DE PRODUCCIÓN

### Cuadro No. 81

#### *Función y Perfil del Operario*

<b>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO: <u>OPERARIO</u></b>	
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Sueldo:</b>	\$ 355,00
<b>Objetivo del Cargo:</b>	Diseño y elaboración de los arreglos frutales
<b>FUNCIONES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control de los insumos</li> <li>• Presentar semanalmente un inventario sobre los insumos y materiales entregados.</li> <li>• Mantener el área de producción limpia</li> <li>• Elaboración de los arreglos frutales</li> <li>• Revisa que los insumos adquiridos sean de excelente calidad.</li> </ul>	
<b>PERFIL:</b>	
<b>Formación:</b>	Bachiller
<b>Título:</b>	
<b>Experiencia:</b>	Experiencia mínimo de un año
<b>REQUISITOS:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Egresado en ingeniería en alimentos o afines</li> <li>• Edad no indispensable</li> <li>• Disponibilidad de tiempo completo.</li> </ul>	

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

#### 7.1. Descripción.

El estudio de los impactos es el encargado de estudiar profundamente los diferentes factores que incurren directa o indirectamente en la ejecución del proyecto, la técnica para diseñar y valorar el nivel de impactos en el proyecto, se lo realizará a través de la matriz de impactos, mediante la aplicación de una escala de valoración cuantitativa y cualitativa de los impactos los cuales son determinantes para analizar el efecto positivo o negativo de la microempresa.

**Tabla 3**

*Nivel de Impactos*

<b>Puntuación</b>	<b>Significado</b>
-3	Impacto Alto Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-1	Impacto Bajo Negativo
0	No Existe Impacto
1	Impacto Bajo Positivo
2	Impacto Medio Positivo
3	Impacto Alto Positivo

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

## 7.2. Impacto ambiental

**Tabla 4**

*Matriz del Impacto Ambiental*

no.	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	total
1	Utilización de Energía						x		2
2	Clasificación de los desechos							x	3
2	Aplicación de técnicas de reciclaje de papeles							x	3
<b>Total</b>									<b>8</b>

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

**Nivel de impacto = sumatoria / número de indicadores**

**Nivel de impacto =  $8/3=2,66$**

**Nivel de impacto = Medio Positivo**

### **Análisis:**

- La energía eléctrica será aprovechada al máximo y optimizada de la mejor manera siendo conscientes del daño por el abuso excesivo de la misma.
- En vista de que se manejará desechos orgánicos es necesario realizar la clasificación de estos, implementando políticas ambientales internas, y así manejar dichos desechos de una manera adecuada sin perjudicar a la población en general.
- Existirá un compromiso por el reciclaje del 100% de los papeles y materiales que se obtengan después de cada curso, por medio de la reutilización de los mismos, como la impresión a doble cara y la utilización máxima de los medios informáticos para comunicar e informar de algunas reformas circulares tanto al personal del centro como a los clientes.

### 7.3. Impacto social

**Tabla 5**

***Matriz del impacto social***

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	total
Calidad de vida						x		2
Estabilidad Laboral							x	3
Fuentes de empleo						x		2
Bienestar comunitario						x		2
<b>Total</b>								<b>9</b>

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

**Nivel de impacto = sumatoria / número de indicadores**

**Nivel de impacto = 9/4**

**Nivel de impacto = 2,25**

**Análisis:**

- La microempresa generará nuevas fuentes de empleo en la Ciudad de Otavalo dando un bienestar a su gente a través del desarrollo del proyecto.
- Como resultado del desarrollo del proyecto se obtendrá un bienestar comunitario ya que los pobladores conocerán un producto nuevo y lo podrán adquirir en su ciudad y no migrar como fue las respuestas de algunos de los encuestados.
- Además se generará un consumo sano de la fruta de una manera diferente brindando salud y bienestar a nuestros clientes.

## 7.4. Impacto empresarial

**Tabla 6**  
*Análisis Impacto Empresarial*

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Cumplimiento de leyes						x		2
Satisfacción de necesidades							x	3
Competencia							x	3
Imagen Corporativa							x	3
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>11</b>

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

**Total de Impacto Empresarial =  $11 / 4 = 2,75$**

**Nivel de Impacto Empresarial = Medio Positivo**

### **Análisis:**

- Como también se logrará una imagen corporativa, en el que la microempresa sea conocido a nivel nacional, a través de referencias de quienes hayan adquirido algún servicio, y se sientan satisfechos por la atención.
- La microempresa cumplirá con todos los requisitos y normas establecidas por la ley dando un cumplimiento a la misma.

