



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**EXTENSIÓN LA MANÁ**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA  
EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL  
CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2022**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de  
Licenciatura en Administración de Empresas.

**AUTORAS:**

Perea Mayorga Ana Nohemi

Villafuerte Toala Nayeli Vanessa

**TUTORA:**


Ing. Mg. Valencia Neto Mayra Elizeth MBA

**LA MANÁ-ECUADOR**  
**FEBRERO 2023**

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA

“Nosotras Perea Mayorga Ana Nohemi y Villafuerte Toala Nayeli Vanessa declaramos ser autoras del presente proyecto de investigación: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI 2022, siendo la MBA. Mayra Elizeth Valencia Neto, tutora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



Perea Mayorga Ana Nohemi  
C.I. 185001574-2

Villafuerte Toala Nayeli Vanessa  
C.I. 120836027-9

## **AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**

En calidad de Tutora del Trabajo de Investigación sobre el título

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI AÑO 2022, de las estudiantes Perea Mayorga Ana Nohemi, con C.I.: 185001574-2 y Villafuerte Toala Nayeli Vanessa C.I.: 120836027-9, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad Académica de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

La Maná, febrero del 2023



MBA. Valencia Neto Mayra Elizeth  
C.I: 0503124463  
**TUTORA**


## APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas; por cuanto, el o los postulantes: Perea Mayorga Ana Nohemi y Villafuerte Toala Nayeli Vanessa con el título de Proyecto de Investigación: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA DE COTOPAXI, 2022”, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación de Proyecto.

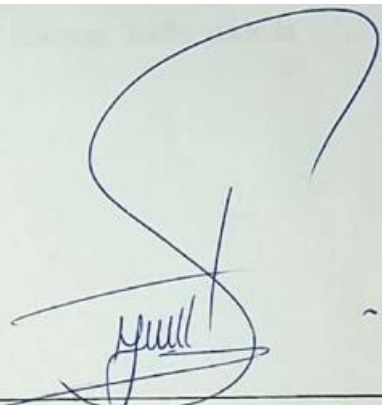
Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

La Maná, febrero del 2023

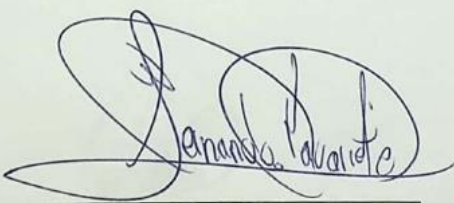
Para constancia firman:



Ing. Gloria Pazmiño Cano MBA  
CC: 120556823-9  
**LECTOR 1 PRESIDENTE**



M.Sc Ing. Xavier Martinez  
CC: 160050885-5  
**LECTOR 2 (MIEMBRO)**



Mg. Ing. Fernando Navarrete  
CC: 180435489-0  
**LECTOR 3 (SECRETARIO)**

## **AGRADECIMIENTO**

*Quiero agradecer a Dios por permitirme llegar a este momento de mi vida académica, mis padres e hermanos por apoyarme siempre y a su vez a los docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión la Maná por brindarme su apoyo y compartir sus conocimientos durante mi etapa académica.*

Nayeli

*Agradezco a mi familia por brindarme su apoyo incondicional, amigos y docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi por impartirnos su fuente de sabiduría y enseñanzas.*

Ana

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo se lo dedico en especial a mis padres por ser mi mayor motivación para salir adelante, a mis hermanos por estar siempre a mi lado, a mí amiga Ana por ser parte fundamental de este proceso, amigos que de alguna manera estuvieron a mi lado apoyándome en este gran camino, a personas que siempre tuvieron fe en mí y me alentaban a seguir, pero sobre todo le agradezco a Dios por darme la sabiduría, estar siempre a mi lado y hacerme ver que con fe todo es posible.*

***Nayeli y Ana***

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

## FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**TÍTULO:** ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2022.

**Autoras:** Perea Mayorga Ana Nohemi

Villafuerte Toala Nayeli Vanessa

### RESUMEN

La presente investigación titulada como: Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de mermelada de frutas cítricas "NAAN" en el Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2022, se realizó con el fin de dar a conocer la factibilidad de la implantación de esta pequeña empresa productora de mermelada. Para cumplir con el propósito planteado acorde a los objetos fue necesario realizar la investigación: formativa, bibliográfica, descriptiva y de campo que permitió alcanzar información teórica y bibliográfica de diversos autores; así mismo la investigación descriptiva y de campo fue esencial para diagnosticar la oferta, la demanda de los productos de mermelada mediante la aplicación de las encuestas dirigidas a los comerciantes y consumidores del cantón. Dentro de este proyecto también se ha tomado encuenta a los beneficiarios directos e indirectos, como directos tenemos a los propietarios de la pequeña empresa, posibles consumidores y posibles proveedores, entre los beneficiarios indirectos tenemos al Servicio de Rentas Internas (SRI), al GAD Municipal La Maná y al Cuerpo de Bomberos. A través del estudio de mercado se pudo establecer que existió una demanda actual de 248.880 anual y una oferta de 280.270, dando una demanda insatisfecha de 320.330, de los cuales se proyectó cubrir con una producción anual de 256.346 mermeladas de frutas cítricas (naranja, mandarina, limón) en la presentación de 100gm., además en el estudio técnico se describió el croquis de la ubicación, disponibilidad de recursos, proceso de producción, la distribución de la infraestructura, los requerimientos del proyecto, la organización y el marco legal indispensable para el funcionamiento de la empresa. En el estudio económico financiero se pudo observar que la inversión total requerida fue de 8.956,50 los cuales fueron financiados en un 10% a través de capital propio y el 90% a través de un crédito bancario en BanEcuador con una tasa de interés del 1%. Un punto de equilibrio general de \$0,14, el VAN para la pequeña empresa productora de mermelada NAAN reflejó un \$ 392.429,02, un TIR del 82% y una relación costo-beneficio de \$2.61, valores que demostraron la factibilidad de la presente propuesta. Dentro de los impactos más relevantes se encuentra el ambiental e impactó social, ya mediante este proyecto se desea disminuir con la contaminación sólida y líquida que se produce por el desperdicio de frutas además de ofrecer una oportunidad de empleo para los Lamanenses.

**Palabras clave:** Estudio de factibilidad, Pequeña empresa, Mermelada.

## ABSTRACT

The current research entitled Feasibility study to create a small company producing citrus fruit jam "NAAN" in La Maná canton, Cotopaxi province, the year 2022, was conducted to know the feasibility of the implementation of this small company producing jam. To fulfill the proposed objectives was necessary to conduct research: formative, bibliographic, descriptive, and field research that allowed reaching theoretical and bibliographic information from various authors; likewise, the descriptive and field research was essential to diagnose the supply and demand of jam products through the application of surveys directed to traders and consumers of the canton. Within this project were taken into the direct and indirect beneficiaries, as direct beneficiaries have the owners of the small business, potential consumers, and potential suppliers, and the indirect ones have the Internal Revenue Service (SRI), the Municipal Government of La Maná, and the Fire Department. The market study established that there was a current annual demand of 248,880 and a supply of 280,270, giving an unsatisfied of 320,330 of which was projected to cover with a yearly production of 256,346 citrus fruit jams (orange, tangerine, and lemon) in the presentation of 100gm, The technical study also described the sketch of the location, availability of resources, production process, distribution of infrastructure, project requirements, organization and the legal framework necessary for the operation of the company. The economic and financial study showed that the total investment required was 8,956.50 was financed at 10% through equity and 90% through a bank loan from BanEcuador with an interest rate of 1%. With a general equilibrium point of \$0.14, the NPV for the small company producing NAAN jam was \$392,429.02, an IRR of 82%, and a cost-benefit ratio of \$2.61, values that demonstrated the feasibility of this proposal. Among the most relevant impacts are the environmental and social since this project aims to reduce solid and liquid contamination produced by wasting fruit and offer employment opportunities for Los Lamanenses.

**Keywords:** Feasibility study, Small enterprise, Jam.



## ÍNDICE GENERAL

PORTADA .....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA .....	ii
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN .....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
ÍNDICE GENERAL .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xvi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xviii
1. INFORMACIÓN GENERAL .....	1
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	2
3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....	3
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO .....	4
5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	5
5.1. Delimitación del objeto de investigación: .....	7
5.2. Formulación del problema .....	7
6. OBJETIVOS .....	8
6.1. Objetivo General.....	8
6.2. Objetivo Específicos.....	8
7. ACTIVIDADES EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS.....	9
8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA .....	10
8.1. Antecedentes.....	10
8.2. FUNDAMENTACION TEORICA .....	11
8.2.1. Estudio de Mercado .....	11
8.2.1.1. Objetivos y generalidades del estudio de mercado.....	11
8.2.1.2. Producto.....	12
8.2.1.3. Estudio de la oferta .....	13
8.2.1.4. La Oferta.....	13

8.2.1.5. Tipos de oferta .....	13
8.2.1.6. Proyección de la Oferta .....	14
8.2.1.7. Estudio de la demanda.....	14
8.2.1.8. La Demanda.....	14
8.2.1.9. Proyección de la demanda .....	15
8.2.1.10 Demanda Insatisfecha.....	15
8.2.1.11. Estudio del precio .....	15
8.2.1.12. Precio.....	16
8.2.1.13. Análisis de precios.....	16
8.2.1.14. Comercialización .....	16
8.2.1.15. Canales de comercialización .....	17
8.2.1.16. Canal Directo.....	17
8.2.1.17. Canal Indirecto .....	18
8.2.1.18. Marketing .....	18
8.2.1.19. Comercialización de cítricos .....	18
8.2.2. Estudio Técnico .....	19
8.2.2.1. Tamaño del Proyecto .....	19
8.2.2.2. Localizaciones del Proyecto .....	20
8.2.2.3. Macro localización .....	20
8.2.2.4. Micro localización .....	21
8.2.2.5. Ingeniería del proyecto .....	21
8.2.2.6. Sitio Preciso.....	22
8.2.2.7. Disponibilidad de materia prima e insumos .....	22
8.2.2.8. Distribución de la planta.....	23
8.2.2.9. Organización de la empresa.....	23
8.2.2.10. Organigrama .....	24
8.2.2.11. Marco Legal.....	24
8.2.3. Estudio Económico.....	25
8.2.3.1. Inversiones.....	25
8.2.3.2. Inversión inicial .....	26
8.2.3.3. Depreciación.....	26
8.2.3.4. Financiamiento .....	27
8.2.3.5. Amortización .....	27
8.2.3.6. Materia prima .....	27

8.2.3.7. Mano de obra.....	28
8.2.3.8. Costos de producción .....	28
8.2.3.9. Costo fijo .....	28
8.2.3.10. Costos variables.....	29
8.2.3.11. Costos totales.....	29
8.2.3.12. Costo variable unitario.....	30
8.2.3.13. Estado de pérdida y ganancia .....	30
8.2.3.14. Flujo de caja .....	31
8.2.3.15. Punto de equilibrio .....	31
8.2.4. Estudio Financiero.....	32
8.2.4.1. Tasa interna de retorno (TIR) .....	33
8.2.4.2. Relación costo-financiero .....	34
8.2.4.3. La pequeña empresa .....	35
9. PREGUNTAS CIENTIFICAS O HIPOTESIS .....	36
10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL .....	37
10.1. Tipo de Investigación .....	37
10.1.1. Investigación descriptiva .....	37
10.1.3. Investigación de Campo .....	37
10.1.4. Investigación Bibliográfica documental.....	37
10.2. Métodos de Investigación.....	38
10.2.2. Método Inductivo .....	38
10.3. Técnicas de Investigación.....	38
10.3.1. Encuesta.....	38
10.4. Instrumento de Investigación .....	38
10.4.1. Cuestionario.....	38
10.5. Población y muestra .....	38
10.5.1. Población de comerciantes .....	38
10.5.2. Población clientes .....	39
11. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS .....	41
11.1. Tratamiento de la información, procesamiento y análisis. ....	41
11.2. Resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes de mermeladas.....	41
11.3. Resultados de las encuestas dirigidas a los consumidores de mermeladas .....	47
11.4. Discusión de los resultados de las encuestas aplicadas en el Cantón La Maná.....	57
11.4.1. Discusión de los resultados.....	57

11.5.	Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa. ....	57
11.5.1.	Estudio de mercado para la producción de mermelada de frutas cítricas.....	57
11.5.1.1.	Oferta actual .....	58
11.5.1.2.	Oferta proyectada .....	58
11.5.1.3.	Demanda actual .....	59
11.5.1.4.	Demanda proyectada .....	59
11.5.1.5.	Demanda insatisfecha de mermeladas.....	60
11.5.2.	Estudio técnico .....	62
11.5.2.1.	Tamaño del proyecto .....	63
11.5.2.2.	Localización del proyecto.....	63
11.5.2.2.1.	Macro localización. ....	63
11.5.2.2.2.	Micro localización .....	64
11.5.2.2.4.	Aspectos para la localización .....	65
11.5.2.3.	Ingeniería del proyecto. ....	66
11.5.2.3.1.	Características del producto. ....	66
11.5.2.3.2.	Diseño de procesos .....	68
11.5.2.3.3.	Equipamiento para la instalación de la pequeña empresa. ....	70
11.5.2.3.4.	Requerimiento del personal .....	71
11.5.2.3.5.	Distribución de la planta.....	71
11.5.2.4.	Estructura empresarial .....	72
11.5.2.4.1.	Nombre o razón social.....	72
11.5.2.4.2.	Logotipo .....	72
11.5.2.4.3.	Eslogan .....	73
11.5.2.4.4.	Base filosófica de la pequeña empresa.....	73
11.5.2.4.5.	Principios y valores de la pequeña empresa .....	74
11.5.2.4.6.	Organigrama estructural de la pequeña empresa.....	75
11.5.2.4.7.	Descripción de las funciones del personal.....	76
11.5.2.4.8.	Política de la empresa .....	77
11.5.2.5.	Marco legal .....	77
11.5.2.5.1.	Aspectos fiscales de la pequeña empresa .....	78
11.5.3.	Estudio Económico.....	79
11.5.3.1.	Estimación de la inversión inicial y total.....	79
11.5.3.2.	Estimación de la depreciación de la inversión fija para la ejecución del proyecto.....	81
11.5.3.3.	Materia prima .....	82

11.5.3.4.	Gastos de constitución .....	83
11.5.3.5.	Mano de obra .....	83
11.5.3.6.	Insumos de oficina.....	84
11.5.3.7.	Gastos de permiso de funcionamiento.....	84
11.5.3.8.	Publicidad .....	85
11.5.3.9.	Servicio Básico .....	85
11.5.3.10.	Insumos de limpieza .....	85
11.5.3.11.	Gastos de combustible .....	86
11.5.3.12.	Capital de trabajo.....	86
11.5.3.13.	Financiamiento para la ejecución del proyecto .....	86
11.5.3.14.	Plan de producción y comercialización de mermeladas “NAAN”.....	88
11.5.3.15.	Costos directos e indirectos .....	88
11.5.3.16.	Costos de producción .....	88
11.5.3.17.	Punto de equilibrio .....	89
11.5.4.	Estudio Financiero .....	89
11.5.4.1.	Estado de resultado proyectado para la producción de mermeladas “NAAN”. .....	90
11.5.4.2.	Flujo de caja para la producción de mermeladas “N AAN”.....	90
11.5.4.3.	Cálculo de valor actual neto, tasa interna de retorno y costo Beneficio.....	91
12.	IMPACTOS (AMBIENTALES, SOCIALES O ECONÓMICOS).....	93
12.1.	Impacto Ambiental .....	93
12.2.	Impacto social.....	93
12.3.	Impacto económico.....	94
13.	PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO.....	94
14.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	95
15.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	96
15.1.	Conclusiones.....	96
15.2.	Recomendaciones .....	97
16.	BIBLIOGRAFÍA .....	98
17.	ANEXOS .....	106

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Beneficiarios directos e indirectos.....	4
Tabla 2. Actividades y sistema se tareas .....	9
Tabla 3. Comerciantes propietarios de Pequeñas Empresas donde se vende Mermeladas .....	39
Tabla 4. Proyección de la población según cantones .....	39
Tabla 5. Ubicación de Venta .....	41
Tabla 6. Tiempo de actividad comercial .....	42
Tabla 7. Sabor preferido del producto .....	43
Tabla 8. Cantidad vendida anualmente del producto .....	44
Tabla 9. Proveedores del producto. ....	45
Tabla 10. Presentación del producto. ....	46
Tabla 11. Sector donde reside o habita.....	47
Tabla 12. Integrantes de su familia.....	48
Tabla 13. Consumo de mermeladas.....	49
Tabla 14. Mermelada de preferencia .....	50
Tabla 15. Frecuencia de consumo semanal .....	51
Tabla 16. Preferencia de compra .....	53
Tabla 17. Creación de una pequeña empresa .....	54
Tabla 18. Presentación del producto .....	55
Tabla 19. Factor importante al momento de comprar .....	56
Tabla 20. Oferta actual .....	58
Tabla 21. Oferta proyectada .....	58
Tabla 22. Demanda actual .....	59
Tabla 23. Oferta demanda proyectada.....	59
Tabla 24. Demanda insatisfecha.....	60
Tabla 25. Pecios.....	60
Tabla 26. Tamaño del proyecto .....	63
Tabla 27. Factores de localización .....	65
Tabla 28. Equipos de oficina .....	70
Tabla 29. Suministros .....	70
Tabla 30. Muebles .....	70
Tabla 31. Materiales y equipos.....	70
Tabla 32. Personal administrative y operativo .....	71

Tabla 33. Distribución del área de construcción .....	71
Tabla 34. Funciones del Gerente/contador .....	76
Tabla 35. Funciones del vendedor/recepcionista.....	76
Tabla 36. Funciones del Chef .....	76
Tabla 37. Inversión activos fijos de la pequeña empresa de producción de mermeladas. ....	80
Tabla 38. Consolidado de los activos fijos de la pequeña empresa de mermeladas.....	81
Tabla 39. Depreciación de activos fijos.....	81
Tabla 40. Materia prima .....	83
Tabla 41. Materia prima indirecta .....	83
Tabla 42. Gasto de constitución .....	83
Tabla 43. Mano de obra directo.....	84
Tabla 44. Mano de obra indirecta.....	84
Tabla 45. Insumo de oficina .....	84
Tabla 46. Gastos de permiso de funcionamiento.....	84
Tabla 47. Gastos de publicidad.....	85
Tabla 48. Servicio Básico .....	85
Tabla 49. Insumos de limpieza .....	85
Tabla 50. Capital de trabajo.....	86
Tabla 51. Capital de trabajo.....	86
Tabla 52. Financiamiento para la ejecución del proyecto .....	87
Tabla 53. Resumen de gastos financieros y capital amortizado .....	87
Tabla 54. Plan de producción y comercialización de mermeladas.....	88
Tabla 55. Costos directos e indirectos .....	88
Tabla 56. Costos fijos y variables.....	89
Tabla 57. Punto de equilibrio .....	89
Tabla 58. Estado de resultados .....	90
Tabla 59. Flujo de caja .....	91
Tabla 60. Cálculo del VAN .....	91
Tabla 61. Cálculo del TIR .....	92
Tabla 62. Presupuesto del Proyecto.....	94
Tabla 63. Presupuesto del trabajo de campo. ....	95
Tabla 64. Cronograma de actividades ejecutadas en la investigación.....	95

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Ubicación de venta. ....	41
Gráfico 2. Tiempo de actividad comercial. ....	42
Gráfico 3. Sabor preferido del producto .....	43
Gráfico 4. Cantidad vendida anualmente del producto .....	44
Gráfico 5. Proveedores del producto. ....	45
Gráfico 6. Presentación del producto.....	46
Gráfico 7. Sector donde reside .....	47
Gráfico 8. Cantidad de habitantes.....	48
Gráfico 9. Consumo de mermeladas.....	49
Gráfico 11. Frecuencia de consumo .....	51
Gráfico 12. Cantidad de consumo .....	52
Gráfico 13. Precio.....	52
Gráfico 14. Preferencia de compra .....	53
Gráfico 15. Creación de una pequeña empresa .....	54
Gráfico 16. Presentación del producto .....	55
Gráfico 17. Factor importante al momento de comprar .....	56



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica Provincia de Cotopaxi.....	64
Figura 2. Croquis de micro localización de la pequeña empresa. ....	64
Figura 3. Croquis del sector la pista .....	65
Figura 4. Mermeladas NAAN .....	66
Figura 5. Mermeladas NAAN .....	67
Figura 6. Mermeladas NAAN .....	67
Figura 7. Mermeladas .....	68
Figura 8. Descripción del proceso .....	69
Figura 9. Prenda para el personal .....	71
Figura 10. Distribución física de la pequeña empresa “NAAN” .....	72
Figura 11. FODA.....	74
Figura 12. Organigrama.....	75

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Árbol del problema.....	106
Anexo 2. Datos del docente tutor. ....	107
Anexo 3. Datos del estudiante .....	108
Anexo 4. Datos del estudiante .....	109
Anexo 5. Encuesta aplicada a los consumidores .....	110
Anexo 6. Encuesta aplicada al comerciante del cantón La Maná. ....	110
Anexo 7. Encuesta comerciante.....	111
Anexo 8. Encuesta consumidor .....	113
Anexo 9. Validación del tribunal de cuestionario para las encuestas a los comerciantes .....	115
Anexo 10. Validación del tribunal de cuestionario para la encuesta a la población. ....	121
Anexo 11. Aval de traducción del idioma ingles.....	124

## 1. INFORMACIÓN GENERAL

**Título del Proyecto:**

“Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de mermeladas de frutas cítricas en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi, año 2022”.

**Fecha de inicio:**

abril 2022

**Fecha de finalización:**

febrero 2023

**Lugar de ejecución:**

Cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

**Unidad Académica que auspicia:**

Facultad de Ciencias Administrativas.

**Carrera que auspicia:**

Administración de Empresas

**Proyecto de investigación vinculado:**

Licenciatura en Administración de Empresa

**Equipo de Trabajo:****Tutora:**

Ing. MBA Mayra Elizeth Valencia Neto.

**Estudiante:**

Perea Mayorga Ana Nohemi

**Estudiante:**

Villafuerte Tóala Nayeli Vanessa

**Área de Conocimiento:**

Ciencias Sociales, Educación Comercial y Derecho

**Sub área:**

Educación Comercial y Administración.

**Línea de investigación:**

Administración y Economía para el Desarrollo Humano y Social.

**Sub líneas de investigación:**

Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO**

El estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de mermelada de frutos cítricos, pretende innovar en el mercado, crear fuentes de trabajo y ayudar a mejorar el déficit de pobreza en el Cantón La Maná. Apasionadas por la tecnología e innovación, teniendo una visión e ideales muy distintos a otras generaciones, esta pequeña empresa está creada con el fin de convertirla en una fuente de consumo inteligente donde no se desperdicie la materia prima, convirtiéndola en un nuevo producto activo y muy diferente a los demás.

La pequeña empresa debe ser reconocida por medio de las redes, para que los consumidores que buscan experiencias nuevas y se atreven a probar sabores nativos descubran las características y beneficios del producto e implementarlo con mayor seguridad según su aceptación en el mercado. También se presentan los puntos esenciales que se deben tener en cuenta para un correcto trabajo investigativo, con la adecuada justificación del tema, se establecen las delimitaciones, se crean las preguntas científicas, se desarrolla de una manera más extensa el problema a tratar y, por último, se establecen los objetivos que se desea alcanzar.

Se describe la contextualización del problema, de acuerdo a la percepción de los consumidores, las variables que establecen tanto la población como la muestra a partir de la correcta técnica. Se presenta la revisión de la base teórica que sustenta la presente investigación, con definiciones y conceptos relacionados con el tema tomando en consideración la población del Cantón La Maná y los factores que influyen en su comportamiento sobre un nuevo producto.

