



TECNOLOGICO SUPERIOR  
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE UN  
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACION Y  
COMERCIALIZACION DE PULPA DE ARAZÁ EN EL MERCADO DE LA  
CIUDAD DE QUITO, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO  
METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Morales Caiza Marissa Fernanda

Tutor: Ing. Napoleón Castro

Quito, Abril 2015

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica y personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Marissa Fernanda Morales Caiza

CC 172178652-1

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante **Marissa Fernanda Morales Caiza** por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.- a)** El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Bancaria y Financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de **Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera** el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PULPA DE ARAZÁ EN EL MERCADO DE LA CIUDAD DE QUITO, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO", el cual incluye la creación de una empresa, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumna. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de la empresa, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del

---

APOYAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE PULPA DE ARAZÁ EN EL MERCADO DE LA CIUDAD DE QUITO, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales estudio de factibilidad descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc. El Cesionario podrá explotar el estudio de factibilidad por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del estudio de factibilidad por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del estudio de factibilidad; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del estudio de factibilidad; d) Cualquier transformación o modificación del estudio de factibilidad; e) La protección y registro en el IEPI el estudio de factibilidad a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del estudio de factibilidad; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del estudio de factibilidad que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del estudio de factibilidad a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 20 días del mes de Abril del dos mil quince.

f) \_\_\_\_\_

f) \_\_\_\_\_

Marissa Morales  
C.C. N° 1721786521  
**CEDENTE**

Instituto Superior Tecnológico Cordillera  
**CESIONARIO**

## CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Marissa Fernanda Morales Caiza alumna de la Escuela de Administración Bancaria y Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

---

CC 172178652-1

## AGRADECIMIENTO

Gracias al Ing. Napoleón Castro, por su valioso aporte profesional, paciencia y enseñanza, brindado en el transcurso de este semestre en favor a la culminación de esta carrera que después de muchas travesías voy a cumplir mi objetivo.

Gracias todos mis maestros que aportaron ideas, experiencias, y su enseñanza, ayudaron a que llegara a este fin del camino en la institución.

Quedo muy agradecida con el Instituto Tecnológico Superior "Cordillera" por su gran acogida durante este tiempo, por brindarme confort, bienestar, conocimientos adquiridos y seguridad, me despido con un gran agradeciendo eterno de la institución.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional

    Mi hija por ser mi motor de vida

    Mi hermano por su eterna inspiración

## INDICE GENERAL

### Contenido

DECLARATORIA.....	I
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL .	II
CESIÓN DE DERECHOS.....	VI
AGRADECIMIENTO .....	VII
DEDICATORIA .....	VIII
INDICE GENERAL.....	IX
INDICE DE TABLAS .....	XV
INDICE DE GRÁFICOS .....	XVII
INDICE DE FIGURAS.....	XVIII
RESUMEN EJECUTIVO .....	XIX
ABSTRACT.....	XXI
CAPITULO I.....	1
INTRODUCCIÓN .....	1
1.1 Antecedentes .....	1
1.2 Justificación.....	3
CAPITULO II .....	6
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	6
2.1 Ambiente Externo .....	6
2.1.1 Factor Económico .....	6
2.1.1.1 <i>Producto Interno Bruto (PIB)</i> .....	6
2.1.1.2 <i>Inflación</i> .....	7
2.1.1.3 <i>Tasa Activa</i> .....	9
2.1.1.4 <i>Tasa Pasiva</i> .....	10
2.1.1.5 <i>Riesgo País</i> .....	11

---

2.1.2 Factor Social.....	13
2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA) .....	13
2.1.2.2 Tasa de Desempleo .....	14
2.1.2.3 Canasta Familiar .....	16
2.1.3 Factor Legal .....	18
2.1.4 Factor Tecnológico.....	20
2.2 Entorno Local.....	20
2.2.1 Clientes.....	20
2.2.2 Proveedores .....	21
2.2.3 Competidores .....	22
2.3 Análisis Interno .....	23
2.3.1 Propuesta Estratégica .....	23
2.3.1.1 Visión .....	23
2.3.1.2 Misión.....	24
2.3.1.3 Objetivos .....	24
2.3.1.3.1 Objetivo General.....	24
2.3.1.3.2 Objetivos Específicos .....	24
2.3.1.4 Principios .....	25
2.3.1.5 Valores .....	26
2.3.2 Gestión Administrativa .....	27
2.3.2.1 Organigrama.....	27
2.3.2.1.2 Manual de funciones .....	28
2.3.2.1.3 Organigrama Funcional .....	28
2.3.3 Gestión Operativa.....	29
2.3.4 Gestión Comercial.....	30
2.3.4.1 Plan de Comercialización .....	30

---

2.3.4.1.1	<i>Producto</i> .....	30
2.3.4.1.2	<i>Precio</i> .....	32
2.3.4.1.3	<i>Plaza o Distribución</i> .....	33
2.3.4.1.4	<i>Promoción</i> .....	33
2.3.4.1.5	<i>Publicidad</i> .....	33
2.4	Análisis FODA.....	36
2.4.1	FODA.....	36
2.4.2	Análisis DAFO.....	38
CAPITULO III.....		39
ESTUDIO DE MERCADO .....		39
3.1	Análisis del consumidor.....	39
3.1.1	Determinación de la población y muestra.....	39
3.1.1.1	<i>Población</i> .....	40
3.1.1.2	<i>Muestra</i> .....	40
3.1.1.3	<i>Encuesta</i> .....	41
3.1.2	Técnicas de obtención de información.....	42
3.1.2.1	<i>Método Deductivo</i> .....	42
3.1.2.2	<i>Método Científico</i> .....	43
3.1.2.3	<i>Método Histórico</i> .....	43
3.1.2.4	<i>Método Cuantitativo</i> .....	43
3.1.2.5	<i>Método Cualitativo</i> .....	44
3.1.2.6	<i>Entrevistas</i> .....	44
3.1.3	Análisis de la información .....	44
3.2	Demanda .....	52
3.2.1	Demanda Histórica.....	52
3.2.2	Demanda Actual.....	52

---

3.2.3 Demanda Proyectada.....	54
3.3 Productos sustitutos.....	54
3.4 Oferta.....	55
3.4.1 Oferta Histórica.....	55
3.4.2 Oferta Actual.....	55
3.4.3 Oferta Proyectada.....	56
3.5 Balance oferta – demanda.....	56
3.5.1 Balance Actual.....	57
3.5.2 Balance Proyectado.....	57
CAPITULO IV.....	58
ESTUDIO TÉCNICO.....	58
4.1 Tamaño del Proyecto.....	58
4.1.1 Capacidad Instalada.....	58
4.1.2 Capacidad Óptima.....	59
4.2 Localización.....	60
4.2.1 Macro – localización.....	60
4.2.2 Micro – localización.....	61
4.2.3 Localización Óptima.....	62
4.3 Ingeniería del Producto.....	62
4.3.1 Definición del Bien y Servicio.....	62
4.3.2 Distribución de Planta.....	62
4.3.3 Proceso Productivo.....	63
<b>4.3.3.1 Recepción de Materia Prima.....</b>	<b>65</b>
<b>4.3.3.2 Selección y Clasificación.....</b>	<b>65</b>
<b>4.3.3.3 Pesado.....</b>	<b>65</b>
<b>4.3.3.4 Lavado.....</b>	<b>66</b>

4.3.3.5	<i>Enjuague</i> .....	66
4.3.3.6	<i>Pelado</i> .....	66
4.3.3.7	<i>Despulpado</i> .....	66
4.3.3.8	<i>Pasteurización</i> .....	66
4.3.3.9	<i>Envasado y Sellado</i> .....	67
4.3.3.10	<i>Enfriado</i> .....	67
4.3.3.11	<i>Almacenamiento</i> .....	67
4.3.4	Equipos para Elaboración de Pulpa Congelada .....	67
4.3.5	Maquinaria y Equipos .....	69
CAPÍTULO V .....		72
ESTUDIO FINANCIERO .....		72
5.1	Ingresos Operacionales y No Operacionales .....	72
5.1.1	Ingresos Operacionales .....	72
5.1.2	Ingresos No Operacionales .....	77
5.2	Costos .....	77
5.2.1	Costo Directo .....	78
5.2.2	Costos Indirectos .....	78
5.2.3	Gastos Administrativos .....	79
5.2.4	Gastos de Ventas .....	80
5.2.5	Costos Financieros .....	82
5.2.6	Costos Fijos y Variables .....	82
5.3	Inversiones .....	83
5.3.1	Inversión Fija .....	84
5.3.1.1	<i>Activos Fijos</i> .....	85
5.3.1.2	<i>Activos Nominales (diferidos)</i> .....	85
5.3.2	Capital de trabajo .....	85

---

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y usos de fondos .....	85
5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de depreciación) .....	86
5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación) .....	87
5.3.6 Estado de Situación Inicial .....	88
5.3.7 Estado de Resultados Proyectados .....	89
5.3.8 Flujo de Caja .....	89
5.4 Evaluación Económica.....	90
5.4.1 Tasa de descuento .....	91
5.4.2 Valor Neto Actual o VAN .....	92
5.4.3 TIR .....	92
5.4.4 Período de recuperación de la inversión (PRI) .....	93
5.4.5 Relación Costo Beneficio (RB/C).....	93
5.4.6 Punto de Equilibrio .....	94
5.4.7 Análisis de índices financieros.....	95
CAPÍTULO VI.....	100
ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	100
6.1 Impacto Ambiental.....	100
6.2 Impacto Económico .....	101
6.3 Impacto Productivo .....	101
6.4 Impacto Social.....	102
CAPÍTULO VII .....	103
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	103
7.1 Conclusiones .....	103
7.2 Recomendaciones.....	105
BIBLIOGRAFIA .....	106

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Evolución del PIB Anual en Ecuador .....	7
Tabla 2 Inflación .....	8
Tabla 3 Tasa Activa .....	9
Tabla 4 Tasa Pasiva.....	11
Tabla 5 Riesgo País.....	12
Tabla 6 Tasa de Desempleo .....	15
Tabla 7 Cuadro de Posibles Clientes.....	21
Tabla 8 Cuadro de Posibles Proveedores .....	22
Tabla 9 Cuadro de Posibles Competidores .....	23
Tabla 10 FODA.....	37
Tabla 11 Análisis DAFO.....	38
Tabla 12 PREGUNTA 1 .....	45
Tabla 13 PREGUNTA 2. ....	46
Tabla 14 PREGUNTA 3 .....	47
Tabla 15 PREGUNTA 4 .....	48
Tabla 16 PREGUNTA 5 .....	49
Tabla 17 PREGUNTA 6 .....	50
Tabla 18 PREGUNTA 7 .....	51
Tabla 19 Demanda Actual.....	53
Tabla 20 Resultados de la encuesta.....	53
Tabla 21 Cálculo de la Demanda Actual .....	54
Tabla 22 Demanda Proyectada.....	54
Tabla 23 Oferta Actual.....	56
Tabla 24 Proyección de la Oferta.....	56
Tabla 25 Balance Oferta - Demanda.....	57
Tabla 26 Cuadro de Capacidad Óptima de Infraestructura.....	59
Tabla 27 Cuadro de Distribución de Planta .....	63
Tabla 28 Maquinaria y Equipos .....	70
Tabla 29 Materia Prima Directa (MPD) .....	73
Tabla 30 Tiempos de Producción.....	73

---

Tabla 31 Producción Anual.....	74
Tabla 32 MOD (Mano de obra directa).....	74
Tabla 33 Servicios Básicos .....	75
Tabla 34 Servicios Básicos .....	75
Tabla 35 Materiales de envasado .....	75
Tabla 36 Costos Indirectos de Fabricación (CIF) .....	76
Tabla 37 Costo Unitario de Producción .....	76
Tabla 38 Ingresos Operacionales .....	76
Tabla 39 Ingresos Proyectados.....	77
Tabla 40 Costo Directo .....	78
Tabla 41 Costo Indirecto .....	78
Tabla 42 Gastos de personal .....	79
Tabla 43 Material de aseo y limpieza .....	79
Tabla 44 Suministros de oficina.....	80
Tabla 45 Otros Gastos Administrativos .....	80
Tabla 46 Gastos de Ventas.....	80
Tabla 47 Proyección de los Costos de Producción .....	81
Tabla 48 Proyección de Gastos Administrativos .....	81
Tabla 49 Proyección de Gastos de Ventas .....	82
Tabla 50 Costos Fijos y Variables .....	83
Tabla 51 Inversiones .....	84
Tabla 52 Tabla de Amortización.....	86
Tabla 53 Amortización del diferido .....	87
Tabla 54 Depreciaciones .....	87
Tabla 55 Estado de Situación Inicial.....	88
Tabla 56 Estado de Resultados Proyectado .....	89
Tabla 57 Flujo de Caja .....	90
Tabla 58 Tasa de Descuento .....	91
Tabla 59 Cálculo del VAN.....	92
Tabla 60 Tasa Interna de Rendimiento .....	93

---

## INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tasa de Crecimiento .....	7
Gráfico 2 Población Económicamente Activa (PEA) .....	13
Gráfico 3 Tasa de Participación en la PEA .....	14
Gráfico 4 Tasa de Desempleo .....	16
Gráfico 5 Posibles Clientes .....	21
Gráfico 6 PREGUNTA 1 .....	45
Gráfico 7 PREGUNTA 2 .....	46
Gráfico 8 PREGUNTA 3 .....	47
Gráfico 9 PREGUNTA 4 .....	48
Gráfico 10 PREGUNTA 5 .....	49
Gráfico 11 PREGUNTA 6 .....	50
Gráfico 12 PREGUNTA 7 .....	51

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Canasta Familiar .....	17
Figura 2 Canasta Familiar por regiones y ciudades .....	17
Figura 3 Organigrama estructural .....	28
Figura 4 Organigrama funcional .....	29
Figura 5 Logotipo.....	31
Figura 6 Publicidad Camiseta .....	34
Figura 7 Publicidad gorro.....	34
Figura 8 Publicidad .....	35
Figura 9 Publicidad .....	35
Figura 10 Tarjetas de información .....	36
Figura 11 Macro - localización .....	60
Figura 12 Proceso Productivo .....	64
Figura 13 Maquina Despulpadora.....	68
Figura 14 Maquina Selladora .....	68
Figura 15 Intercambiador de Calor de Tubo .....	69
Figura 16 Equipos de Refrigeración marca Whirlpool .....	69
Figura 17 Balanza Electrónicas Digital De 500 Kilos .....	69

---

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto va dirigido con toda la responsabilidad, conocimiento y creatividad, con el fin de la creación de la empresa dedicada a la elaboración y comercialización de pulpa de Arazá, con el apoyo de mi tutor, docentes y principalmente el Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

El arazá es una fruta fácil de producir y cosechar en el Ecuador ya que goza de grandes zonas tropicales y húmedas apropiadas para esta finalidad. De esta manera, se podría incentivar la producción de Arazá para lograr un buen abastecimiento para la elaboración de pulpa de Arazá.

Para cumplir con los objetivos en la empresa, se utilizaron dos tipos de investigación. En primer lugar, se investigó y analizó los distintos sectores del mercado nacional que influyen en la elaboración de conservas. El segundo tipo de investigación determinó la segmentación del mercado donde se comercializará la pulpa de Arazá, teniendo en cuenta factores tales como: satisfacción del cliente, calidad del producto, precio, plaza y comodidad para su hogar en la salud de las familias.

Mediante la investigación realizada va dirigida al apoyo a la matriz productiva, para el desarrollo del país dentro de las Industrias de Producción, y la Agricultura, del cual se tiende a elaborar la pulpa de fruta Arazá directamente cosechadas en nuestro país, y ser comercializada a nivel nacional, consumir un producto con la marca, Hecho en Ecuador.

Apoyar al cambio de la matriz productiva, también se tiende a colaborar, brindando bienestar en la familias, principalmente en la economía, donde pueda solventar a su hogar y a la educación de los niños.

Mediante la investigación se enriqueció en conocimiento, ya que gracias al Arazá, se puede elaborar muchos productos tales como, concentras, perfumes, mermeladas, vinos, etc.

El proyecto va dirigido directamente, al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, como inicio de la actividad económica, hasta cumplir con los objetivos propuestos, que es posicionar la marca en los mercados locales, y la imagen en la mente del consumidor final.

A través del Estudio Financiero se determinó que el proyecto es factible, proyectado a un nivel de producción de 101.376 unidades de pulpas de Arazá elaboradas anualmente, con una inversión de Capital Propio del 36.52% y Capital Financiado del 63.48% percibiendo ingresos anuales de \$180.293.76 dólares americanos con una utilidad del 60%.

---

## ABSTRACT

This project targets all the responsibility, knowledge and creativity, to create a company dedicated to the development and commercialization of pulp Arazá, with the support of my tutor, teachers and especially the Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

The Arazá is easy to produce and harvest fruit in Ecuador and enjoying appropriate for this purpose large tropical and humid areas. Thus, it could encourage the production of Arazá for a good supply for the production of pulp Arazá.

To meet the objectives in the company, two types of research are used. First, we investigated and analyzed the different sectors of the domestic market influencing canning. The second type of investigation established market segmentation where pulp Arazá be sold, taking into account factors such as customer satisfaction, product quality, price, place and comfort to your home on the health of families.

Through research conducted is directed to support productive matrix to the country's development within Industries Production and Agriculture, which tends to produce fruit pulp Arazá directly harvested in our country, and to be marketed nationally, consuming a product with the brand, Made in Ecuador.