## 7.5. Impacto económico

**Tabla 7**

**Análisis Impacto Económico**

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Nivel de Ingresos						x		2
Estabilidad Laboral							x	3
Generación de Empleo							x	3
Incremento de actividades económicas						x		2
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>10</b>

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

**Total de Impacto Económico =  $10/4 = 2,5$**

**Nivel de Impacto Económico = Medio Positivo**

**Análisis:**

- Por ser un producto hecho a base de frutas se podrán adquirir a los pequeños productores y motivar a la ciudadanía en la creación de pequeños negocios.

## 7.6. Impacto general

**Tabla 8**

***Impacto General***

Indicador	Nivel de Impacto							Total
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Impacto Ambiental						x		2
Impacto Social						x		2
Impacto Empresarial							x	3
Impacto Económico						x		2
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>

Elaborado por: Karina Auz

Año: 2015

**Total de Impacto General =  $9 / 4 = 2,25$**

**Nivel de Impacto General = Medio Positivo**

**Análisis:**

El impacto que generará con la implementación de proyecto se generará un impacto medio positivo, con un nivel de 2, ya que existen acciones en el que se involucra a los habitantes de la ciudad de Otavalo en donde se pretende ejecutar el proyecto y dichas personas no ayuden a complementar las acciones planteadas, pese a esto el nivel del impacto indica que es posible poner en marcha el proyecto, ya que si se está generando impactos positivos en beneficio de la sociedad.



## CONCLUSIONES

Al momento de realizar el estudio de factibilidad para el proyecto se concluye que:

- ✚ El lugar donde se ha decidido implantar el proyecto es muy factible por el nivel de vida de los Otavaleños, ya que se analizó la población económicamente activa de la ciudad, la cual es mayor en relación al total de la población, lo que permite que los mismos puedan adquirir nuestro servicio.
- ✚ Al desarrollar el marco teórico se pudo conocer las diferentes interpretaciones de los autores sobre cada concepto requerido por el proyecto, y así poder desenvolverse mejor en el mismo.
- ✚ En el desarrollo del estudio de mercado se pudo apreciar la aceptación del proyecto, a través, de las encuestas realizadas a la población, además los indicadores financieros demostraron factibles lo que nos indica que se puede poner en marcha la microempresa.
- ✚ En el desarrollo de estudio técnico, se pudo conocer más detalladamente los requerimientos económicos, materiales y recurso humano, para llevar a cabo las actividades al momento de elaborar cada uno de los arreglos frutales, así como también, ir negociando la forma de inversión en caso de implementar el proyecto.
- ✚ Una vez terminada el estudio financiero, se obtuvo que los evaluadores financieros indican que el proyecto es factible debido a que dio como resultado el VAN positivo, la TIR es superior a la tasa de descuento, lo que muestra que el proyecto tendrá rentabilidad, los ingresos obtenidos cubren los gastos incurridos al año; además, el periodo de recuperación es óptimo.
- ✚ Dentro del estudio organizacional se determinó la misión, visión, políticas y valores de la empresa lo que es de suma importancia en toda empresa, lo cual permite fijarse metas y objetivos.

✚ Para concluir se determinó los impactos que generara la microempresa lo que permite conocer las debilidades y fortalezas, además de la importancia con la sociedad,