La metodología escogida tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo, para el levantamiento de información se hará uso de encuestas estructuradas a los consumidores en el Cantón La Maná. Se analiza y se discute los resultados obtenidos dentro de la investigación a través de las debidas herramientas implementadas, tomando en cuenta los impactos técnicos, social, ambiental, económico según sea el caso además es importante para el desarrollo del proyecto la valoración económica y el presupuesto para implementar la propuesta. Para finalizar presentaremos las debidas conclusiones y recomendaciones del presente trabajo.

### **3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Debido a la necesidad de mejorar la calidad de vida de los productores de fruta del Cantón La Maná y sectores aledaños, se propone como opción ideal este proyecto de producción de mermelada de frutos cítricos, tomando en cuenta que este es un sector donde existe una alta producción de estas frutas, obteniendo una oportunidad de introducir en el mercado un producto que se ajuste a las necesidades del consumidor.

Ingerir frutas frescas a diario es esencial para la dieta humana por su aporte de fibra y vitaminas, mejorar los hábitos alimenticios de los amanenses, mediante la producción de frutas que son totalmente naturales, desde su fase de siembra, cultivo y cosecha, de tal manera que no se altere las propiedades de cada uno, por otra parte se busca crear una empresa que ayude a combatir los altos índices de desempleo, creando así una oportunidad de negocio para generar nuevas fuentes de trabajo. La mermelada permitirá que los consumidores puedan degustar la fruta de una manera más fácil en el momento que más les apetece.

Se busca el aprovechamiento de las grandes propiedades de las frutas cítricas como se plantea no solo la concientización del público sobre éstas, sino además el aumento de los productos derivados como la mermelada, que es un producto utilizado en postres y diversas recetas.

Existen factores muy importantes en la ejecución del presente estudio de factibilidad, como son el estudio de mercado, estudio técnico, económico y financiero, el mismo que determinan la viabilidad del proyecto de producción de mermeladas de frutas cítricas.

#### 4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

La implementación de esta nueva actividad económica tendrá beneficiarios directos e indirectos.

**Tabla 1.** Beneficiarios directos e indirectos

<b>Beneficiario Directo</b>		<b>Beneficiarios Indirectos</b>	
Propietarios de la Pequeña Empresa	2	Servicio de Rentas Internas (SRI).	1
Posibles consumidores	390	GAD Municipal del Cantón la Maná	1
Posibles proveedores	60	Cuerpo de Bomberos	1

**Elaborado por:** Las Autoras

Los beneficiarios directos serán los propietarios de la pequeña empresa ya que logran obtener ganancias, de la misma manera los posibles consumidores tendrán como beneficio el producto de primera mano, y los posibles proveedores tendrán un nuevo comerciante, luego tenemos lo que son los beneficiarios indirectos los cuales serían el (SRI) Servicio de Rentas Internas ya que estos obtendrán los impuestos del nuevo local, tenemos lo que es el GAD Municipal del Cantón la Maná, de igual manera se beneficiará de manera indirecta con los servicios que prestará la pequeña empresa y por último tenemos lo que es el cuerpo de bomberos estos se beneficiarán con los trámites a realizar para la implementación de la empresa.

## 5. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Ecuador es un país ubicado en América del Sur con 16 millones de habitantes con una superficie de 283.561 km<sup>2</sup>, es el cuarto país más pequeño del subcontinente, es considerado como una economía de ingresos medios en vía de desarrollo o subdesarrollado, como los países a su alrededor, y con alta dependencia de producción de materias primas. (economicas, 2017)

Dentro de las principales actividades económicas del Ecuador tenemos lo que es la Agroindustria, que se considera como un sistema que facilita el desarrollo de nuevas relaciones de producción en el campo, modificando a su vez el espacio, el territorio y la vida de los agricultores, que se ven beneficiados por la situación geográfica del país que favorece a la producción de diversas frutas y promueve a los productores a establecer precios más competitivos al momento de ofrecer sus productos.

En la producción de mermeladas intervienen varias empresas adicionales como son: La industria agrícola quien provee el principal insumo que son las frutas, la industria de conservantes y persegantes alimenticios, la industria de fabricación de maquinaria y la industria de materiales de empaquetamiento y transporte, entre las principales.

Según el Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias (INIAP) desarrolla planes y proyectos para el cultivo de frutas que se pueden dar en la zona, busca incorporar valor agregado a las frutas, así como mejorar los procesos de organización de productores y empresarios para hacer más eficiente la comercialización, con el fin de fomentar y desarrollar la fruticultura.

En Cotopaxi se ha impulsado la idea de realizar cultivos frutícolas en asociaciones u organizaciones, sin embargo la falta de organización y de capacitación en el manejo del cultivo que han tenido los socios han provocado pérdidas en los cultivos, además las dificultades que presentan las asociaciones, son el no tener una administración designada que cumplan con un rol de desempeño, los mismos que perjudican en la toma de decisiones , siendo este un inconveniente para la prosperidad de una asociación (Acaro, 2016).

El Cantón La Maná se caracteriza por su gran producción pecuaria en primer lugar y agrícola en segundo; por el tipo de clima (Tropical) la temperatura media oscila entre los 23,6°C y 25,2°C; las máximas varían entre 31,5°C y 34,0°C y las mínimas entre 14,5°C y 17°C. Recibe una precipitación promedio anual de 2000 a 3000 mm, que se encuentran distribuidos a lo largo de

los 9 meses. Los meses secos son 3 o menos, período en el cual los días fisiológicamente secos varían entre 17 y 68. Por tales razones, y aun perteneciendo a la región Sierra, la agricultura es netamente de productos de la región costa como: banano, plátano, orito, cacao, café, yuca, cítricos, tabaco, entre otros (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Maná, 2016).

La problemática principal es que hoy en día no hay empresas dedicadas a la elaboración de mermeladas de frutas cítricas en cantón, por tal motivo no hay un comercio asegurado para los productores de las frutas típicas de la región, convirtiéndose en una problemática que se ve reflejada en las fincas agricultoras.

Esta pequeña empresa pretende crear una oportunidad de negocio que permitirá generar nuevas fuentes de trabajo, enfocadas en la producción de mermelada de fruta que beneficia a los agricultores, al aprovechamiento de las frutas pretendiendo así mejorar el estilo de vida de los mismos, procrear nuevas fuentes de trabajo y reducir el desempleo en el Cantón La Maná indirectamente este proyecto también tiene como propósito beneficiar al crecimiento y desarrollo económico, social en áreas rurales del cantón La Maná.

Además, contribuir en la mejorar del estilo de vida de los pequeños agricultores impulsando a que tecnifiquen sus cultivos para obtener mayor producción. Los impactos que provocará la pequeña empresa se evaluarán más detalladamente al momento de iniciar la producción de la mermelada de frutas cítricas, de acuerdo a la tecnología a implementar, las materias primas y sustancias químicas.

El resultado será un producto novedoso, el cual aportará al municipio impuestos para el desarrollo de nuevos proyectos de emprendimiento, crear fuentes de trabajo disminuyendo el índice de desempleo. También se quiere brindar al consumidor un producto práctico que se pueda conservar y preparar fácilmente, consiguiendo así que la mermelada de frutas cítricas se convierta en una nueva alternativa de consumo, aprovechando así al máximo potencial que tienen las frutas.

Los elementos y aspectos en esta investigación que van a ser estudiados están relacionados como localización de la pequeña empresa, la tecnología que se emplea, el tamaño de la infraestructura e instalaciones, los aspectos legales, organizacionales y ambientales.



Por observación empírica del entorno podemos decir que esta problemática no es reciente y a la fecha en la zona no hay ninguna iniciativa como pequeña empresa productora de mermeladas que haga un aprovechamiento debido de los productos que se dan en este cantón.

Las causas que se han encontrado en el problema de la investigación es la inexistencia de empresas dedicadas a la producción de mermelada, de igual manera esta lo que es la falta de aprovechamiento de la producción de las frutas cítricas, y por último lo que es la incapacidad de negociación por parte de los agricultores, teniendo en cuenta estas causas surgen los que son los efectos que son la incapacidad de emprender, cosechas perdidas y pérdida de dinero.

### **5.1. Delimitación del objeto de investigación:**

**Aspecto:** Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de mermeladas de frutas cítricas en el cantón La Maná.

**Espacial:** La investigación en curso se ejecutará en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi.

**Temporal:** octubre 2022 – febrero 2023

### **5.2. Formulación del problema**

¿Es factible crear una pequeña empresa productora de mermeladas de frutos cítricos en el cantón La Maná, provincia de Cotopaxi?

## **6. OBJETIVOS**

### **6.1. Objetivo General**

Desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora de mermeladas de frutas cítricas en el cantón de La Maná, provincia de Cotopaxi, año 2022.

### **6.2. Objetivo Específicos**

- Realizar un estudio de mercado donde se obtenga la oferta, demanda, precio, competencia y comportamientos de los consumidores de mermelada en el cantón La Maná.
- Elaborar un estudio técnico donde proporcione la localización, el tamaño, las instalaciones, organización y constitución del proyecto.
- Realizar un estudio económico, analizando el costo total, la inversión inicial de la pequeña empresa y determinando la depreciación y amortización de la inversión del proyecto.
- Efectuar un estudio financiero mediante las técnicas de VAN, TIR B/C que permita medir la rentabilidad y estimar la viabilidad para la creación de la pequeña empresa.

## 7. ACTIVIDADES Y SISTEMA DE TAREAS EN RELACIÓN A LOS OBJETIVOS PLANTEADOS

**Tabla 2.** Actividades y sistema de tareas

Objetivos	Actividad	Resultados de la actividad	Descripción de la actividad
Realizar un estudio de mercado donde se obtenga la oferta, demanda, precio, competencia y comportamientos de los consumidores de mermelada en el cantón La Maná.	Analizar la oferta, demanda, precios y demanda insatisfecha de la producción de mermeladas de frutas cítricas en el cantón La Maná. Especificar la competencia y comportamiento de los consumidores del producto a crear. Elaborar los instrumentos necesarios para la ejecución de la encuesta.	Estudio de Mercado	Cuestionario de preguntas (Encuestas) a los posibles consumidores del cantón y a los comerciantes de mermelada.
Elaborar un estudio técnico donde proporcione localización, tamaño, instalaciones, organización y constitución del proyecto.	Buscar la función de operación y producción con los recursos óptimos disponibles, efectuando además un estudio organizacional y legal para la creación de la pequeña empresa.	Estudio técnico	Investigación técnica mediante la Ingeniería del proyecto. Marco legal
Realizar un estudio económico, analizando el costo total, la inversión inicial de la pequeña empresa y determinando deprecación y amortización de la inversión del proyecto.	Determinar la factibilidad económica del proyecto mediante el establecimiento del monto de inversión que se necesita, depreciación y amortización de activos fijos, gastos de constitución, y estimación del capital de trabajo requerido. Sostenible	Estudio económico	Sistematización de la inversión requerida, y capital de trabajo. Presupuestos de ingresos y egresos. Depreciación y amortización.
Efectuar un estudio financiero mediante las técnicas de VAN, TIR B/C que permita medir la rentabilidad y estimar la viabilidad para la creación de la pequeña empresa.	Analizar la sustentabilidad, viabilidad y rentabilidad del proyecto mediante el cálculo de indicadores financieros y Análisis Comparativos.	Estudio financiero	Cálculo de indicadores financieros VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno). Desarrollo de la relación Costo - beneficio del análisis financiero.

Elaborado por: Las autoras

## **8. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA**

### **8.1. Antecedentes**

La presente investigación toma como referencia como soporte, estudios similares de diferentes repositorios de universidades del país, a continuación, se realiza un resumen de los principales aspectos de las mencionadas investigaciones.

#### **Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de mermelada.**

La implementación de la pequeña empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mermelada de guayaba constituye una alternativa viable porque permite incentivar a los agricultores de dicho producto, así mismo a los residentes del lugar a invertir en un proyecto de este tipo ya que logra dinamizar la economía del sector.

En el diagnóstico situacional realizado en el sector de La Maná se logró comprobar que los pobladores de dicho sector se encuentran con ganas de invertir ya que observan que la fruta se está desperdiciando, así como sus nutrientes por lo que ven que la producción y comercialización de mermelada es una gran forma de conservar por mayor tiempo la guayaba sin que llegue al estado de putrefacción. Las bases teóricas y científicas se investigaron de forma adecuada sabiendo que es la sustentación de la propuesta sobre la creación de una pequeña empresa, donde se proporciona información de gran importancia sobre el tema por medio de un diagnóstico externo del entorno, así como de la información bibliográfica.

Se realizó un estudio de mercado mediante la aplicación de encuestas a los consumidores para lograr identificar los gustos y preferencias de los posibles clientes. Se determinó que en el mercado existe gran acogida por la mermelada debido a su sabor y nutrientes por lo que se asegura la colocación del producto elaborado por la pequeña empresa. En el Estudio Técnico se determinó que las condiciones del sector donde pondrá en marcha el proyecto cuentan con ventajas de clima, así como también de distancia con la materia prima.

El diseño de las instalaciones estará relacionado con las 182 actividades inmersas en los procesos de elaboración de la mermelada, los cuales están reflejados en los flujos gramas de procesos de producción para llegar a la consecución rápida y eficiente del proceso de producción como también la disponibilidad de recursos necesario para el correcto funcionamiento de la nueva unidad productiva. De acuerdo con el análisis financiero el VAN

dio como resultado 751.134,46 dólares en un período de 5 años deduciéndose que el proyecto es rentable por lo que se logra recuperar la inversión en 3 años.

El TIR será del 36%. La estructura de la organización se encontrará en función de las bases legales y administrativas, planteamiento de estrategias y diseño de funciones del talento humano que labora en dicha microempresa para el pleno desarrollo de sus actividades. La empresa no ocasionará daños al medio ambiente durante la realización de sus actividades ya que propone utilizar los desperdicios como abonos orgánicos para nuevos sembríos de guayaba, se determinó un impacto general del 2,6 lo cual significa un impacto alto positivo. (Merlo, 2017).

## **8.2. FUNDAMENTACION TEORICA**

### **8.2.1 Estudio de Mercado**

Bóveda et al. (2015) en su libro guía práctica para la elaboración de un plan de negocio definen al mercado como un grupo de consumidores que quieren comprar productos o servicios que satisfacen una necesidad o deseo. El mercado de un producto puede consistir en niños, jóvenes, adultos, padres, ancianos o empresas con determinadas características. (p.18)

Según Rodríguez (2018), sostiene que el estudio de mercado: “es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta” (p.27).

Según los autores el estudio de mercado se considerar, como un análisis o estudio en donde se establece la oferta y la demanda objetivo de obtener datos que ayuden a determinar si existe una demanda insatisfecha de los productos que se desean ofertar en el mercado meta.

#### **8.2.1.1 Objetivos y generalidades del estudio de mercado**

Se entiende por objetivo del Estudio de Mercado al siguiente:

Ratificar la existencia de necesidades insatisfechas en el mercado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que brindan los productos existentes en el mercado.

- Determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios.

- Conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los servicios.
- Como último objetivo, el estudio de mercado se propone a dar una idea al inversionista de riesgo, que su producto corre de ser o no aceptado en el mercado.

Cipriano (2016) afirma que la investigación de mercado tendrá como objetivos estratégicos: Identificar y definir oportunidades y debilidades de mercadotecnia. Generar, definir y evaluar las acciones de mercadotecnia y su seguimiento.

- Mejorar el proceso mercadológico del negocio.
- Crear un sistema de información para dirigirlo hacia la obtención de resultados.
- Ubicar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado o la opción de prestar un mejor servicio que la competencia.
- Conocer la viabilidad para establecer un negocio.
- Aplicar la investigación de mercados en forma integral,
- Identificar el grado de aceptación que tendrá el producto o servicio del negocio. Conocer las preferencias de consumo del producto o servicio del negocio (p. 93)

Basándose en los conceptos de los autores que los objetivos del estudio de mercado son aquellos que ayudan a determinar si dentro del mercado existe una necesidad insatisfecha la cual podamos aprovechar para poder en marcha los proyectos.

### **8.2.1.2. Producto**

Según Soriano (2016) menciona que el producto es todo aquello que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo, y que es capaz de satisfacer una necesidad. El concepto de producto parte del posicionamiento, misión y visión que ha planteado la empresa, es decir, cuál es su razón de ser, su negocio, a dónde quiere llegar y qué es lo que puede ofrecer. (p.152)

Mientras que para Pacheco y Pérez (2018) el producto es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. (p.40)

Tomando las palabras de los autores se puede referir al producto como un bien o servicio que se oferta dentro de un mercado, con la condición de satisfacer las necesidades de sus consumidores.

### 8.2.1.3. Estudio de la oferta

#### 8.2.1.4. La Oferta

Se entiende como la cantidad de un bien que las empresas producen y venden en un mercado. Relaciona la cantidad ofrecida de un bien con su precio de mercado, CETERIS PARIBUS, es decir, manteniendo todo lo demás constante, como precios de los bienes sustitutos, tecnología, moda, etc. (Tarapuez Chamorro et al., 2018, p.53)

Es la cantidad de un bien o servicio que los productores estarían dispuestos a vender, a diferentes niveles de precio, en un lugar específico y durante un lapso determinado (Gaitán Méndez, 2020, p. 27)

Tomando los conceptos expuestos anteriormente que la oferta hace referencia a la cantidad de bienes o servicios que posee un productor o empresa, que están dispuestos a vender a un precio ya establecido dentro del mercado en el que se oferta estos productos.

#### 8.2.1.5. Tipos de oferta

**La Oferta Competitiva:** La oferta competitiva se caracteriza porque ningún productor domina el mercado por lo que la participación en el mismo está determinada por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen al consumidor. (Arias, 2016, p. 27-28)

Según el autor menciona que la calidad, el precio y servicio que se ofrece son los factores que dominan dentro de la oferta competitiva más no los vendedores, esta oferta se emplea gracias a que en el mercado existe una gran variedad de vendedores de un mismo producto o servicio.

**La Oferta Oligopólica:** Se caracteriza porque en mercado se encuentran dominados por unos cuantos productores por lo que determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria. (Arias, 2016, p. 27-28)

Basado en el concepto del autor, hace referencia a la competencia dentro de esta oferta es nula, dentro de esta oferta los únicos beneficiados son los productores ya que ellos son los que dominan en el mercado.

**La Oferta Monopólica:** Es aquella en la que existe un solo productor del bien o servicio y por tal motivo domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. (Arias, 2016, p. 27-28)

Basado en el concepto del autor el encargado de determinar la oferta y el precio es un único productor y este productor domina un 90% del mercado y por esa razón es el encargado de determinar los precios.

#### **8.2.1.6. Proyección de la Oferta**

La igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, saber, que, de cada una de las tres variables analizadas, como puede ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno. (Baca Urbina, 2011, p. 45)

Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se realiza el estudio histórico, actual y futuro con el propósito de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo, y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta. Esto supone la identificación y selección de fuentes secundarias y primarias adecuadas que le den confiabilidad al estudio. (Miranda, 2016, p. 102)

Basado en los conceptos de los autores, se deduce que para la realización de proyección de la oferta se debe tener en cuenta las mismas herramientas estadísticas que se usa para establecer la proyección de la demanda, dado que aquí se realiza un estudio histórico, actual y futuro con el fin de esclarecer cual es la cantidad de bienes o servicios que se están ofertando, sus precios, su inflación entre otras.

#### **8.2.1.7. Estudio de la demanda**

#### **8.2.1.8. La Demanda**

Se considera que la demanda es la sumatoria de las adquisiciones o compra de un bien o servicio por parte del consumidor para satisfacer una necesidad. (Villagrán et al., 2018, p. 20)

La demanda es un proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio. Para su estudio es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar el comportamiento y así, mismo conocer la tendencia que muestra el bien o el servicio que se pretende comercializar (Uribe, 2015, p.58).



De acuerdo con los conceptos de las autoras la demanda hace referencia a la sumatoria de compra de un determinado bien o servicio que se encuentra dentro del mercado, además de permitir establecer el comportamiento y circunstancias de los consumidores y como repercutirían en el consumo de producto.

#### **8.2.1.9. Proyección de la demanda**

El éxito de un proyecto se relaciona con la capacidad de planear el futuro y desarrollar las estrategias apropiadas; el buen juicio y el conocimiento de la economía proporcionan una idea de lo que puede suceder en el futuro. (Cardona Gómez, 2018, p. 28)

Los sistemas de proyección de la demanda son principalmente cuantificar las estrategias creativas de los departamentos estratégicos, para generar planificaciones logísticas de compras, producción e inventarios futuros que permitan garantizar la disponibilidad del producto en el momento determinado. Así mismo, esta valoración de demanda futura aporta insumos considerables al departamento de finanzas y a la gerencia general en lo relativo a ingresos y márgenes de ganancias futuros, con base en dichos escenarios creativos (Boada, 2017, p. 26).

En base a lo expuesto por los autores la proyección de la demanda se enfoca en cuantificar las estrategias esto con el propósito de proporcionar ideas que acerquen al futuro y conocer la disponibilidad que se tendrá los productos en el mercado y así poder desarrollar nuevas estrategias que nos acerquen más al consumidor.

#### **8.2.1.10 Demanda Insatisfecha**

Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada (Valencia, 2011, p. 67-72).

Basado en la definición del autor la demanda insatisfecha es aquella que no ha sido satisfecha completamente ya sea por un servicio o un producto.

#### **8.2.1.11. Estudio del precio**

El análisis de precios es el enfoque preferido para evaluar las opciones de productos y servicios existentes en el mercado (Parra, 2023).

Con este enfoque, el precio de un proveedor se compara con alternativas o sustitutos de la competencia (Parra, 2023).

#### **8.2.1.12. Precio**

La palabra precio es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación. Desde el punto de vista del marketing, el precio es una variable controlable que se diferencia de los otros tres elementos de la mezcla o mix de mercadotecnia (producto, distribución y comunicaciones) en que produce ingresos; los otros elementos generan costos (Schnarch Kirberg, 2019, p. 127).

En su definición más básica, el precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. (Viscarri Colomer & Mas Machuca, 2010, p. 187)

Teniendo en cuenta las definiciones expuestas por los autores mencionados destacan que el precio hace referencia al valor monetario que se debe pagar por la prestación de un bien y servicio que se desea, considerando que el valor a pagar se establece por el vendedor de dicho bien o servicio.

#### **8.2.1.13. Análisis de precios**

Rio Posada (2016) menciona que es una de las maneras de fijar los precios es tener en cuenta el precio que tienen los competidores para ese mismo producto. Para ello, es importante conocer todos los productos que se ofertan y realizar un análisis de estos mismos productos en los establecimientos que sean considerados los competidores más directos (p. 55).

#### **8.2.1.14. Comercialización**

Venta de los productos y servicios que produce la empresa. Esta función relaciona a la empresa con los distribuidores y los clientes, y es la única que aporta liquidez. Es una función que se debe realizar con mucha dedicación (Lobato Gómez, 2016, p. 20).

En la comercialización se tiene en cuenta las formas de almacenamiento, los sistemas de transportes empleados la presentación del producto o servicio, el crédito a los consumidores, la asistencia técnica a los usuarios, así como los mecanismos de producción y publicidad. Conocer

los canales de comercialización permite fijar el costo del producto por efecto de distribución (Florez, 2015, p. 67).

Basado en la definición de los autores la comercialización se establece como un sistema mediante el cual se pretende vender un producto en el mercado, garantizando que los consumidores encuentren el lugar, al precio y en la cantidad que deseen los productos.

#### **8.2.1.15. Canales de comercialización**

Un canal de distribución o comercialización es el camino que recorre un producto desde su producción hasta su consumo. Está formado, pues, por el conjunto de indeterminados que se encuentran entre el productor y el consumidor que facilitan la circulación de los productos y servicios (Valdivia García, 2015, p.26).

Los canales de comercialización son un conjunto de medios que utiliza la empresa para llegar el producto desde el fabricante hasta el cliente final. Sin embargo, antes de que el consumidor pueda hacerse con el producto, este debe atravesar tres etapas previas: almacenamiento, distribución física, facturación y cobro. En múltiples ocasiones, los propios agentes de distribución se hacen cargo de dichas acciones, otras, en cambio la responsable es la propia empresa (Laza & Ladrón de Guevara, 2019 p.133)

De acuerdo a los autores se entiende por canales de comercialización a la distribución de productos o servicios con el fin de que el mismo llegue al consumidor, la comercialización depende primordialmente de la demanda del producto.