You support the change of the productive matrix, also you tend to collaborate, providing welfare to the families, mainly in the economy, where it can afford a home and education of children.

Through research was enriched in knowledge, and thanks to Arazá, you can produce many products such as you concentrate, perfumes, jams, wines, etc.

The project is aimed directly north of the Metropolitan District of Quito, as the beginning of economic activity, to achieve the proposed objectives, which is to position the brand in local markets, and the image in the mind of the consumer.

Through the Financial Study determined that the project is feasible, projected to a production level of 101,376 units pulps Arazá produced annually, with an investment of Equity of 36.52% and Financing Capital of 63.48% receiving annual revenue of \$ 180,293. 76 USD, with a profit of 60%.



## CAPITULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1 Antecedentes

La especie *Eugenia stipitata* fue clasificada en 1956 por R. Mc Vaugh, quien tuvo algunas dudas en cuanto a la posición sistemática de la especie dentro del género. En base a las características de dos diferentes sub-categorías, el ovario tetralocular y la disposición alineada de los óvulos en cada lóculo, sugerían la sub-categoría *Pimentinae*.

Considerando que las semillas poseían una estructura eugenoide, sin embargo, eran relativamente más numerosas de lo que comúnmente se encuentra en la sub-categoría *Eugeniinae*.

La clasificación botánica establecida fue la siguiente: Reino Plantae; División Magnoliophyta (Angiospermae); Clase Magnoliopsida (Dicotyledoneae); Subclase Rosidae (Archichlamydeae); Orden Myrtales (Myrtiflorae); Familia Myrtaceae; Género *Eugenia*; Especie *E. stipitata*.

Actualmente la colección de frutales está formada por cuarenta y cinco especies, una de ellas está el Arazá identificado como *Eugenia Stipitata*. (Notas Preliminares sobre el Arazá frutal Nativo de la Amazonia Peruana , 1981)

El Arazá es un frutal nativo de la Amazonía Peruana, existe en estado silvestre en muchas partes del departamento de Loreto, observándose plantas hasta 10 metros de altura, en la cuenca del río Ucayali en áreas próximas a la provincia de Requena.

Según: "La subespecie sororia ha sido más difundida que la subespecie stipitata, siendo cultivada desde hace mucho tiempo en el Perú, Brasil, Ecuador, Colombia, Bolivia y recientemente en Costa Rica. El cultivo de la subespecie stipitata permanece restringido al Perú". (Amazónica, 1981, pág. 16)

En la Amazonía Ecuatoriana existe una enorme variedad de especies frutícolas nativas de gran potencial que, si se explotan racionalmente, podrían contribuir al desarrollo del país. Entre las frutícolas regionales, el arazá (*Eugenia stipitata*) despierta cierto interés por las cualidades organolépticas del fruto y por el índice de producción de la planta.

Es un árbol de 12-15 m de altura y follaje disperso. La floración y las ramas nuevas presentan abundante pubesidad, distribuida uniformemente, la cara inferior de las hojas presenta pelos duros de 0,5 mm de largo.

El fruto es una baya esférica achatada, que mide 3-5 cm de largo y 4-7 cm de diámetro, pesa entre 20-50 g; el epicarpio es áspero y pubescente; la pulpa es poco aromática y ácida. Las semillas son numerosas. (Amazónica, 1981)

Su fruto succulento posee un aroma y sabor agradable, pudiendo ser consumido en forma de refresco, dulce, néctar, jalea, licor, yogurt, etc. Otra forma de

aprovechamiento para la industria de procesamiento de frutas es por medio de la deshidratación. En función del aroma, sabor y principalmente del alto rendimiento en pulpa lo consideran ideal para componer jugos con otras frutas. Además de esto, debido al aroma distinto que el fruto presenta, relatan la posibilidad de su utilización en la industria de perfumes.

El arazá es una especie adaptada a suelos de baja fertilidad, así como a las variaciones climáticas del trópico húmedo amazónico. En función de la precocidad, frecuencia y gran volumen de producción de la planta, asociados al sabor característico y agradable de la pulpa del fruto, el arazá destaca como una de las especies nativas de la Amazonía de gran potencial, con perspectivas al desarrollo agroindustrial. La planta produce durante todo el año, dependiendo del manejo de la plantación, se vislumbra la posibilidad de generar trabajo y renta continuamente en el campo, sin el problema de estacionalidad, común en diversos cultivos.

(Amazonica, 1981)

## **1.2 Justificación**

El presente proyecto tiene como enfoque brindar un producto 100% natural de pulpa de fruta congelada al consumidor final, logrando satisfacer sus necesidades ofreciendo un producto con un nivel vitamínico y nutritivo para el consumo del hogar.

En la actualidad se ha ido diversificando la gama de sabores de pulpa de fruta congelada en el país, esta ventaja brindan la oportunidad de dar a conocer y ofertar un nuevo producto (Pulpa de Arazá) al mercado local.

El sector productivo aprovecha las ventajas competitivas de los productos cuando desarrollan un proceso de elaboración, lo que favorece la ventaja para conocer el precio del producto terminado.

Mediante el estudio de factibilidad se demostrará la viabilidad de producir y comercializar el producto (Pulpa de Arazá), e incrementar la gama de productos de consumo final que comercializa el Ecuador, aumentando los ingresos para el desarrollo del país a través de los indicadores económicos (PIB), generando nuevas fuentes de empleo, incentivando al sector agrícola para su aumento de diversos cultivos y así crear pequeñas y medianas industrias que proveen del producto para su comercialización apoyando al desarrollo del país y así apoyar al cambio de la Matriz Productiva, innovando a través de la tecnología y el conocimiento para aportar en la industrialización del país.

Según el Vicepresidente de la República del Ecuador Jorge Glas.: "El gran desafío de las industrias básicas e intermedias es elevar el nivel de industrialización del Ecuador del 13% respecto al PIB a una cifra por encima del 20%. Ahí, el Ecuador podrá decir que tiene una economía dependiente de la industrialización", (Molina, 2014).

---

Ecuador es un país afortunado de tener una gran variedad de clima, suelos y agua, una gran riqueza de vegetación que brindan productos de un buen potencial.

(Soriano, 2006)

---

## CAPITULO II

### ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.1 Ambiente Externo

En el ambiente externo son aquellos factores que pueden influir en las organizaciones de manera directa o indirecta con el fin de llegar al cumplimiento de los objetivos propuestos de la empresa. (Barrio, 2011)

##### 2.1.1 Factor Económico

Dentro de los factores económicos se juntó analizar la situación económica del país ya que existen cambios económicos que pueden generar oportunidades o amenazas, así obtener una buena administración de empresa.

##### 2.1.1.1 *Producto Interno Bruto (PIB)*

El Producto Bruto Interno (PBI), es la medida estadística que cualifica el valor total de todos los bienes y servicios producidos dentro de los límites geográficos de la economía en un período específico de tiempo. (Arenas, 2003)

**Tabla 1 Evolución del PIB Anual en Ecuador**

Fecha	PIB Mill. €	Var. Anual
2013	70.584	4,6%
2012	68.159	5,1%
2011	56.976	7,8%
2010	52.42	3,5%
2009	44.888	0,6%
2008	41.967	6,4%
2007	37.215	2,2%
2006	37.273	4,4%
2005	33.319	5,3%
2004	29.431	8,2%
2003	28.681	2,7%
2002	30.229	4,1%
2001	27.32	4,0%
2000	19.834	1,1%
1999	18.415	-4,7%



Elaborado por: Marissa Morales

## Análisis

El Producto Interno Bruto de Ecuador en 2013 ha crecido un 4,6%. Este análisis ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la economía del país.

### 2.1.1.2 Inflación

La inflación mide el porcentaje de variación del nivel de precios de la economía, para calcular la tasa de inflación, se usó el índice de precios, que mide el nivel

general de precios con relación a un año base, por lo cual la tasa de inflación se calcula como el coeficiente de variación porcentual del índice de precios de un periodo determinado.

El índice de precios más común es el ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC), que mide los precios al menudeo de una canasta básica fija de varios miles de bienes y servicios que compran las familias. (Arenas, 2003).

**Tabla 2 Inflación**

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %
Abril-30-2013	3.03 %
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %

**Fuente: Banco Central del Ecuador**  
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

## Análisis

De acuerdo a los porcentajes dados hasta el mes de Diciembre 2014 se ha reducido a un 3.67%, que se puede considerar una amenaza ya que en la producción y comercialización de productos de pulpa de fruta congelados, vendría a disminuir los costos, del cual afectaría mucho en la situación económica a la empresa que recién se estaría iniciando sus actividades.

### 2.1.1.3 Tasa Activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central del Ecuador, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

**Tabla 3 Tasa Activa**

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

## **Análisis**

La tasa activa ha demostrado que no ha variado desde diciembre del 2013, ya que el porcentaje de interés se mantiene en el 8.17%, el mismo que genera una oportunidad para el desarrollo de la empresa, en las instituciones bancaria ofertan a una tabla de interés estable dentro de la economía del país, para lo cual se tiene la accesibilidad de realizar un crédito.

### ***2.1.1.4 Tasa Pasiva***

La tasa pasiva es el valor a la que se remuneran a los depositantes de fondos por prestar su dinero a las instituciones financieras y al igual que la tasa activa dependen de varios factores: tipo de depósito, monto, plazo. En este caso, si el cliente de una institución financiera desee realizar un préstamo a plazo fijo, se le pagaría los intereses referenciados a la tasa pasiva. Al realizar el plazo fijo, el depositante entrega al banco una cantidad de dinero determinada, también puede hacer efectiva la entrega de título valor. Ya sean públicas o privadas, por un plazo determinado. Por su parte la institución financiera o banco emitirá un "certificado de depósito a plazo fijo" que certificara la operación y que recibirá el depositante de los fondos.

**Tabla 4 Tasa Pasiva**

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

### **Análisis**

La tasa pasiva en el Ecuador genera una amenaza por el simple hecho que representa un nivel de interés bajo del 5.07%, el mismo que las instituciones financieras deben pagar por el dinero invertido dentro de la institución.

#### ***2.1.1.5 Riesgo País***

El riesgo país trata de medir la probabilidad de que un país sea incapaz de cumplir con sus obligaciones financieras en materia de deuda externa esto puede ocurrir por repudio de deudas, atrasos, moratorias, renegociaciones forzadas, o por atrasos técnicos. (Lindao, Erazo & Gonzales, 2000 pág.8).

**Tabla 5 Riesgo País**

FECHA	VALOR
Enero-15-2015	569.00
Enero-14-2015	569.00
Enero-13-2015	569.00
Enero-12-2015	569.00
Enero-11-2015	569.00
Enero-10-2015	569.00
Enero-09-2015	569.00
Enero-08-2015	569.00
Enero-07-2015	569.00
Enero-06-2015	569.00
Enero-05-2015	569.00
Enero-04-2015	569.00
Enero-03-2015	569.00
Enero-02-2015	569.00
Enero-01-2015	569.00
Diciembre-31-2014	569.00
Diciembre-30-2014	569.00
Diciembre-29-2014	569.00
Diciembre-28-2014	569.00
Diciembre-27-2014	569.00
Diciembre-26-2014	569.00
Diciembre-25-2014	569.00
Diciembre-24-2014	569.00
Diciembre-23-2014	569.00
Diciembre-22-2014	569.00
Diciembre-21-2014	569.00
Diciembre-20-2014	569.00
Diciembre-19-2014	569.00
Diciembre-18-2014	569.00
Diciembre-17-2014	569.00

**Fuente: Banco Central del Ecuador**

**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**

### **Análisis**

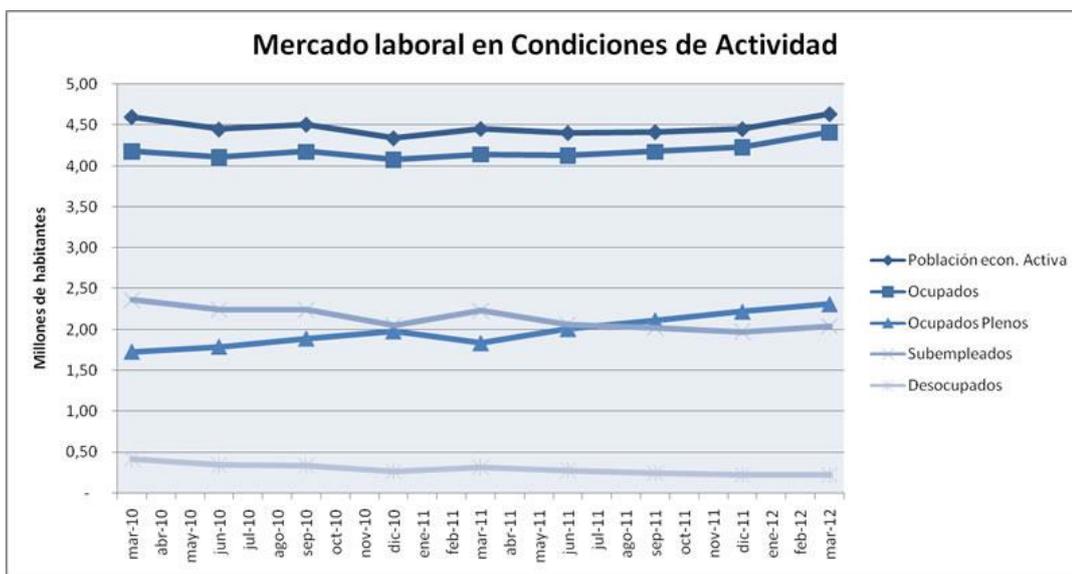
El Riesgo país del análisis se puede identificar que es una amenaza, el Estado mantiene financiamientos con otros países, y podría afectar a la empresa el no poder cubrir la deuda externa, el Estado conjuntamente con la Asamblea Nacional aumentarían el valor de Impuestos a pagar.

## 2.1.2 Factor Social

### 2.1.2.1 Población Económicamente Activa (PEA)

Corresponde a la fuerza laboral efectiva del país, al estar constituida por las personas en edad de trabajar (PET), es decir, corresponde a los individuos que participan del mercado de trabajo, ya sea que hayan encontrado un empleo o no.

La PEA está compuesta por ocupados y desempleados, por tanto no debe interpretarse como la tasa de ocupación o desempleo; así mismo no provee información sobre la calidad del trabajo generado en la economía, ni la capacidad de la misma para generar puestos de trabajo.



**Gráfico 2 Población Económicamente Activa (PEA)**  
Elaborado por: Marissa Morales



Elaboración propia con datos de CONAPO

**Gráfico 3 Tasa de Participación en la PEA**  
Elaborado por: Marissa Morales

### Análisis

La Población Económicamente Activa del cual mide la cantidad de personas que están interesadas en participar activamente en el mercado de trabajo ya sea que estén ocupando un lugar de trabajo, estén buscando, pero que están prestos a realizar cualquier actividad.

#### *2.1.2.2 Tasa de Desempleo*

La tasa de desempleo es el porcentaje de la mano de obra que no está empleada y que buscan actualmente una ocupación, como proporción de la fuerza de trabajo total.

También está relacionada con las fluctuaciones del ciclo económico, las caídas en la producción se relacionan con incrementos del desempleo, los aumentos están

ligados con una declinación de la tasa de desempleo, cuando el desempleo se encuentra en su tasa natural, se dice que la economía está funcionando en pleno empleo. (Arenas, 2003).

**Tabla 6 Tasa de Desempleo**

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2014	4.54 %
Septiembre-30-2014	4.65 %
Junio-30-2014	5.71 %
Marzo-31-2014	5.60 %
Diciembre-31-2013	4.86 %
Septiembre-30-2013	4.55 %
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %
Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %

**Fuente: Banco Central del Ecuador**  
**Elaborado por: Banco Central del Ecuador**



**Gráfico 4 Tasa de Desempleo**  
**Elaborado por: Marissa Morales**

### **Análisis**

De acuerdo a las cifras dadas hasta el mes de diciembre del 2014, con un porcentaje del 4.54% indica, que la tasa de desempleo está disminuyendo, del cual es favorable para el país, y también esta empresa estaría enfocada en la contratación de personal, ayudaría al desarrollo del país y así fortaleciendo la disminución de la tasa de desempleo.

#### **2.1.2.3 Canasta Familiar**

La Canasta Familiar es un conjunto de consumo final de bienes y servicios de los hogares de estratos de ingreso: alto, medio y bajo, residentes en el área urbana del país. Cada año incrementa el porcentaje del valor de la canasta familiar en los productos de primera necesidad.

### Cifras de enero



**Figura 1 Canasta Familiar**

### Canastas analíticas: Nacional, regiones y ciudades



**Figura 2 Canasta Familiar por regiones y ciudades**

### Análisis

El INEC destacó que el costo de la canasta familiar básica de productos, mide las variaciones de precio- se ubicó en enero en **628,27 dólares**, mientras que el ingreso promedio familiar (familias con 1,6 perceptores de ingresos) llegó a 634,67 dólares, del cual el ingreso básico percibidos de las personas de la población no logra cubrir por el número de personas en un hogar.

### 2.1.3 Factor Legal

A continuación los siguientes requisitos para realizar la actividad económica.

#### SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS VALORES Y SEGUROS

1. Solicitud de aprobación de la constitución
2. Minuta de la Superintendencia
3. Copia del nombramiento del representante legal de la organización.
4. Copias notariadas del depósito bancario y apertura de la cuenta de integración de capital.

#### SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

1. Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

#### MUNICIPIO DE QUITO

Obtención de la patente municipal dentro de los 30 días subsiguiente al último día del mes en que se inicie las actividades de la empresa y debe ser renovado cada año.