## RECOMENDACIONES

- ✚ Sería importante realizar alianzas con los diferentes salones de eventos de la ciudad de Otavalo para poder decorarlos y así obtener una mayor producción de los arreglos frutales.
- ✚ Conocer a fondo los conceptos desarrollados en el proyecto y ponerlos en práctica para no cometer errores por desconocimiento sobre ciertos temas o aspectos legales.
- ✚ Sería importante promover la oferta de los arreglos frutales, a través de los gustos y preferencias de los consumidores, tomando como base la encuesta realizada en el estudio de mercado, para obtener una excelente referencia de los clientes.
- ✚ Se debe aprovechar que la microempresa es nueva en el mercado otavaleño, ya que solo existen florerías para regalar en fechas especiales, y que la idea de arreglos frutales les pareció interesante lo que nos muestra que es una buena oportunidad de negocio.
- ✚ Sería buscar siempre las mejores opciones al momento de comprar los insumos para la elaboración de materia prima.
- ✚ Realizar un seguimiento de los resultados de las proyecciones comparando con los que se obtuvieron por la venta de cada año en la realidad.
- ✚ Se debe generar un buen ambiente laboral, a través de la aplicación de la estructura administrativa para delegar responsabilidades y siempre mantener motivados a todo el personal.
- ✚ Es importante tomar en cuenta que impactos genera la microempresa para contribuir tanto con la sociedad como con el medio ambiente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaide, J. (10 de Enero de 2014). *Deficiones*. Recuperado el 23 de enero de 2015, de Deficiones: [www.definicionabc.com/general/insumo.php](http://www.definicionabc.com/general/insumo.php)
- AMARU, A. C. (2009). *Planificación Estratégica* (Segunda ed.). México: Pearson Educación.
- AMARU.César. (2009). *Fundamentos de la Administración*. Primera Edicion.
- AMUCHASTEGUI.Fernando. (1998). *La Empresa Individual de Responsabilidad Limitada*. Buenos Aires- Argentina: Abeledo Perral.
- ARAUJO.David. (2012). *Proyectos de inversión:Análisis, formulación y evaluación* (Primera ed.). México: Trillas.
- arreglos frutales*. (s.f.). Recuperado el 20 de enero de 2015, de [www.google.com.ec/search?q=arreglos+frutales&biw=1242&bih=606&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=jpq\\_VN6qG477gwTfxYHADw&ved=0CAYQ\\_AUoAQ](http://www.google.com.ec/search?q=arreglos+frutales&biw=1242&bih=606&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ei=jpq_VN6qG477gwTfxYHADw&ved=0CAYQ_AUoAQ)
- BACA URBINA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). Meéxico: Mc Graw Hil.
- BACA, G. (2008). *Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). México: Prentice Hall.
- BACA, U. G. (2013). *Evaluación de Proyectos* (Séptima ed.). México: Mc Graw Hill.
- BAFLOWER. (20 de MAYO de 2009). *BAFLOWER.COM*. Recuperado el 04 de ENERO de 2015, de HISTORIA DE LAS FLORES: <http://www.baflower.com/esp/histflor.htm>
- BENJAMIN, E., & FINCOWSKY, F. (2009). *Organización de Empresas* (Tercera ed.). México: Mac GrawHill.

BETZAIDA, G. (2006). *Proyectos*. México: Alfaomega.

BLANCO, A. (2007). *Formulacion y evaluacion de proyectos*. Caracas : Universidad Catolica Andres Bello.

BLANCO, A. (2007). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*.

BLANCO, A. (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Cuarta ed.). Toran.

BRAVO Valdivieso, M. (2007). *Contabilidad General* (Séptima ed.). Ecuador: Nuevodia.

BRAVO.Mercedes. (2011). *Contabilidad General*. Quito-Ecuador: Escobar.

CASTELLANOS H, E. (2010). *Turismo y Recreación* . México: Trillas .

CÓRDOBA.Marcial. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. ECOE.

CÓRDOVA, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoediciones.

CÓRDOVA, M. (2011). *Formulación y Evaluación de proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

CUSPIDE. (2010). *Contabilidad General*. Quito: EDINUM.

DAVILA.César. (s.f.). *Derecho Societario*. Venezuela: tomo 1 Art 201,347.

DEFINICION ABC. (2007-2014). Obtenido de <http://www.definicionabc.com/general/arreglo.php>

*Edualimentaria*. (12 de Abril de 2012). Recuperado el 14 de enero de 2015, de Edualimentaria: <http://www.foodreference.com>; <http://frutas.consumer.es/>

ELBAR Ramirez, M. C. (2010). *Proyectos de Inversión Competitivos* . México.