#### **8.2.1.16. Canal Directo**

Son todos aquellos que están exclusivamente controlados por el establecimiento (Mompalmer Pascual, 2018, p.25).

Es un tipo de canal con un recorrido corto de comercialización en el cual el productor vende de manera inmediata el producto al consumidor final, sin ningún tipo de intermediario. (Laza & Ladrón de Guevara, 2019, p. 21)

Basado en las definiciones de los autores los canales de distribución directa son aquellos que se hacen sin ningún tipo de intermediario, generalmente se destacan por sus ventas y comercialización de productos o servicios directamente a los consumidores esta distribución se realiza de manera inmediata de la empresa o el productor a los consumidores.

### **8.2.1.17. Canal Indirecto**

A diferencia del anterior este tipo de canal de distribución está compuesto por intermediarios, puede ser a través de un canal largo o corto (Laza & Ladrón de Guevara, 2019, p. 21)

El producto llega al consumidor a través de uno o varios intermediarios. Se utilizan para comercializar los productos de consumo. (Valdivia, 2015, p. 30)

De acuerdo a los autores los canales indirectos son aquellos en los que intervienen los intermediarios el producto pasa por diferentes sectores antes de que finalmente llegue al consumidor final, esta distribución se realiza de la empresa, al intermediario y al consumidor final.

### **8.2.1.18. Marketing**

Se trata de la disciplina dedicada al análisis del comportamiento de los mercados y de los consumidores. El marketing analiza la gestión comercial de las empresas con el objetivo de captar, retener y fidelizar a los clientes a través de la satisfacción de sus necesidades. (Pérez Aguilera, 2017, p., 16)

El marketing es un proceso de planeación que busca la satisfacción total de los consumidores mediante un pronóstico acertado de lo que necesitan y desean de manera puntual y precisa. (Velásquez et al., 2016, p.34)

Desde la posición de los autores el marketing es el conjunto de determinadas técnicas y estudios que ayudan a conocer el comportamiento del mercado, con el objetivo de comercializar un producto mediante la exploración, creación y entrega de un producto para así satisfacer las necesidades de sus consumidores.

### **8.2.1.19. Comercialización de Cítricos**

En el cantón la mana existe una producción de cítrico considerable como es: la producción de naranja asciende a las 40 mil unidades diarias, la mandarina 20 mil unidades a la semana y el limón estos datos fueron consultados en un centro de acopio de frutas.

### **8.2.2. Estudio Técnico**

Rodríguez (2018) menciona que el estudio técnico consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva, e implica los requerimientos de materias primas e insumo, su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles (p. 38).

El estudio técnico debe indicar en forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original, hasta llegar al diseño propuesto como solución del proyecto definitivo. Al mismo tiempo se presentarán las justificaciones de las decisiones adoptadas, mostrando sus ventajas frente a las demás alternativas que eventualmente se hayan considerado. Este estudio no solamente debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto, sino que también debe mostrar y justificar cuál es la alternativa técnica que mejor se ajusta a los criterios de optimización que se aplican al proyecto. (Rojas López, 2016, p. 49)

Basado en los conceptos de los autores el estudio técnico se encarga de analizar los elementos básicos de la ingeniería de un proyecto que se va a ejecutar tomando en cuenta los recursos y los procesos que se deberá llevar a cabo para la producción de un bien o servicio y con ello demostrar la viabilidad de un proyecto.

#### **8.2.2.1. Tamaño del Proyecto**

“Tamaño de un proyecto se refiere a la escala o nivel de producción que puede alcanzar, es decir, la capacidad de producción a la que se ha decidido operarlo durante un período de tiempo” El tamaño del proyecto dependerá por tanto a las dimensiones de sus instalaciones y la capacidad máxima de producción, teniendo en cuenta los aspectos económicos y técnicos (Rojas López, 2015, 40).

Tamaño del proyecto es la capacidad instalada y se entiende como la capacidad de producir un determinado volumen en la unidad de tiempo: hora, turno, día, mes o año.

Para determinar el tamaño óptimo de la planta, se requiere conocer con mucha precisión los tiempos predeterminados o tiempos y movimientos del proceso, o, en su defecto, diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio y ciertas técnicas. (Rodríguez Aranday, 2018, p. 40)

Teniendo en cuenta la definición de los autores expresan que el tamaño del proyecto es la capacidad productiva que va a tener la empresa, claro está que la capacidad de producción se verá determinada con las dimensiones de las instalaciones

### **8.2.2.2. Localizaciones del Proyecto**

Para Méndez (2016) el análisis de localización debe conducir a determinar el lugar en donde se llevará a cabo el proyecto tanto a nivel general como específico. Corresponde al ámbito espacial o regional, que en función de la variable distancia y el análisis de factores que condicionan la distribución espacial de la respectiva actividad económica permite la toma de decisiones. El fin básico y primordial de la localización es lograr precios mínimos de bienes o servicios al consumidor, usuario o cliente después de evaluar diversos factores condicionantes (p. 175).

Cardona (2018) menciona que su análisis conduce a determinar el lugar donde se ubicará la empresa que surge del proyecto a nivel general y específico; el objetivo de la localización es lograr los menores precios de bienes o servicios para el consumidor o usuario y alcanzar el mayor rendimiento sobre la inversión (p.41).

Basado en las definiciones de los autores la localización de un proyecto es de vital importancia ya que ayuda a encontrar el lugar exacto donde podrá ubicarse una empresa y con esto tener mejor conocimiento con respecto a la actividad logrando así establecer mejores precios de los bienes y servicio a brindar y estos sean accesibles para los consumidores.

### **8.2.2.3. Macro localización**

La macro localización o macro zona: es el análisis orientado a determinar la región o zona en donde se ubicará el proyecto dentro de una gama de alternativas que pueden darse en un contexto internacional, nacional, regional, local o de barrio. En sí, la macro localización permite definir el sitio geográfico en donde se estima conveniente ubicar el proyecto (Puentes Montañez et al., 2019, p.97).

Sánchez et al. (2015), sostiene que “la macro localización es la definición general de dónde ubicar el proyecto, comparando alternativas entre las zonas del país y seleccionar la que ofrezca mayores ventajas para el proyecto” (p. 23).

En base a la definición de los autores al momento de destacar que la macro localización es donde se determina el lugar exacto donde se ubicara la empresa ya sea a nivel nacional regional barrial entre otras, teniendo en cuenta que el lugar elegido debe tener las mejores condiciones para poner en marcha el proyecto.

#### **8.2.2.4. Micro localización**

La micro localización: es el análisis orientado a decidir en forma puntual el sitio exacto de ubicación del proyecto en una macro localización o zona predeterminada. (Puentes Montañez et al., 2019, p. 98).

La micro localización: “es un diseño de la idea proyecto con el máximo nivel de detalles, incluyendo disposición en planta de cada factor. En la localización a nivel micro se estudian aspectos más particulares a los terrenos ya utilizados” (Sánchez et al., 2015, p. 23).

De acuerdo con las definiciones de los autores la micro localización es en donde se detalla de manera exacta el lugar que se ha elegido para la ubicación del proyecto, aquí se estudia de manera más minuciosa el terreno, determinando así las mejores ventajas que ofrezca para el proyecto.

#### **8.2.2.5. Ingeniería del proyecto**

Es aquella información recabada por los grupos interdisciplinarios que se analiza para trazar los planos de construcción de acuerdo con el terreno disponible. El objetivo es especificar técnicamente los factores fijos y variables que componen el sistema, para relacionarlos de tal forma que permitan la instalación adecuada de las unidades productivas (Pacheco Coello, 2015, p. 103).

La ingeniería de un proyecto está asociada directamente con los procesos de producción o de prestación de servicios y es entonces uno de los componentes clave en un estudio de pre factibilidad o de factibilidad, puesto que su desarrollo tiene como nulidad determinar los aspectos técnicos y las características de operación de la unidad productiva de bienes y/o servicios (Méndez Lozano, 2016, p. 215).

Partiendo de los conceptos de los autores, la ingeniería de proyecto se encarga de diseñar, implementar y establecen los procedimientos de producción, teniendo en cuenta la dimensión que tiene el terreno y así poder construir instalaciones adecuadas.

#### **8.2.2.6. Sitio Preciso**

La ubicación o el sitio preciso pueden ser en las cercanías de las ciudades, ya que se trata de áreas suburbanas que suelen tener la misma calidad en los servicios públicos, pero que están dotadas de mayores posibilidades de selección y de expansión futura, aunque esto implique costos de transporte adicionales. La empresa debe ubicarse donde puedan utilizarse al máximo, y de manera convenientes, las ventajas económicas, técnicas, geográficas, de seguridad y de infraestructura de la zona (Flórez Uribe, 2015, p. 74).

Basado en la definición del autor el sitio preciso es donde se ha percibido la existencia de mayores ventajas técnicas, económicas, geográficas, físicas etc., estas generalmente se encuentran en las ciudades ya que son lugares, más transcurridos, y se ve una mayor oportunidad de expansión.

#### **8.2.2.7. Disponibilidad de materia prima e insumos**

La producción de cualquier bien o la prestación de cualquier servicio requieren de la disponibilidad oportuna de materias primas e insumos que faciliten la elaboración del producto final a un buen costo. Si se logra determinar la existencia óptima y permanente de materias primas básicas, complementarias o sustitutas, con buena calidad y a unos precios competitivos no tendrán inconvenientes en la elaboración de productos. Sí, por lo contrario, la disponibilidad de las materias primas es de tipo estacional, es decir, se encuentran en determinadas épocas del año, el proyecto tendrá que definir obligatoriamente una capacidad de almacenamiento y conservación de materias primas que garantice la producción y comercialización oportuna de los productos con los que se va a atender al consumidor final (Flórez, 2016, p. 72).

La disponibilidad de materias primas sirve para conocer la existencia de una oferta que sea idónea para el abastecimiento de la futura empresa y con esto determinar la factibilidad del proyecto, y si hay una oferta que elabore productos finales, debido a que, si existe una mayor demanda del producto, pero supera la cantidad de materia prima, no sirve de nada la fabricación de pequeñas cantidades y existe una pérdida de la empresa y no cumple las expectativas de la demanda (Chango, 2015, p. 31).



En base a lo expuesto por los autores la disponibilidad de la materia prima es esencia dentro del proyecto ya que en este se facilitará la elaboración del producto que se desea comercializar, para poder seguir con una producción consecutiva debemos conocer las materias primas, complementaria de buena calidad y precios que sean competitivos, de lo contrario al no existir la materia necesaria la empresa generaría una pérdida.

#### **8.2.2.8. Distribución de la planta**

Según Pérez, E. y Gómez, E. (2019) expone que la distribución de plantas es la organización de las instalaciones físicas de una empresa, con la finalidad de promover el uso eficiente de los equipos, los materiales, la gente y la energía; y que incluye la localización de la planta, el desafío de la infraestructura, la distribución física de la planta y el manejo de materiales (p. 30).

La distribución en planta implica el ordenamiento de espacios necesarios para el movimiento de material, almacenamiento y líneas de producción, administración y servicios para el personal. Es una actividad de la ingeniería en la que convergen varias disciplinas, una ciencia donde se establecen metodologías y se construye el conocimiento sistemático para optimizar el diseño apropiado en cada situación. El diseño del juego para distribución en planta es una herramienta que complementa el conocimiento, buscando que las personas adquieran las competencias para integrar conceptos de la metodología sistemática de distribución en planta. Los resultados del juego permiten establecer, inicialmente, el aprendizaje de la temática establecida, y a futuro una posibilidad de mejorarla (Ramos et al., 2017, p. 93).

Como exponen los autores la distribución en planta tiene como propósito primordial facilitar y reducir los costos de materiales, es decir se enfoca en la disposición física de los elementos o suministros que constituyen una instalación, ya sea en instalaciones productivas o de servicios.

#### **8.2.2.9. Organización de la empresa**

La organización de la organización es un sistema de actividades seriamente sistematizados formado por dos o más individuos, la cooperación entre ellas es esencial para la existencia de la organización. Una organización solo existe cuando hay personas capaces de comunicarse y que están dispuestas a actuar conjuntamente para obtener un objetivo común (Chuquiguanga, 2015, p. 4).

La estructura organizativa de la empresa se centra en la estructura y el comportamiento para garantizar que la empresa logre sus objetivos comerciales. Cuando queremos crear una empresa, debemos definir la organización de la empresa para que todos sus componentes conozcan el correcto funcionamiento, funciones correspondientes a responsabilidades y estructura jerárquica (Caurin, 2018, párr. 1).

#### **8.2.2.10. Organigrama**

Chuquiguanga, (2015) expone que el organigrama es el gráfico que representa la estructura formal de una agrupación recibe la denominación de organigrama, en el cual se visualizan líneas de autoridad, de responsabilidad, los diferentes cargos, las unidades departamentales, las relaciones de comunicación, tanto horizontales como verticales, además, si es una estructura plana o una estructura alta (p. 4).

Martínez et al. (2015) mencionan que un organigrama “es la representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa. El organigrama es un modelo de sistema abstracto, puede brindarle una comprensión unificada de la estructura formal de la organización” (p. 1282).

Desde la posición de los autores exponen que el organigrama es una herramienta que permite tener una empresa organizada, dividiendo las áreas de trabajo, para que así exista un mejor ambiente laboral. Mediante el organigrama también se da una idea acerca de la estructura de una organización.

#### **8.2.2.11. Marco Legal**

Según Bocher (2019), sostiene que el marco legal es el proceso mediante el cual intenta determinar si existen restricciones legales a la inversión del proyecto, que debe llevarse a cabo en la etapa inicial de formulación y preparación, ya que los proyectos de alta rentabilidad pueden no ser factibles bajo las regulaciones legales.

El estudio legal tiene como objetivo determinar la viabilidad del proyecto de acuerdo con las regulaciones que rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto en el sistema de empleo, el bienestar social y otras obligaciones laborales. Una de las tareas más relevantes del estudio legal será la legislación tributaria. En ellas se deberán identificar importaciones o las tasas arancelarias para insumos o proyectos importados o exportados, los incentivos o la privación de incentivos

existentes, los diferentes tipos de sociedad (de responsabilidad limitada, sociedad anónima, sociedad en comandita, etc.) y cuál es la más adecuada para llevar a cabo el proyecto (Guerrero y Santacruz, 2016, p. 26).

Teniendo en cuenta las definiciones de los autores determinan que el marco legal busca determinar la viabilidad de un proyecto teniendo en cuenta todas las normas que este debe acatar. Acatando los ámbitos de regulación y por ende operación del proyecto que sea más adecuada para el proyecto.

### **8.2.3. Estudio Económico**

El estudio económico financiero conforma la tercera etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en la etapa anterior Estudio Técnico; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Este estudio en especial, comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación (CIFE, 2019, p. 26).

Según Ramos Ofir 2019., El objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica (p. 13).

Basados en la definición de los autores el estudio económico no es mas que la parte de inversiones de un proyecto, proporcionando un análisis financiero concreto y preciso y con ello comprobar de manera precisa la rentabilidad económica del proyecto.

#### **8.2.3.1. Inversiones**

Las inversiones que la empresa requiere son también de análisis en el estudio económico, las cuales son básicamente tres: inversiones en activo fijo (tangibles, inversiones en activos intangibles, ambas sujetas a depreciación y amortización, e inversión en capital de trabajo).

Ayuda mucho en el estudio económico, el desarrollo del punto de equilibrio, y a que presenta una idea de los costos, ingresos por ventas y costos total con base en el nivel de producción.

Otro elemento importante a determinar aquí es la tasa mínima atractiva de rendimiento ("TMAR"), la cual dependerá de las fuentes de financiamiento (YASER, 2015, p. 4).

Las inversión según la definición del autor son aquellas que son requeridas estrictamente para la financiación del proyecto, estas van a la par con el estudio económico, estas detallan lo que son las inversiones en activo fijo, depreciación, amortizaciones, inversión en capital de trabajo.

### **8.2.3.2. Inversion inicial**

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros. Para poder ejecutar una inversión es necesario tomar en cuenta los diversos factores, para elegir la mejores decisiones para la rentabilidad del negocio (Mirna, 2016).

De acuerdo con los conceptos de la autora la inversión inicial es aquella propuesta para resolver aquellas necesidades utilizando varios recursos disponibles como, recursos humanos, materiales entré otros, estas las toma en cuenta para la toma de decisión e estar seguro si es proyecto será factible.

### **8.2.3.3. Depreciación**

Otro costo que debe ser tomado en cuenta como parte de los egresos del proyecto, aunque en este caso, de manera independiente; es el referente a la depreciación y amortización de activos.

El primero aplicado solamente a la inversión en obra física y al equipamiento como un costo contable que será de utilidad para un pago menor de impuestos y como una forma de recuperación de la inversión por los activos fijos mencionados.

El método empleado para su cálculo es el llamado Método Fiscal de Línea Recta que implica el uso de tasas de depreciación y amortización de activos, designadas por la Ley del Impuesto Sobre la Renta, que se aplican a los activos fijos y diferidos de un proyecto (CIFE, 2019, p. 13).

Basados en los conceptos de los autores, se deduce que la depreciación es aquella que se la toma como egreso del proyecto dando así paso a la inversión de la obra.

#### **8.2.3.4. Financiamiento**

Se refiere al conjunto de acciones, trámites y demás actividades destinadas a la obtención de los fondos necesarios para financiar a la inversión, en forma o proporción definida en el estudio de pre-inversión correspondiente. Por lo general se refiere a la obtención de préstamos (Mirna, 2016).

Basado en la definición de los autores, hace referencia que el financiamiento es la obtención de fondos necesarios para sacar a flote el proyecto que se tiene en mente.

#### **8.2.3.5. Amortización**

La pérdida de valor en los activos de la empresa se denomina amortización (Soriano Llobera J.M. Grcia Pellicer, 2015).

De acuerdo a la definición del autor, hace referencia que la amortización es la referencia del proceso de distribución de gasto en el tiempo de un valor duradero.

#### **8.2.3.6. Materia prima**

La materia prima es materia extraída de la naturaleza que, luego de pasar por procesos de transformación, se convierte en un bien.

Esta transformación le proporciona valor al producto inicial y contribuye con el desarrollo de la economía (Carmen, 2021, p. 1).

La materia prima cumple un papel sumamente importante en la vida de las personas, ya que constituye el principal medio para la producción de bienes utilizados para el consumo básico. De manera que, sin estas materias, la supervivencia del hombre no sería posible (Carmen, 2021, p. 2)

Basado en la definición de los autores, hace referencia a aquellos recursos naturales a partir de los cuales obtendremos los materiales que empleamos en la actividad técnica, en esta ocasión a la empresa.

### **8.2.3.7. Mano de obra**

Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien. El concepto también se aprovecha para apuntar hacia el costo de esta labor (es decir, el dinero que se le abona al trabajador por sus servicios). En el ámbito de la contabilidad, se entiende por mano de obra al coste absoluto vinculado a los trabajadores. En este sentido, la mano de obra incluye los salarios, las cargas sociales y los impuestos (Melissa, 2018, p. 4).

De acuerdo a la definición de los autores, hace referencia que la mano de obra es aquella donde se encuentra involucrada en el circuito productivo, esta labor es indispensable ya que es la fuente base para todo el proceso luego de la materia prima.

### **8.2.3.8. Costos de producción**

los cuales representan el conjunto de procesos y esfuerzos relacionados al consumo efectivo de recursos llevado a cabo para obtener el producto terminado según los estándares delimitados por la empresa (por ejemplo, uso de maquinaria, implementación de capital humano, acabado del producto final) (Soriano Llobera J.M. Grcia Pellicer, 2015, p. 90).

Basado en las definiciones de los autores, hacen referencia a los procesos relacionados con el consumo de efectivo, siendo estos los gastos necesarios para mantener un proyecto.

### **8.2.3.9. Costo fijo**

Los costes fijos o costos fijos son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios. La antitesis de los costos fijos son los costos variables (Gutierrez, 2015).

Son aquellos costos cuyo importe permanece constante, independiente del nivel de actividad de la empresa. Se pueden identificar y llamar como costos de mantener la empresa abierta, de manera tal que se realice o no la producción, se venda o no la mercadería o servicio, dichos costos igual deben ser solventados por la empresa (Gutierrez, 2015, p. 13).

De acuerdo a las definiciones de los autores, hace referencia que los costos fijos son los gastos que una empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación.

### 8.2.3.10. Costos variables

Son aquellos costos que varían en forma proporcional, de acuerdo al nivel de producción o actividad de la empresa. Son los costos por producir o vender (Gutierrez, 2015, p. 11).

Basado en las definiciones de los autores, hace referencia a los costos variables son aquellos que se modifican de acuerdo a las variaciones del volumen de producción, dependientemente sea de bienes o de servicios.

### 8.2.3.11. Costos totales

El coste total es la suma de los costes fijos, que no dependen de la cantidad producida, y los costes variables, que sí incrementan (o disminuyen) en función del número de unidades fabricadas.

Es decir, el coste total es la sumatoria de todos los gastos de una empresa que son necesarios para llevar a cabo su actividad económica. Esto, independientemente de que dependan o no del volumen de producción (Guillermo, 2020).

Entonces, podemos resumir el concepto de coste total en la siguiente ecuación:

$$CT=CV+CF$$

$$CT=CVU*Q+CF$$

Donde:

- CT: Coste total.
- CVU: Coste variable unitario o por unidad producida.
- Q: Cantidad producida.
- CF: Costes fijos (Guillermo, 2020)

Es importante calcular el coste total de la empresa porque de este dependerá el beneficio generado por el negocio. Cuanto mayor sea el coste total, manteniendo el mismo nivel de ingresos, las ganancias de la firma serán menores, y viceversa.

Basados en la definición de los autores, hacen referencias que el costo total es la suma entre el costo fijo y variable, donde dependerá de este si incrementan o disminuyen las unidades producidas.

#### **8.2.3.12. Costo variable unitario**

El costo unitario es el gasto total que incurre una compañía por producir, almacenar y vender una unidad de un producto o servicio en particular.

El costo unitario es una medida del total de costos y gastos necesarios para producir, resguardar, transportar y vender una unidad de determinado producto o servicio en particular.

Se trata de una medida del costo de una empresa para construir o crear una unidad de producto. Esta medida contable incluye todos los costos fijos y variables asociados con la producción de un bien o servicio (Gianmarco, 2019, p. 14).

De acuerdo a la definiciones de los autores, hace referencia que el costo unitario es el gasto total que incurre la empresa para producir, almacenar y a su vez vender la unidad del producto en particular.

#### **8.2.3.13. Estado de perdida y ganancia**

El Estado de Pérdidas y Ganancias es un informe financiero que permite identificar el nivel de eficiencia de la empresa, es decir, muestra que tan rentable (utilidad o pérdida) ha sido a lo largo de un período determinado y con esa información poder analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, costos y gastos para tomar decisiones sobre el futuro de la misma. Para el entorno financiero el término para referirse al Estado de Pérdidas y Ganancias es el Estado de Resultados, y para determinarlo se necesita conocer la utilidad neta, así como cada uno de los componentes que la integran, los cuales son los ingresos, los costos y los gastos que presentan la empresa o entidad durante el tiempo que desea obtener (Osorio, 2022).

Podemos observar los Costos representan el 60% de las Ventas y que los Gastos Operativos el 35% de la Utilidad Bruta, por otra parte, después de restar los (Costo Integral de Financiamiento)CIF y los Impuestos la empresa tienen una Utilidad en el segundo trimestre del año (Osorio, 2022).



Basados en la definiciones de los autores, hace referencia que el estado de perdida y ganancia es un informe que permite identificar aquellos niveles de eficiencia de la empresa ayudando a mostrar si es rentable o no teniendo como estructura ingresos, costos y gastos ayudando asi a la toma de decisiones.