Proceso:

1. Inscripción en la Jefatura Municipal de Rentas.
2. Cancelación de impuestos de Patente anual para la inscripción.
3. Cancelación del impuesto de Patente mensual para el ejercicio.

Requisitos:

1. Inscripción de la patente.
2. Presentación del Ruc original y copia.
3. Copia de papeleta de votación.
4. Copia de la carta del Impuesto Predial, del lugar donde funciona el negocio.

Obtención de la patente por primera vez:

1. Presentación del formulario de la declaración del RUC.

2. Presentación de la Planilla de mejoras emitida por el departamento de Salud o control sanitario.

## MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Obtención del Requisito Sanitario.

### Requisitos:

1. Solicitud dirigida general de salud, individual para cada producto sujeto a Registro sanitario.
2. Permiso de funcionamiento, actualización y otorgado por la autoridad de salud.
3. Certificación otorgada por la autoridad de la salud competente que el establecimiento cumple con los requerimientos técnicos necesarios.
4. Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo a utilizarse.
5. Certificación del análisis de control de calidad de productos con firma del responsable.
6. Interpretación del código del lote con firma del responsable, una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones especialmente iguales.
7. Pago de la tasa por el análisis de control de calidad, previo a la emisión del Registro Sanitario.
8. Documentación que prueben la constitución, existencia y representación legal de la entidad solicitante.

## REGISTRO MERCANTIL

1. Escritura de constitución de la empresa, original y copia.
2. Nombramiento del representante legal, original y copia.

## CUERPO DE BOMBEROS

1. Presentar solicitud de Permiso del Municipio.
2. Copia de factura de compra de extintores o de recarga de estos a nombre del propietario.
3. Inspección de las instalaciones de seguridad contra incendios por parte de un inspector designado por el cuerpo de bomberos.
4. Cumplir con las condiciones dadas por el inspector para emitir el permiso de funcionamiento.

#### **2.1.4 Factor Tecnológico**

Es el nivel de los avances científicos y tecnológicos en la sociedad, incluyendo la base física (plantas, equipo, servicios) y la base tecnológica de conocimientos.

(Rodríguez, 2002, pág.4).

### **2.2 Entorno Local**

El entorno local es el conjunto de factores y circunstancias que afectan a una empresa u organización de la misma actividad económica. Teniendo en cuenta sus principales factores como son: los clientes o consumidores, proveedores y competidores.

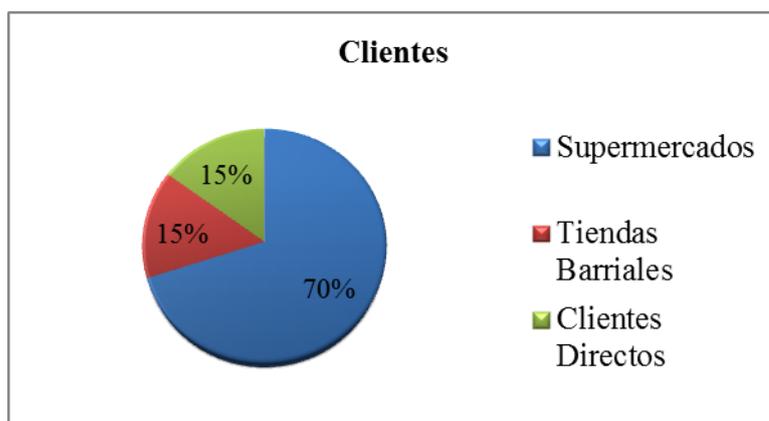
#### **2.2.1 Clientes**

Son conocidos como los compradores o personas que adquieren los bienes o servicios que ofrece una organización. Los clientes son quizá las variables directas de mayor importancia para las organizaciones, ya que la mayoría de ellas debe detectar los cambios en las preferencias de los consumidores. (Barrio, 2011 pág.3)

**Tabla 7 Cuadro de Posibles Clientes**

CLIENTE	SECTOR	TELÉFONO	% DE VENTAS
Supermercados	Norte	022-345-635	70%
Tiendas Barriales	Norte	022-367-987	15%
Clientes Directos	Norte		15%

Elaborado por: Marissa Morales



**Gráfico 5 Posibles Clientes**  
Elaborado por: Marissa Morales

### 2.2.2 Proveedores

Son todas aquellas organizaciones, personas o agentes que facilitan los insumos necesarios para que una empresa produzca su bien o servicio. Estos insumos o recursos adquiridos afectan de manera directa la calidad, costo y plazo de entrega para cualquier bien o servicio. Los principales insumos que el proveedor ofrece al comprador pueden ser préstamos monetarios, equipos, servicios, materiales o energía necesaria para que instalaciones funcionen adecuadamente. (Barrio, 2011 pág. 4).

**Tabla 8 Cuadro de Posibles Proveedores**

PROVEEDOR	TELÉFONO	DESCRIP.PRODUCTO	DESCUENTO	CRÉDITO
<b>Distribuidor</b>	023-456-890	Filtros	10%	30 días
<b>Ing. Jácome</b>		Cuchillas		
		Termómetros		
<b>Flexiplast</b>	022-589-656	Fundas para empaque	5% Compra al por mayor	30 días
<b>Polit Álvarez</b>	022-356-445	Suministros de Oficina	5%	30 ías

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 2.2.3 Competidores

Son aquellas organizaciones que producen y comercializan bienes o servicios, con las cuales una empresa compite por la obtención de clientes y consumidores. Los competidores se pueden presentar en dos formas principalmente:

- Organizaciones que producen o fabrican bienes o servicios similares a los que ofrece otra empresa.
- Organizaciones distintas que pueden influir en los intereses del cliente para modificar sus intenciones de compra. (Barrio, 2011 pág.4).

**Tabla 9 Cuadro de Posibles Competidores**

<b>Empresas</b>	<b>Descripción</b>
<b>Jugos Yucho</b>	Producen Pulpa de fruta
<b>Pacose</b>	Producen Pulpa de fruta
<b>María Morena</b>	Producen Pulpa de fruta
<b>La Jugosa</b>	Producen Pulpa de fruta

**Elaborado por: Marissa Morales**

## **2.3 Análisis Interno**

### **2.3.1 Propuesta Estratégica**

La Propuesta estratégica es mejorar y mantener los cultivos de la fruta el arazá para obtener los productos de calidad para el proceso de elaboración, capacitando con un adecuado manejo de las plantas. Para así lograr,

- Alcanzar los niveles de ventas más altos de la cadena de distribución de productos de pulpas de fruta congelados.
- Posesionar la marca a nivel nacional ofreciendo un producto de calidad y un excelente y eficaz servicio.
- Brindar un salario digno para las personas que presten los servicios dentro de la Microempresa.

#### **2.3.1.1 Visión**

Ser la Microempresa líder en producción y comercialización de productos de pulpa de fruta congelados en el mercado local.

### ***2.3.1.2 Misión***

Producir la mejor Pulpa de Arazá en el Ecuador, procurando la satisfacción de nuestros colaboradores y clientes en armonía con la naturaleza.

### ***2.3.1.3 Objetivos***

El objetivo se basa en plantear la idea para impulsar el desarrollo de la empresa, lograr cumplirla a mediano y corto plazo.

#### ***2.3.1.3.1 Objetivo General***

Producir y comercializar, diversos sabores de fruta, en especial la pulpa de fruta de Arazá en el mercado local, y siempre pensando en el servicio del cliente.

#### ***2.3.1.3.2 Objetivos Específicos***

- Analizar el nivel de producción de la fruta exótica, el Arazá.
- Identificar los canales de distribución de productos de fruta congelados.
- Selección de la marca del producto que se va a posesionar dentro del mercado local.
- Diseñar y seleccionar el empaque del producto que se va a distribuir.
- Planificar estrategias de marketing (publicidad en página web, ofertar descuentos mediante presentación de trípticos, publicidad en centros comerciales, ofrecer camisetas, gorras), para alcanzar un buen nivel de ventas.

---

### **2.3.1.4 Principios**

#### **Puntualidad**

A través de la puntualidad refleja la imagen de cada persona, del cual es un principio muy importante para la empresa, estar a la hora indicada en cualquier actividad que realice dentro de la empresa.

#### **Eficiencia**

Optimizar tiempo y recursos, obteniendo un excelente trabajo de calidad.

#### **Responsabilidad**

Depende de uno mismo, identificarse como persona, y así obtener su propia imagen personal.

#### **Integridad**

Ser personas íntegras es decir, personas con valores, con ética que sean capaces de mantener un prestigio dentro y fuera de la empresa.

#### **Fidelidad**

Ser leal con la empresa, no hurtar, no desprestigiar a los que les brindan la mano, cumplir con la palabra dada.

#### **Lealtad**

La lealtad es una virtud que se desarrolla en nuestra conciencia.

---

### **Perseverancia.**

Es auto proponerse los objetivos propuestos para llegar a cumplirlos a corto plazo, llevándola a una satisfacción plena. Tener un espíritu ganador.

### **Liderazgo**

Es el coraje de forjar un futuro mejor, ser un guía dentro de una empresa, liderar tu propia vida, para así saber liderar un grupo de personas.

### **Compromiso**

Llevar a cabo el propio compromiso de vida, que va a lograr cumplir, anteponerse objetivos para la satisfacción propia.

#### *2.3.1.5 Valores*

### **Respeto Mutuo**

Tener respeto con los compañeros, directivos, clientes, con el país, con las creencias y culturas de distintas razas, valorar la sabiduría y la experiencia de las personas que alrededor de cada uno.

### **Humildad**

Ser Cortez, amable con las personas, admitir los errores, saber asumir los propios errores para que no afecten a otras personas.

### **Autosuficiencia**

Ser responsable en las diversas actividades asignadas, ser independiente y lo más primordial ser seguro de sí mismo.

---

## **Bondad**

Ser generoso con las personas que lo necesitan, saber perdonar a quien haya ofendido, ser solidario, y vivir en armonía.

## **Amor**

Tener amor por la vida, por la paz y armonía, por el medio ambiente.

## **Honestidad**

Lograr la confiabilidad de las personas, decir siempre la verdad y ante todo ser sincero en los hechos dados.

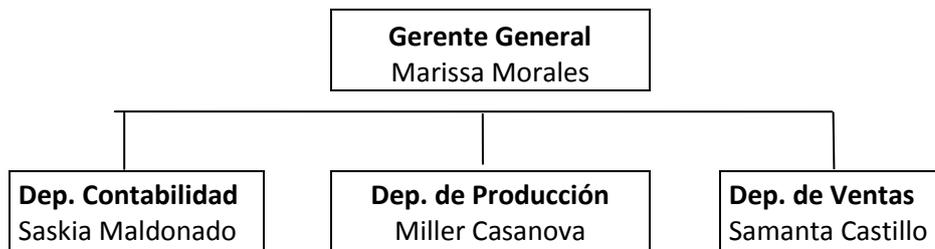
### **2.3.2 Gestión Administrativa**

Es el conjunto de las actividades o funciones internas de la empresa que son indispensables para su funcionamiento y, por supuesto, para la consecución de sus objetivos. (Palomo, 2012).

#### ***2.3.2.1 Organigrama***

Los organigramas son las representaciones graficas de la estructura orgánica de una organización o empresa, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, a través de sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría. (Palomo, 2012).

### 2.3.2.1.1 Organigrama estructural



**Figura 3 Organigrama estructural**  
Elaborado por: Marissa Morales

### 2.3.2.1.2 Manual de funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas y normas que tendrán que basarse mediante la responsabilidad, obligaciones que cada uno de los cargos lo requiere. (Palomo, 2012).

### 2.3.2.1.3 Organigrama Funcional

Se define como una representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general. (Palomo, 2012).

### Organigrama funcional

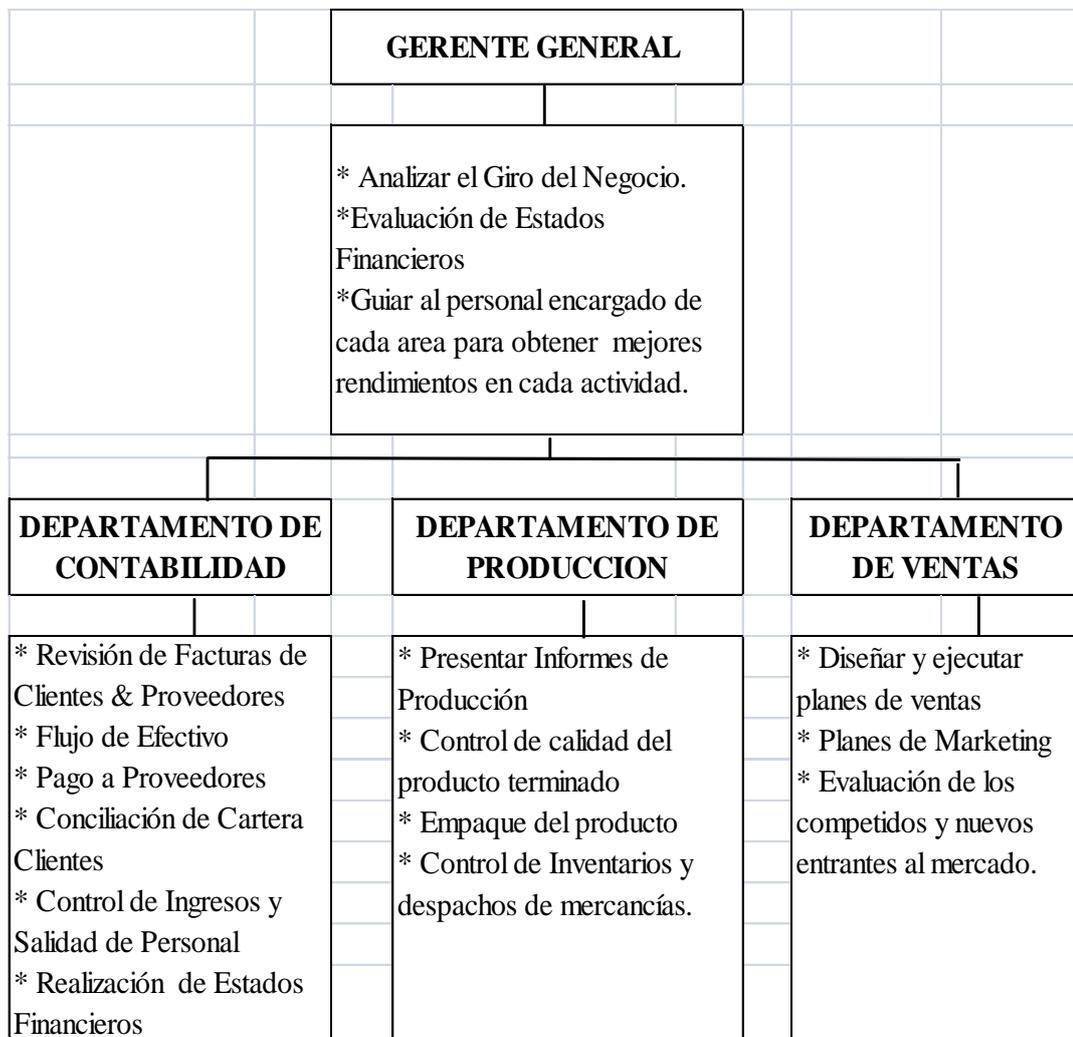


Figura 4 Organigrama funcional  
Elaborado por: Marisa Morales

### 2.3.3 Gestión Operativa

Son las que permiten ejecutar el trabajo día a día. Cualquier miembro del equipo de trabajo puede adoptar materiales o componentes de entre los habituales, la

convocatoria de reuniones internas informales, o el intercambio de información técnica decisiones operativas (Gonzalo, 2012).

### **2.3.4 Gestión Comercial**

La gestión comercial es una de las tradicionales áreas funcionales de la gestión, que se ajustan a la ejecución de tareas de ámbito de ventas y marketing, determinando las principales amenazas y oportunidades que se presentan a la organización y a fin de determinar sus fortalezas y debilidades (Núñez, 2012).

#### ***2.3.4.1 Plan de Comercialización***

La empresa debe poner mayor énfasis en su incursión en el mercado, ya que esto depende el éxito de la misma. Es importante también que para posicionar el producto de Pulpa de Arazá Congelada en la mente de los consumidores, es necesario establecer estrategias que permitan a la empresa entrar en el mercado y mantenerse.

##### ***2.3.4.1.1 Producto***

En la mercadotecnia un producto es todo aquello tangible o intangible (bien o servicio) que ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

Respecto al producto que la empresa ofrece al cliente se incluyó el desarrollo específico de marca, características del empaque, etiquetado, entre otras. Se presenta a continuación el producto que ofrece la empresa.