- FLORES, J. (2007). *Proyecto de inversion para las PYME*. Colombia: Ecoe Editorial.
- GALINDO, C. J. (2008). *Manual para la creacion de empresas*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- GITMAN, L. J. (2008). *Principios de Administración Financiera* (Pearson Educación ed.). México: Pearson Educación.
- GRIFFIN, Ricky. (2011). *Administración* (Décima ed.). México: Cengage Learning editores S.A.
- HARGADON, B. (2006). *Fundamentos de la Administración*. México: Person Educación.
- HELLRIEGEL, D., & SLOCUM, J. (2009). *Administración-Un enfoque basado en competencias* (Décimo primera ed.). México: Cengage Learning.
- HERNANDEZ, S., & RODRÍGUEZ, G. P. (2012). *Administración teoría, procesos, áreas funcionales y estrategias para la competitividad* (Tercera ed.). México: The McGraw-Hill.
- KLOTTER, P. (2008). *Principios de Marketing* (Doceava ed.). México: Prentice Hall.
- KLOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). *Fundamentos de Marketing* (Décimoprimer ed.). México: Pearson Educación.
- LAMB, C. H., & McDaniel, C. (2011). *Marketing* (Onceava ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.
- LÓPEZ R, J. (2008). *Conceptos Mercantiles y Laborales en el Turismo*. México: Trillas.
- López R, J. (2008). Conceptos Mercantiles y Laborales en el Turismo. En J. López R, *Conceptos Mercantiles y Laborales en el Turismo*. México: Trillas.

- MIRANDA, J. (2008). *Fundamentos del Marketing*. México: 8ava Edición.
- MONICA, P. (02 de MARZO de 2013). *MARCO TEORICO*. Obtenido de MARCO TEORICO.
- MORA, Z. (2009). *Matématica financiera* (Tercera ed.). Colombia: Alfaomega.
- Noel, R. (10 de Enero de 2013). Contabilidad Administrativa. En R. Noel, *Contabilidad Administrativa*. México: Cosegraf. Recuperado el 27 de Enero de 2015, de Contabilidad Administrativa: [www.definicionabc.com/general/insumo.ph](http://www.definicionabc.com/general/insumo.ph)
- NUÑEZ Z, R. (2007). *Manual de Evaluación de Proyectos de Inversión*. Editorial Trillos Sa de CV.
- ORTEGA Castro, A. (2006). *Proyectos de inversion*. Mexico: Compañía Editorial Continental.
- ORTEGA, A. (2010). *Proyectos de inversión* (Primera ed.). México: Continental.
- ORTEGA, Alfonso. (2010). *Proyectos de Inversión* . Mexico: Continental.
- PALMA, M. L. (2010). *Diccionario de la teoría económica* (Primera ed.). España: Editorial del Economista.
- PARKIN, M. (2009). *Economía* (Octava ed.). México: Perarson Education.
- QUESADA C, R. (2010). *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividad* (Segunda ed.). Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia UNED.
- Renato. (2008). *PBworks*. Recuperado el Jueves de Mayo de 2014, de PBworks: <http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041436/7-1%20Empresas%20Tur%C3%ADsticas>

- Richard, C. (2011). *Administración y producción de operaciones*. En C. Richard, *Administración y producción de operaciones*. México: Mc Graw Hill.
- RINCÓN, C. A. (2009). *Contabilidad Siglo XXI* (Primera ed.). Primera: Ecoe.
- RODRIGUEZ, J. (2010). *Administración de Prqueñas y Medianas Empresas* (Sexta ed.). México: Cengage Learning Editores S.A.
- ROJAS.Sérvulo. (2010). *Introducción a la Teoria General de la Administracion*. Tercera Edicion,Editorial Mc Graw Hill.
- ROMERO.Ricardo. (2008). *Analisis Financiero y de Gestion*. Bogotá- Colombia : ECOE Ediciones.
- SAINZ DE VICUÑA, A. M. (2012). *El Plan Estratégico en la Práctica* (Segunda ed.). México: ESIC.
- SAPAG, R. (2008). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. Chile: Pearson.
- SARMIENTOS, R. (2010). *Contabilidad de Costos*. Quito - Ecuador: Segunda edicion .
- SARMIENTOS.Ruben. (2010). *Contabilidad de Costos*. En R. SARMIENTOS, *Contabilidad de Costos* (pág. 1). Quito-Ecuador: Segunda Edicion.
- VACA.Urbina, G. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: 7ma edicion.
- VÉRTICE, G. (2011). *Contabilidad Básica* (Quinta ed.). España: Vértice.
- Wikipedia. (Jueves de Mayo de 2014). *Wikipedia*. Recuperado el Jueves de Mayo de 2014, de Wikipedia: [http://es.wikipedia.org/wiki/Estaci%C3%B3n\\_tur%C3%ADstica](http://es.wikipedia.org/wiki/Estaci%C3%B3n_tur%C3%ADstica)
- ZAPATA, P. (2011). *Contabilidad General*. Bogota: McGraw-Hill.