#### **8.2.3.14. Flujo de caja**

El flujo de caja es un estado financiero (oficialmente se denomina estado de flujos de efectivo) que presenta, de una manera dinámica, el movimiento de entradas y salidas de efectivo de una empresa en un período determinado de tiempo, y la situación del efectivo al final del mismo período.

El flujo de caja se puede preparar para períodos de un año, un semestre, un mes, una semana, etc (Héctor Ortiz Anaya; Diego Alejandro Ortiz Niño, 2018, p. 389).

De acuerdo a las definiciones de los autores el flujo de caja es un estado financiero, aquel que moviliza las entradas y salidas de efectivo de una empresa, por ello estos son indispensables al momento de crear una empresa.

#### **8.2.3.15. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un término utilizado en economía para definir el nivel de ventas en donde los costos fijos y los costos variables se cubren es decir que, la empresa al utilizar este punto de equilibrio obtiene un beneficio, aunque la remuneración monetaria se determina como 0 (Burguillos, 2019).

Esto quiere decir que, aunque no gana dinero tampoco lo pierde. Su objetivo principal es, cubrir los costos y que sus ventas aumenten, de esta forma cualquier empresa al utilizar bien este punto se puede ubicar por encima de él y obtener beneficios positivos en sentido económico y laboral (Burguillos, 2019).

Basados en las definiciones del autor, hace referencia que el punto de equilibrio es aquel donde se definen el nivel de ventas , costos fijos y los costos variables siendo estos los que cubren todo el beneficio y la remuneración monetaria del proyecto.

#### **8.2.4. Estudio Financiero**

Los estados financieros “son reportes formales que comunican la información financiera de la empresa para hacer posible la toma de decisiones” (Herz Gherzi, 2018, p. 113).

Los estados financieros son los informes finales que deben realizar las entidades o empresas para dar a conocer a los usuarios la situación financiera y los resultados económicos obtenidos durante el período contable, cuya responsabilidad recae en el administrador o gerente del ente económico. (Angulo Guiza, 2016, p. 273).

En base a las definiciones de los autores puedo decir que los estados financieros por decirlo así son el juicio final de una empresa ya sé que son los informes del rendimiento y avance en donde se dan informes estructurados sobre las actividades económicas que realizó la empresa durante un periodo determinado.

Según Puentes et al. (2019), dice que el estudio económico financiero conforma la cuarta etapa de los proyectos de inversión, en el que figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en las etapas anteriores, que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

Este estudio en especial comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación (p. 117).

Los estados financieros son la expresión primordial de la información financiera; son la representación estructurada de la situación y desarrollo financiero de una entidad a una fecha determinada o por un periodo definido. Su propósito general es proveer información de una entidad acerca de su posición financiera, del resultado de sus operaciones y los cambios en su capital contable o patrimonio contable y en sus recursos o fuentes, que son útiles al usuario general en el proceso de la toma de decisiones económicas (Jiménez Sierra & Tapia Iturriaga, 2018, p. 26).

En base a las definiciones de los autores se dice que los estados financieros son de gran utilidad ya que son primordial para una buena presentación estructurada de la situación financiera de una entidad con el fin de ayudar a tomar buenas decisiones, estas constan de algunos procesos como lo son, identificación de las inversiones, ingresos y egresos, los beneficios/costos estos

procesos tienen el propósito de que ayuden a verificar si el proyecto tiene una buena conveniencia para poder ejecutarlo de una buena manera.

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

Según Tapia y Jiménez (2018), definen que el Valor Actual Neto, también reconocido como valor actualizado neto o valor presente neto (Net Present Value, NPV, por sus siglas en inglés), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. Se puede definir como el valor presente del conjunto de flujos de fondos que derivan de una inversión, descontados a la tasa de retorno requerida de la misma al momento de efectuar el desembolso de la inversión, menos esta inversión inicial, evaluada también en ese momento (p. 130).

VAN (Valor actual neto) Consiste en actualizar al valor presente los flujos netos a futuro que va a generar el proyecto, a un cierto tipo de interés (“la tasa de costo del capital”), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Cuando el valor capital (VC) o valor actual neto de la inversión (VAN) de un proyecto de inversión es igual al capital invertido no hay contribución alguna de la inversión al capital de la empresa, simplemente se cubre el costo de lo invertido. Si el VC o VAN es mayor, aumenta el valor del capital de la empresa. En cambio, si el VC o VAN es menor, el proyecto está disminuyendo el valor del capital de la empresa. Según este criterio, un proyecto de inversión debe aceptarse cuando su VC es positivo o mayor a cero (Viviana Maldonado, 2016, p. 99).

Como los autores lo definen el VAN no es más que el mejor método para medir si la empresa va a tener una buena rentabilidad en la cual se va a ver si su capital es alto o a su vez el capital es bajo, este ayuda a que los fondos se manejen de mejor manera contribuyendo así a que la empresa se posicioné de mejor manera. Por ello es necesario que se identifique los egresos e ingresos, el valor actual neto de un proyecto de inversión en particular, para saber si tiene rentabilidad y a su vez este acto para plantearlo.

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

Según Sarmiento et al. (2018), dice que la tasa interna de retorno-TIR es la tasa de interés que hace el valor presente neto, de una serie de ingresos y egresos, sea igual a cero. Se dice INTERNA, porque es el interés generado por los dineros que permanecen invertidos durante el proyecto (Garzón Agudelo et al., 2019, p. 95).

En otra definición según el autor dice que la TIR de una inversión “es un valor que surge de la relación entre la inversión inicial ( $-a_0$ ) y los flujos netos de caja, ( $a_1, a_2, a_3, \dots, a_n$ ). Es la tasa que iguala la inversión inicial con el valor actual de los flujos netos” (Viviana Maldonado, 2016, p. 100).

Los autores definen que el TIR es aquella tasa de interés que representa el valor presente neto de un proyecto y aquel interés generado por aquellos inversores del proyecto.

#### **8.2.4.2. Relación costo-financiero**

Según Garzón Agudelo et al., sostiene que: “La relación Costo – Beneficio, implica el cálculo de una razón de los beneficios del proyecto con respecto a los costos del mismo” (2019).

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Cuando se mencionan los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados. Al mencionar los egresos presentes neto se toman aquellas partidas que efectivamente generarán salidas de efectivo durante los diferentes periodos, horizonte del proyecto. Como se puede apreciar el estado de flujo neto de efectivo es la herramienta que suministra los datos necesarios para el cálculo de este indicador. La relación beneficio / costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad (Váquiro C., 2015).

#### **¿Cómo se calcula la relación beneficio costo?**

Se toma como tasa de descuento la tasa social en vez de la tasa interna de oportunidad.

Se trae a valor presente los ingresos netos de efectivo asociados con el proyecto.

Se trae a valor presente los egresos netos de efectivo del proyecto.

Se establece la relación entre el VPN de los Ingresos y el VPN de los egresos.

Importante aclarar que en la B/C se debe tomar los precios sombra o precios de cuenta en lugar de los precios de mercado. Estos últimos no expresan necesariamente las oportunidades socio-económicas de toda la colectividad que se favorece con el proyecto, de ahí su revisión, o mejor,

su conversión a precios sombra. Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos netos son superiores a los egresos netos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los sacrificios (egresos) y, en consecuencia, el proyecto generará riqueza a una comunidad. Si el proyecto genera riqueza con seguridad traerá consigo un beneficio social. Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los sacrificios sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto (Váquiro C., 2015).

Según los autores comentan que la relación costo-beneficio es aquella que ayuda a verificar si el proyecto puede ejecutarse o no, como ayuda verificando si los beneficios es decir los ingresos son mayores a los sacrificios es decir los egresos, si verificando esto da como resultado que los ingresos son mayor el proyecto debe ejecutarse y si los egresos son mayores el proyecto no debería de ejecutarse.

### **8.3.12. Empresa**

Grupo social en el que, a través del capital, el trabajo y la administración, se producen bienes y/o distribuyen bienes y/o servicios con fines lucrativos o no y tendientes a la satisfacción de las necesidades de la comunidad.

La empresa es un sistema social, en el que se integra un conjunto de personas y medios con los que conseguir unos objetivos. El logro eficaz de estos objetivos necesita de una organización que haga posible la coordinación coherente de todos los medios y personas que forman parte de la misma. La empresa es, a su vez, un lugar en el que se desarrolla una parte importante de la vida de las personas que aportan a su trabajo. La integración de un trabajador en una empresa no se termina al conseguir el puesto de trabajo. Es precisamente a partir de este momento cuando se le exige al trabajador un esfuerzo en este sentido.

### **8.2.4.3. La pequeña empresa**

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) desempeñan un papel trascendental en la industria nacional ya que son las empresas con mayor capacidad de creación de empleo, realizan un alto porcentaje de las actividades manufactureras, y constituyen una base para la expansión de las industrias. Muchas veces el accionar de las Pymes se ve limitado al ser excluidas de muchos beneficios que otras empresas gozan, tales como el fácil acceso al crédito, mayor organización interna, mayor acceso a los recursos productivos, a la información, entre otros.

Las Pequeñas y medianas empresas actualmente se consideran el sector productivo más importante en muchas economías, se puede decir que tanto en los países desarrollados como en los que están en procesos de crecimiento este tipo de organización productiva es de significativa importancia.

El concepto de pequeña y mediana empresa varía de acuerdo a diversos criterios, pero considerando que la empresa es el principal factor dinámico de la economía de una nación e influye a su vez de manera directa en la vida privada de sus habitantes (trabajo, subsistencia, medio de vida, prosperidad, calidad de vida, etc.) Se ha considerado en esta investigación proporcionar y analizar el concepto de pequeña y mediana a partir de su tamaño, es decir el número de empleados que la constituyen. Total, dependencia de la comunidad y su entorno: La pequeña empresa depende en su mayor parte de la situación económica de la comunidad en donde se localiza, su economía es reflejo de su entorno, necesita de esta para obtener bienes de producción, mano de obra y clientes, porque son pocas aquellas que han rebasado a el límite local o regional y muchas menos las que se dedican a la exportación.

## **9. PREGUNTAS CIENTIFICAS O HIPOTESIS**

**¿Existe demanda insatisfecha en la producción de mermeladas de frutas cítricas en el cantón La Maná provincia de Cotopaxi?**

Por medio del estudio de mercado realizado mediante las encuestas hacia los pobladores y consumidores del cantón La Maná se pudo observar que existe una demanda insatisfecha de mermelada de frutas cítricas de 32.334 para el año 2022.

**¿Existen recursos técnicos necesarios para la creación de una pequeña empresa productora de mermeladas en el cantón La Maná?**

Se pudo determinar que existe disponibilidad en la ubicación geográfica con una capacidad del local de 53m<sup>2</sup>, recursos económicos, disponibilidad de servicios básicos, mano de obra (directa e indirecta).

**¿Existe viabilidad económica para la creación de una pequeña empresa productora de mermeladas en el cantón La Maná?**

Con los datos obtenidos en el estudio económico se mostró que se requiere una inversión de

activos fijos de \$8.956,56 los cuales serán financiados: 10% con capital propio y un 90% mediante un crédito bancario a BanEcuador a un plazo de 5 años a través de pagos trimestrales al 1% de interés para la creación de pequeñas empresas PYMES.

### **¿Existe viabilidad financiera para la creación de una pequeña empresa productora de mermeladas en el cantón La Maná?**

Al analizar el nivel de rentabilidad por medio del VAN para la pequeña empresa productora de mermelada “NAAN” reflejo un \$392.429,02 un TIR del 82% y una relación costo-beneficio de \$2.61, valores que demostraron la factibilidad de la presente propuesta.

## **10. METODOLOGÍAS Y DISEÑO EXPERIMENTAL**

### **10.1 Tipo de Investigación**

#### **10.1.1. Investigación descriptiva**

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, la misma fue utilizada para conocer las preferencias y el grado de aceptación de la mermelada de frutas cítricas, de esta manera se obtiene la información directa de la realidad.

#### **10.1.3. Investigación de Campo**

La investigación será de este tipo debido que durante la aplicación de la encuesta y recopilación de información sobre la implementación del proyecto es necesario ir al lugar de los hechos es decir encuestar a la ciudadanía para obtener los datos para realizar los resultados.

#### **10.1.4. Investigación Bibliográfica documental**

Este tipo de investigación bibliográfica se utilizará para la búsqueda de toda la información necesaria en libros, tesis, fuentes de internet, artículos y demás, con el fin de encontrar estudios relacionados con el tema.

Para el caso del presente proyecto, la investigación bibliográfica se ha desarrollado mediante la revisión de toda la información secundaria existente sobre temas afines a la problemática, es decir, aspectos relacionados con la implantación de la pequeña empresa.

## **10.2. Métodos de Investigación**

### **10.2.2. Método Inductivo**

Para la derivación gradual de las conclusiones generales a partir de los resultados particulares obtenido en el proceso investigativo, así como en la determinación de la necesidad de crear oportunidades de desarrollo económico y social dentro del estudio de factibilidad para la creación de la pequeña empresa en el cantón La Maná.

## **10.3. Técnicas de Investigación**

La técnica que se utilizó en la investigación facilitó la recolección de información necesaria para el conocimiento de la realidad, en la presente investigación.

### **10.3.1 Encuesta**

Como herramienta principal para el estudio de mercado se utilizó la encuesta, las cuales van a aplicar de forma física. La encuesta se aplicó con el propósito de obtener información sobre criterios respecto al consumo de la mermelada de frutas cítricas, y posibilidad de crear una pequeña empresa para elaborar dicho producto con alta calidad aprovechando la producción local de la materia prima.

## **10.4. Instrumento de Investigación**

### **10.4.1. Cuestionario**

Con el propósito de conocer sobre la aceptación del producto y la implementación de la pequeña empresa se diseñó un cuestionario dirigido a los ciudadanos del cantón La Maná lo cual permitirá recopilar información relevante que facilite determinar si es factible implementar el proyecto.

## **10.5. Población y muestra**

### **10.5.1. Población de comerciantes**

La población de comerciante de mermelada está constituida por 2 Supermercados, 3 comisariatos, 4 centros comerciales, 4 despensas y 6 tiendas dando una población de 22 comerciantes para encuestar.



**Tabla 3.** Comerciantes propietarios de Pequeñas Empresas donde se vende Mermeladas

DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Supermercado TIA	Av. 19 de mayo y Eugenio Espejo
Súper Comisariato Kerly	Av. San Pablo y 27 de Julio
Súper Comisariato Fortaleza	Av. 19 de Mayo y Manabí
Centro Comercial Noble Cabrera	Los Álamos y Medardo Ángel Silva
Comercial Noble	Avenida San Pablo
Comercial La Maná	Gonzalo Albarracín y Av. San Pablo
Comisariato La Central	Av. 19 de Mayo y Calabí
Supermercado Mayorista Su Economía	Av. 19 de Mayo y Sgto. Villacís
Tienda de Abarrotes La Esquina del Sol	Av. Amazonas y Av. Los Almendros
Tienda de Abarrotes El Cisne	Avenida 19 de Mayo y Calabí
Comercial Tres Hermanos	Calle Benjamín Sarabia
Despensa Bianchi	Av. La Pista
Tienda de Abarrotes Don Pato	Av. Amazonas
Tienda de Abarrotes Dorita	Av. La Pista
Mini Tienda Ibeth	Av. La Pista
Tienda de Abarrotes Carlitos	Av. 19 de Mayo entrada a La Libertad
Tienda de Abarrotes Anita	19 de mayo y Benjamín Sarabia
Despensa Byron	Avenida 19 de Mayo.
Despensa Amazonas	Avenida Amazonas y Azuay

Elaborado por: Las autoras

### 10.5.2. Población clientes

**Tabla 4.** Proyección de la población según cantones

Nombre de cantón	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
BOLIVAR	15.007	15.079	15.147	15.211	15.270	15.325	15.375	15.420	15.460	15.496	15.528
ESPEJO	14.006	14.006	14.003	13.995	13.982	13.966	13.944	13.918	13.888	13.855	13.817
MIRA	12.793	12.726	12.655	12.581	12.504	12.423	12.338	12.250	12.159	12.066	11.969
MONTUFAR	31.865	32.138	32.404	32.664	32.913	33.155	33.388	33.611	33.825	34.032	34.229
LATACUNGA	176.842	179.794	182.748	185.698	188.627	191.539	194.423	197.277	200.094	202.878	205.624
LA MANA	43.580	44.824	46.093	47.383	48.691	50.019	51.366	52.728	54.104	55.496	56.905
PANGUA	22.856	23.060	23.259	23.454	23.642	23.824	23.997	24.164	24.321	24.472	24.612
PUJILI	71.762	72.632	73.494	74.345	75.179	75.998	76.795	77.573	78.328	79.062	79.772
SALCEDO	60.504	61.223	61.935	62.638	63.326	64.000	64.657	65.296	65.917	66.518	67.100
SAQUISILI	26.231	26.749	27.270	27.793	28.316	28.839	29.361	29.881	30.398	30.913	31.426
SIGCHOS	22.888	22.961	23.027	23.087	23.140	23.185	23.220	23.248	23.266	23.276	23.277

Fuente: (INEC) Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2010)

Elaborado por: Las autoras

El tamaño de la muestra de los potenciales clientes se obtuvo tomando como referencia los datos proyectados por el INEC hasta el año 2020, a continuación, se realizó una proyección de la población al año 2022, por medio del Método Exponencial, que dio como resultado 59.895

habitantes para luego convertir este resultado en número por familias obteniendo un resultado de 14.974 familias, estas familias salen de la división entre el número total de la proyección de la población del cantón la Maná para el año 2022 y la cantidad promedio de personas por hogar. La fórmula utilizada para determinar el número de familias a encuestar es la siguiente:

### **Aplicación de datos de la Información**

n = Tamaño de la muestra =

N = Población a investigarse = 14974

E = Índice d error máximo admisible = 0.05

n= 390 familias a encuestar.

Con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, una posibilidad entre el éxito y fracaso del 50%, y una población que se obtiene como resultado de 390 familias a encuestar.

## 11. ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

### 11.1 Tratamiento de la información, procesamiento y análisis.

La información obtenida en el presente proyecto se realizó mediante encuestas a los comerciantes y consumidores de mermelada, para conocer los resultados que fueron analizados y graficados con el programa de Excel, para luego interpretar las interrogantes planteadas.

### 11.2. Resultados de las encuestas dirigidas a los comerciantes de mermeladas del cantón LaManá.

**Pregunta 1. ¿Cuál es la ubicación o sector en el que usted comercializa las mermeladas?**

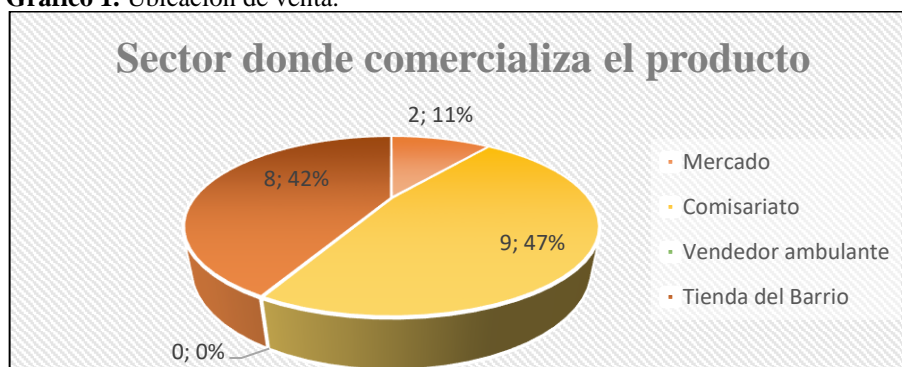
**Tabla 5.** Ubicación de Venta

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Mercado	2	11
Comisariato	9	47
Vendedor Ambulante	0	0
Tienda del barrio	8	42
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 1.** Ubicación de venta.



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

### Análisis e Interpretación:

De acuerdo a la encuesta realizada los comerciantes o vendedores de mermelada, están ubicados el 11% en los locales del mercado municipal, el 47% en comisariatos y el 42% en las tiendas de abarrotes de los diferentes sectores del cantón La Maná, esto quiere decir que la mayoría de los encuestados prefiere comprar mermeladas en los comisariatos.

## Pregunta 2. ¿Cuánto tiempo tiene comercializando mermeladas?

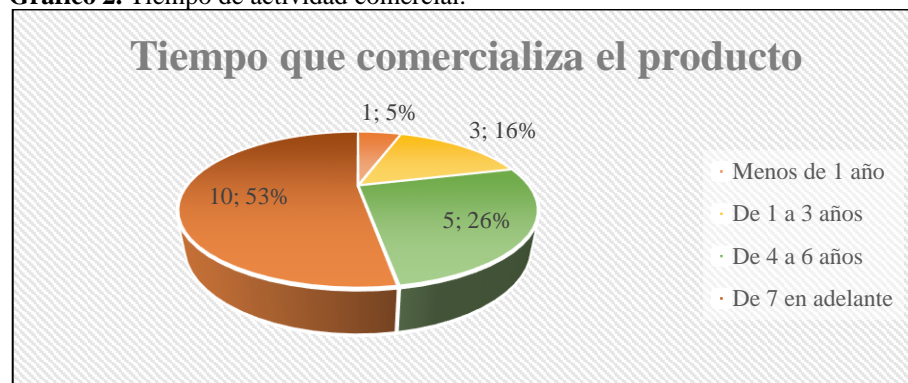
**Tabla 6.** Tiempo de actividad comercial

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Menos de 1 año	1	5
De 1 a 3 años	3	16
De 4 a 6 años	5	26
De 7 en adelante	10	53
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 2.** Tiempo de actividad comercial.



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

### Análisis e Interpretación:

En referencia al tiempo, el 5% de los encuestados respondió que tiene menos de 1 año realizando esta actividad, el 16% tiene de 1 a 3 años, el 26% tiene de 4 a 6 años y el 53% lleva de 7 años y más con la venta de mermeladas, lo que indica que es un producto que tiene mucha aceptación en el mercado, según los resultados de las encuestas no dice que la mayoría de los comerciantes lleva alrededor de 7 años a más comercializando este producto.

**Pregunta 3. ¿Cuáles son los sabores de mermelada que más acogida tienen en su negocio?**

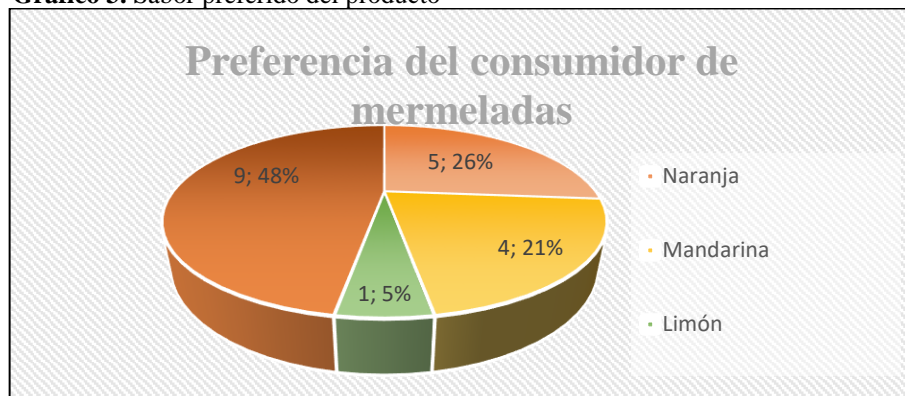
**Tabla 7.** Sabor preferido del producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Naranja	5	26
Mandarina	4	21
Limón	1	5
Otras (frutilla, durazno, mora...)	9	47
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 3.** Sabor preferido del producto



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo al resultado reflejado en el gráfico podemos apreciar cuál es el sabor de mermeladas que más prefiere el público consumidor con un 47% determina que prefiere los otros sabores (frutilla, durazno, mora, etc.) por ser los sabores que más se encuentran en los locales de expendio, a un 26% le gusta el sabor a naranja, un 21% prefiere el sabor a mandarina, siendo según comentarios de los comerciantes sabores muy solicitados pero que las marcas conocidas no promocionan y un 5% el de limón que de igual manera los proveedores no ofertan.