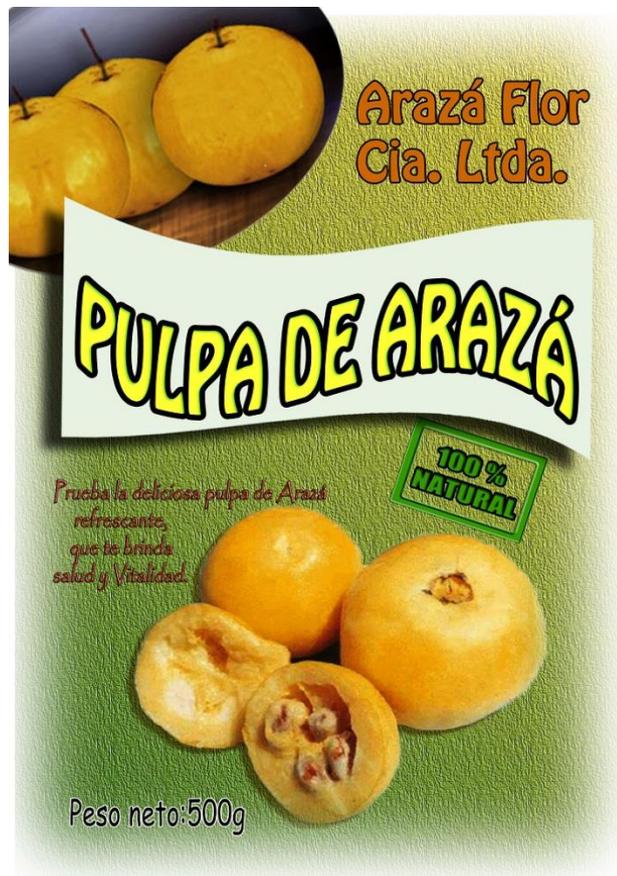


Figura 5 Logotipo  
Elaborado por: Marissa Morales

## ESTRATEGIAS DEL PRODUCTO

**Marca:** Será el elemento clave que permitirá a nuestros clientes saber con exactitud que producto están adquiriendo, identificando con rapidez, tomando decisiones y facilitando ágilmente la compra del mismo, consciente que está adquiriendo un producto de calidad.

**Logo:** Será la imagen que implementaremos en cada una de las publicidades para que el cliente pueda tener facilidad de identificar al producto.

**Empaque:** El producto es empacado en funda de polietileno en presentación de 500 gramos donde da protección al producto y sirve para incentivar el deseo de compra.

**Almacenamiento y Vida Útil:** Para que el producto se conserve en óptimas condiciones se debe tener en cuenta las maneras de refrigeración adecuadas para garantizar su vida útil.

**Slogan:** El producto y su slogan es la frase que apoya y refuerza nuestra marca, resaltando la característica y el valor de la misma

Nuestro Slogan es:

**Prueba la deliciosa Pulpa de Arazá refrescante que te brinda Salud y Vitalidad.**

#### *2.3.4.1.2 Precio*

Es el monto de intercambio a la transacción. Para fijar el precio del producto se consideran los precios de la competencia, el posicionamiento deseado y los requerimientos de la empresa.

Para la empresa Arazá Flor, es importante que el precio sea fijado basándose en la competencia, costos para la producción del proyecto y sobre todo el resultado de las encuestas que indica, cuanto estaría dispuesto a pagar el posible consumidor.

#### *2.3.4.1.3 Plaza o Distribución*

La plaza o distribución persigue colocar de la forma más eficiente posible el producto o servicio al alcance de los consumidores o usuarios con el fin de tener mayor oportunidad en adquirirlo.

El producto será comercializado y distribuido al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, a través de las diferentes cadenas de Supermercados tales como: Supermaxi, Megamaxi y Santa María para mayor comodidad y un mayor alcance de los consumidores.

#### *2.3.4.1.4 Promoción*

La promoción es un intento de influir en el público, es el elemento del Mix del Marketing que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia del producto y su venta.

#### *2.3.4.1.5 Publicidad*

La publicidad es una de las variables más importantes del marketing mix ya que por medio de ella podemos posicionar la marca del producto en la mente del consumidor, haciendo más fácil al momento de su adquisición.

La publicidad aquerida para dar a conocer más el producto es la siguiente:



Figura 6 Publicidad Camiseta  
Elaborado por: Marissa Morales



Figura 7 Publicidad gorro  
Elaborado por: Marissa Morales

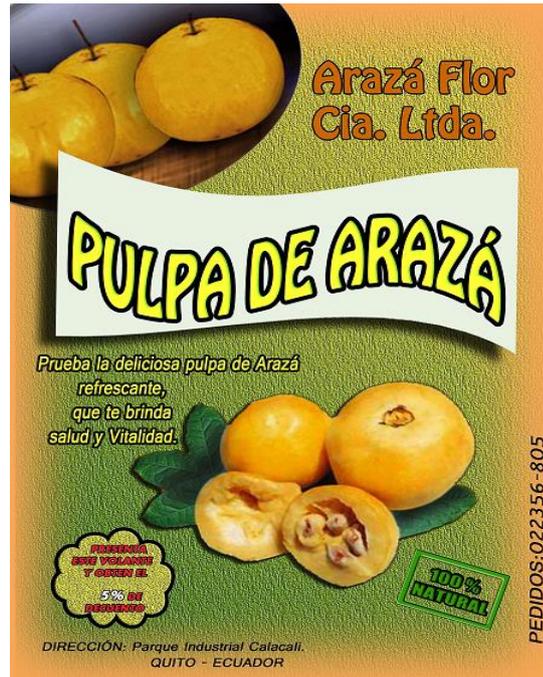


Figura 8 Publicidad  
Elaborado por: Marissa Morales



Figura 9 Publicidad  
Elaborado por: Marissa Morales



Figura 10 Tarjetas de información  
**Elaborado por: Marissa Morales**

## 2.4 Análisis FODA

El análisis FODA tiene como finalidad, dar a conocer las oportunidades y amenazas dentro del mercado competitivo en la elaboración y comercialización de la Pulpa de Arazá congelada.

### 2.4.1 FODA

Se puede definir como una herramienta de análisis estratégico, que permite analizar elementos internos de la empresa y por lo tanto controlables, tales como fortalezas y debilidades, además de factores externos a la misma y por lo tanto no controlables, tales como oportunidades y amenazas.

## Tabla 10 FODA

### Tabla Debilidades

Debilidades	Ponderación		
	Alto	Medio	Bajo
Calidad de Pulpa de Arazá no acorde con el requerimiento del mercado		X	
Poca aceptación de nuestro producto por nuestros clientes		X	
Falta de personal capacitado		X	
Altos costos de producción debido a faltas en el proceso	X		

### Tabla Amenazas

Amenazas	Ponderación		
	Alto	Medio	Bajo
Inflación	X		
Tasa Pasiva		X	
Disminución de precios de Pulpa de Fruta en el mercado	X		
Cambios climáticos			X
Proveedores	X		

### Tabla Fortalezas

Fortalezas	Ponderación		
	Alto	Medio	Bajo
Lealtad de los clientes	X		
Infraestructuras instalada y en funcionamiento propio	X		
Calidad en los productos a ofrecer		X	
Creación en diseños innovadores		X	

### Tabla Oportunidades

Oportunidades	Ponderación		
	Alto	Medio	Bajo
Crecimiento de la demanda de los clientes	X		
Aprovechar la deficiencia de la competencia	X		
PIB		X	

## 2.4.2 Análisis DAFO

El principal objetivo del análisis DAFO es ayudar a encontrar los factores estratégicos críticos, para una vez identificados, usar y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de oportunidades y eliminando amenazas.

**Tabla 11 Análisis DAFO**

Análisis DA		Ponderación		
		Alto	Medio	Bajo
<b>Debilidades</b>	Calidad de Pulpa de Arazá no acorde con el requerimiento del mercado		X	
	Poca aceptación de nuestro producto por nuestros clientes		X	
	Falta de personal capacitado		X	
	Altos costos de producción debido a faltas en el proceso	X		
<b>Amenazas</b>	Inflación	X		
	Tasa Pasiva		X	
	Disminución de precios de Pulpa de Fruta en el mercado	X		
	Cambios climáticos			X
	Proveedores	X		
Análisis FO				
<b>Fortalezas</b>	Lealtad de los clientes	X		
	Infraestructuras instalada y en funcionamiento propio	X		
	Calidad en los productos a ofrecer		X	
	Creación en diseños innovadores		X	
<b>Oportunidades</b>	Crecimiento de la demanda de los clientes	X		
	Aprovechar la deficiencia de la competencia	X		
	PIB		X	

---

## CAPITULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

En el Estudio de Mercado abarca toda la investigación de las variables sociales y económicas, es el grado de la necesidad, la cuantía de la demanda de los bienes y servicios que se quiere producir. (Miranda, 2005)

Según el ILPES (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social (2006) indico que: “La estimación de la demanda actual y futura del producto del proyecto en su área de influencia y dentro de ciertos niveles de precios”. (ILPES, 2006).

#### **3.1 Análisis del consumidor**

Los consumidores son los clientes, los cuales se enfocará directamente en el presente proyecto, a través del análisis del consumidor, visualizar las necesidades que exige el demandante ante los productos a ser consumidos, a determinar las exigencias del ser humano en su vida diaria.

##### **3.1.1 Determinación de la población y muestra**

El número de habitantes del Norte del Distrito Metropolitano de Quito tales como la Zona de Anansaya, La Concepción, El Inca, Cotocollao, Carcelén, Zona Yavirac, El Batán, de acuerdo con la proporción del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito es la siguiente:

### 3.1.1.1 Población

Es el grupo de personas que viven en un área o espacio geográfico.

### 3.1.1.2 Muestra

La muestra será considerada para el presente proyecto la habitabilidad del norte de Distrito Metropolitano de Quito, para obtención del número de encuestas a realizar.

### Fórmula para calcular la muestra

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N - 1)E^2 + p * q * z^2}$$

De donde:

$n = ?$

Tamaño de la muestra

$N = 442.527$

Tamaño de la población

$E = 5\%$

Error máximo admisible (5%)

$p = 50\%$

Probabilidad de éxito (50%)

$q = 50\%$

Probabilidad de fracaso (50%)

$z = 1.96$

Distribución normal en

estadística cuando el NC=95%

$$n = \frac{442.527 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(442.527 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = 385$$

Para lograr el objetivo planteado se requiere de la aplicación de 385 encuestas.

### 3.1.1.3 Encuesta

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica (Hernández Marta, Cartin Sandra, López Nuria, Rodríguez María).



## ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo fundamental el de conocer la aceptación de Pulpa de Fruta Arazá congelada en el Norte de Distrito Metropolitano de Quito.

Marque con una X su respuesta a la encuesta.

### 1. Le gusta Consumir Frutas

a) SI  b) No

### 2. ¿En qué Presentación le gustaría consumir las Frutas?

a) Jugos  b) Helados  c) mermeladas

### 3. Determine su frecuencia de compra de Pulpa de Fruta

a) Diario  b) Semanal  c) Quincenal  d) Mensual

### 4. ¿Cuáles son los lugares que visita para adquirir la Pulpa de Fruta?

- a) Supermaxi  b) Tía  c) Santa María

**5. Conoce usted la Fruta de Arazá y sus componentes nutritivos que beneficia**

- a) Si  b) No

**6. ¿En qué presentación desearía consumir la Pulpa de Arazá?**

- a) 100 gramos  b) 250 gramos  c) 350 gramos  d) 500 gramos

**7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la Pulpa de fruta Arazá?**

- a) \$ 2,00 a \$2,50  b) \$ 2,50 a \$3,00  c) \$ 3,00 a \$3,50  d) \$ 3,50 a \$4,00

**Gracias por su colaboración**

### **3.1.2 Técnicas de obtención de información**

#### **3.1.2.1 Método Deductivo**

El método deductivo consiste en la totalidad de reglas y procesos, con cuya ayuda es posible deducir conclusiones finales a partir de unos enunciados supuestos premisas.

El método inductivo – deductivo acepta la existencia de una realidad externa y postula la capacidad del ser humano para percibirla por medio de sus sentidos y entenderla por medio de su inteligencia (Martínez, 2004).

### ***3.1.2.2 Método Científico***

El método científico es el camino planeado o la estrategia que se sigue para descubrir las propiedades del objeto de estudio. El método científico es el un procedimiento de obtención resultados válidos (Martínez, 2004).

### ***3.1.2.3 Método Histórico***

Es todo proceso organizado y que se basa en la realidad del estudio, para elaborar resultados sobre hechos o datos históricos (Martínez, 2004).

El método histórico debe lograr que hechos del pasado sean representados fielmente, se hace uso de las observaciones para intentar probar afirmaciones hechas en otras investigaciones anteriores.

### ***3.1.2.4 Método Cuantitativo***

Es un método de investigación basado en los principios metodológicos de positivismo y neopositivismo y que adhiere al desarrollo de estándares de diseño estrictos antes de iniciar la investigación (Martínez, 2004).

El objetivo es estudiar las propiedades para formular, fortalecer y revisar la teoría existente, mediante la investigación cuantitativa desarrolla y emplea modelos matemáticos, teorías e hipótesis que competen a los fenómenos naturales.

### **3.1.2.5 Método Cualitativo**

Es un método de investigación basado en principios teóricos tales como: fenomenología, la interacción social, empleando métodos de recolección de datos que no son cuantitativos, con el propósito de explotar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan (Martínez, 2004).

En sí a través del método cualitativo podemos analizar el comportamiento del ser humano y las razones que lo gobiernan

### **3.1.2.6 Entrevistas**

Mediante la entrevistas existe conversación, dialogo que tiene una estructura y un propósito que permite profundizar e detalles y argumentos sobre temas que han podido tratar más genéricamente al aplicar un cuestionario, consiguiendo así mayor calidad y fiabilidad en la información obtenida (Hernández Marta, Cartin Sandra, López Nuria, Rodríguez María).

### **3.1.3 Análisis de la información**

En el análisis de la información se determinará la tabulación de los datos consignados en la recolección de aceptación del producto mediante la encuesta realizada, se verá la viabilidad del proyecto determinada por la población del Norte de Distrito Metropolitano de Quito.

## PREGUNTA 1. Le gusta Consumir Frutas

Tabla 12 PREGUNTA 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Si	354	91.95	91.95	91.95
	No	31	8.05	8.05	100.00
TOTAL		385	100.00	100.00	

Elaborado por: Marissa Morales



Gráfico 6 PREGUNTA 1

Elaborado por: Marissa Morales

### Análisis

De los datos obtenidos de la primera pregunta, se desprende que el 91.95% le gusta consumir frutas y el restante es de un 8.05% que no consumen frutas.

**PREGUNTA 2. ¿En qué Presentación le gustaría consumir las Frutas?**

Tabla 13 PREGUNTA 2.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
<b>Válidos</b>	Jugos	267	69.35	69.35	69.35
	Helados	70	18.18	18.18	87.53
	Mermeladas	48	12.47	12.47	100.00
	TOTAL	385	100.00	100.00	

**Elaborado por: Marissa Morales**



Gráfico 7 PREGUNTA 2

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Análisis**

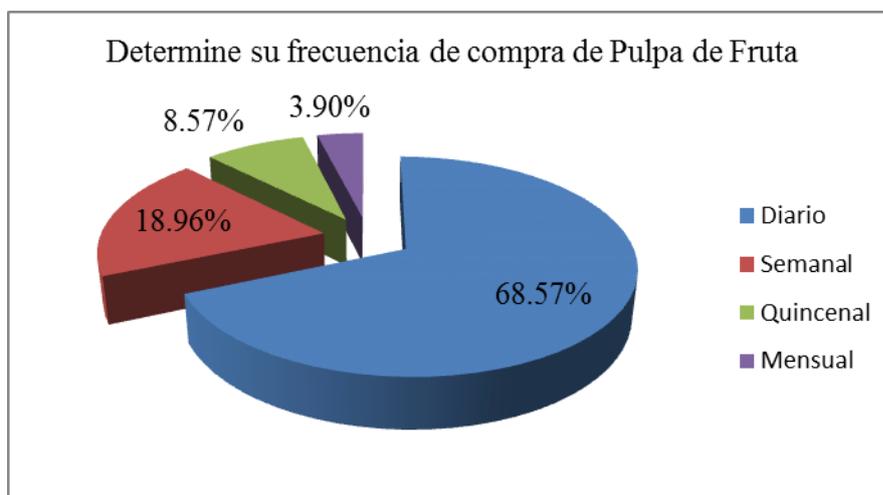
De los datos obtenidos de la segunda pregunta, se desprende que el 69.35% les gustaría consumir la fruta el Arazá en la presentación de jugos de Pulpa de fruta Arazá, seguidos por helados que representa un 18.18%. Sin embargo, existe un 12.47% que prefiere consumir en la presentación de mermeladas.

**PREGUNTA 3. Determine su frecuencia de compra de Pulpa de Fruta**

**Tabla 14 PREGUNTA 3**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
<b>Válidos</b>	Diario	264	68.57	68.57	68.57
	Semanal	73	18.96	18.96	87.53
	Quincenal	33	8.57	8.57	96.10
	Mensual	15	3.90	3.90	100.00
	<b>TOTAL</b>	<b>385</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	

**Elaborado por: Marissa Morales**



**Gráfico 8 PREGUNTA 3**

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Análisis**

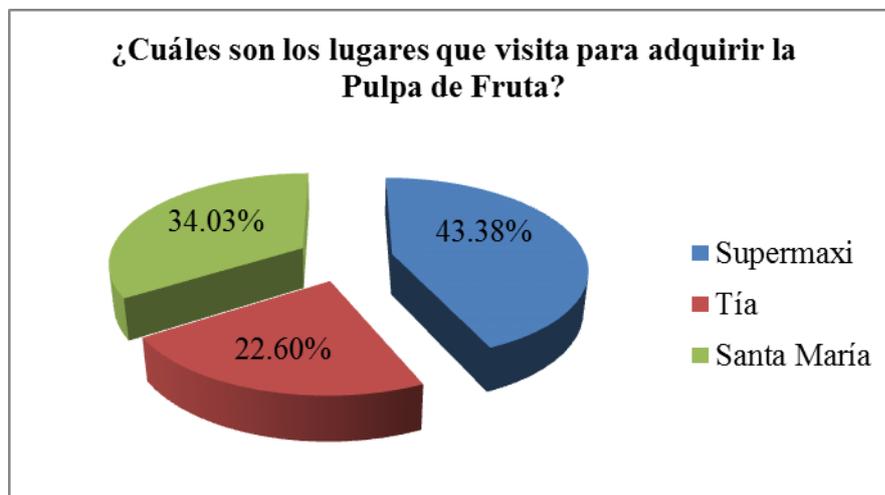
La tabulación de las encuestas indican que el 68.57%, compran diariamente la Pulpa de fruta, que un 18.96% lo hace semanalmente, un 8.57% lo hace cada quince días y el 3.90% restante lo hace una vez al mes. Los datos que representan indican, que la mayor parte de las encuestas se compra Pulpa de fruta de forma diaria y semanal.