ZONADIET.COM. (06 de JUNIO de 2014). Recuperado el 13 de ENERO de 2015, de

ZONADIET.COM: <http://www.zonadiet.com/comida/nutricion-frutas.htm>

Ventanilla unica empresarial. (21 de Octubre de 2013). *novedades*. Recuperado el 9 de Octubre

de 2014, de

[http://www.otavaloempresarial.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10:novedades&catid=1&Itemid=18](http://www.otavaloempresarial.com/index.php?option=com_content&view=article&id=10:novedades&catid=1&Itemid=18)

vedades&catid=1&Itemid=18

# ANEXOS

## ANEXO 1 PROFORMAS



PROFORMA  
N°02845

RUC:1091734547001

Ibarra, 07 DE ABRIL DE 2015

Cliente: **KARINA AUZ**

Dirección: **IBARRA**

Ruc:

TELF: 0981022427

Cant.	Detalle	V.Unitario	V. Total
1	ESCRITORIOS INDIVIDUALES, Elaborados en Melamínico Duraplac Doble Cara de 19mm. Contiene 1 Faldón en Melamínico, dos Placas Laterales en Melamínico, 1 Cajonera Triple Ancha en Melamínico con Sistema de Seguridad para las 3 gavetas. 1 Porta Teclado de Riel con portalapices. Tamaño Escritorio 120cmx 0,60cm		166.96
2	SILLA SECRETRIA con brazos B4A01 tapizada en tela yute asiento y espaldar, base 5 puntas nylon con garruchas cpl'sticas. Regulación de altura.	59.82	119.64
1	LIBRERO, Elaborado en Melamínico Duraplac doble Cara, Tamaño 1.80cm de alto x 0.60cm de ancho x 0.30cm de Profundidad, Abierto		87.50
1	ARCHIVADOR METÁLICO DE 4 GAVETAS, Provisto con mecanismos de Seguridad para las cuatro gavetas, Sistema interno de riel, Elaborado en tol de 1.1mm Acabados en Pintura Electrostática y Texturizada. color Negro.		191.96
2	SILLA VISITA APILABLE, "Ecko" Estructura Metálica Tubo reforzado de Calibre 1,5mm x 3/4 de diámetro su Asiento y Espaldar son cortos y Planos y van Tapizados sobre Esponja de 3 cm de Grosor. Tapiz En Cuerina . s/b.	29.46	58.92
1	PAPELERA boble metálica acabados en pintura electrostática texturizada.		16.07
Tiempo de Entrega: 15 días Laborables		Subtotal \$	<b>641.05</b>
Forma de Pago: 60% al Pedido y 40% a la Entrega			
Validez Proforma: QUINCE DIAS		IVA 12%	<b>76.93</b>
Tiempo de Garantía: Un Año por daños de fabricación		TOTAL \$	<b>717.98</b>



Entregué Conforme

Irene Játiva

Telf: 062 953400 Fax 062 611107

Recibí Conforme



**DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE**

MATRIZ: Sánchez y Cifuentes 15-25 y Rafael Larrea  
 SUCURSAL: Av. Pérez Guerrero 6-66 y Olmedo  
 Telf: 06 260 3442 Cel.: 091 881 579 Ref.: 0000000751  
 Ibarra - Ecuador  
 RUC.: 1715339220001