**Pregunta 4. ¿Cuál es la cantidad de unidades de mermeladas vendidas anualmente?**

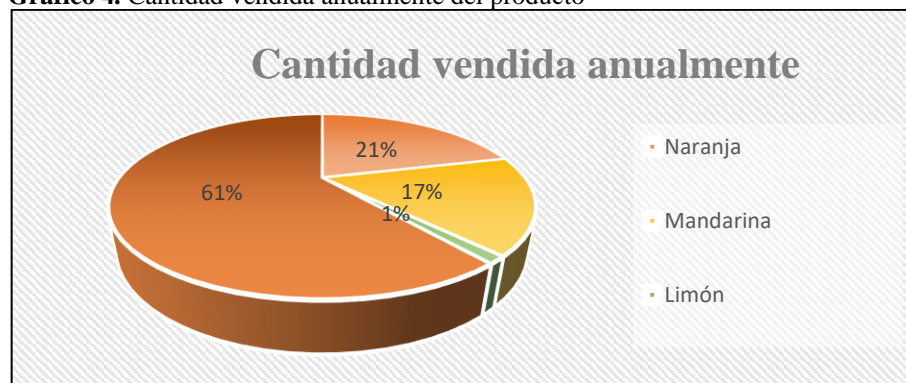
**Tabla 8.** Cantidad vendida anualmente del producto

Opciones	Valor absoluto (unidades)	Valor relativo %
Naranja	1232	21
Mandarina	986	17
Limón	73	1
Otras (frutilla, durazno, mora...)	3548	61
<b>Tota</b>	<b>5839</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 4.** Cantidad vendida anualmente del producto



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Análisis e Interpretación:**

Los comerciantes o vendedores de mermeladas al ser encuestados respondieron lo siguiente: el sabor del producto más vendido anualmente con un 61% es otros sabores (frutilla, durazno, mora, etc.) 3548 unidades ya que es el más ofertado por los proveedores, aunque 1232 unidades vendidas con un 21% de venta anual está el sabor a naranja, y 986 unidades vendidas con un 17% el sabor a mandarina, siendo el sabor más solicitado otros (frutilla, durazno, mora, etc.) debido a la poca afluencia de los demás sabores como son de naranja, mandarina, limón.

**Pregunta 5. ¿De dónde se abastece las mermeladas que comercializa en su negocio?**

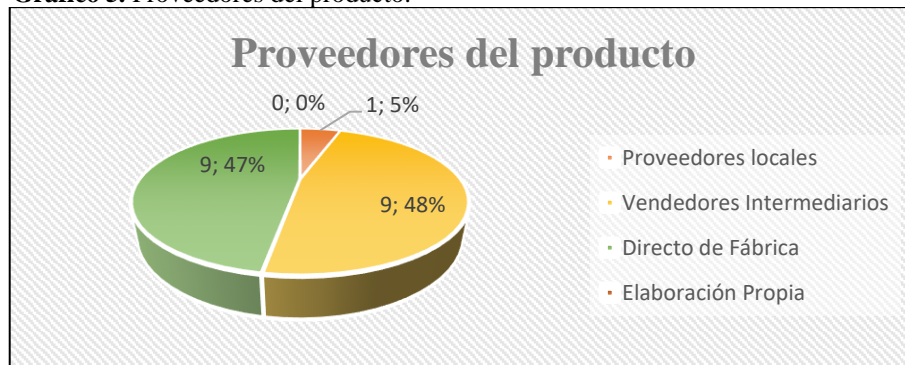
**Tabla 9.** Proveedores del producto.

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Proveedor local	1	5
Vendedor Intermediario	9	48
Directo de Fábrica	9	47
Elaboración Propia	0	0
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 202

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 5.** Proveedores del producto.



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras

**Análisis e Interpretación:**

Mediante el gráfico se puede determinar que el producto proviene en un 5% de proveedores locales, en un 48% de vendedores intermediarios, un 47% lo traen directo de fábrica, lo que indica que ninguno de los comerciantes son productores y en su mayoría recién el producto de intermediaries.

**Pregunta 6. ¿Cuál es la presentación de las mermeladas que ofrece para la venta?**

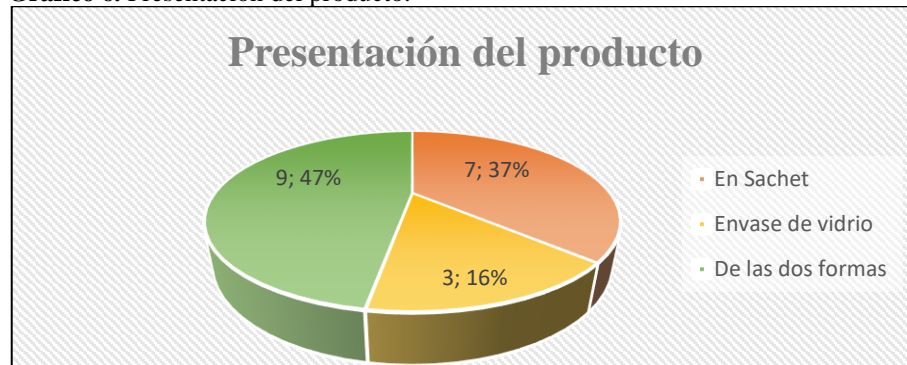
**Tabla 10.** Presentación del producto.

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
En Sachet	7	37
Envase de vidrio	3	16
De las dos formas	9	47
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 6.** Presentación del producto.



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Análisis e Interpretación:**

Respecto a la presentación del producto para la venta, los comerciantes o vendedores de mermeladas ofertan en sachet el 37%, mientras que el 16% venden en envases de vidrio y en su mayoría el 47% ofertan de las dos formas, lo que nos dice que los comerciantes ofertan de manera equitativa tanto mermeladas en envase de vidrio como mermeladas en sachet.



### 11.3. Resultados de las encuestas dirigidas a los consumidores de mermeladas del cantón la Maná

#### Pregunta 1. ¿Indique el sector donde reside o habita?

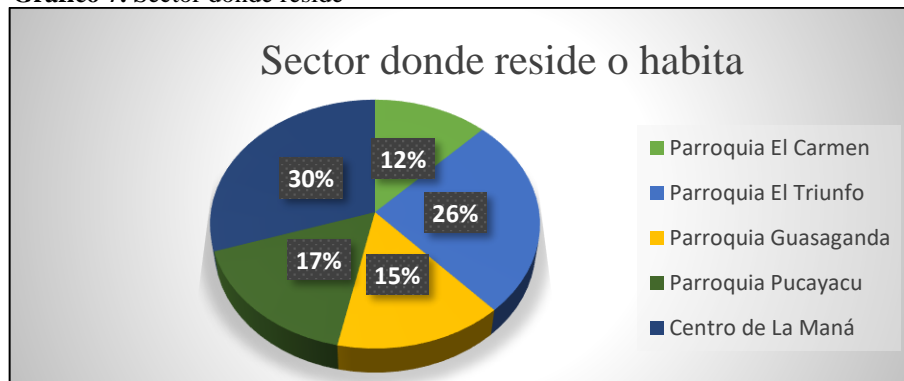
**Tabla 11.** Sector donde reside o habita

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Parroquia El Carmen	48	12
Parroquia El Triunfo	101	26
Parroquia Guasaganda	59	15
Parroquia Pucayacu	65	17
Centro de La Maná	117	30
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 7.** Sector donde reside



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

#### Análisis e Interpretación:

Respecto a la presentación del producto para la venta, los consumidores dan a conocer el lugar donde residen que es el 12% en la Parroquia el Carmen, el 15% en la Parroquia Guasaganda, el 17% en Pucayacu, el 26% en el Triunfo y el 30% en el Centro la Maná, dándonos como resultado que la mayoría parte de los encuetados reside en el centro Maná.

## Pregunta 2. ¿De cuántos integrantes está conformada su familia?

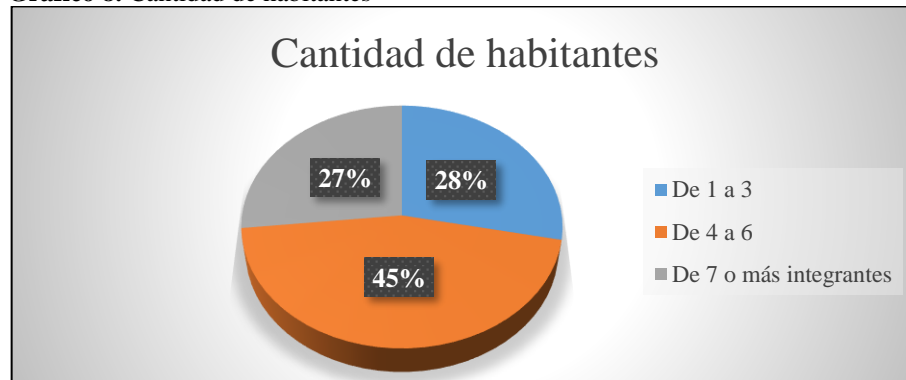
**Tabla 12.** Integrantes de su familia

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
De 1 a 3	110	28
De 4 a 6	176	45
De 7 o más integrantes	104	27
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 8.** Cantidad de habitantes



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

### Análisis e Interpretación:

Respecto a dar a conocer el proyecto a los consumidores, se les preguntó respecto al número familiar y este fue el resultado, el 27% conforman una familia de 7 o más integrantes, el 28% de 1 a 3, el 45% de 4 a 6, según los resultados la mayoría de las familias encuestadas se encuentran conformadas de 4 a 6 familiares.

### Pregunta 3. ¿Usted consume mermeladas?

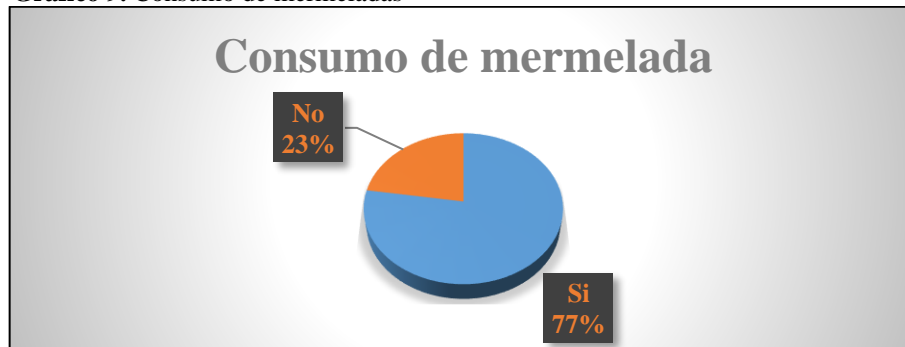
**Tabla 13.** Consumo de mermeladas

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Si	302	77
No	88	23
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 9.** Consumo de mermeladas



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

### Análisis e Interpretación:

Mediante el gráfico podemos observar las respuestas de los consumidores que fue la siguiente: el 23% con no y el 77% que sí, dándonos así un resultado positivo para el consumo de mermeladas dentro del cantón La Maná.

**Pregunta 4. ¿Cuál es el sabor de mermelada de su preferencia?**

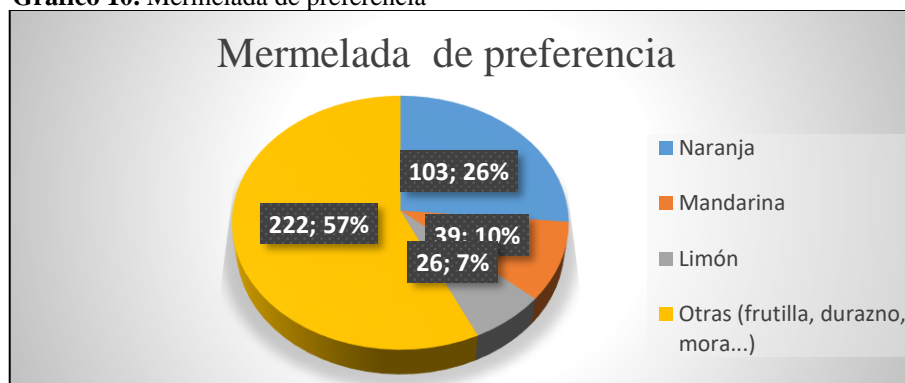
**Tabla 14.** Mermelada de preferencia

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Naranja	103	26
Mandarina	39	10
Limón	26	7
Otras (frutilla, durazno, mora...)	222	57
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 10.** Mermelada de preferencia



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Análisis e Interpretación:**

Los consumidores al ser encuestados sobre el sabor de su agrado respondieron lo siguiente; el 7% limón, 10% mandarina, 26% naranja, el 57% otras frutas, dando como resultado que los encuetados prefieren la mermelada de otras futras por la poca afluencia de las mermeladas de naranja, mandarina y limón.

**Pregunta 5. ¿Indique con qué frecuencia semanal consume mermelada, la cantidad (unidades) y el precio según el sabor?**

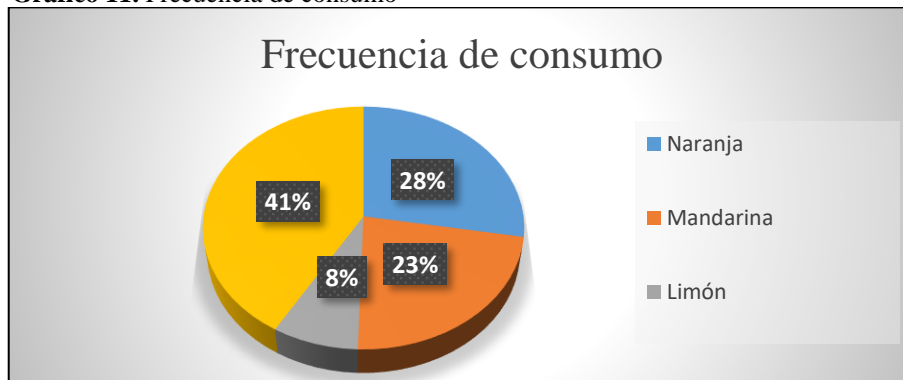
**Tabla 15.** Frecuencia de consumo semanal

Opciones	Frecuencia		Cantidad		Precio	
	Valor absoluto	Valor relativo %	Valor absoluto	Valor relativo %	Valor absoluto	Valor relativo %
Naranja	108	28	1984	38	106	27
Mandarina	89	23	1218	23	54	14
Limón	31	8	545	11	62	16
Otras (frutilla, durazno, mora)	162	42	1438	28	168	43
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>	<b>5185</b>	<b>100</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras

**Gráfico 11.** Frecuencia de consumo

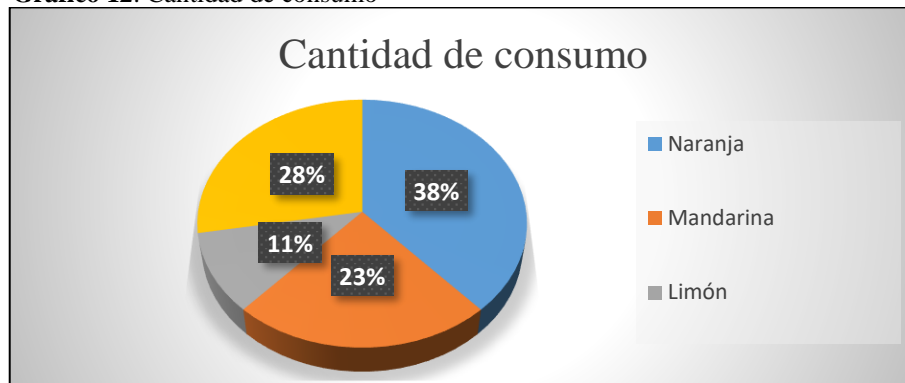


**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

### **Análisis e Interpretación:**

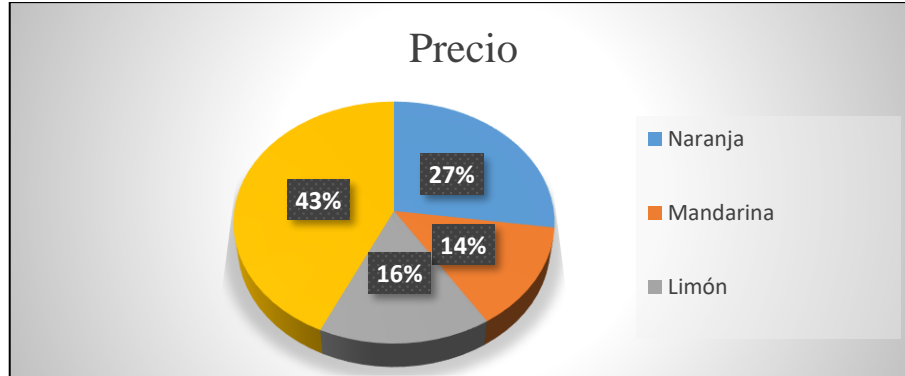
Respecto a la frecuencia de consumo de mermelada los consumidores respondieron lo siguiente: el 8% limón, el 23% mandarina, 28% naranja, 42% otras frutas, considerando los resultados de las encuestas se entiende que otras frutas es la mermelada que se consume con más frecuencia.

**Gráfico 12.** Cantidad de consumo

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.  
**Elaborado por:** Las autoras.

### **Análisis e Interpretación:**

Mediante la encuesta aplicada sobre la cantidad de consumo tenemos los siguientes resultados: el 23% prefieren consumir 100g de mermelada de mandarina, el 11% con 50g de mermelada de limón, 38% prefieren 100g de mermelada de naranja, 28% prefieren 50g de otras frutas, siendo naranja la mermelada más consumida por los encuetados.

**Gráfico 13.** Precio

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.  
**Elaborado por:** Las autoras.

### **Análisis e Interpretación:**

De acuerdo al resultado de la encuesta sobre el precio de la mermelada fue el siguiente: el 14% la compra a un precio de 50 ctv., el 16% la compra a 90ctv, 27% a \$1.50, 43% a \$1.70 otras frutas, siendo 1.70 el precio preferencia de los consumidores al momento de pagar por la mermelada de su preferencia.

**Pregunta 6. ¿En qué lugar prefiere usted comprar este producto (mermeladas)?**

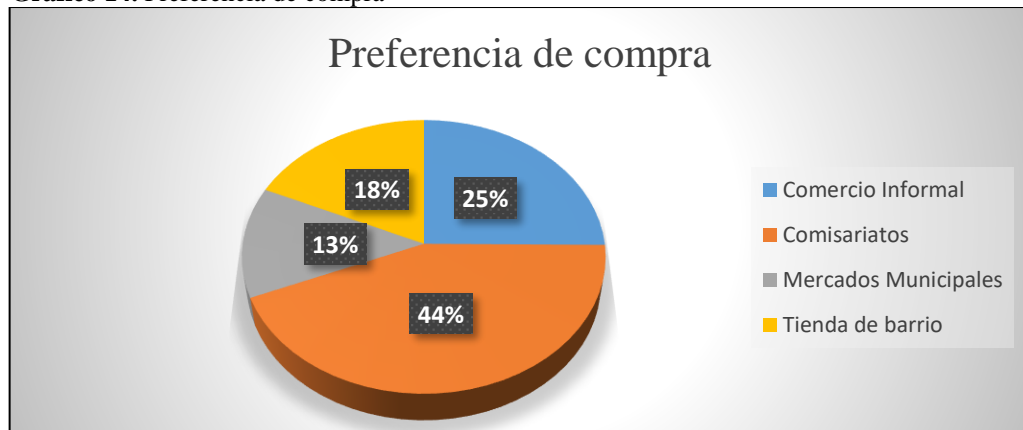
**Tabla 16.** Preferencia de compra

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Comercio Informal	98	25
Comisariatos	170	44
Mercados Municipales	51	13
Tienda de barrio	71	18
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 14.** Preferencia de compra



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Análisis e Interpretación:**

Respecto a la preferencia de compra de mermelada los consumidores respondieron lo siguiente: el 13% mercados municipales, el 18% tienda de barrio, 25% comercio informal, 44% comisariatos, quiere decir que los encuestados prefieren adquirir el producto (mermelada) en comisariatos.

**Pregunta 7. ¿Considera usted necesario crear una Pequeña Empresa productora de mermeladas de frutas cítricas en el Cantón La Maná?**

**Tabla 17.** Creación de una pequeña empresa

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
Si	303	78
No	87	22
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 15.** Creación de una pequeña empresa



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Análisis e Interpretación:**

Mediante la encuesta aplicada a los consumidores sobre si sería factible implementar una pequeña empresa de mermeladas esta fue su respuesta, el 22% con no y el 78% con sí, dando como resultado positivo para la creación de la pequeña empresa dedicada a la producción de mermeladas de frutas cítricas.



**Pregunta 8. ¿Cómo prefiere usted la presentación del producto (mermelada) al momento de comprarlo?**

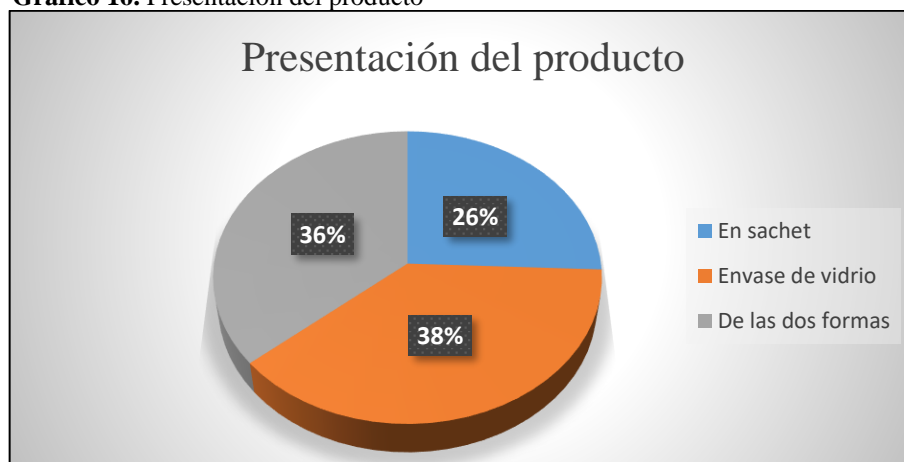
**Tabla 18.** Presentación del producto

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
En sachet	100	26
Envase de vidrio	149	38
De las dos formas	141	36
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 16.** Presentación del producto



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Análisis e Interpretación:**

Según el resultado reflejado de las encuestas es que el 26% lo prefiere en sachet, el 38% en envase de vidrio y el 36% de las dos formas, esto quiere decir que en la presentación preferida por los encuestados para la adquisición de mermelada es el envase de vidrio.

**Pregunta 9. ¿Cuál es el factor más importante para usted al momento que decide comprar el producto (mermeladas)?**

**Tabla 19.** Factor importante al momento de comprar

Opciones	Valor absoluto	Valor relativo %
El sabor (fruta)	139	36
Precio	86	22
Presentación	97	25
Marca	68	17
<b>Total</b>	<b>390</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Gráfico 17.** Factor importante al momento de comprar



**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Análisis e Interpretación:**

De acuerdo a las personas encuestadas esta que el 17% prefiere la marca, el 22% precio, el 25% presentación, el 36% el sabor, llegando a la conclusión de que los consumidores tomas más en cuenta el sabor de las mermeladas al momento de comprarlas.

## **11.4. Discusión de los resultados de las encuestas aplicadas en el Cantón La Maná**

### **11.4.1. Discusión de los resultados**

- Basado en los resultados obtenidos mediante el instrumento (encuesta) aplicado a los consumidores concluimos que, 162 personas que equivalen al 42% de personas consumen 1438 unidades de mermelada a un precio de 1,70, naranja 108 personas que equivale al 28% de la población encuestada consume 1.984 unidades a un precio de 1,50, mandarina es consumida por 89 personas que equivale al 23% de la población, consume 1.218 unidades a un precio de 0,50 ctv., limón es consumida por 31% personas, que equivale al 8% de la población encuestada, consume 545 unidades a 0,90 ctv., esta pregunta ayudara a establecer datos de la demanda.
- Basado en los resultados obtenidos mediante el instrumento (encuesta) aplicado a los comerciantes concluimos que, la cantidad vendida de mermelada semanal es de otras frutas de 3.548 unidades, naranja 1.232, mandarina 986, limón 73, y como total vendido 5.389 mermeladas semanal, esta pregunta ayuda a establecer la oferta.