**PREGUNTA 4. ¿Cuáles son los lugares que visita para adquirir la Pulpa de Fruta?**

**Tabla 15 PREGUNTA 4**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Válidos	Supermaxi	167	43,38	43,38	43,38
	Tía	87	22,60	22,60	65,97
	Santa María	131	34,03	34,03	100,00
	TOTAL	385	100,00	100,00	

**Elaborado por: Marissa Morales**



**Gráfico 9 PREGUNTA 4**

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Análisis**

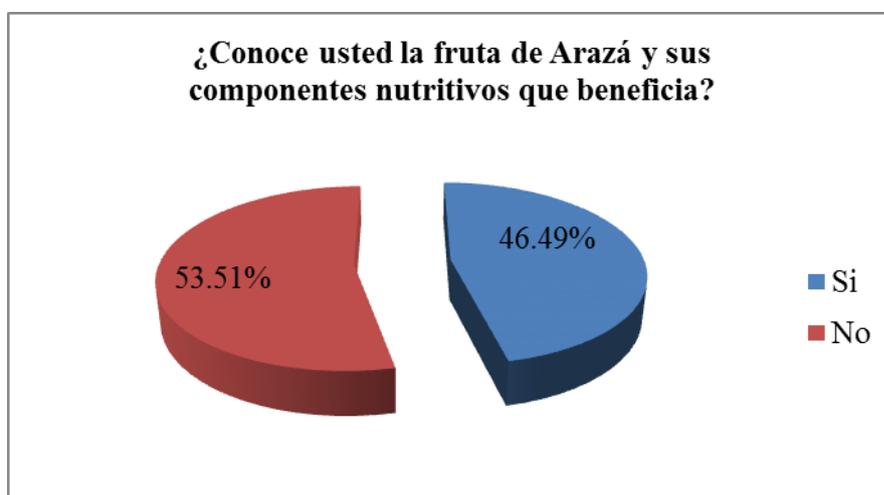
De los datos obtenidos en la cuarta pregunta, se desprende que el 43.38% de la muestra para adquirir Pulpa de fruta; los lugares que más visitados son en los Supermercados Supermaxi, seguido por un 34.03% que visitan Santa María, y el restante es el 22.60% que van a adquirir en los Micromercados de Tiendas Industriales TÍA.

**PREGUNTA 5. ¿Conoce usted la fruta de Arazá y sus componentes nutritivos que beneficia?**

**Tabla 16 PREGUNTA 5**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	Si	179	46.49	46.49	46.49
	No	206	53.51	53.51	100.00
TOTAL		385	100.00	100.00	

**Elaborado por: Marissa Morales**



**Gráfico 10 PREGUNTA 5**

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Análisis**

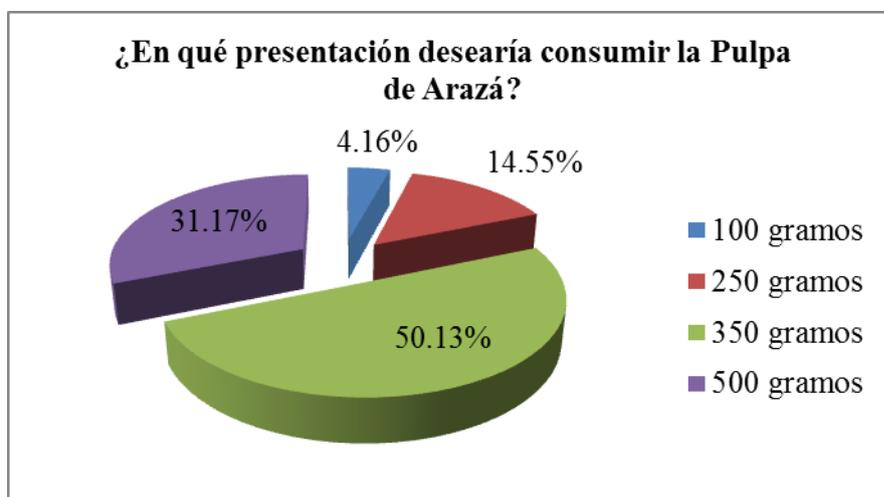
Respecto a la pregunta, se determina que el 53.51% de la muestra no tiene conocimientos sobre la fruta y sus los componentes nutritivos que beneficia en el consumo, sin embargo, el 46,49% si posee nociones que la fruta y sus componentes nutritivos que benefician al organismo de los seres humanos.

**PREGUNTA 6. ¿En qué presentación desearía consumir la Pulpa de Arazá?**

**Tabla 17 PREGUNTA 6**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	100 gramos	16	4,16	4,16	4,16
	250 gramos	56	14,55	14,55	18,70
	350 gramos	193	50,13	50,13	68,83
	500 gramos	120	31,17	31,17	100,00
		385	100,00	100,00	

**Elaborado por: Marissa Morales**



**Gráfico 11 PREGUNTA 6**

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Análisis**

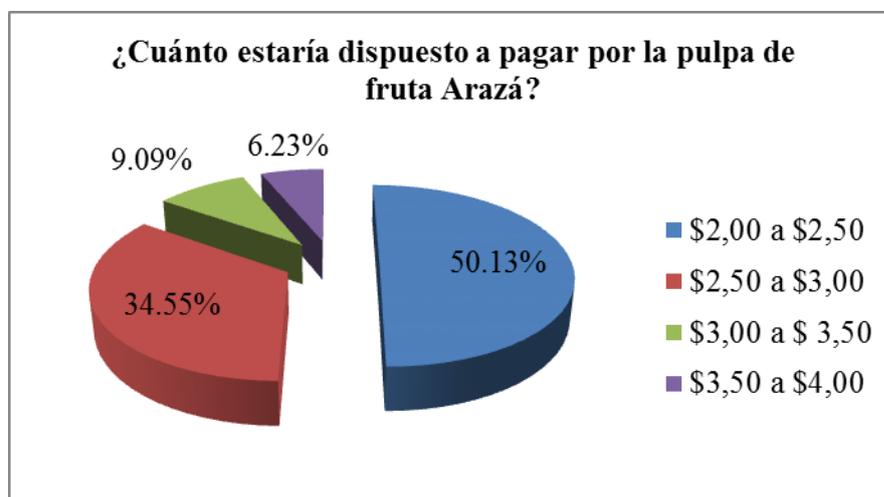
La tabulación de los datos, determina que la mayor parte de la muestra es el 50,13% piensan que es importante conocer el sabor de Jugo de Pulpa de Arazá en la presentación de 350 gramos, seguido por el 31,17% que prefieren en 500 gramos por la cantidad de personas dentro de una familia, el 14,55% deciden que sea presentado el producto en 250 gramos y el restante 4,16% son personas que no consumen Jugo de Pulpa de Fruta continuamente.

**PREGUNTA 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la pulpa de fruta Arazá?**

**Tabla 18 PREGUNTA 7**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	\$2,00 a \$2,50	193	50,13	50,13	50,13
	\$2,50 a \$3,00	133	34,55	34,55	84,68
	\$3,00 a \$ 3,50	35	9,09	9,09	93,77
	\$3,50 a \$4,00	24	6,23	6,23	100,00
	TOTAL	385	100,00	100,00	

**Elaborado por: Marissa Morales**



**Gráfico 12 PREGUNTA 7**

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Análisis**

De los datos obtenidos se tiene un 50.13% que está dispuesto a pagar por la adquisición de Pulpa de Arazá la cantidad de \$2,00 a \$2.50, seguido por el 34.55% que pagaría de \$2.50 a \$3.00, el 9.09%, está dispuesto a pagar de \$3.00 a \$3.50 y el restante de 6.23% encuestados a pagar desde \$3.50 a \$4.00.

### 3.2 Demanda

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los compradores están dispuestos a adquirir para satisfacer las necesidades o deseos, tienen la capacidad de pago para realizar una transacción a un precio determinado.

#### 3.2.1 Demanda Histórica

Para este tipo de producto no se cuenta con suficiente información que ayude a conocer su tendencia pasada, por el cual se procede a calcular la demanda actual mediante las encuestas realizadas al Norte del Distrito Metropolitano de Quito y de esta manera dar proyección hacia el futuro.

#### 3.2.2 Demanda Actual

Para realizar el cálculo de la demanda se consideran las encuestas realizadas al Norte del Distrito Metropolitano de Quito. Como referencia se toma en cuenta tres aspectos: aceptación, frecuencia y el precio de esa manera se establece la demanda actual de un producto terminado.

**Población:** 442.527 habitantes Norte del Distrito Metropolitano de Quito. Toma de la muestra.

**Tamaño de la muestra:** 385 encuestas.

**Aceptación:** La aceptabilidad del proyecto en el mercado local.

## Cálculo

Para el cálculo se toma referencia los porcentajes más altos de las encuestas de ciertas preguntas son las siguientes: el tamaño de la población, aceptación, frecuencia y precio.

**Tabla 19 Demanda Actual**

<b>Población:</b>	<b>442.527</b>
<b>Tamaño de la muestra:</b>	<b>385</b>
<b>Porcentaje de mayor aceptación</b>	<b>91.95%</b>
<b>Porcentaje de mayor frecuencia</b>	<b>68.57%</b>

Elaborado por: Marissa Morales

**Tabla 20 Resultados de la encuesta**

<b>RESULTADOS DE LA ENCUESTA</b>			
<b>ACEPTACION</b>			
Población	* Porcentaje de Aceptación mayor	=	Aceptación de personas
442.527	* 0,9195	=	406.903,58
<b>FRECUENCIA</b>			
Aceptación tiempo	* Porcentaje de Frecuencia *	=	Frecuencia de Compra
406.903,58	* 0,6857	* 12	= 279.013,78
<b>PRECIO PROMEDIO</b>			
Rango de precios	/ 2	=	Precio Promedio
(\$2.00 + \$2.50)	/ 2	=	\$2.25

Elaborado por: Marissa Morales

**Tabla 21 Cálculo de la Demanda Actual**

<b>CÁLCULO DE LA DEMANDA ACTUAL</b>			
Frecuencia de compra promedio aceptado	*	Precio	= Aceptación de personas
279.013,78	*	\$ 2.25	= \$ 627.781,00

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 3.2.3 Demanda Proyectada

Permite establecer la aceptación del producto en el mercado mediante el paso de tiempo para que el proyecto sea rentable en la proyección de 5 años que se realizó.

**Tabla 22 Demanda Proyectada**

<b>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA ACTUAL</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>
2014	\$ 627.781,00	1,00	\$ 627.781,00
2015	\$ 627.781,00	1,015	637.197.72
2016	637.197.72	1,015	646.755,68
2017	646.755,68	1,015	656.457.02
2018	656.457.02	1,015	666.303.87
2019	666.303.87	1,015	676.298.43

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 3.3 Productos sustitutos

El consumo de frutas se ve seriamente amenazado, debido a los malos hábitos en la alimentación de los personas, debido a la preferencia de la población por la comida rápida y por productos procesados con alto contenido de grasas, azúcar y sal, los cuáles tienden a ser más publicitados en el mercado y tienen sabores más atractivos, en especial para los niños y jóvenes.

Una de las mayores desventajas, posicionadas en la mente del consumidor, es que consumir frutas no satisface el hambre, además que este tipo de alimentos los consumen grupos especiales o que están dirigidas principalmente al sexo femenino, por lo cual existe claramente un problema de creencias relacionadas con las frutas así como también con las verduras.

### **3.4 Oferta**

Se define como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios en el mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

#### **3.4.1 Oferta Histórica**

El presente proyecto no cuenta con suficiente información para determinar la oferta histórica, por la que se realiza a determinar la oferta actual mediante las encuestas realizadas al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

#### **3.4.2 Oferta Actual**

Se toma como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia conjuntamente con la demanda proyectada para el 2014 y se calcula la oferta actual.

**Tabla 23 Oferta Actual**

<b>OFERTA ACTUAL</b>			
<b>Años</b>	<b>Demanda</b>	<b>Porcentaje de la competencia</b>	<b>Oferta</b>
2014	\$ 627.781,00	0,7995	\$ 501.910,91

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 3.4.3 Oferta Proyectada

Para la proyección de la oferta se tomó el porcentaje de aceptación de la competencia en cual es de 79.95%

**Tabla 24 Proyección de la Oferta**

<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA</b>			
<b>Años</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Porcentaje de la Competencia</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
2015	637.197,72	0,7995	501.910,91
2016	646.755,68	0,7995	517081,17
2017	656.457,02	0,7995	524.837,39
2018	666.303,87	0,7995	532.709,94
2019	676.298,43	0,7995	540700,59

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 3.5 Balance oferta – demanda

Mediante este balance permite examinar cual va a ser la demanda insatisfecha en el sector. Por lo cual mediante estrategias de comercialización se podrá cumplir en el mercado propuesto.

### 3.5.1 Balance Actual

En el mercado local existe una gran demanda insatisfecha de productos de elaboración de frutas exóticas, tales como el Arazá del cual el presente busca que la demanda sea cubierta. Ofreciendo más variedades de productos para el consumo diario.

### 3.5.2 Balance Proyectado

**Tabla 25 Balance Oferta - Demanda**

<b>BALANCE OFERTA - DEMANDA</b>			
<b>Años</b>	<b>Demanda Proyectada</b>	<b>Oferta Proyectada</b>	<b>Balance o Demanda Insatisfecha</b>
2015	637.197,72	501.910,91	135.286,81
2016	646.755,68	517.081,17	129.674,51
2017	656.457,02	524.837,39	131.619,63
2018	666.303,87	532.709,94	133.593,93
2019	676.298,43	540.700,59	135.597,84

**Elaborado por: Marissa Morales**

## CAPITULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

Es muy importante determinar del tamaño del proyecto más conveniente, la identificación, su localidad, estimación de las inversiones, costos, e ingresos. Cabe recalcar que no es solo para proveer equipos que se incorporaran al proyecto sino para estimar los costos tales como de producción y distribución (Miranda, 2005 pág.285).

#### 4.1 Tamaño del Proyecto

Para encontrar el tamaño del proyecto, tenemos que analizar la dimensión del mercado, la capacidad financiera que genere, la disponibilidad de insumos, existencias y suficiente suministro de servicios, la situación del transporte, la localización del proyecto a desarrollar (Miranda, 2005 pág.285).

##### 4.1.1 Capacidad Instalada

Se refiere a la capacidad o cantidad de producción a suministrarse, la disponibilidad de la infraestructura necesaria para producir bienes y servicios. En el sistema de producción o prestación de servicios se requiere una dotación de recursos físicos, humanos, tecnológicos, maquinaria y equipos para procesar la materia prima y obtener un producto terminado. (Mejía, 2013 pág.115).

Para determinar la capacidad de producción de la pulpa de Arazá se debe cuantificar la producción dada en los cultivos para la cosecha y distribución, al momento de su recepción de materia prima se elaborará en fundas de polietileno con una capacidad de envase 500 gramos, se requerirá personal capacitado para la producción, se deberá gestionar el control de tiempos en cada actividad, trabajar mediante turnos, requerimiento de materia prima, máquinas y equipos para su elaboración.

#### 4.1.2 Capacidad Óptima

La capacidad óptima de la empresa, dependerá de las dimensiones de la instalación y la capacidad máxima de producción, teniendo en cuenta los aspectos económicos y técnicos más favorables para el desarrollo de las funciones o actividades referentes al giro del negocio.

**Tabla 26 Cuadro de Capacidad Óptima de Infraestructura**

Departamento	Ancho m2	Largo m2
Gerencia	6	6.25
Contabilidad	3.7	4.5
Ventas	3.7	6
Producción	25	17
SSHH	2.25	2

**Elaborado por: Marissa Morales**

## 4.2 Localización

La decisión sobre la localización son factores importantes, se determina gran parte de éxito económicos, la definición y cuantificación de los costos e ingresos. Además compromete a largo plazo la inversión de una fuerte suma de dinero y que determine un mejor funcionamiento y una mayor rentabilidad.

### 4.2.1 Macro – localización

La selección de una macro – localización permitirá, a través de un análisis preliminar, reducir el número de soluciones posibles, descartar los sectores geográficos que no corresponden a las condiciones del proyecto.

#### Macro - localización



Figura 11 Macro - localización

Fuente: [www.maps.google.com.ec](http://www.maps.google.com.ec)

La empresa estará ubicada en la Parroquia de Calacalí, sector industrial, con el fin de elaborar Pulpa de Arazá congelada para comercializar en los diferentes canales

de distribución al Norte del Distrito Metropolitano de Quito para el consumidor final.

#### 4.2.2 Micro – localización

Mediante la Micro – localización solo indicará cual es la mejor alternativa de instalación dentro de la zona elegida después de la determinación de ubicación de la planta.