Jhon Patricio Yamuca Ontaneda

**PROFORMA**  
 N° 002991

CLIENTE: KARINA ALZ	FECHA: Ibarra, 2015/04/07	FORMA DE PAGO:
R.U.C.: 1004085674	TIPAZ DIANA	
DIRECCIÓN: OTAVALO		

CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID.	P.UNIT.	DESC. %	TOTAL
120850029	COLADOR MULTUSO MULTICOLOR FUT	4	UN	.324		1.29
011110005	CUCHARON AC (14-13)	4	UN	.793		3.17
042140011	PIREX SET MIX REC.DVA.CUAD.UNICO	2	UN	22.275		44.55
122740014	TABLA DE PICAR H 1 FUTURA 29.5x44.5	4	UN	3.240		12.96
132170135	PLATO TENDIDO 9 CLAVEL 006 DOBLE	6	UN	1.075		6.45
132710029	SOPERO CUENCO 7 CLAVEL 006 DOBLE	6	UN	.825		4.95
011090026	CUCHARA ROSA ORIGINAL	12	UN	.182		2.18
011120008	CUCHILLO 22902/06 TRAMON	3	UN	1.767		5.30
011120011	CUCHILLO 22902/09 TRAMON	3	UN	2.450		7.35
012440027	RALLADOR AMATISTA 25CM UNICO	1	UN	4.684		4.68
121300016	ESPATULA NYLON UNICO	3	UN	1.125		3.37
012910001	TIJERA P/AVE 25/20/109 TRAMON	4	UN	4.554		18.21

  
 ENTREGADO POR

  
 RECIBÍ CONFORME

SUBTOTAL	117.00
DESCUENTO	.00
I.V.A. 12%	14.04
TOTAL \$	131.04



## DISTRIBUIDORA REINA DEL CISNE

Av. Pérez Guerrero 6-66 y Olmedo  
Telf.: 06 261 2051 Ibarra - Ecuador

Obligado a llevar Contabilidad

Def.: 0000000752

AUT. SRI.: 1116391457 RUC.: 1715339220001

Jhon Patricio Yamuca Ontaneda

## FACTURA

002-001

Nº 0035619

CLIENTE: R.U.C.: KARINA AIZ DIRECCIÓN: 1004085074		FECHA: Ibarra, 2015/04/07		FORMA DE PAGO:		
CÓDIGO	DESCRIPCIÓN	CANT.	UNID.	P. UNIT.	DESC. %	TOTAL
012040002	PELA PAPAS UNDO	3	UN	1.112		3.33
011120020	CUCHILLO AGUDO 7PZ 22999/025 TRAMON	1	DB	7.835		7.83
120720027	CESTO PUSH BHT ROJE PI	2	UN	11.943		23.88
042840012	TELEFONO INALAMBIRICO CIO KAT94011N	2	UN	37.261		74.52
011910132	DELLAS ACERO 5PZ 65650/110 TRAMON	1	SE	118.850		118.85
He recibido en cantidad y calidad las mercaderías detalladas en esta factura por el valor indicado en "Total a Pagar", cantidad que me comprometo a pagar en el plazo estipulado contado desde hoy. En caso de mora me someto a ser demandado(a) en juicio verbal sumario, ante los jueces de la provincia para lo cual renuncio domicilio. Vencido el plazo pagaré el máximo interés convencional a partir del vencimiento así como también pagaré los gastos judiciales, inclusive costos y honorarios profesionales que ocasione el cobro de esta obligación siendo suficiente prueba para establecer el monto de los gastos. No se aceptará ninguna devolución ni reclamo después de 48 horas recibida la mercadería.					DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO	
ENTREGADO POR		RECIBÍ CONFORME		SUBTOTAL DESCUENTO I.V.A. 12% TOTAL \$		
				229.43 .00 27.41		

Suárez Santillán Diego Germán • "CODGRAF" • Ibarra • Telfs.: 06 260 6416 • RUC: 1008497566001 AUT.: 9015 del 33601 al 36600 • Fecha de Imp.: 10 Febrero 2015, Caduca 10/Mayo/2015 Original: Adquirente / Copia: Emisor



PROFORMA: 010-0005007

DISTRIBUIDORA DE LIBROS Y PAPELERIA DILI

Fecha : 7 DE ABRIL DEL 2015

Emision Sist.: 07/04/15 13:32:30

Almacen : BODEGA IBARRA

No. Control : 91-PR-00005007

Cliente : 0101116 KARINA ELIZABETH AUZ

Direccion : OTAVALO

No.