## **11.5. Estudio de factibilidad para la creación de una pequeña empresa dedicada a la producción de mermeladas de cítricos en el cantón La Maná.**

### **11.5.1. Estudio de mercado para la producción de mermelada de frutas cítricas en el cantón La Maná.**

#### **Objetivo General**

Realizar un estudio de mercado para la obtención de la oferta y demanda de la producción de mermelada, mediante la aplicación de encuestas dirigidas hacia los comerciantes y los consumidores en el cantón La Maná

#### **Objetivos Específicos**

- Establecer la oferta actual y proyectada de mermeladas de frutas cítricas en el cantón La Maná.
- Determinar la demanda actual y proyectada de mermeladas de frutas cítricas en el cantón La Maná.
- Calcular la demanda insatisfecha de mermeladas en el cantón La Maná.

### 11.5.1.1. Oferta actual

Para poder conocer la oferta actual se aplicó una encuesta dirigida a los comerciantes de mermeladas ubicados en el cantón La Maná (anexo pregunta 5) en donde se obtuvieron los siguientes resultados.

**Tabla 20.** Oferta actual

Opciones	Ofertas semanales	Oferta mensuales	Ofertas anuales
Naranja	1232	4.928	59.136
Mandarina	986	3.944	47.328
Limón	73	292	3.504
Otras (frutilla, durazno, mora...)	3548	14.192	170.304
<b>Total</b>	<b>5.839</b>	<b>23.356</b>	<b>280.272</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

Una vez realizado en cálculo correspondiente se ha determinado que existe una oferta de 1232 de naranja, 986 de mandarina, 73 de limón, 3548 de otras frutas, anuales de mermeladas de frutas cítricas en las 22 pequeñas empresas para este 2023.

### 11.5.1.2. Oferta proyectada

Para realizar la proyección de la oferta se utilizó una tasa de crecimiento de población 3.0, obteniendo una cantidad de unidades de 66.558 en Naranja, 53.268 en Mandarina, 3.944 en Limón, 191.679 en Otras (frutilla, durazno, mora...) para el año 2026.

**Tabla 21.** Oferta proyectada

Opciones	Ofertas anuales actuales	Tasa de crecimiento %	Demanda Proyectada			
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Naranja	59.136	0,030	60.910	62.737	64.620	66.558
Mandarina	47.328	0,030	48.748	50.210	51.717	53.268
Limón	3.504	0,030	3.609	3.717	3.829	3.944
Otras (frutilla, durazno, mora...)	170.304	0,030	175.413	180.676	186.096	191.679
<b>Total</b>	<b>280.272</b>		<b>288.680</b>	<b>297.341</b>	<b>306.261</b>	<b>315.449</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras

### 11.5.1.3. Demanda actual

Para establecer la demanda actual de las mermeladas se utilizó los resultados obtenidos en la pregunta #5 de las encuestas dirigidas a los consumidores del cantón La Maná, como se muestra en el cuadro para el año 2022 la demanda semanal de mermeladas es de 5.185 unidades, la demanda mensual es de 20.740 unidades y la demanda anual de 248.880 unidades.

**Tabla 22.** Demanda actual

Opciones	Demanda semanales	Demanda mensuales	Demanda anuales
Naranja	1984	7.936	95.232
Mandarina	1218	4.872	58.464
Limón	545	2.180	26.160
Otras (frutilla, durazno, mora...)	1438	5.752	69.024
<b>Total</b>	<b>5.185</b>	<b>20.740</b>	<b>248.880</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

### 11.5.1.4. Demanda proyectada

Para la proyección de la demanda se utilizó una tasa de crecimiento de población 3.0 y se estableció la demanda actual a 4 años; obteniendo los siguientes resultados; la demanda proyectada para la mermelada de Naranja es de 107.184, la mermelada de Mandarina es de 65.802, la mermelada de Limón es de 29.443 y Otras (frutilla, durazno, mora...) es de 77.687 para el año 2026

**Tabla 23.** Oferta demanda proyectada

Opciones	Demanda Actual	Tasa de crecimiento %	Demanda Proyectada			
			Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026
Naranja	95.232	0,030	98.089	101.032	104.063	107.184
Mandarina	58.464	0,030	60.218	62.024	63.885	65.802
Limón	26.160	0,030	26.945	27.753	28.586	29.443
Otras (frutilla, durazno, mora...)	69.024	0,030	71.095	73.228	75.424	77.687
<b>Total</b>	<b>248.880</b>		<b>256.346</b>	<b>264.037</b>	<b>271.958</b>	<b>280.117</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

### 11.5.1.5. Demanda insatisfecha de mermeladas

Para identificar la demanda insatisfecha se aplicó la fórmula general que consiste en la resta de la oferta proyectada y la demanda proyectada lo que nos dio como resultado una demanda insatisfecha de 32.334 datos que reflejan que dentro del cantón La Maná si existe un índice de demanda insatisfecha.

**Tabla 24.** Demanda insatisfecha

Opciones	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
Naranja	98.089	60.910	-37.179
Mandarina	60.218	48.748	-11.470
Limón	26.945	3.609	-23.336
Otras (frutilla, durazno, mora...)	71.095	175.413	104.318
<b>Total</b>	<b>256.346</b>	<b>288.680</b>	<b>32.334</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los consumidores de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras.

**Tabla 25.** Precios

Nombre de la pequeña empresa	Marcas	Productos	Precio \$	
Supermercado TIA	Gustadina	mermelada Sachet 100g	0.58	
		mermelada 300g	1.79	
		Mermada 270g	1.59	
	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	0.99	
	Facundo	mermelada 300g	1.59	
	San Jorge	Mermelada sachet 200 g	1.19	
	El campeón	Mermelada sin gluten 280g	3.99	
		Mermelada dieta 280g	1.99	
	Súper Comisariato Fortaleza	Gustadina	mermelada 600g	3.17
			Mermelada 300g	1.41
Mermelada 270g			1.62	
Facundo		Mermelada sachet 100g	0.58	
		Mermelada 300g	1.72	
San Jorge		Mermelada sachet 250 g	1.30	
		mermelada Sachet 300g	1.72	
Snob		Mermelada 300g	1.50	
		Mermeladas sachet 100g	0.54	
		Mermelada sachet 240g	1.48	
		Mermelada 290g	1.84	
Súper Comisariato Kerly		Helios	Mermelada sachet 240g	1.26
			Mermelada sin azúcar 280g	3.34
	Facundo		Mermelada 300g	1.59
Centro Comercial Noble Cabrera	Gustadina	Mermelada 300g	1.79	
	Facundo	Mermelada sachet 250g	1.50	

	Levaban	Mermelada 300g	1.49
	Pinandro	Mermelada 300g	1.19
	Gustadina	Mermelada300g	1.98
Comercial Noble		Mermelada 300g	1.41
	Gustadina	Mermelada 270g	1.62
		Mermelada sachet 100g	0.58
	Facundo	Mermelada 300g	1.72
		Mermelada sachet 250 g	1.30
	Snob	Mermeladas sachet 100g	0.54
		Mermelada sachet 240g	1.48
Comercial La Maná	Facundo	Mermelada sachet 250g	1.50
	Levapan	Mermelada 300g	1.49
	Gustadina	Mermelada300g	1.98
Distribuidora La Central			
	Gustadina	mermelada Sachet 100g	0.58
		mermelada 300g	1.79
		Mermada 270g	1.59
	Facundo	Mermelada 300g	1.52
		Mermelada sachet 250 g	1.30
Supermercado Mayorista Su Economía			
	Gustadina	mermelada Sachet 100g	0.58
		mermelada 300g	1.79
		Mermelada 270g	1.59
	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	0.99
	Facundo	mermelada 300g	1.59
	San Jorge	Mermelada sachet 200 g	1.19
Tienda de Abarrotes La Eskina del Sol		Mermelada 300g	1.41
	Gustadina	Mermelada 270g	1.62
		Mermelada sachet 100g	0.58
	Facundo	Mermelada 300g	1.72
		Mermelada sachet 250 g	1.30
	Snob	Mermeladas sachet 100g	0.54
		Mermelada sachet 240g	1.48
Tienda de Abarrotes El Cisne	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	0.99
	Facundo	mermelada 300g	1.59
	San Jorge	Mermelada sachet 200 g	1.19
		Mermelada 300g	1.41
	Gustadina	Mermelada 270g	1.62
		Mermelada sachet 100g	0.58
Comercial Tres Hermanos	Snob	Mermeladas sachet 100g	0.54
		Mermelada sachet 240g	1.48
	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	0.99
	Facundo	mermelada 300g	1.59
Despensa Bianchi	San Jorge	Mermelada sachet 200 g	1.19
	Gustadina	Mermelada 300g	1.19
	Levapan	Mermelada 300g	1.49
	Pinandro	Mermelada 300g	1.19
Tienda de Abarrotes Don Pato	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	1.72

	Facundo	Mermelada 300g	1.30
		Mermelada sachet 250 g	1.79
	Gustadina	Mermelada 300g	1.41
Tienda de Abarrotes Dorita		Mermelada 300g	1.79
	Facundo		
		Mermelada sachet 250 g	1.50
	Pinandro	Mermelada 300g	1.19
Mini Tienda Ibeth	Facundo	Mermelada 300g	1.79
	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	0.99
	Gustadina	Mermelada 300g	1.19
Tienda de Abarrotes Carlitos	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	0.99
	Gustadina	Mermelada 300g	1.19
Tienda de Abarrotes Anita	Facundo	Mermelada 300g	1.50
	Gustadina	Mermelada 300g	1.59
Despensa Byron	Levapan	Mermelada 300g	1.49
	Pinandro	Mermelada 300g	1.19
Despensa Amazonas	TA RIKO	Mermelada sachet 200 g	1.00
	San Jorge	Mermelada sachet 200 g	1.60
	Facundo	Mermelada 300g	1.50

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los comerciantes de mermeladas del cantón La Maná, año 2022.

**Elaborado por:** Las autoras

### 11.5.2. Estudio técnico

Se estudió la sustentabilidad del proyecto con la finalidad de obtener información sobre los diversos procesos productivos, a su vez determinar los requerimientos o recursos disponibles en la pequeña empresa, así como evaluar el espacio físico y características técnicas del producto ofertado a través del análisis económico existente.

#### Objetivo general

Desarrollar un estudio técnico para la obtención del tamaño, localización y características del producto a ofertar.

#### Objetivos específicos

- Definir el tamaño del proyecto para la creación de pequeña empresa productora de mermeladas de frutas críticas “NAAN”
- Establecer la localización y los recursos disponibles en la creación del proyecto.
- Diseñar la ingeniería del proyecto.
- Enumerar con flujograma el proceso de preparación y comercialización de la mermelada.



- Especificar la estructura empresarial y el marco legal de la pequeña empresa dedicada a la producción de mermelada.

### 11.5.2.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto, es aquel que expresa la cantidad de producto o servicio, por una unidad de tiempo, por ello se define como una capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un periodo determinado

Este incide sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

La capacidad instalada se obtuvo mediante el cálculo de las unidades que se va a producir por las 8 horas de trabajo diarias y por 360 días que tiene un año comercial.

**Tabla 26.** Tamaño del proyecto

<b>Producto</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Di = O-D</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Tamaño del Proyecto</b>
Naranja	98.089	60.910	-37.179	37.440	-1,0
Mandarina	60.218	48.748	-11.470	14.400	-1,26
Limon	26.945	3.609	-23.336	23.040	-0,99
<b>Total</b>	<b>185.252</b>	<b>113.267</b>	<b>-71.985</b>	<b>74.880</b>	<b>3,25</b>
					<b>1,08</b>

Elaborado: las autoras

### 11.5.2.2. Localización del proyecto

La pequeña empresa de mermeladas de frutas cítricas “NAAN” estará ubicada en un lugar que nos de la facilidad del servicio de transporte y con ello lograr minimizar los costos. Estará ubicada en un lugar donde haya mucha asistencia de los consumidores para que puedan degustar de nuestra deliciosa mermelada. Además, nuestra empresa ofrecerá todos los servicios básicos y vías de acceso disponibles.

#### 11.5.2.2.1. Macro localización.

El proyecto tendrá lugar en la provincia de Cotopaxi específicamente en el cantón La Maná por ser un lugar donde se da origen de estas frutas.

**Figura 1.** Ubicación geográfica Provincia de Cotopaxi



**Fuente:** Las autoras.

#### 11.5.2.2.2. Micro localización

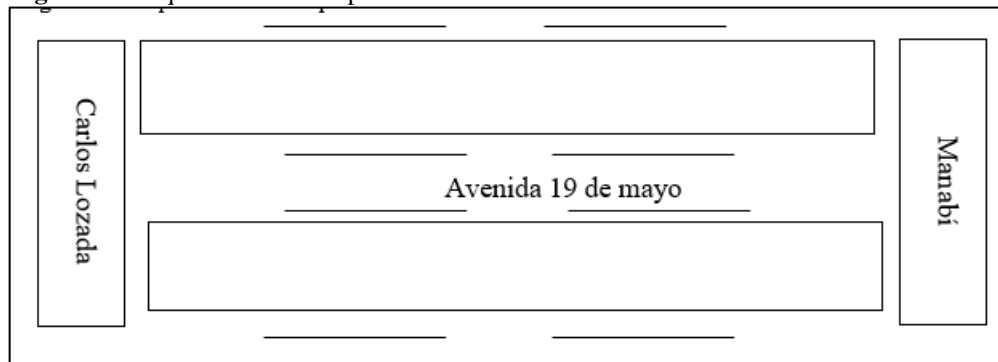
El local previsto para la creación de la pequeña empresa productora de mermelada de frutas cítricas “NAAN” se desarrollará en el sector conocido como La Avenida 19 de mayo del cantón la Maná, entre las calles Carlos Lozada y Manabí.

**Figura 2.** Croquis de micro localización de la pequeña empresa.



**Fuente:** [https://satellites.pro/mapa\\_de\\_Cotopaxi.Ecuador#-0.939501,-79.229898,18](https://satellites.pro/mapa_de_Cotopaxi.Ecuador#-0.939501,-79.229898,18)

**Elaboración:** Las autoras

**Figura 3.** Croquis del sector la pista

Elaboración: Las autoras

### 11.5.2.2.3. Factores de localización

**Tabla 27.** Factores de localización

<b>Factores imprescindibles</b>	Disponibilidad de clientes
	Facilidad de vía de acceso
<b>Factores importantes</b>	Disponibilidad de servicios básicos
	Disponibilidad de transporte
	Proximidad a la vía principal
	Disponibilidad de medida de Comunicación tecnológica.
	Proximidad a seguridad policial

Fuente: Elaboración propia

### 11.5.2.2.4. Aspectos para la localización

Dentro de los aspectos imprescindibles para localizar la pequeña empresa para la producción de mermelada de frutas cítricas tenemos:

#### **Infraestructura**

El sitio donde se desarrollará la pequeña empresa cuenta con todos los servicios básicos que se requiere para su desarrollo, así como con alcantarillado, agua potable, luz eléctrica.

#### **Vías de acceso**

La principal vía de acceso de la pequeña empresa es de primer orden siendo muy conocida ya que se conecta con la vía principal de la Av. 19 de mayo del cantón La Maná.

## Transporte

En cuanto a movilización el sector cuenta con servicio de buses directos ya que pasan con mucha frecuencia por la Avenida 19 de mayo dentro de ellos tenemos BUSRUT, al igual existe mucha afluencia de servicios particulares de moto taxis y taxis que son aquellos que prestan sus servicios a cualquier lugar del cantón.

## Personal

Por estar ubicada en un sector estratégico y comercial, hay gran afluencia de personas de todas partes que acuden no solo para comprar sino también en busca de trabajo que por lo general poseen experiencia en ventas y producción de productos de cualquier clase en este caso sería de mermelada.

### 11.5.2.3. Ingeniería del proyecto.

Para determinar la ingeniería del proyecto se establecieron los siguientes elementos de estudio, tanto las características de las mermeladas, diseño de procesos, equipamiento, requerimiento de personal y distribución de la planta.

#### 11.5.2.3.1. Características del producto.

**Mermelada:** La mermelada es una conserva de fruta cocida en azúcar. Aunque la proporción de fruta y azúcar varía en función del tipo de mermelada, del punto de maduración de la fruta y otros factores, el punto de partida habitual es que sea en proporción 1:1 en peso. Se trata, por tanto, de una elaboración en la que se cuece fruta entera, troceada o triturada y se incorpora azúcar hasta conseguir una textura espesa. Esta mermelada contendrá la acidez de las frutas cítricas.

**Figura 4.** Mermeladas NAAN

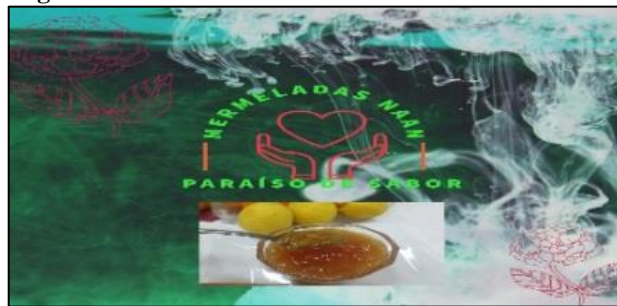


**Elaborado por:** las autoras

**Mermelada de naranja:** guardamos las cáscaras de naranja en remojo hasta reunir la cantidad deseada. Hay que tener cuidado y quitar la parte blanca, que es la amarga, dejando solo la parte naranja. Lo escurrimos, lo cortamos en trocitos pequeños; lo mezclamos con el mismo peso de azúcar y el zumo de medio limón y lo ponemos todo a cocer con un poco de agua, a fuego lento, unos cuarenta minutos removiendo todo el rato hasta que veamos que ha espesado y listo.

**Cáscara de naranja confitada:** Cortamos las naranjas en dos y las exprimimos. Quitamos la pulpa que queda pegada a la cáscara. Ponemos las mitades de naranja en remojo en agua fría. Cómo flotan, es mejor ponerles encima un peso, para mantenerlas cubiertas. Las dejamos así 24 horas. Las ponemos en un cazo, las cubrimos de agua fría y las ponemos a hervir. Cuando rompa a hervir, las escurrimos y las metemos en un baño de agua con hielo. Este enfriamiento va a hacer que las tiritas de naranja conserven su bonito color.

**Figura 5.** Mermeladas NAAN



**Elaborado por:** las autoras

**Mermelada de limón:** la mermelada de limón que le ofrecemos gracias a su composición, el limón tiene propiedades beneficiosas para la salud: es diurético, tiene un gran poder antibacteriano, ayuda a reforzar el sistema inmunológico y nervioso (gracias al potasio) y tiene capacidad antioxidante.

**Figura 6.** Mermeladas NAAN



**Elaborado por:** las autoras

**Mermelada de otras frutas:** Es importante aprovechar todo lo que las frutas nos brindan; y aunque algunas simplemente las comemos con todo y cáscara, aprovechando los nutrientes y fibras que se encuentran en ellas.

**Figura 7.** Mermeladas



Elaborado por: las autoras

### 11.5.2.3.2. Diseño de procesos

#### Tipo de servicio

El tipo de producto que se intenta ofrecer es donde el cliente pruebe sabores nuevos y a su vez tenga la disposición de elegir lo que desea comprar de acuerdo a el producto establecido en la recepción principal, con esto a diferencia de otros locales no contaría con la inclusión de meseros, solo de la persona en caja y aquellos quienes preparan y alistan el producto a ofertar.

Esta idea es novedosa y fue tomada con la observación de los grandes comisariatos en donde se puede observar una buena rentabilidad del producto de mermelada. El cliente puede degustar de la mermelada donde el podrá elegir si hace su pedido ya sea para su consumo en el local o para llevarlo.

#### Ambiente

Se tiene como idea principal adecuar el sitio como un espacio acogedor que transmita sensaciones de unión familiar con decoración sencilla y fácil de reconocer, utilizando colores que resalten el gusto por las frutas, el ambiente y la naturaleza, así como también se implementará la música como medio de relajación.

### Características de operación

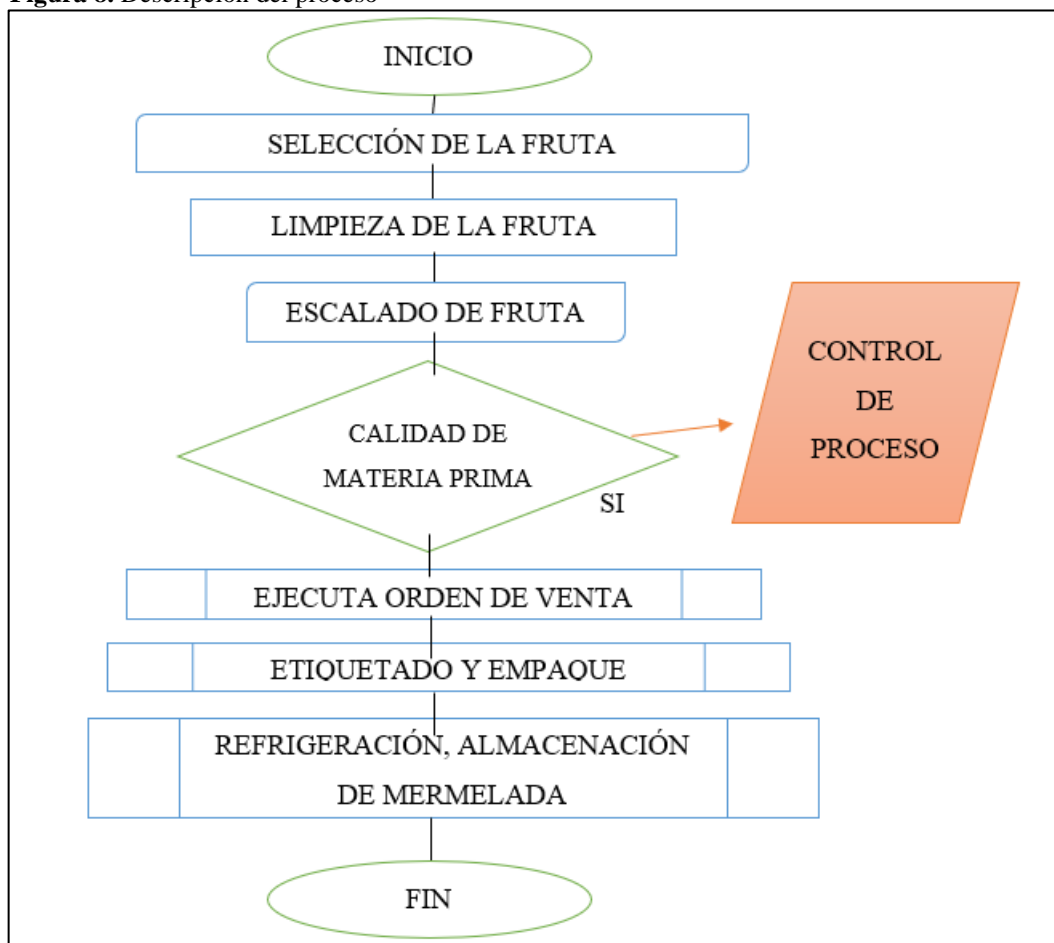
El tiempo de operación se relaciona con el trabajo a ser realizado con las operaciones realizadas por la mano de obra y equipos disponibles.

La atención del local será de lunes a domingo abriendo sus puertas desde las 08:00am hasta las 20:00pm. Se escogió este horario ya que la mayoría de las personas tiende su consumo en las tardes y mañanas para sus desayunos o a su vez para disfrutar de unos postres, de igual manera se escogió ya que los universitarios y moradores transitan a esas horas.