La empresa estará ubicada en el sector industrial de Calacalí, provincia de Pichincha, por la razón que este sector dispone de todos los servicios básicos tales como:

- Agua potable
- Energía Eléctrica
- Red telefónica
- Internet

Estos lugares fueron escogidos por los siguientes factores entre ellos los más importantes:

- Mano de Obra Indirecta
- Materia Prima
- Disponibilidad de los servicios básicos

### **4.2.3 Localización Óptima**

La empresa de pulpa de Arazá se ha situado en la Parroquia de Calacalí, por la cercanía a los canales de distribución del Norte de la ciudad de Quito, a la vez al beneficio de los proveedores, integradores economicen costos de traslado de materia prima, equipos y materiales en general.

## **4.3 Ingeniería del Producto**

Comprende a los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de elaboración del producto o la prestación de servicios y de igual manera consiste en definir el tipo de maquinarias, equipos que se sean necesarias para la elaboración el producto.

### **4.3.1 Definición del Bien y Servicio**

La empresa Arazá Flor dedicada a la elaboración y comercialización de pulpa de Arazá busca satisfacer las necesidades y preferencias de los consumidores.

Es importante la descripción y características del producto o servicio a fabricar, a través del estudio de mercado con los futuros clientes, que ayudará a analizar los gustos y preferencia en el producto, empaque y servicio.

### **4.3.2 Distribución de Planta**

Es importante planificar los puestos de trabajo o actividades según su proceso de elaboración para un mejor manejo y cuidado del personal, a través de la seguridad e integridad de cada empleado en su función a realizar.

La distribución en planta implica la ordenación de espacios físicos necesarios para movimientos de los materiales, almacenamiento, equipo o líneas de producción, equipos industriales, administración, servicio para el personal.

**Tabla 27 Cuadro de Distribución de Planta**

Áreas	Dimensiones
Área Administrativa	$6 * 4 = 24m^2$
Área de Producción	$10 * 9 = 90m^2$
Área de Ventas	$4 * 4 = 16m^2$
Área de Bodega	$5 * 3 = 15m^2$
Área de Despacho	$5 * 4 = 20m^2$
Área de SSHH	$1 * 2 = 2m^2$
Área de Parqueadero	$5 * 3 = 15m^2$
<b>TOTAL</b>	<b>182m<sup>2</sup></b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 4.3.3 Proceso Productivo

El proceso productivo consiste en la transformación de factores productivos tales como tierra, capital y trabajo, en bienes o servicios a través de la tecnología.

## Proceso Productivo

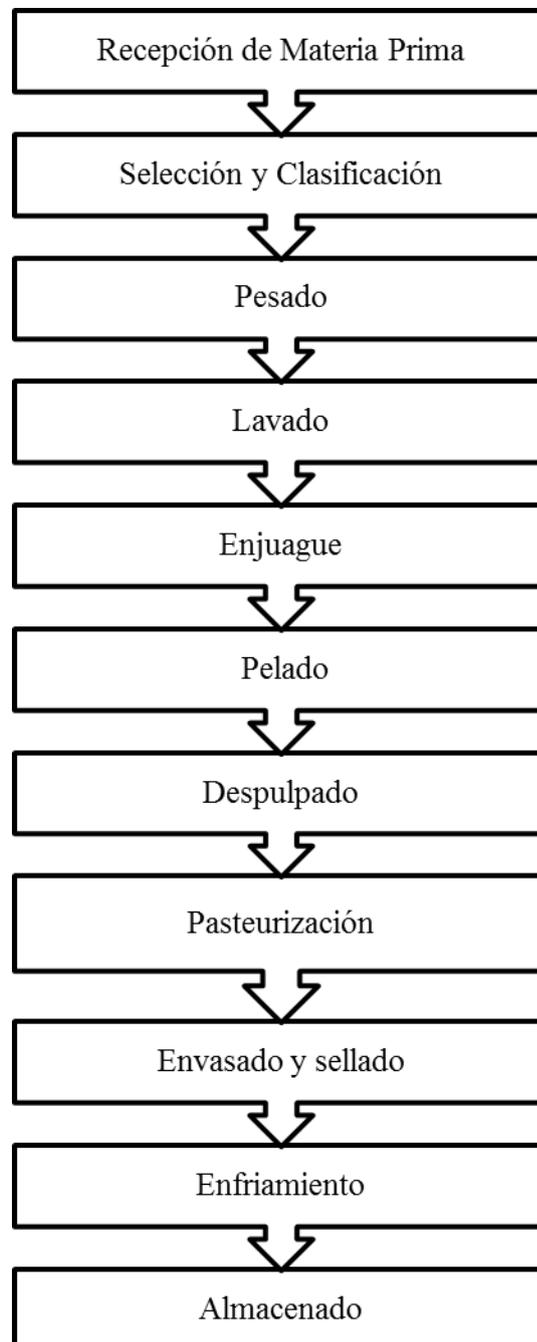


Figura 12 Proceso Productivo  
**Elaborado por: Marissa Morales**

#### **4.3.3.1 Recepción de Materia Prima**

Esta es la primera etapa del proceso en donde la fruta que llega al granel es inspeccionada visualmente para verificar su estado.

La fruta será aceptada, se pesa y coloca cuidadosamente en gavetas para ser pasadas a la etapa de selección y clasificación.

#### **4.3.3.2 Selección y Clasificación**

En esta etapa del proceso se selecciona y separa la fruta en buen estado de las descompuestas, valiéndose de los sentidos sensoriales de los operadores: visual (color), olfativa (olor característico) y táctil (textura), además de la ausencia de daños mecánicos y por insectos.

La fruta será colocada en bandas transportadoras que facilitan la inspección visual de los operarios y de recipientes donde se colocarán las futas en mal estado.

La fruta seleccionada es clasificada, el objetivo es separar la fruta lista para el proceso de aquella que no cumple la madurez fisiológica, será almacenada en un ambiente que permita acelerar o retardar la maduración según convenga a la producción.

#### **4.3.3.3 Pesado**

Ya obtenida la materia prima seleccionada, se procede al pesado de la fruta, a la verificación de cuanto se va a producir por hora, para la obtención del pulpa de fruta de Arazá.

#### **4.3.3.4 Lavado**

Se lo realiza por aspersión de agua potable a presión para eliminar cualquier materia extraña que contamine la superficie de la fruta.

#### **4.3.3.5 Enjuague**

Después que la fruta es desinfectada, esta se enjuaga por medio de aspersión de agua potable para eliminar cualquier residuo de cloro u otras sustancias.

#### **4.3.3.6 Pelado**

Este proceso se lo realiza manualmente, debido a lo delicada que es la fruta y a su delgada cascara parecida a la de una guayaba.

#### **4.3.3.7 Despulpado**

Para esta etapa del proceso la fruta es colocada en un equipo termomecánico ya que esta facilita la operación de despulpamiento a la vez que hace un proceso de blanqueamiento el que permite eliminar residuos de germicidas y estabilizar la coloración de la pulpa.

#### **4.3.3.8 Pasteurización**

La pulpa de Arazá es llevada a un intercambiador de calor tubo/tubo con temperaturas de trabajo de 90°C y tiempo de retención de 2 minutos para su posterior envasado y sellado.

#### **4.3.3.9 Envasado y Sellado**

Para el proceso de envasado y sellado de la pulpa se lo realizara en funda de polietileno hasta alcanzar el peso determinado. El empaque deberá estar completamente limpio y cumplir con características como: resistencia a altas y bajas temperaturas y baja permeabilidad. El sellado se realiza con una maquina selladora eléctrica por fundición del plástico.

#### **4.3.3.10 Enfriado**

Para el enfriamiento de los empaques con pulpa se realiza con agua potable fría en constante circulación, para que de esta manera se logre un choque térmico necesario para una mayor reducción de carga microbiana y detenga la cocción del producto.

Los empaques deben estar perfectamente sellados para evitar la contaminación.

#### **4.3.3.11 Almacenamiento**

La pulpa obtenida finalmente se coloca en los equipos de refrigeración a temperaturas menores a los  $-20^{\circ}\text{C}$  para su almacenamiento.

### **4.3.4 Equipos para Elaboración de Pulpa Congelada**

#### **Maquina Despulpadora**

Para el despulpado es necesario un equipo que además troce, licúe y refine. Que contenga tamices de 0.4 o 0.6mm que permitan que la pulpa salga totalmente libre de desechos. Con motor de 2 HP y capacidad de 200 - 500 Kg/h.



**Figura 13 Maquina Despulpadora**

### **Maquina Selladora**

Para el sellado de las fundas con pulpa se sugiere utilizar un sellador de bolsa de polietileno, continua con impresión.



**Figura 14 Maquina Selladora**

### **Intercambiador de Calor de Tubo**

Este tipo de intercambiador tiene un especial diseño en la entrada de los tubos, la cual evita el riesgo de bloqueo por parte de las fibras contenidas en el producto. Este equipo es adecuado para pulpas de frutas con una alta concentración de pulpa y fibras. Temperaturas de proceso de -30 a 300°C y presiones de 0 a 100, permiten trabajar con una alta variedad de productos.



**Figura 15 Intercambiador de Calor de Tubo**

### **Equipos de Refrigeración marca Whirlpool**



**Figura 16 Equipos de Refrigeración marca Whirlpool**

### **Balanza Electrónicas Digital De 500 Kilos**



**Figura 17 Balanza Electrónicas Digital De 500 Kilos**

#### **4.3.5 Maquinaria y Equipos**

Son activos con los que se provee contara la empresa para realizar las actividades de elaboración y administración de la actividad económica de elaboración y comercialización de pulpa de Arazá

**Tabla 28 Maquinaria y Equipos**

UNIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	Balanza electrónica de 100kg/220lb.	350.00	1.050.00
3	Despulpadora de frutas inox ind 200 a 500 kg/h	2,900.00	8,700.00
3	Selladora de fundas	150.00	450.00
3	Termómetros	45.00	135.00
3	Maquina Molino de Fruta	1,000.00	3,000.00
1	Herramientas y Utensillos	2,500.00	2,500.00
5	Congeladores	1,100.00	5,500.00
	<b>TOTAL</b>		<b>21,335.00</b>
	<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		
4	Computador Lenovo escritorio	500.00	2,000.00
3	Computador Lenovo portátil i5	600.00	1,800.00
1	Impresora Epson lx300	250.00	250.00
1	Impresora Sharp al 2051	400.00	400.00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>		<b>4,450.00</b>
	<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		
6	Teléfono	100.00	600.00
6	Perforadora	3.50	21.00
6	Grapadora	2.50	15.00
12	Agendas	3.00	36.00
24	Esferos	0.75	18.00
30	Carpetas Ideal A4	2.25	67.50
12	Borradores	1.00	12.00
10	Resmas de papel	3.80	38.00
	<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>		<b>807.50</b>

	<b>Muebles y Enseres</b>		807.50
8	Escritorio	60.00	480.00
6	Archivadores	170.00	1,020.00
8	Sillas Ergonómicas	40.00	320.00
4	Sillas Atención Cliente	25.00	100.00
8	Basureros	15.00	120.00
	<b>Total MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>2,040.00</b>
	<b>TOTAL</b>		<b>28,632.50</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

---

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

El Estudio Financiero comprende la inversión que genere el proyecto para verificar su viabilidad, del cual no ayuda a evaluar la proyección de ingresos y gastos y las formas de financiamiento que se requieran para la ejecución y operación de la empresa. (Anzil, 2012 pág.184).

#### 5.1 Ingresos Operacionales y No Operacionales

##### 5.1.1 Ingresos Operacionales

En sí, los Ingresos Operacionales son la razón de ser del negocio, el objetivo del cual que se creó la Microempresa, para recibir ingresos a través de la elaboración y comercialización de Pulpa de Arazá. (Vásquez, Vásquez & Romero, 2005 pág.85).

Para determinar el cálculo de los ingresos Operaciones se consideran tres aspectos:

Materia Prima Directa (MPD)

Mano de Obra Directa (MOD)

Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

##### **Materia Prima Directa (MPD)**

La materia prima directa son todos aquellos materiales que son usados para la elaboración del producto final.

Cada unidad Fruta Arazá 20 – 40 gramos

Total de fruta a elaborar es de: 50%

(fruta - cascara – semilla)

Peso por cada unidad a producir es de: 500 gramos

La producción total por hora es: de 16 unidades de Pulpa de Fruta Arazá, por cada máquina despulpadora, total cada hora elaboración 48 unidades

### Materia Prima Directa (MPD)

**Tabla 29 Materia Prima Directa (MPD)**

Detalle	Cantidad diaria	Cantidad Mensual	Medida	Promedio Mensual	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Fruta Arazá	480	10,560.00	Kg	126,720.00	0.60	\$ 76,032.00	\$ 912,384.00

**Elaborado por: Marissa Morales**

### Mano de Obra Directa (MOD)

La mano de obra directa es el esfuerzo físico o mental que se consume al elaborar un producto o servicio.

**Tabla 30 Tiempos de Producción**

Proceso	Minutos	Unidades		Tiempo x kg
Recepción de materia prima	50	480	kg	0.104
Selección de MPD	60	480	kg	0.125
Elaboración de pulpa	60	384	UNID	0.156
Empaque de pulpa	10	384	UNID	0.026
Control de calidad	15	384	UNID	0.039
Almacenamiento Frigorífico	10	370	UNID	0.027
<b>TOTAL</b>				<b>0.478</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

## Análisis

En la recepción de materia prima se recibirá 480 kg para la producción diaria de 384 unidades de pulpa de fruta de Arazá con tres operarios en cada máquina despulpadora.

**Tabla 31 Producción Anual**

Minutos x día	Tiempo x unidad	Producción diaria	Producción mensual	Producción anual
480	0.48	384	8.448	101.376
<b>TOTAL</b>				

Elaborado por: Marissa Morales

**Tabla 32 MOD (Mano de obra directa)**

Concepto	Sueldo mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Jefe de Producción	600	50.00	29.5	-	679.5	8154
Operario de Planta	354	29.50	29.5	-	413	4956
Operario de Planta	354	29.50	29.5	-	413	4956
<b>TOTAL</b>					\$ 1,505.50	\$ 18,066.00

Elaborado por: Marissa Morales

## Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Los Costos indirectos de fabricación son todos los asociados con la fabricación, excepto la mano de obra y la materia prima, incluyendo suministros, impuestos, mantenimientos y materia o mano de obra que no está relacionada directamente con la elaboración del producto, pero que es parte esencial para ello.

**Tabla 33 Servicios Básicos**

Servicios Básicos			Producción 70%	Administración 20%	Ventas 10%
Concepto	Costo Mensual	Costo Anual	Anual	Anual	Anual
Agua Potable	\$100.00	\$1,200.00	\$840.00	\$240.00	\$120.00
Energía Eléctrica	\$90.00	\$1,080.00	\$756.00	\$216.00	\$108.00
Teléfono	\$75.00	\$900.00		\$630.00	\$270.00
Internet	\$35.00	\$420.00		\$294.00	\$126.00
<b>Total</b>	<b>\$300.00</b>	<b>\$3,600.00</b>	<b>\$1,596.00</b>	<b>\$1,380.00</b>	<b>\$624.00</b>

Elaborado por: Marissa Morales

**Tabla 34 Servicios Básicos**

Concepto	Costo	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
Botas blancas	\$25.00	3	\$75.00	\$900.00
Guantes blancos	\$5.50	3	\$16.50	\$198.00
Cofías blancos	\$4.50	3	\$13.50	\$162.00
Mascarillas	\$1.25	3	\$3.75	\$45.00
Mandiles blancos	\$6.00	3	\$18.00	\$216.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$126.75</b>	<b>\$1,521.00</b>

Elaborado por: Marissa Morales

**Tabla 35 Materiales de envasado**

Concepto	Costo	Cantidad Prod. mensual	Costo Mensual	Costo Anual
Fundas de polietileno con diseño	\$0.25	8.448	\$2.112.00	\$25,344.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$0.25</b>		<b>\$2.112.00</b>	<b>\$25,344.00</b>

Elaborado por: Marissa Morales

**Tabla 36 Costos Indirectos de Fabricación (CIF)**

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual	Cantidad	Costo Unitario
Servicios básicos	\$133.00	\$1,596.00	8.448	
Material de seguridad	\$126.75	\$1,521.00	8.448	
Envasado	\$2.112.00	\$25,344.00	8.448	\$0.33
<b>TOTAL</b>	<b>\$2.371.75</b>	<b>\$28.461.00</b>		

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Tabla 37 Costo Unitario de Producción**

Concepto	Costo Unit
MOD (Mano de obra directa)	0.18
MPD (Materia prima directa)	0.60
CIF (Costos indirectos de fabricación)	0.33
<b>C.Unit.P.</b>	<b>1.11</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### Cálculo de Ingresos Operacionales

Una vez que se han determinado los tres principales costos, se realiza el respectivo cálculo de los ingresos operacionales tomando en consideración una utilidad del 60%

**Tabla 38 Ingresos Operacionales**

Concepto	Valor
Costo de producción unitario	1.11
Utilidad 60%	0.67
P.V.P.	1.78
Producción Mensual	8.448
Ingresos Mensuales	15.024,48
Ingresos Anuales	180.293,76

**Elaborado por: Marissa Morales**

Se procederá posteriormente a su proyección en el tiempo de duración estándar del proyecto que es de 5 años, tomando en consideración la tasa de crecimiento poblacional.

**Tabla 39 Ingresos Proyectados**

INGRESOS PROYECTADOS			
Año	Ingreso Anual	Tasa de Crecimiento del sector 3.10%	Ingreso Proyectado
año base 2014	180,293.76		180,293.76
2015	180,293.76	1.031	185,882.87
2016	185,882.87	1.031	191,645.24
2017	191,645.24	1.031	197,586.24
2018	197,586.24	1.031	203,711.41
2019	203,711.41	1.031	210,026.46

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.1.2 Ingresos No Operacionales

No están relacionados con el objeto social del giro de negocio. Proviene actividades que realizan la empresa, pero que no están relacionados con la razón social de ser de la misma (Vásquez, Vásquez & Romero, 2005 pág.196).