Telefono : 923-170 Ciudad :

RUC/Cedula : 1004085674 Tipo Venta: CON

Pagina: 1 de 1

Pedido: (91-P -0000000) Vendedor: C04-VERONICA ESPINOZA Usuario: cajaiber8 Autoriza: iperez

SC.COD. BARRAS	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD	UNI	T.PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL OBSER.
11 6941043705566	ARCHIV SD/OF NEGRO L/8 556	8SDRAB	6	UNI: 1	2.4141	14.4846
12 0069762012720	BOLIGRAFO L/AZUL FINO AZUL	8L/AZUL	12	UNI: 1	.2005	2.4060
26 7703064447509	BORRADOR PZ 60	8PELIKAN INDIST	6	UNI: 1	.0831	.4986
30 4971850174851	CALCUL CS SUPAD HR-150TH-BK	8CASIO	1	UNI: 1	46.3132	46.3132
21 7861145900029	CLIPS ALEX MARIPOSA	ALEX	5	UNI: 1	.8993	4.4965
15 6928902503014	CLIPS AZ MET/50GR	8L/AZUL	5	UNI: 1	.2115	1.0575
5 7862101531554	DESINFECTANTE FLORAL 100CC	GLANDOUR	1	UNI: 1	1.6950	1.6950
23 7703064461109	DESTACADOR 222 AMARILLO	8PELIKAN INDIST	2	UNI: 1	.5008	1.0016
24 7703064461208	DESTACADOR 222 AZUL	8PELIKAN INDIST	4	UNI: 1	.5008	2.0032
8 7702856003374	ESCOBA SUAVE R/337 P/AUTOS	8PINTO	1	UNI: 1	2.5330	2.5330
27 0000000202411	FOLDER IDEAL COLGANTE ANAR	IDEAL	12	UNI: 1	.4533	5.4396
13 4714218080582	GRAPADORA KW 5510 MED	8KW/TRIO	1	UNI: 1	2.9233	2.9233
17 7861145900036	GRAPAS ALEX 26/6 5000U	ALEX	1	UNI: 1	.9380	.9380
1 0000008914945	IMPRESORA CANON MP-280 T/CONT	CANON	1	UNI: 1	84.0720	84.0720
4 0000007806020	JABON PROT/110GR TRIPACK	PROTEX	1	UNI: 1	3.0830	3.0830
25 8309685857216	LAPIZ AZ HB TRIANGULAR	8L/AZUL	12	UNI: 1	.1107	1.3284
2 0022265504987	LAFTOP TOSHIBA C45T-ASP42405FL PEN	TOSHIBA	2	UNI: 1	742.5156	1,485.0312
6 7861023205536	PAPEL HIGIE SCOTT/24	SCOTT	1	PAG: 12	3.9996	3.9996
9 9311995035627	PAPEL SOLCOPY 75GR A4	8SOLCOPY	2	RES: 1	4.0624	8.1248 I OX
14 4714218160253	PERFORAD KW 09120 MED	8KW/TRIO	1	UNI: 1	3.0911	3.0911
19 6926650223320	PORTACLIPS SHU F032	8SHUTER	5	UNI: 1	1.6647	8.3235
20 0051141933085	POST IT SUPER 3X3 654 AMARILLO	3H	10	UNI: 1	.9350	9.3500
18 1000014030542	REGLA L/AZUL PLASTICA 30CM	L/AZUL	2	UNI: 1	.2549	.5098
16 6953766301314	SACAGRAPA SAXXI HS102	8SAXXI	1	UNI: 1	.3483	.3483
10 7861151305948	SOBRE IDEAL CARTA BLC	IDEAL	1	PAG: 50	.5950	.5950
29 7862109610930	TARJETA K BOM/DALLZURA 930	KARINITOS	10	UNI: 1	1.6380	16.3800
28 2009031002876	TARJETA LOVE K-909-2	COFFMU	100	UNI: 1	.0377	3.7700
22 6922263129090	TIJERA BAK MILI ESC	8BAKAN	5	UNI: 1	.4683	2.3415
3 7861035724483	TOALLA ESC PICOL FACIAL 50X30	GIORNO	2	UNI: 1	1.5764	3.1528
7 7702856250105	TRAPER0 S/MANGO 25010 300GR	8PINTO	1	UNI: 1	1.9817	1.9817