### Proceso de recepción y entrega del producto

El proceso de recepción y entrega del producto para su distribución se lo representa mediante flujo gramas del proceso:

**Figura 8.** Descripción del proceso



Elaborador por: Las Autoras

### 11.5.2.3.3. Equipamiento para la instalación de la pequeña empresa.

Para la producción de mermelada de la pequeña empresa de mermelada NAAN se utilizará lo siguiente:

**Tabla 28.** Equipos de oficina

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Computadora de escritorio	1
Celulares	2

**Elaborado por:** las autoras

**Tabla 29.** Suministros

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Libro de registro	2
Carpeta archivadora	6

**Elaborado por:** las autoras

**Tabla 30.** Muebles

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Escritorio	1
Silla giratoria	1
Mesas	5
Sillas	20
Vitrina mostrador	1
Extintor de incendio	1
Basurero	2
Silla de escritorio	2

**Elaborado por:** las autoras

**Tabla 31.** Materiales y equipos

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Olla de acero inoxidable con capacidad de 2 a 4 lt	1
Licuada	3
Coladera de plástico	4
Cuchillo de acero inoxidable	4
Cuchara de acero inoxidable o pala de madera	4
Frascos esterilizados para envasar	30
Etiqueta adhesive	30
Cocina	2
Despulpadora	2

**Elaborado por:** las autoras



**Tabla 32.** Personal administrativo y operativo

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
<b>Gerente/contador</b>	1
<b>Recepcionista</b>	1
<b>Chef</b>	1

Elaborado por: las autoras

#### 11.5.2.3.4. Requerimiento del personal

Las personas que laboren en la pequeña empresa de producción de mermelada deben utilizar una prenda indispensable a forma de atracción de la atención a los clientes, para ello el trabajador debe mantener en buen estado y exclusivamente utilizarlo en el trabajo.

La tela será de algodón con el logotipo del local y la utilización de zapatos cómodos, siempre llevando una malla protectora en el cabello para mantener la higiene y seguir los protocolos de las normas de calidad

**Figura 9.** Prenda para el personal

Elaborado por: las autoras

#### 11.5.2.3.5. Distribución de la planta.

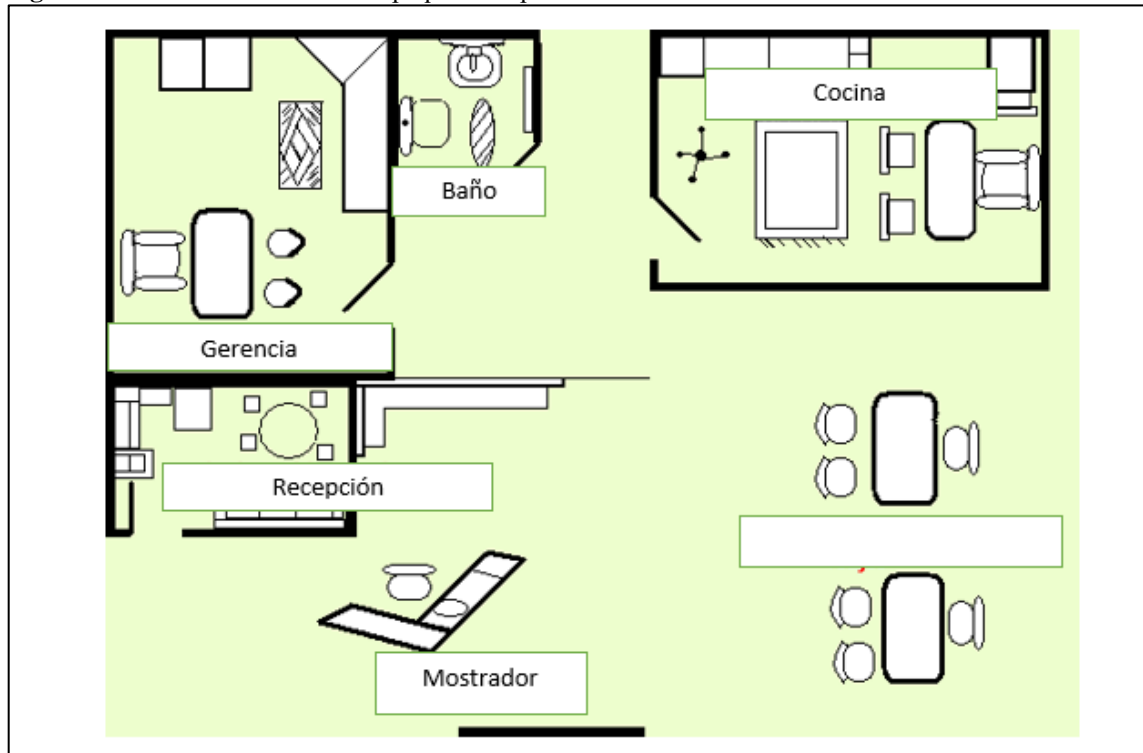
El lugar donde se llevará a cabo el proyecto de la creación de la pequeña empresa productora de mermelada NAAN tendrá una extensión de 48m<sup>2</sup> de construcción, la cual estará distribuida de la siguiente manera.

**Tabla 33.** Distribución del área de construcción

<b>Áreas</b>	<b>Dimensión en m<sup>2</sup></b>
Gerente/contador	18
Recepcionista	15
Chef	20
<b>Total</b>	<b>53</b>

Elaborado por: las autoras

**Figura 10.** Distribución física de la pequeña empresa “NAAN”



Elaborado por: las autoras

#### 11.5.2.4. Estructura empresarial

La estructura empresarial es aquella en la que la organización que se dota de la empresa para funcionar, esta debe estar alineada con las necesidades y objetivos a través de la cual se organizan sus actividades, procesos y el funcionamiento en general.

##### 11.5.2.4.1. Nombre o razón social

La razón social se entiende como el nombre con el que será conocido el local mercantil de forma colectiva o comunitaria. El nombre de nuestra pequeña empresa será “NAAN”

“NAAN” proviene de la unión de los nombres de las propietarias.

##### 11.5.2.4.2. Logotipo

Se considera un logo a una representación o expresión que identifica nuestro local de mermeladas el cual tiene el toque de delicadeza y belleza al realizar la mermelada.



#### **11.5.2.4.3. Eslogan**

Se considera como una frase que sea fácil de recordar o mantener en la mente del cliente.

#### **“Paraíso de sabor”**

La finalidad de este lema es que el cliente se sienta atraído por los nuevos sabores de mermelada a probar, además es un lema que se va a quedar plasmado en la mente de cada uno al momento de degustar el producto.

#### **11.5.2.4.4. Base filosófica de la pequeña empresa**

Se estudian los principios importantes que forman la estructura y actividad de las pequeñas empresas, para dar respuesta a los problemas surgidos en la práctica empresarial.

#### **Misión**

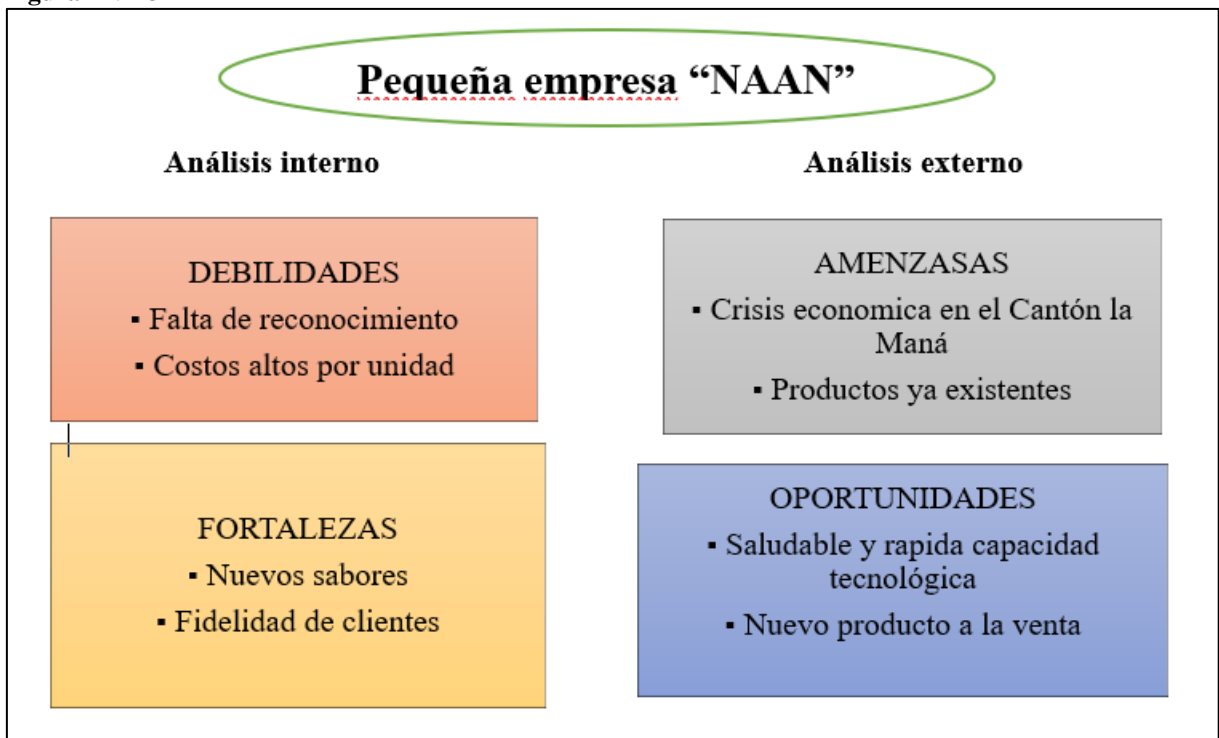
Somos una empresa donde elaboramos productos con base en frutas cítricas, todo esto dentro de un marco de innovación, rentabilidad y respeto a nuestros clientes, ubicados en el cantón la Maná, los productos serán reconocidos tanto por su calidad como por su bajo costo, dirigidos netamente a toda clase de clientes.

## Visión

En los próximos años nos consolidaremos como una pequeña empresa productora de alimentos de gran nivel y líder en los mercados donde participaremos, como mejor opción para los clientes y consumidores, a través de la utilización de tecnología y prácticas empresariales honestas y limpias encaminadas a la satisfacción plena de los clientes.

## Análisis de FODA

Figura 11. FODA



Elaborado por: las autoras

## Objetivo de la pequeña empresa

Ser la primera pequeña empresa en ofertar productos novedosos en sabor y satisfacer las expectativas de los clientes en el cantón de La Maná.

### 11.5.2.4.5. Principios y valores de la pequeña empresa

Honestidad: como empresa nuestros valores serán lo más destacados, nos mantendremos fieles sin perjudicar a nadie, nada de robo, hablaremos siempre con la verdad y siempre seremos éticos y tener presente las consecuencias de malos actos ya sea por parte del personal o de nosotros mismos.

Disciplina: le ofreceremos un trabajo bien realizado puntualmente todos los días, cumpliendo con las normas de la empresa, a su vez manteniendo un lugar de trabajo limpio y ordenado.

Lealtad: estamos comprometidos con la empresa, de manera que difundamos una imagen positiva de ella, de sus productos y de nuestros compañeros de trabajo.

Respeto: aceptar y comprender la forma de ser y pensar de los demás aunque tengamos diferente perspectiva o diferentes opiniones.

Cooperación: nos gusta trabajar en equipo, bríndanos apoyo mutuamente.

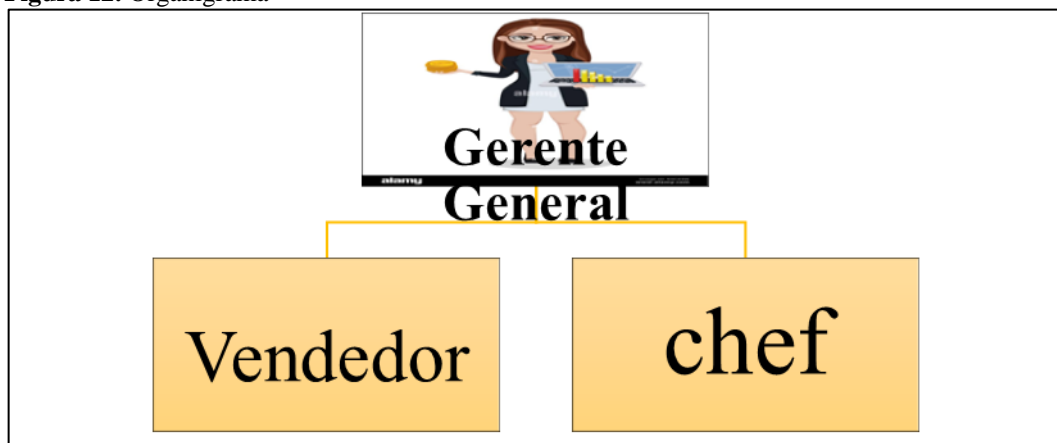
Superación: buscar siempre el cambio una manera de hacer mejor las cosas, mejorar por la empresa y los clientes.

Empatía: Pensar y adecuar cada uno de nuestros actos para buscar la satisfacción del cliente. Pensar en el criterio de nuestros consumidores y suplir con cada una de sus necesidades.

#### 11.5.2.4.6. Organigrama estructural de la pequeña empresa

Se considera un organigrama a una representación gráfica de la estructuración de la microempresa en sus distintas áreas, mostrando las relaciones de cada uno de los miembros que lo conforman.

**Figura 12.** Organigrama



**Elaborado por:** Las autoras

### 11.5.2.4.7. Descripción de las funciones del personal

**Tabla 34. Funciones del Gerente/contador**

<b>Nombre del cargo:</b>	<b>Gerente/ contador</b>
<b>Perfil:</b>	Título en Administración de empresa o ingeniero comercial
<b>Funciones:</b>	Controlar el efectivo flujo del proceso, de transformación de materia prima a producto final, Controlar la optimización de recursos, Disminuir los desechos, Supervisión de limpieza. Elaborar roles de pago a los empleados, Consolidar la información contable Recibir los pagos de los clientes, Presentar los estados financieros
<b>Competencias</b>	Dirección del personal Desarrolla la comunicación Liderazgo Trabajo en equipo

Elaborado por: las autoras

**Tabla 35. Funciones del vendedor/recepcionista**

<b>Nombre del cargo:</b>	<b>Vendedor/recepcionista</b>
<b>Perfil:</b>	Bachiller con experiencia de servicio al cliente
<b>Funciones:</b>	Acoplar las preparaciones hasta lograr el producto final Hacer el cobro diario Despacho de producto final Empaquetar el producto Comunicación y escucha efectiva
<b>Competencias</b>	Confianza y persuasión Planificación productividad Actitud Positiva

Elaborado por: las autoras

**Tabla 36. Funciones del Chef**

<b>Nombre del cargo:</b>	<b>Chef</b>
<b>Perfil:</b>	Chef profesional o título de gastronomía
<b>Funciones:</b>	Preparación de los alimentos. Solicitar a tiempo el equipamiento para la cocina Ordenar y proveer los productos alimenticios
<b>Competencias</b>	Voluntad de trabajo Orden y limpieza Buen paladar Monitorear la calidad de los productos

Elaborado por: las autoras

#### **11.5.2.4.8. Política de la empresa**

- Respetar los horarios que se dispongan en cada una de las áreas.
- Todos los empleados deben tener el máximo respeto para con los clientes y saber que el cliente ordena en cuanto a la atención.
- El empleado deberá estar correctamente uniformado en las diferentes áreas.
- Mientras se trabaja el uso del celular será limitado.

#### **11.5.2.5. Marco legal**

Se detalla a continuación los pasos necesarios para el funcionamiento y constitución dando cumplimiento a la legislación vigente en el Ecuador

##### **1.-La pequeña empresa según su actividad: Comercial**

Es considerada comercial ya que vende directamente sus productos terminados.

##### **2.-La pequeña empresa según su capital: Privada**

Cuyo capital e inversiones que recibe proviene de individuos particulares que desean obtener una rentabilidad y beneficios a través de sus actividades comerciales.

##### **3.-La pequeña empresa por el número de personas: Sociedad colectiva**

Es aquella sociedad mercantil en la que todos los integrantes o socios, bajo una razón social unificada, se comprometen a participar de los mismos derechos y obligaciones, respondiendo solidaria, subsidiaria y colectivamente por las deudas sociales.

##### **4.-La pequeña empresa según el marco jurídico: Persona moral**

Es aquella empresa que sea propiedad de más de una persona. En este tipo de compañía son los socios los que responden con su patrimonio a cambio de una participación directa en la gestión empresarial.

### **11.5.2.5.1. Aspectos fiscales de la pequeña empresa**

Para considerar la colocación de una pequeña empresa hay un listado para su implementación como para su operación.

#### Patente municipal

Considerado como un comprobante de pago emitido por la respectiva administración al zonal que corresponde a la cancelación anual del impuesto de la patente municipal de toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial en un determinado sector.

#### Requisitos

- Patente persona natural
- Formulario de declaración del impuesto de patente, original y copia
- RUC original y copia
- Copia de cédula
- Copia de impuesto predial al año
- Formulario de categorización emitido por la oficina de control sanitario

#### Permiso sanitario de funcionamiento

Es un documento emitido por la administración zonal que autoriza el funcionamiento de las actividades comerciales sujetos al control sanitario por delegación del Ministerio de Salud para vendedores estacionarios y ambulantes.

#### Requisitos

- Solicitud de permiso sanitario
- Copia de cédula y papeleta de votación del dueño del local
- Informe de factibilidad del negocio (dado por la administración zonal)
- Comprobante de pago de patente municipal
- Comprobante de pago de tasa de permiso sanitario al año
- Copia del RUC vigente.

#### Derecho del seguro contra incendios por parte del cuerpo de bomberos



Una vez pagada la patente que corresponde al 10% del servicio al cuerpo de bomberos a todos los locales con actividades económicas donde se recomienda la implementación de equipos contra incendios permitiendo al dueño o propietario recibir el seguro contra incendios que siempre se cancela en conjunto con las planillas de consumo eléctrico.

#### Requisitos para recibir el beneficio

Comprar un formulario con un costo de \$1 donde debe llenarlo y entregar a los bomberos y por lo consiguiente guiar a los inspectores para la revisión del local comercial.

### **11.5.3. Estudio Económico**

#### **Objetivo General**

Estructurar un estudio económico para la creación de una pequeña empresa productora de mermeladas de frutas cítricas en el cantón la Mana.

#### **Objetivo Especifico**

- Establecer la inversión inicial y total que se requiere para la creación de una pequeña empresa productora de mermelada de frutas cítricas.
- Determinar el capital de trabajo necesario para la producción de mermelada.
- Deducir los ingresos y costos de producción (costo fijo-variable) de la pequeña empresa.

#### **11.5.3.1. Estimación de la inversión inicial y total**

En el siguiente cuadro se detalla la inversión inicial para la producción de mermeladas de frutas cítricas en el cantón La Maná, el cual tiene un costo de \$8.956,50.

**Tabla 37.** Inversión activos fijos de la pequeña empresa de producción de mermeladas.

<b>INVERSIÓN FIJA</b>			
<b>INSTALACIÓN</b>			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Adecuación local	1	1000	1000
Instalación Interna de agua	1	200	200
Adecuación de instalación eléctrica	1	250	250
Instalación de zona wifi	1	40	40
<b>SUB-TOTAL</b>			<b>\$1.490</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Olla de acero inoxidable con capacidad de 2 a 4 litros	1	250	250
Licuada	2	90	180
Coladera de plástico	4	1	4
Frascos esterilizados para envasar	1000	0,6	600
Cocina industrial	2	300	600
Despulpadora	2	500	1000
Aire Acondicionado	2	350	700
Congelador industrial	1	800	800
<b>SUB-TOTAL</b>			<b>\$4.134,00</b>
<b>HERRAMIENTAS</b>			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Mesas cuadradas de 4 sillas	5	25	125
Sillas plásticas	20	6	120
Rotulo de sabores de mermeladas	1	400	400
Vitrina mostrador	1	737,5	737,5
Basurero	2	20	40
Extintor de incendio	1	45	45
Cuchillo de acero inoxidable	4	15	60
Tanque de gas	4	40	160
Etiquetadora	1	40	40
Cuchara de acero inoxidable o palo de madera	4	15	60
<b>SUB-TOTAL</b>			<b>\$1.787,50</b>
<b>MUEBLES DE OFICINA</b>			
Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Lapto Hp	2	250	500
Smartphone	2	350	700
Archivador	1	40	40
Escritorio	1	200	200
Silla giratoria	1	65	65
Silla de escritorio	2	20	40
<b>SUB-TOTAL</b>			<b>\$1.545,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$8.956,50</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 38.** Consolidado de los activos fijos de la pequeña empresa de mermeladas

<b>Descripción</b>	<b>Costo total</b>
Instalación	\$1.490
Maquinaria y equipos	\$4.134,00
Herramientas	\$1.787,50
Muebles de oficina	\$1.545,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$8.956,50</b>

Elaborado por: Las autoras

**11.5.3.2. Estimación de la depreciación de la inversión fija para la ejecución del proyecto.**

En este cuadro detallaremos el tiempo de vida útil de la inversión fija para la producción de mermeladas en el cantón La Maná. Él nos muestra una depreciación anual de \$ \$1.308,57 una depreciación acumulada de \$ 4.353,33 y un valor residual de \$ 4.318,34 en un periodo de 5 años.

**Tabla 39.** Depreciación de activos fijos

<b>Concepto</b>	<b>Cant.</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Dep. Anual</b>	<b>Dep. Acumulada</b>	<b>Valor residual</b>
<b>Instalaciones</b>							
Adecuación local	1	1000	1000	10	100	1500	1500
Instalación Interna de agua	1	200	200	10	20	250	250
Adecuación de instalación eléctrica	1	250	250	10	25	250	250
Instalación de zona wifi	1	40	40	10	4	500	500
<b>SUB-TOTAL</b>			1490		149	2500	2500
<b>Equipos, maquinarias y vehículos</b>							
Olla de acero inoxidable co capacidad de 2 a 4 litros	1	250	250	10	25	410	410
Licuada	3	90	270	10	27	335	335
Coladera de plástico	4	1	4	10	0,4	97,5	97,5
Frascos esterilizados para envasar	1000	0,6	600	10	60	42,5	42,5
Cocina industrial	2	300	600	10	60	210	210
Despulpadora	2	500	1000	10	100	305	305
Aire Acondicionado	2	350	700	6	116,67	248,33	49,67
Congelador industrial	1	800	800	10	80	205	205

<b>SUB-TOTAL</b>			4224		469,07	1853,33	1654,67
<b>Herramientas</b>							
Mesas cuadradas de 4 sillas	5	25	125	5	25	125	0
Sillas plásticas	20	6	120	5	24	120	0
Rotulo de sabores de mermeladas	1	400	400	5	80	75	0
Vitrina mostrador	1	737,5	737,5	5	147,5	400	0
Basurero	2	20	40	5	8	280	0
Extintor de incendio	1	45	45	5	9	120	0
Cuchillo de acero inoxidable	4	15	60	5	12	45	0
Tanque de gas	4	70	280	5	56	30	0
Etiquetadora	1	40	40	5	8	40	0
Cuchara de acero inoxidable o palo de madera	4	15	60	5	12	280	0
<b>SUB-TOTAL</b>			1907,5		381,5	1748	0
<b>Equipos de Oficina</b>							
Lapto Hp	2	300	600	6	100,00	818,33	163,67
Smartphone	2	350	700	5	140,00	440	0
Archivador	1	40	40	5	8,00	440	0
Escritorio	1	200	200	5	40,00	45	0
Silla giratoria	1	65	65	5	13,00	160	0
Silla de escritorio	2	20	40	5	8,00	59	0
<b>SUB-TOTAL</b>			<b>1645</b>		<b>309,00</b>	<b>1522,33</b>	<b>163,67</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>			<b>\$9.266,50</b>		<b>\$1.308,57</b>	<b>4.353,33</b>	<b>4.318,34</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.3. Materia prima

La materia prima utilizada será obtenida de un proveedor directo dueños de las fincas productoras con precios al por mayor y menor, se detalla a continuación:

**Tabla 40.** Materia prima

<b>Producto</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Compra Mensual</b>	<b>Compra Anual</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo total anual</b>
Naranja	Unidades	1045	12540	0,1	1254
Mandarina	Unidades	568	6816	0,15	1022,4
Limón	Unidades	325	3900	0,05	195
Azúcar	Quintal	4	48	2	96
Ácido Cítrico	Litros	15	180	2,6	468
Benzoato de Sodio	Kilo	3	36	1,43	51,48
Pectina	Kilo	2	24	1,09	26,16
<b>TOTAL</b>					<b>\$3.113,04</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 41.** Materia prima indirecta

<b>Producto</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total anual</b>
<b>Materiales indirectos</b>					
Envases de vidrio	Cajas	1920	23040	0,6	13824
Cartones	Paquete	189	2268	0,5	1134
Fundas	Paquete	50	600	0,6	360
cucharas	Paquete	200	2400	1,75	4200
servilletas	Paquete	150	1800	1,5	2700
platos	Paquete	250	3000	2,25	6750
<b>TOTAL</b>					<b>\$28.968,00</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 11.5.3.4. Gastos de constitución

Se detallan los gastos de constitución de la pequeña empresa productora de mermeladas “NAAN”.