El presente proyecto no genera ningún tipo de Ingreso No Operacional, pues la empresa se dedica a una sola actividad comercial y no posee actividades ajenas al giro del negocio.

### 5.2 Costos

Es la cantidad monetaria que debe pagarse para adquirir un bien o servicio, incluye el costo de materiales o publicidad, mano de obra y los gastos indirectos de

fabricación. Es el costo que un gerente necesita conocer ya sea de un producto, maquinas etc., para la toma de decisiones dentro de la empresa. (Horngren, Datar & Foster, 2007 pág.76).

### 5.2.1 Costo Directo

Son aquellos que se identifican o cuantifican en forma directa el costo del producto terminado; tales como: materia prima directa y mano de obra directa.

**Tabla 40 Costo Directo**

MPD (Materia prima directa)	210,026.46
MOD (Mano de obra directa)	18,066.00
<b>TOTAL</b>	<b>228,092.46</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.2.2 Costos Indirectos

Son aquellos que no se pueden identificar o cuantificar fácilmente con el producto terminado; tales como: materiales indirectos, mano de obra indirecta, servicios básicos.

Tributariamente no es crédito Tributario, ya que no intervienen directamente con el giro del negocio.

**Tabla 41 Costo Indirecto**

Servicios básicos	\$1,596.00
Material de seguridad	\$1,521.00
Envasado	\$23,344.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$28,461.00</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.2.3 Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que se generan, por contratación de servicios administrativos, pago de servicios básicos, compra de suministros de oficina, de aseo y limpieza, ya que están relación con la función administrativa.

**Tabla 42 Gastos de personal**

Concepto	Cant	Sueldo mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
Gerente General	1	1,000.00	83.33	29.50	-	1,112.83	1,124.83
Secretaria	1	400.00	33.33	29.50	-	462.83	474.83
Contador	1	500.00	41.67	29.50	-	571.17	583.17
Administrador	1	500.00	41.67	29.50	-	571.17	583.17
Auxiliar comercial	1	400.00	33.33	29.50	-	462.83	474.83
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>		<b>233.33</b>	<b>147.50</b>		<b>3,180.83</b>	<b>3,240.83</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Tabla 43 Material de aseo y limpieza**

Descripción	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo anual
Escoba	5	2.50	12.50
Recogedor	3	1.50	4.50
Trapeador	3	2.00	6.00
Desinfectante	5	2.00	10.00
Cloro	3	1.75	5.25
Detergente	144	3.80	547.20
<b>TOTAL</b>			<b>585.45</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Tabla 44 Suministros de oficina**

Descripción	Cantidad Anual	Costo unitario	Costo anual
Resma de papel	30	3.30	99.00
Block de facturas 100	4	12.00	48.00
Lápices	15	0.75	11.25
Bolígrafos	35	0.45	15.75
Grapas	5	1.20	6.00
Clips	5	1.00	5.00
<b>TOTAL</b>		18.70	185.00

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Tabla 45 Otros Gastos Administrativos**

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Servicios Básicos	80.00	960.00
Renta	300.00	3,600.00
<b>TOTAL</b>	380.00	4,560.00

**Elaborado por: Marissa Morales**

#### 5.2.4 Gastos de Ventas

Es aquel costo que se obtiene para dar a conocer a la empresa dentro del mercado local.

**Tabla 46 Gastos de Ventas**

Descripción	Cantidad	Valor mensual	Valor anual
Servicios Básicos	1	60.00	720.00
Gasolina Vehículos	10	200.00	2,400.00
Tarjetas de presentación	200	30.00	360.00
Publicidad	12	100.00	1,200.00
<b>TOTAL</b>		390.00	4,680.00

**Elaborado por: Marissa Morales**

## Proyección de Costos y Gastos

Se realizará la proyección de costos y gastos para 5 años.

**Tabla 47 Proyección de los Costos de Producción**

PROYECCION DE LOS COSTOS DE PRODUCCION							
Concepto	2014 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 3,67%	2015	2016	2017	2018	2019
MOD	\$ 18,066.00	1.0367	18,729.02	19,416.38	20,128.96	20,867.69	21,633.54
MPD	210,026.46	1.0367	217,734.44	225,725.29	234,009.41	242,597.55	251,500.88
CIF	\$28,461.00	1.0367	29,505.52	30,588.37	31,710.96	32,874.76	34,081.26
TOTAL PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION			265,968.98	275,730.04	285,849.33	296,340.00	307,215.68

Elaborado por: Marissa Morales

## Proyección de Gastos Administrativos

**Tabla 48 Proyección de Gastos Administrativos**

PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS							
Descripción	2014 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 3,67%	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de personal	3240.83	1.0367	3,359.77	3,483.08	3,610.90	3,743.42	3,880.81
Materiales de limpieza y aseo	585.45	1.0367	606.94	629.21	652.30	676.24	701.06
Suministros de oficina	185.00	1.0367	191.79	198.83	206.13	213.69	221.53
TOTAL PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS			4,158.50	4,311.11	4,469.33	4,633.36	4,803.40

Elaborado por: Marissa Morales

## Proyección de Gastos de Ventas

**Tabla 49 Proyección de Gastos de Ventas**

PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS							
Descripción	2014 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 3,67%	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de ventas	4,680.00	1.0367	4,851.76	5,029.82	5,214.41	5,405.78	5,604.17
TOTAL PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS			4,851.76	5,029.82	5,214.41	5,405.78	5,604.17

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.2.5 Costos Financieros

Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamo, hipotecas, etc.

### 5.2.6 Costos Fijos y Variables

Los costos fijos se refieren cuando los costos totales no cambian, ya sea que haya cambios significativos en el nivel de la producción o volúmenes totales. (Horngren, Datar & Foster, 2007 pag.86).

Los costos variables son aquellos que varían proporcionalmente de acuerdo al volumen de producción, ya en una contratación de Mano de Obra que le paguen por las unidades producidas.

## Costos Fijos y Variables

**Tabla 50 Costos Fijos y Variables**

PROYECCIÓN DE COSTOS ANUALES							
CONCEPTO	2014 Año Base	Valor para la Proyección Inflación 3,67%	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Costos Fijos</b>							
Depreciación	22,319.83		<b>22,319.83</b>	<b>22,319.83</b>	<b>22,319.83</b>	<b>20,671.50</b>	<b>20,671.50</b>
Amortización de la Inve	300.00		300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
Sueldos Administrativo	3,240.83	1.0367	3,359.77	3,483.08	3,610.90	3,743.42	3,880.81
Servicios Básicos	1,680.00	1.0367	1,741.66	1,805.57	1,871.84	1,940.54	2,011.75
Otros Gastos Administ	4,560.00	1.0367	4,727.35	4,900.85	5,080.71	5,267.17	5,460.47
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>32,100.67</b>		<b>9,828.78</b>	<b>10,189.50</b>	<b>10,563.45</b>	<b>10,951.13</b>	<b>11,353.04</b>
<b>Costos Variables</b>							
MPD	210,026.46	1.0367	217,734.44	225,725.29	234,009.41	242,597.55	251,500.88
MOD	18,066.00	1.0367	18,729.02	19,416.38	20,128.96	20,867.69	21,633.54
CIF	28,461.00	1.0367	29,505.52	30,588.37	31,710.96	32,874.76	34,081.26
Gastos Ventas	4,680.00	1.0367	4,851.76	5,029.82	5,214.41	5,405.78	5,604.17
<b>Total Costos Variables</b>	<b>261,233.46</b>		<b>270,820.73</b>	<b>280,759.85</b>	<b>291,063.74</b>	<b>301,745.78</b>	<b>312,819.85</b>
<b>Total Costos Anuales</b>	<b>293,334.13</b>		<b>280,649.51</b>	<b>290,949.35</b>	<b>301,627.19</b>	<b>312,696.91</b>	<b>324,172.89</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.3 Inversiones

En sí, las inversiones se realizan por obtener una ganancia a futuro, del cual se tendrá que arriesgar con el fin de ganar o perder, es una unidad monetaria del cual incurrirán ciertos pagos inmediatos por la inversión y existirá unos cobros futuros.

Del cual este proyecto estará conformado por activos fijos iniciales y un capital para dar el funcionamiento de la Microempresa en sus actividades.

### 5.3.1 Inversión Fija

La inversión fija está conformada por los activos fijos, es decir aquellas propiedades, maquinaria y equipos necesarios para la producción, cuya vida útil estimada sea de al menos un año y que no estén destinados para la venta.

#### Inversiones

**Tabla 51 Inversiones**

Concepto	INVERSIONES		Recurso Financiero
	Uso de fondo	Recurso Propio	
<b>Activos Fijos</b>			
Vehículo	80,000.00	20,000.00	60,000.00
Maquinaria y Equipos	21,335.00	3,150.49	18,184.51
Equipo de oficina	807.50	807.50	
Equipo de computación	4,450.00	4,450.00	
Muebles y enseres	2,040.00	2,040.00	
<b>Total de activos fijos</b>	<b>108,632.50</b>	<b>30,447.99</b>	<b>78,184.51</b>
<b>Activos Diferidos</b>			
Gastos de constitución	1,500.00	1,500.00	
<b>Total de activos diferidos</b>	<b>1,500.00</b>	<b>1,500.00</b>	
<b>Capital de Trabajo</b>			
Costos de Producción	8,307.20	8,307.20	
Gasto Administrativo	4,331.28	4,331.28	
Gasto de Ventas	390.00	390.00	
<b>Total capital de Trabajo</b>	<b>13,028.48</b>	<b>13,028.48</b>	
<b>Total de Inversión</b>	<b>123,160.98</b>	<b>44,976.47</b>	<b>78,184.51</b>
<b>Participación</b>	<b>100%</b>	<b>36.52%</b>	<b>63.48%</b>

Elaborado por: Marissa Morales

## **Análisis**

La inversión total será de \$123,160.98, de la cual el 36.52% provendrá de recursos propios, mientras que el 63.48% será financiado a través de un préstamo.

### ***5.3.1.1 Activos Fijos***

Los activos fijos se clasifican en depreciables y no depreciables; tales como: terrenos, por cuanto su valor histórico con el pasar del tiempo no sufre una desvalorización como sucede con los otros activos fijos.

### ***5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)***

Los activos nominales de acuerdo con Berghe (2010) indicó que: son los que se deben realizar para llevar a cabo la constitución y operación de la empresa, como son los gastos de notarías, asesoría jurídica, de escritura de constitución y patentes municipales y el costo de comités de estudios iniciales. (pag.87).

### **5.3.2 Capital de trabajo**

De acuerdo con Tanaka indicó que: la diferencia entre el activo corriente menos el pasivo corriente, es decir, Inversiones a corto plazo menos financiamiento de terceros a corto plazo. (pag.210).

### **5.3.3 Fuentes de Financiamiento y usos de fondos**

Para el presente proyecto se tenderá a la solicitud de un crédito financiero, para el aumento de la inversión para la Microempresa. En sí, al adquirir un financiamiento para dar inicio a las actividades, se deriva directamente a un apalancamiento con la dicha institución financiera.

### 5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de depreciación)

Para el presente proyecto se realizará la tabla de amortización por el método francés, con cuotas fijas con una tasa de interés del 15% anual para 6 años, pagos semestrales.

**Tabla 52 Tabla de Amortización**

Inversión	:	100%	149,642.38
Cap. Propio	:	48%	71,457.87
Financiamiento	:	52%	78,184.51
Interés	:		15%
Plazo	:		6 Años
Pagos	:		Semestrales
Periodos:			12

Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	78,184.51	0.00	0.00	0.00	78,184.51
1	78,184.51	977.31	7056.80	6079.49	72,105.02
2	72,105.02	901.31	7056.80	6155.49	65,949.53
3	65,949.53	824.37	7056.80	6232.43	59,717.10
4	59,717.10	746.46	7056.80	6310.34	53,406.76
5	53,406.76	667.58	7056.80	6389.22	47,017.55
6	47,017.55	587.72	7056.80	6469.08	40,548.47
7	40,548.47	506.86	7056.80	6549.94	33,998.52
8	33,998.52	424.98	7056.80	6631.82	27,366.70
9	27,366.70	342.08	7056.80	6714.72	20,651.99
10	20,651.99	258.15	7056.80	6798.65	13,853.34
11	13,853.34	173.17	7056.80	6883.63	6,969.70
12	6,969.70	87.12	7056.80	6969.70	0.00

**Elaborado por: Marissa Morales**

**Tabla 53 Amortización del diferido**

AMORTIZACION DEL DIFERIDO							
CONCEPTO	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de constitución	1500	5	300	300	300	300	300
<b>TOTAL AMORTIZACION DEL DIFERIDO</b>			<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>	<b>300</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

De acuerdo con Granados indicó que: es la pérdida del valor de un activo fijo, por su uso, desgaste natural, tales como: Edificios, Vehículos, Muebles y Enseres y Equipos de oficina. (pág. 187).

**Tabla 54 Depreciaciones**

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
Vehículo	80,000.00	5	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00	16,000.00
Maquinaria y Equipo	21,335.00	5	4,267.00	4,267.00	4,267.00	4,267.00	4,267.00
Equipo de Oficina	807.50	5	161.50	161.50	161.50	161.50	161.50
Muebles y Enseres	2,040.00	5	408.00	408.00	408.00	408.00	408.00
Equipo de Computaci	4,450.00	3	1,483.33	1,483.33	1,483.33		
<b>TOTAL DEPRECIACIONES</b>			<b>22,319.83</b>	<b>22,319.83</b>	<b>22,319.83</b>	<b>20,836.50</b>	<b>20,836.50</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.3.6 Estado de Situación Inicial

Tabla 55 Estado de Situación Inicial

**EMPRESA ARAZÁ FLOR CIA. LTDA.**  
**ESTADO DE SITUACION INICIAL**  
**AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014**

<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
CAJA BANCOS	\$ 14,111.58	CUENTAS POR PAGAR	-
CUENTAS POR COBRAR	-	DOCUMENTOS POR PAGAR	-
INVENTARIOS	-	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	-
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 14,111.58</b>	<b>PASIVO LARGO PLAZO</b>	
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		PRESTAMO L/P	\$ 78,184.51
TERRENO	-	<b>TOTAL PASIVO LARGO PLAZO</b>	<b>\$ 78,184.51</b>
CONSTRUCCION	-	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 78,184.51</b>
VEHICULO	\$ 80,000.00	<b>CAPITAL CONTABLE</b>	
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 21,335.00	CAPITAL	\$ 46,059.57
MUEBLES Y ENSERES	\$ 2,040.00	<b>TOTAL CAPITAL CONTABLE</b>	<b>\$ 46,059.57</b>
EQUIPO DE OFICINA	\$ 807.50		
EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 4,450.00		
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>\$108,632.50</b>		
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 1,500.00		
<b>TOTAL DE OTROS ACTIVOS</b>	<b>\$ 1,500.00</b>		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b><u>\$124,244.08</u></b>	<b>TOTAL PASIVO Y CAPIT CONT</b>	<b><u>\$124,244.08</u></b>

\_\_\_\_\_  
Gerente General  
Ing. Marissa Morales

\_\_\_\_\_  
Contador General  
Dr. Xavier Benavidez

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.3.7 Estado de Resultados Projectados

**Tabla 56 Estado de Resultados Projectado**

EMPRESA ARAZÁ FLOR CIA. LTDA						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCION	2014 (AÑO BASE)	2105	2016	2017	2018	2019
Ventas	180,293.76	\$ 185,882.87	\$ 191,645.24	\$ 197,586.24	\$ 203,711.41	\$ 210,026.46
(-) Costo de Producción		\$ 29,505.52	\$ 30,588.37	\$ 31,710.96	\$ 32,874.76	\$ 34,081.26
(-) Gastos Administrativos		\$ 4,158.50	\$ 4,311.11	\$ 4,469.33	\$ 4,633.36	\$ 4,803.40
(-) Gastos de Ventas		\$ 4,851.76	\$ 5,029.82	\$ 5,214.41	\$ 5,405.78	\$ 5,604.17
(-) Depreciaciones		\$ 22,319.83	\$ 22,319.83	\$ 22,319.83	\$ 20,836.50	\$ 20,836.50
(-) Amortización del Diferido		\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
(=) Utilidad Bruta		\$ 124,747.26	\$ 129,096.10	\$ 133,571.70	\$ 139,661.02	\$ 144,401.13
(+/-) Otros Ingresos o Gastos						
(=) Utilidad Operacional		\$ 124,747.26	\$ 129,096.10	\$ 133,571.70	\$ 139,661.02	\$ 144,401.13
(-) 15% Participación de trabajadores		\$ 18,712.09	\$ 19,364.42	\$ 20,035.75	\$ 20,949.15	\$ 21,660.17
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 106,035.17	\$ 109,731.69	\$ 113,535.94	\$ 118,711.87	\$ 122,740.96
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 23,327.74	\$ 24,140.97	\$ 24,977.91	\$ 26,116.61	\$ 27,003.01
(=) UTILIDAD NETA		\$ 82,707.43	\$ 85,590.72	\$ 88,558.04	\$ 92,595.26	\$ 95,737.95

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.3.8 Flujo de Caja

El flujo de caja o flujo de efectivo son las entradas y salidas de dinero, es una herramienta para controlar y planificar, direccionar las estimaciones necesarias de la empresa.