\*\*\*\*\*  
FIRMA AUTORIZADA

SUBTOTAL : 1,721.27  
TARIFA 0%: 8.12  
TARIFA 12%: 1,713.15  
I V A 12%: 205.58  
TOTAL #: 1,926.85

\*\* SOMOS CONTRIBUYENTES ESPECIALES \*\*

**COTIZACION # LA GANGA R.C.A. SA.**  
**3692** DUREZ GUERREO ENTRE OLMEDO Y SANCHEZ Y CIFUE  
 TELEFONOS : 0

RPT\_COTIZACION\_SEGMENTADA.RPT PAGINA 1 de 1  
 USUARIO: AMOSQUERA  
 FECHA EMISION: 07/04/2015  
 HORA: 12:51:24

CLIENTE : 1004085674 AUZ KARINA	CODIGO INTERNO : 025038315C (Cotizador)
DIRECCION : OTAVALO	
SUCURSAL : 503 IBARRA 3	
VENDEDOR : ANA CRISTINA NATUTA ARIAS	TIPO DE CLIENTE : DETALLISTA
CIUDAD :	
VIGENCIA : Desde : 07/04/2015 Al: 07/04/2015	NOTA: Precios sujetos a cambios sin previo aviso

**VALOR A PAGAR POR PRODUCTOS**

ARTICULO	CANTIDAD	P. UNITARIO	SUB TOTALES
0403000903 CONG CI300 12" INDURAMA	1	1,237.07	1,237.07
3232001701 LICUADORA OS4655-013 OSTER	1	151.29	151.29
3237000602 BATIDORA DE MANO OS2532-013 OSTER	1	46.65	46.65
3237000602 BATIDORA DE MANO OS2532-013 OSTER	1	46.65	46.65
0104100030 REFRIG. RDE7150PKIB 325L BL 2P NF DUREZ	1	1,159.26	1,159.26
		<b>SUB TOTAL</b>	<b>2,640.93</b>
		<b>(-)DESCUENTO</b>	<b>1,007.26</b>
		<b>I.V.A. 12%</b>	<b>196.04</b>
		<b>VALOR FACTURA</b>	<b>1,829.72</b>
		<b>DESCUENTO,</b>	
		<b>SOLO PARA PAGO</b>	
		<b>EN EFECTIVO</b>	

ESTA OFERTA O PROMOCION NO APLICA PARA CREDITO DIRECTO. OFERTA O PROMOCION  
 VALIDA POR 2 DIAS O HASTA AGOTAR EXISTENCIAS.

En Constancia de aceptar los servicios antes expuestos, firmo el presente documento.

\_\_\_\_\_  
 Firma del Cliente

**LA GANGA R.C.A. S.A.**  
 SUCURSAL IBARRA Nº 3  
 R.C. Nº 09933436001  
 Perez Guerrero 7-30



**COTIZACION #** **LA GANGA R.C.A. S.A.**  
**3693** PEREZ GUERREO ENTRE OLMEDO Y SANCHEZ Y CIFUE  
 TELEFONOS : 0

RPT\_COTIZACION\_SEGMENTADA.RPT PAGINA 1 de 1  
 USUARIO : AMOSQUERA  
 FECHA EMISION : 07/04/2015  
 HORA : 12:52:29

CLIENTE : 1004085674 AUZ KARINA	CODIGO INTERNO : 025038315C (Cotizador)
DIRECCION : OTAVALO	
SUCURSAL : 503 IBARRA 3	
VENDEDOR : ANA CRISTINA NATUTA ARIAS	TIPO DE CLIENTE : DETALLISTA
CIUDAD :	
VIGENCIA : Desde : 07/04/2015 Al: 07/04/2015	NOTA : Precios sujetos a cambios sin previo aviso

**VALOR A PAGAR POR PRODUCTOS**

ARTICULO	CANTIDAD	P. UNITARIO	SUB TOTALES
0402076003 COC. PRAGA INDUC GOB 24" INOX INDURAMA	1	1,099.49	1,099.49
		SUB TOTAL	1,099.49
		(-)DESCUENTO	419.49
		I.V.A. 12%	0.00
		VALOR FACTURA	680.00

ESTA OFERTA O PROMOCIÓN NO APLICA PARA CREDITO DIRECTO. OFERTA O PROMOCIÓN  
 VÁLIDA POR 2 DÍAS O HASTA AGOTAR EXISTENCIAS.

En Constancia de aceptar los servicios antes expuestos, firmo el presente documento.

\_\_\_\_\_  
 Firma del Cliente

**LA GANGA R.C.A. S.A.**  
 SUCURSAL IBARRA Nº 3  
 RUC 0990636436001  
 Av. Perez Guerrero 7-30