**Tabla 57 Flujo de Caja**

EMPRESA ARAZÁ FLOR CIA. LTDA						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCION	2014 (AÑO BASE)	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	180,293.76	\$ 185,882.87	\$ 191,645.24	\$ 197,586.24	\$ 203,711.41	\$ 210,026.46
(-) Costo de Producción		\$ 29,505.52	\$ 30,588.37	\$ 31,710.96	\$ 32,874.76	\$ 34,081.26
(-) Gastos Administrativos		\$ 4,158.50	\$ 4,311.11	\$ 4,469.33	\$ 4,633.36	\$ 4,803.40
(-) Gastos de Ventas		\$ 4,851.76	\$ 5,029.82	\$ 5,214.41	\$ 5,405.78	\$ 5,604.17
(-) Depreciaciones		\$ 22,319.83	\$ 22,319.83	\$ 22,319.83	\$ 20,836.50	\$ 20,836.50
(-) Amortización del Diferido		\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00	\$ 300.00
(=) Utilidad Bruta		\$ 124,747.26	\$ 129,096.10	\$ 133,571.70	\$ 139,661.02	\$ 144,401.13
(+/-) Otros Ingresos o Gastos						
(=) Utilidad Operacional		\$ 124,747.26	\$ 129,096.10	\$ 133,571.70	\$ 139,661.02	\$ 144,401.13
(-) 15% Participación de trabajadores		\$ 18,712.09	\$ 19,364.42	\$ 20,035.75	\$ 20,949.15	\$ 21,660.17
(=) Utilidad antes de Impuestos		\$ 106,035.17	\$ 109,731.69	\$ 113,535.94	\$ 118,711.87	\$ 122,740.96
(-) 22% Impuesto a la Renta		\$ 23,327.74	\$ 24,140.97	\$ 24,977.91	\$ 26,116.61	\$ 27,003.01
(=) UTILIDAD NETA		\$ 82,707.43	\$ 85,590.72	\$ 88,558.04	\$ 92,595.26	\$ 95,737.95
(+) Depreciaciones		22,319.83	22,319.83	22,319.83	20,836.50	20,836.50
(+) Amortización del Diferido		300	300	300	300	300
(-) Inversión	110,132.50					
(-) Capital de Trabajo	14,111.58					
Deuda	78,184.51					
Depósito de Garantía	1,000.00					
(+) Valor de desecho						
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODOS	-45,059.57	\$ 105,327.27	\$ 108,210.55	\$ 111,177.87	\$ 113,731.76	\$ 116,874.45

**Elaborado por: Marissa Morales**

#### 5.4 Evaluación Económica

En sí, la evaluación financiera se realiza para dar soporte a la toma de decisiones, para observar el comportamiento de ciertas variables para calificar el logro de avance de alguna actividad y la obtención de resultados.

Según Oropeza (2005) indicó que: consiste en realizar una apreciación comparativa entre las posibilidades de uso de los recursos representados por los proyectos de inversión. Definir los beneficios, distintos criterios y tipos de cálculo. (pág.30).

En la evaluación del proyecto desde el punto de vista financiero establece un análisis de sensibilidad que determinará la rentabilidad del proyecto o riesgo financiero dependiendo de la vida económica del mismo.

Entonces se podría llegar a concluir que el análisis y estudio de este capítulo es uno de los más importantes en este proyecto, pues es una herramienta fundamental ya que permite determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, su máxima seguridad y mayor liquidez.

#### 5.4.1 Tasa de descuento

De acuerdo con Boshier (2003) indico que: “la función principal de esta tasa es la de eliminar el porcentaje de pérdida de valor del dinero en los datos del flujo de fondos” (pág. 147).

Tasa de Descuento

**Tabla 58 Tasa de Descuento**

<b>TMAR o Tasa de Descuento</b>	
<b>Concepto</b>	<b>Porcentaje</b>
Tasa Activa	8.13%
(+) Tasa Pasiva	5.07%
<b>TMAR</b>	<b>13.20%</b>

**Elaborado por: Marissa Morales**

### 5.4.2 Valor Neto Actual o VAN

De acuerdo con Mompín (1988 pág.40) indicó que: el Valor Neto Actual o VAN, es el indicador de la rentabilidad de un proyecto en el supuesto, que se verifiquen las hipótesis sobre el mercado de dinero.

**Tabla 59 Cálculo del VAN**

TMAR O TASA DE DESCUENTO	13.20%
INVERSION	(124,244.08)
AÑO 2015	\$ 105,327.27
AÑO 2016	\$ 108,210.55
AÑO 2017	\$ 111,177.87
AÑO 2018	\$ 113,731.76
AÑO 2019	\$ 116,874.45
VAN	\$262.029,45

**Elaborado por: Marissa Morales**

### Análisis

El cálculo del Valor Actual Neto en el proyecto es de \$262.029,45 de una inversión de \$124.244,08, por lo que el indicador es aceptable.

### 5.4.3 TIR

La TIR es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, y no de rentabilidad absoluta, puede ser una alternativa del VAN, pero en general la TIR no ordena los proyectos de la misma forma que el VAN, no coinciden en las mismas decisiones. (Mompín, 1988 pág. 44)

**Tabla 60 Tasa Interna de Rendimiento**

INVERSION	(124.244,08)
AÑO 2015	\$ 105,327.27
AÑO 2016	\$ 108,210.55
AÑO 2017	\$ 111,177.87
AÑO 2018	\$ 113,731.76
AÑO 2019	\$ 116,874.45
TIR	66.59%

**Elaborado por: Marissa Morales**

### Análisis

Los resultados obtenidos arrojan una TIR del 66.59%, lo cual determina que el proyecto es rentable. De acuerdo a los criterios de decisión.

#### 5.4.4 Período de recuperación de la inversión (PRI)

Se trata de calcular la inversión en un determinado periodo sea necesarios para recuperar la cantidad de dinero invertido en el proyecto. (Mompín, 1988 pág.42)

$$PRI = \frac{\text{Inversión Inicial}}{\text{Promedio de flujos}}$$

$$PRI = \frac{110.032,50}{51.532.30}$$

$$PRI = 2.1 \text{ AÑOS}$$

### Análisis

En el estudio de factibilidad, se estima recuperar la inversión en el periodo de 2 años 1 mes.

#### 5.4.5 Relación Costo Beneficio (RB/C)

De acuerdo con Herrera, Velasco, Denen, Radulovich, (1994 pág.43), indicó que: “la relación de costo beneficio indica el retorno de dinero obtenido por cada unidad monetaria invertida”.

$$R\ c/b = \frac{VAN}{\text{Inversión inicial}}$$

$$R\ c/b = \frac{262.029,45}{110.032,50}$$

$$R\ c/b = 2.38$$

### Análisis

Se puede observar que por cada dólar que invierta en la elaboración y comercialización de pulpa de Arazá, se obtiene una ganancia de \$2.38, que permite observar la factibilidad del proyecto.

#### 5.4.6 Punto de Equilibrio

Mediante el cálculo del Punto de Equilibrio, ayuda a observar el nivel de ventas que se ha generado en la distribución del producto en el mercado local.

Según Herrera, Velasco, Denen, Radulovich, (1994), indicó que: “el sistema de nivel de ventas cuando los ingresos brutos son iguales que los costos totales del sistema y el ingreso neto es 0” (pág.49).

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE = \frac{31.380,66}{1,78 - 1,20346}$$

$$PE = 54.429 \text{ Unidades}$$

### 5.4.7 Análisis de índices financieros

Es una de las herramientas más importante para realizar el análisis de los estados financieros de una empresa, permitiendo llegar a determinar el grado de eficacia y comportamiento del mismo.

#### Razones de Apalancamiento

Mide el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios.

Esta razón financiera indica cómo se encuentran financiados los activos totales, que en el caso de este proyecto están financiados los activos tangibles, a excepción de Maquinarias y Equipos

#### Razón de endeudamiento

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda. Lo ideal es evaluar la estructura de financiamiento del activo total y el porcentaje de financiamiento.

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Razón de endeudamiento} = \frac{78.184,51}{124.244,08}$$

$$\text{Razón de Endeudamiento} = 0,63$$

## Análisis

El grado de endeudamiento del activo total con deuda es del 0.63%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

## Razón de Apalancamiento Externo

Mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos de los propietarios.

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable Total}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = \frac{78.184,51}{46.059,57}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Externo} = 1.69$$

**Análisis.** La relación entre el endeudamiento y los fondos propios es del 1.69%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

## Razón de Apalancamiento Interno

Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado de terceros.

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = \frac{46.059,57}{78.184,51}$$

$$\text{Razón de Apalancamiento Interno} = 0.59$$

**Análisis.** Por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto **0.59** dólares.

### Razones de Actividad o de Gerencia

Evalúan la habilidad, eficiencia con la cual la empresa o la gerencia, utiliza los recursos de que la dispone.

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \frac{180.293,76}{108.632,50}$$

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = 1.66$$

### Análisis

La rotación del proyecto es de 1.66; lo que indicaría que la empresa está generando ingresos equivalentes a 1.66 veces.

### Rotación del Activo Total

Mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total.

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = \frac{180.293,76}{124.244,08}$$

$$\text{Rotación del Activo Total} = 1.45$$

### Análisis

La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos del 1.45 a la inversión del activo total.

### Razones de Rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles, ayuda a evaluar las ganancias que obtiene la empresa con relación al nivel de ventas, activos o la misma inversión que disponen los propietarios.

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = \frac{82.707,43}{180.293,76}$$

$$\text{Margen de Utilidad Neta} = 0.46$$

### Análisis

El porcentaje que les queda a los propietarios por operar la empresa es del 46% de Margen de Utilidad Neta.

### Rendimiento sobre Activos ROA

Este indicador mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de Activos}}$$

$$\text{ROA} = \frac{82.707,43}{124.244,08}$$

$$\text{ROA} = 0.67$$

### Análisis

El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 67% lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

### Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE

Mide la rentabilidad que obtienen sobre el patrimonio de la empresa.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Contable}}$$

$$\text{ROE} = \frac{82.707,43}{46.059,57}$$

$$\text{ROE} = 1.80$$

**Análisis.** La rentabilidad sobre el Capital Contable o Patrimonio es del 1.80 % lo que quiere decir que el capital contable crecerá.

### Rendimiento sobre la Inversión ROI

Mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la Inversión

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROI} = \frac{82.707,43}{110.132,50}$$

$$\text{ROI} = 0.75$$

**Análisis.** La rentabilidad sobre la inversión es del 75% lo cual indica está dentro de los parámetros establecidos.

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.1 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es el efecto que produce la actividad humana sobre el ecosistema.

El medio ambiente es muy importante para la vida del ser humano, el de estar libre de contaminación, gases, olores y ruidos, el presente proyecto tiene la final de cuidar y proteger el medio ambiente, realizando un constante mantenimiento a maquinarias y equipos que se implican en la elaboración de la Pulpa de Arazá congelada y respetando las normas de salud que no afecten al organismo del ser humano.

El compromiso de la empresa es, fortalecer los campos de producción de frutas de Arazá, a través de los desechos que producen en su elaboración tales como: cascara y semilla.

Dar la finalidad de germinar las semillas para nuevos cultivos y así fortalecer los campos agrícolas, contribuyendo al desarrollo del país y mejorando los rendimientos de producción de frutos necesarios para el consumo alimentario de las personas.

## 6.2 Impacto Económico

Mediante el Estudio Financiero el presente proyecto tendría a obtener un nivel alto de utilidades, demostrando un gran nivel de ventas de Pulpa de Fruta Arazá congelada en el mercado de Quito, obteniendo ingresos económicos, con el fin de aportar bienestar para la empresa y los trabajadores ofreciendo un sueldo digno que ayude con el aporte económico para su hogar.

El aporte económico que tiende a obtener la empresa ayuda al sistema del cambio de la matriz productiva, ofreciendo una nueva industria dentro de las pequeñas y medianas empresa logrando satisfacer al consumo del ser humano con productos elaborados como lo dice su marca. Hecho en Ecuador.

## 6.3 Impacto Productivo

A través del análisis de mercado la empresa Arazá Flor tiende a obtener una gran aceptabilidad en el mercado local.

El Impacto Productivo depende mucho del medio ambiente, por el cual el ecosistema nos ayuda a obtener una cosecha con productos de calidad, para su elaboración y consumo del ser humano.

Es muy importante capacitar a los agricultores, para mantener un control de cultivo y cosecha, para asegurar la materia prima de calidad que está destinada a su elaboración y comercialización.

---

La empresa Arazá Flor mantendrá sus estándares de calidad y atención al cliente, por el cual es un gran aporte la productividad de pulpa de Arazá.

#### **6.4 Impacto Social**

De acuerdo con la viabilidad del proyecto, la empresa tiene como compromiso ayudar a las instituciones, que brindar bienestar y cuidado a niños, niñas y adolescentes, que forman parte del entorno social.

Las aportaciones que se realizarán estarán dirigidas con el fin de aumentar la educación y una alimentación nutritiva.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

Realizado los estudios pertinentes, se ha obtenido información que ayuda a determinar la factibilidad del proyecto y ayuda a llegar a las siguientes conclusiones:

- Nuestro país Ecuador es rico en recursos naturales y su variedad de clima, del cual provee de frutos exóticos y ayuda a la implementación de empresas dedicada a la transformación de pulpa de frutas.
- A través del estudio de mercado, se puede observar la aceptabilidad del producto en el mercado local, se ha llegado a determinar que el proyecto es viable, puesto a que existe un mercado insatisfecho con un porcentaje del 52%, las empresa no logran cubrir las necesidades y demandas del consumidor
- El nivel de conocimiento del producto por parte del consumidor objetivo es significativo, por tanto se puede decir que existe mercado para La Pulpa de Arazá en la ciudad de Quito.

- Existe un nivel de aceptación moderado del producto por parte del cliente, así lo demuestra la investigación de mercado realizada, en la que se observa la disponibilidad a comprar y consumo de Pulpa de Arazá.
- La publicidad es uno de los puntos más importante para lograr el posicionamiento del producto, por lo tanto esta se realizará por los diferentes maneras tales como: ofrecer descuentos mediante trípticos, obsequiar camisetas sport, gorras con logo de la empresa, establecer publicidad en centros comerciales.
- La factibilidad económica del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en el precio de venta, cantidades demandadas, tasa de descuentos.
- La fruta exótica el Arazá provee muchos beneficios en cuanto a vitaminas A1, B, C y minerales, se puede producir una gama de productos.
- Apoyar al cambio de la matriz productiva, promoviendo la producción tanto para el consumo nacional, como también se potencializaría en el consumo extranjero.

## 7.2 Recomendaciones

- Al ser pulpa de Arazá un producto que no reconocen fácilmente en el mercado local, se debe ofrecer en pequeñas porciones de ya elaborado el jugo de pulpa de Arazá, para que el consumidor o cliente deleite de su exquisito sabor, tal que se cumpla con los objetivos de venta proyectados y de esa manera garantizar la factibilidad del proyecto.
  
- Se recomienda implementar el presente proyecto dentro de la ciudad de Quito que es el mercado objetivo para su desarrollo, como se demuestra ante diferentes escenarios.
  
- Las empresas existentes en el mercado deberían realizar campañas publicitarias para dar a conocer el beneficio que brinda el producto por su alto contenido vitamínico, fácil preparación y precios accesibles al bolsillo del consumidor.

---

## BIBLIOGRAFIA

- Arena Vera, E. (2003). *Globalización, Integración Internacional y Apertura Económica*.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.
- Bellos, L. J. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca*. Madrid-España.
- Gonzalo. (2012). *Gestión de Empresa*.
- Granados Ismael, L. L. (s.f.). Contabilidad Gerencial. En L. L. Granados Ismael, *Fundamentos, principios e introducción a la Contabilidad*. Colombia .
- Guevara, J. (17 de mayo de 2014). Quito, Pichincha, Ecuador.
- Guzman Alexander, G. D. (2005). *Contabilidad Financiera* . Bogotá - Colombia : Primera Edición .
- Herrera Fabio, V. C. (1994). Fundamentos de Análisis Económico. En *Guía para Investigación y Extensión Rural* . Costa Rica.
- Horngrén Charles, D. S. (2007). Contabilidad de Costos. En *Un Enfoque Gerencial*. México: Decimosegunda Edición .
- ILPES. (2006). Guía para la presentación de proyectos . México: Vigésimo séptima Edición .
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Mejía , C. (2013). *El Concepto de la Capacidad Instalada*. Medellín - Colombia.
- Mejía Cañas , C. (2013). *Documentos Planning*. Obtenido de [www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf](http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf)
- Miranda , J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Colombia: Quinta Edición.

---

Mompín , J. (1988). *Planificación y rentabilidad de proyecto industriales*. España.

Palomo, J. (2006). *Administración Gestión y Comercialización en las Pequeñas Empresa*. España: Tercera Edición.

Pazmiño Italo, L. G. (2012). Fruta Amazónica Arazá. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.

Proyectos de , G. (2009). *Identificación - Fomulación- Evaluación Financiera Económica - social-ambiental*. Colombia: Quinta Edición.

Proyectos de Inversión en Ingeniería , y. (2004). México: Editorial Limusa S.A.

Ramirez, H. (2006). *Indicadores Financieros, Fácilmente Explicados*. México.

Social, I. L. (2006). *Guía para la presentación de Proyectos*. México: Vigésimoseptima Edición.

Tanaka, G. (2005). *Análisis de Estados Financieros para la Toma de Decisiones*. Perú: Primera Edición.