**Tabla 42.** Gasto de constitución

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Tramites de inscripción logo	270
Tramites SRI	8
Inscripción cámara comercio	30
<b>TOTAL</b>	<b>\$308,00</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 11.5.3.5. Mano de obra

Los criterios de manos de obra se clasifican en directos e indirectos, la mano de obra directa está conformada por el gerente, recepcionista, chef y asistente de chef con un valor de \$13.076,59.

La mano de obra indirecta está integrada por un vendedor dando un valor al año de \$ 5.246,32.

**Tabla 43.** Mano de obra directo

Concepto	Sueldo mensual	Sueldo anual	13 va	14 ava	F. Reserv	Aporte patrón 11,15%	Total año
Gerente/contador	425	5100	35,42	37,5	371,73	568,65	6538,29
Chef	425	5100	35,42	37,5	371,73	568,65	6538,29
<b>Total</b>	850						<b>\$13.076,59</b>

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 44.** Mano de obra indirecta

Concepto	Sueldo mensual	Sueldo anual	13 va	14 ava	F. Reserv	Aporte patrón 11,15 %	Total año
Vendedor/Recepcionista	425	4320	35,42	37,5	371,73	481,68	5.246,32
<b>Total</b>							<b>\$5.246,32</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.6. Insumos de oficina

Los insumos de oficina se detallan a continuación:

**Tabla 45.** Insumo de oficina

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Total
Papel bond	6	3,5	21
Cartuchos	3	13	39
Carpetas archivadoras	4	1,2	4,8
Grapadora	2	2,5	5
Grapas	2	0,5	1
Perforadora	2	2,75	5,5
Esferos	2	0,45	0,9
<b>TOTAL</b>			<b>\$77,20</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.7. Gastos de permiso de funcionamiento

**Tabla 46.** Gastos de permiso de funcionamiento

Descripción	Costo Total
Patente municipio	85
Permiso cuerpo bomberos	40
<b>TOTAL</b>	<b>\$125,00</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.8. Publicidad

**Tabla 47.** Gastos de publicidad

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Radial	12	15	180	2160
Publicidad rodante	8	10	80	960
Redes Sociales	10	10	100	1200
<b>TOTAL</b>				<b>\$4.320,00</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.9. Servicio Básico

**Tabla 48.** Servicio Básico

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Servicios de luz	60	720
Servicio de agua	20	240
Internet y teléfono	35	420
Consumo de gas	50	600
<b>TOTAL</b>		<b>\$1.980,00</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.10. Insumos de limpieza

**Tabla 49.** Insumos de limpieza

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Escobas	2	24
Desinfectante	2	24
Trapeador	2	24
Franelas	3	36
Funadas de basura	4	48
Papel Higiénico	6	72
Basureros	2	24
Guantes	3	36
Gorros	2	24
Recogedor de basura	1	12
<b>TOTAL</b>		<b>\$324,00</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.11. Gastos de combustible

**Tabla 50.** Capital de trabajo

<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Gasolina	6	72
<b>TOTAL</b>		<b>\$72,00</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.12. Capital de trabajo

El capital de trabajo que se requiere para la implementación de la pequeña empresa es productor de mermeladas “NAAN” es el siguiente:

**Tabla 51.** Capital de trabajo

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>
Mano de obra	\$14.705,96
Materiales directos	\$7.337,48
Materiales indirectos	\$28.968,00
Servicios básicos	\$1.980,00
Insumo de limpieza	\$324,00
Gastos de transporte materia prima	\$72,00
Gastos de publicidad	\$4.320,00
Gatos permisos	\$125,00
Sueldos y salaries	\$850,00
<b>Total</b>	<b>\$58.682,44</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.13. Financiamiento para la ejecución del proyecto

El 90,00% de la inversión para la creación de la pequeña empresa productora de mermeladas “NAAN” será solventada por medio de un crédito Mypes productivo en BanEcuador.



**Tabla 52.** Financiamiento para la ejecución del proyecto

<b>Valor del préstamo</b>	\$20.000			
<b>Tasa de interés anual</b>	1%			
<b>Tiempo (años)</b>	5			
<b>Frecuencia</b>	4			
<b>Periodos (mensualidades)</b>	20			
<b>Cuota nivelada</b>	\$1.282,94			
<b>Nº</b>	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Saldo</b>
0				20.000
1	\$1.282,94	\$782,94	500	\$19.217,06
2	\$1.282,94	\$802,52	480,43	\$18.414,54
3	\$1.282,94	\$822,58	460,36	\$17.591,96
4	\$1.282,94	\$843,14	439,80	\$16.748,82
5	\$1.282,94	\$864,22	418,72	\$15.884,60
6	\$1.282,94	\$885,83	397,11	\$14.998,77
7	\$1.282,94	\$907,97	374,97	\$14.090,80
8	\$1.282,94	\$930,67	352,27	\$13.160,12
9	\$1.282,94	\$953,94	329,00	\$12.206,18
10	\$1.282,94	\$977,79	305,15	\$11.228,40
11	\$1.282,94	\$1.002,23	280,71	\$10.226,16
12	\$1.282,94	\$1.027,29	255,65	\$9.198,87
13	\$1.282,94	\$1.052,97	229,97	\$8.145,90
14	\$1.282,94	\$1.079,29	203,65	\$7.066,61
15	\$1.282,94	\$1.106,28	176,67	\$5.960,33
16	\$1.282,94	\$1.133,93	149,01	\$4.826,40
17	\$1.282,94	\$1.162,28	120,66	\$3.664,11
18	\$1.282,94	\$1.191,34	91,60	\$2.472,77
19	\$1.282,94	\$1.221,12	61,82	\$1.251,65
20	\$1.282,94	\$1.251,65	31,29	\$0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$25.658,85</b>	<b>\$20.000,00</b>	<b>\$5.658,85</b>	

Fuente: Asesor de BanEcuador sucursal La Maná

Elaborado por: Las autoras

**Tabla 53.** Resumen de gastos financieros y capital amortizado

<b>Periodo</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital amortizado</b>
1	1880,59	\$3.251,18
2	1543,07	\$3.588,70
3	1170,52	\$3.961,25
4	759,29	\$4.372,48
5	305,37	\$5.131,77
<b>TOTAL</b>	<b>\$5.658,85</b>	<b>\$20.305,37</b>

Fuente: Asesor de BanEcuador sucursal La Maná

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.14. Plan de producción y comercialización de mermeladas “NAAN”.

**Tabla 54.** Plan de producción y comercialización de mermeladas

<b>Producto</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Precio unitario 100g</b>	<b>Venta</b>
Naranja	37440	1,5	56160
Mandarina	14400	1,5	21600
Limon	23040	1,5	34560
<b>TOTAL</b>	<b>74.880,00</b>		<b>\$112.320,00</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.15. Costos directos e indirectos

En los costos indirectos están incluidos los materiales directos y la mano de obra directa, en los costos indirectos tenemos los que es la mano de obra, materiales indirectos que se detallan a continuación:

**Tabla 55.** Costos directos e indirectos

<b>Descripción</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
<b>Costos directos</b>					
Mano de obra directa	13.076,6	13.560,4	14.062,2	14.582,5	15.122,0
Materia prima directa	3.113,0	3.218,3	3.327,0	3.439,5	3.555,7
<b>SUBTOTAL</b>	<b>16.189,6</b>	<b>16.778,7</b>	<b>17.389,2</b>	<b>18.021,9</b>	<b>18.677,8</b>
<b>Costos indirectos</b>					
Mano de obra indirecta	5.246,3	5.440,4	5.641,7	5.850,5	6.066,9
Materia prima indirecta	28.968,0	29.947,1	30.959,3	32.005,8	33.087,6
Insumos de oficina	77,2	79,8	82,5	85,3	88,2
Gastos de permiso	125,0	129,2	133,6	138,1	142,8
Gastos publicidad	4.320,0	4.466,0	4.617,0	4.773,0	4.934,3
Servicios básicos	1.980,0	2.046,9	2.116,1	2.187,6	2.261,6
Insumos de limpieza	324,0	335,0	346,3	358,0	370,1
Gastos combustible	72,0	74,4	76,9	79,6	82,2
Intereses financieros	1.880,6	1.944,2	2.009,9	2.077,8	2.148,0
<b>SUBTOTAL</b>	<b>42.993,1</b>	<b>44.463,1</b>	<b>45.983,3</b>	<b>47.555,6</b>	<b>49.181,7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>59.182,7</b>	<b>61.241,7</b>	<b>63.372,5</b>	<b>65.577,6</b>	<b>67.859,5</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.16. Costos de producción

Los costos de producción se desglosan en costos fijos y variables: el costo fijo requerido para la producción de mermeladas asciende a \$ 10.865,36 para el año 2022 y el valor de costos variables da un total de \$ 32.153,04.

Las proyecciones para los años posteriores se realizan empleando una tasa de inflación de 3,7%.

**Tabla 56.** Costos fijos y variables

Descripción	AÑOS				
	2022	2023	2024	2025	2026
<b>Costos fijos</b>					
Sueldos y salarios	850,00	881,45	914,06	947,88	982,96
Insumos de oficina	77,20	80,06	83,02	86,09	89,28
Gastos de permiso	125,00	129,63	134,42	139,39	144,55
Gastos publicidad	4.320,00	4.479,84	4.645,59	4.817,48	4.995,73
Servicios básicos	1.980,00	2.053,26	2.129,23	2.208,01	2.289,71
Insumos de limpieza	324,00	335,99	348,42	361,31	374,68
Depreciaciones	1.308,57	1.356,98	1.407,19	1.459,26	1.513,25
Intereses	1.880,59	1.950,17	2.022,33	2.097,15	2.174,75
<b>SUBTOTAL</b>	<b>10.865,36</b>	<b>11.267,37</b>	<b>11.684,27</b>	<b>12.116,58</b>	<b>12.564,90</b>
<b>Costos variables</b>					
Materia prima directa	3.113,04	3.228,22	3.347,67	3.471,53	3.599,98
Materia prima indirecta	28.968,00	30.039,82	1.987,86	2.055,05	2.131,09
Gastos combustibles	72,00	74,66	64,12	66,29	68,74
<b>SUBTOTAL</b>	<b>32.153,04</b>	<b>33.342,70</b>	<b>5.399,65</b>	<b>5.592,87</b>	<b>5.799,81</b>
<b>TOTAL</b>	<b>43.018,40</b>	<b>44.610,08</b>	<b>17.083,91</b>	<b>17.709,45</b>	<b>18.364,70</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.3.17. Punto de equilibrio

De acuerdo con el resultado obtenido de cálculo del punto de equilibrio de la pequeña empresa “NAAN” debe vender 15,223 unidades producidas y su costo monetario unitario debe mantenerse e \$ 0,14. Para que no exista perdidas ni ganancias en la pequeña empresa.

**Tabla 57.** Punto de equilibrio

Concepto	VALOR USD.
Costos Fijos (CF)	\$10.865,36
Costos Variables (CV)	\$ 32.153,04
Total egreso	\$ 43.018,40
Ventas (V)	\$112.320,00
<b>Punto de Equilibrio de unidades producidas (PE)</b>	<b>15.223</b>
<b>Punto de equilibrio monetario</b>	<b>0,14</b>

Elaborado por: Las autoras

### 11.5.4. Estudio Financiero

#### Objetivo General

Elaborará un estudio financiero que nos permita identificar la viabilidad financiera de la inversión para la creación de la pequeña empresa de mermeladas “NAAN”.

### Objetivos Específicos

- Establecer las utilidades netas mediante el estado de resultado actual y proyectado
- Ejecutar el estado de flujo de caja neto de la comercialización de mermeladas “NAAN”.
- Deducir el estado de inversión mediante el cálculo del VAN y TIR y la relación costo-beneficio.

#### 11.5.4.1. Estado de resultado proyectado para la producción de mermeladas “NAAN”.

Una vez deducidos los costos de producción, impuestos y porcentajes respectivos se obtiene una utilidad líquida de \$ 41.352,27 para el año 2022, y el mismo seguirá incrementándose hasta obtener un valor \$ 50.263,94 para el año 2026. Esto evidenciará que la creación de la pequeña empresa “NAAN” se encuentra en un nivel aceptable de rentabilidad.

**Tabla 58.** Estado de resultados

CONCEPTO	AÑOS				
	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos	112.320,00	117.936,00	123.832,80	130.024,44	136.525,66
Costos de producción	43.018,40	45.169,32	47.427,78	49.799,17	52.289,13
Costos fijos	10.865,36	11.408,62	11.979,05	12.578,01	13.206,91
Costos variables	32.153,04	33.760,69	35.448,73	37.221,16	39.082,22
(=) Utilidad bruta	<b>69.301,60</b>	<b>72.766,68</b>	<b>76.405,02</b>	<b>80.225,27</b>	<b>84.236,53</b>
Gastos financieros	1.880,59	1.543,07	1.170,52	759,29	305,37
Depreciación	1.308,57	1.374,00	1.442,69	1.514,83	1.590,57
(-) Part. Traba 15%	10.395,24	10.915,00	11.460,75	12.033,79	12.635,48
(=) antes de imp.	<b>58.906,36</b>	<b>61.851,68</b>	<b>64.944,27</b>	<b>68.191,48</b>	<b>71.601,05</b>
(-) Imp. La Renta -22%	12.959,40	13.607,37	14.287,74	15.002,13	15.752,23
(=) Utilidad neta	<b>45.946,96</b>	<b>48.244,31</b>	<b>50.656,53</b>	<b>53.189,35</b>	<b>55.848,82</b>
(-) Reser. Legal 10%	4.594,70	4.824,43	5.065,65	5.318,94	5.584,88
Utilidad líquida	<b>41.352,27</b>	<b>43.419,88</b>	<b>45.590,87</b>	<b>47.870,42</b>	<b>50.263,94</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 11.5.4.2. Flujo de caja para la producción de mermeladas “N AAN”

El flujo de ejecutivo es un estudio y análisis financiero que muestra un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero de la pequeña empresa durante los 5 años del proyecto.

**Tabla 59.** Flujo de caja

<b>Cuentas</b>	<b>0</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Capital de trabajo	<b>58.682,44</b>					
Inversión fija	<b>8.956,50</b>					
Gastos constitución	<b>308,00</b>					
Capital financiado	<b>20.000,00</b>					
Ingresos		\$112.320,00	117.936,00	123.832,80	130.024,44	136.525,66
Total ingresos		<b>112.320,00</b>	<b>117.936,00</b>	<b>123.832,80</b>	<b>130.024,44</b>	<b>136.525,66</b>
Costos fijos		10.865,36	25.510,68	26.172,41	26.844,68	27.526,63
Costos variables		32.153,04	18.038,40	18.648,10	19.278,40	19.930,01
Costos de operación anual		<b>69.301,60</b>	<b>74.386,92</b>	<b>79.012,29</b>	<b>83.901,36</b>	<b>89.069,02</b>
Amortización		3.251,18	3.588,70	3.961,25	4.372,48	5.131,77
Intereses financieros		<b>1.880,59</b>	<b>1.543,07</b>	<b>1.170,52</b>	<b>759,29</b>	<b>305,37</b>
Valor de desecho						<b>4.318,33</b>
Flujo de caja	<b>87.946,94</b>	<b>70.672,20</b>	<b>76.432,54</b>	<b>81.803,02</b>	<b>87.514,54</b>	<b>93.895,42</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 11.5.4.3. Cálculo de valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) y costo Beneficio (CF) de la producción de mermeladas de la pequeña empresa “NAAN”

- **Cálculo del VAN (Valor actual neto)**

El valor actual neto representa en general un promedio de rentabilidad anual, ya que el año es considerado como la unidad de tiempo para calcularlo.

Siempre que el valor actual neto (VAN) \$392.429,02 sea positivo nos quiere decir que no hay pérdida y que es un negocio.

**Tabla 60.** Cálculo del VAN

<b>Concepto</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2026</b>
Inversión inicial	<b>-87.946,94</b>				
Flujo de caja	<b>70.672,20</b>	<b>76.432,54</b>	<b>81.803,02</b>	<b>83.901,36</b>	<b>93.895,42</b>
tasa de descuento	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10
Factor de descuento	1,1	1,21	1,33	1,46	1,6
Flujo de caja descontado y acumulado	64.247,45	63.167,39	61.506,03	57.466,68	58.684,64
VAN :	\$392.429,02	\$264.258,10	\$214.251,36	\$153.873,48	\$85.359,47

Elaborado por: Las autoras

- **Cálculo de la TIR (Tasa interna de retorno)**

La tasa interna de retorno (TIR) de presente proyecto fue del 82% valor que es considerado aceptable y evidencia la viabilidad de la propuesta de la creación de una pequeña empresa productora de mermelada “NAAN”.

**Tabla 61.** Cálculo del TIR

AÑOS						
0	2022	2023	2024	2025	2026	
-87.946,94	70.672,20	76.432,54	81.803,02	83.901,36	93.895,42	82%

Elaborado por: Las autoras

- **Calculo Costo-Beneficio (RCB)**

El valor obtenido del RCB (relación costo beneficio) es de 2.62, es decir que por cada \$2 invertido se tendrá 0.62 centavos de ganancia considera que el proyecto de creación de una pequeña empresa productora de mermelada “NAAN” es financieramente rentable.

$$RCB = \frac{\text{Sumatoria de Egresos}}{\text{Calculo costo-beneficio}}$$

$$RCB = \frac{112.320,00}{43.018,40}$$

$$RCB = 2,61$$

Elaborado por: Las autoras

## **12. IMPACTOS (AMBIENTALES, SOCIALES O ECONÓMICOS)**

### **12.1. Impacto Ambiental**

En la actualidad las disposiciones en materia ambiental otorgada por las autoridades ambientales amplían las facultades para los requerimientos en las materias de permisos área el adecuado uso de los recursos naturales

En el sector fruticultura predomina los intereses económicos ante el desmedro de la sociedad ambiental que existen en nuestro país, los niveles de vida de las comunidades campesinas personas que se sustentan de sus propios cultivos, haciendo así la toma de media de seguridad y reflexionar sobre su impacto. En los factores esenciales de las frutas cítricas ecuatoriana que sea competitiva a nivel nacional e internacional, como lo es el banano.

La planeación ambiental está referida a las implicaciones y medidas necesarias para minimizar el impacto que causa la instalación de un nuevo producto con nueva textura y sabor, por otro lado, en la planeación ambiental tenga éxito y pueda definir claramente los mecanismos operativos.

A través de la implementación de la pequeña empresa dedicada a la producción de mermelada de frutas cítricas se incentivará al cultivo de productos cítricos ya que habrá más demanda de ellos, con la realización de este producto se estará reduciendo en parte la contaminación en el campo por los desechos sólidos y líquidos que generaban al momento de desechar la fruta que no les servía, ya que en este proceso se utilizara todo el producto, la identificación de agricultores denominados agro ecológicos permitirá que su producción sea comercializada con un porcentaje diferente en el precio por las características orgánicas y naturales de sus materias primas.

### **12.2. Impacto social**

El impacto de este proyecto en el ámbito social es de gran interés y se justifica que teniendo en cuenta la situación económica que vive actualmente nuestro país y en nuestro cantón y la falta de empleo a consecuencia de la misma, es indudable que la incorporación de una empresa como esta, constituye de gran relevancia contemporánea ya que se generan fuentes de empleo y de Emprendimiento que contribuirán al desarrollo productivo y económico del Cantón la Maná.

### 12.3. Impacto económico

El presente trabajo se justifica a nivel económico ya que la propuesta de este proyecto de inversión permitirá generar ingresos o utilidades económicas a la empresa, pero también una rentabilidad que beneficie a sus trabajadores, motivando así al personal y dinamizando la economía de este cantón con el mejoramiento de la calidad de vida y generando bienestar social.

La Pequeña empresa productora, beneficiará económicamente a varios entes, por un lado, a los propietarios y por otra parte a las personas que visiten el lugar otorgándoles buenos productos a los clientes, la empresa podrá cubrir todas sus obligaciones, es por eso que se dice disponer de una liquidez positiva. Este proyecto investigativo involucra la contratación de personal calificado y no calificado, los cuales obtendrán la capacitación respectiva durante todo el proceso de arranque del proyecto. Las utilidades generadas estarán destinadas directamente en gran parte a la reinversión, en la ampliación de la pequeña empresa; sea esta en equipos, infraestructura u otra inversión que vaya en beneficio del crecimiento de la pequeña empresa.

### 13. PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DEL PROYECTO

**Tabla 62.** Presupuesto del Proyecto.

<b>PRESUPUESTO PARA LA ELABORACIÓN DEL PROYECTO</b>			
<b>Recursos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS</b>			
Laptop	2	350	\$700,00
Pendrive	1	15	\$15,00
Internet	1	30	\$30,00
<b>TRANSPORTE</b>			
Movilización propia	8	0,3	\$2,40
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>			
Esferos	5	0,3	\$1,50
Grapadora	1	2,5	\$2,50
Carpeta	5	0,5	\$2,50
<b>MATERIAL BIBLIOGRÁFICO Y FOTOCOPIAS.</b>			
Impresora	1	50	\$50,00
Copias	30	0,05	\$1,50
<b>GASTOS VARIOS</b>			
Anillado	2	1,5	\$3,00
Gastos de titulación I	1	90	\$90,00
<b>Sub Total</b>			\$898,40
<b>IMPROVISOS 10%</b>			\$89,84
<b>TOTAL</b>			\$988,24

Elaborado por: Las autoras



Tabla 63. Presupuesto del trabajo de campo.

<b>PRESUPUESTO PARA EL TRABAJO DE CAMPO</b>			
<b>Recursos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>RECURSOS TECNOLÓGICOS</b>			
Laptop	Existente		
Pendrives	Existente		
Internet	1	30	\$30,00
<b>TRANSPORTE</b>			
Movilización propia	10	5	\$50,00
<b>MATERIALES Y SUMINISTROS</b>			
Esferos	2	0,3	\$0,60
Grapadora	2	2	\$4,00
Carpeta	4	0,5	\$2,00
<b>MATERIAL BIBLIOGRÁFICO Y FOTOCOPIAS.</b>			
Fotocopias	300	0,15	\$45,00
Tinta de impresora	1	13	\$13,00
<b>GASTOS VARIOS</b>			
Gastos de titulación II	1	100	\$100,00
Empastado	4	15	\$60,00
<b>Sub Total</b>			\$304,60
<b>IMPROVISOS 10%</b>			\$30,46
<b>TOTAL</b>			\$335,06

Elaborado por: Las autoras.

## 14 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 64. Cronograma de actividades ejecutadas en la investigación

	NOVIEMBRE 2022				DICIEMBRE 2022				ENERO 2023				FEBRERO 2023		
	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3			
Selección de la Técnica para la investigación	X														
Elaboración de la Encuestas		X													
Corrección de preguntas de la Encuesta			X												
Entrega de correcciones de la Encuesta				X											
Aplicación de encuesta a los comerciantes					X										
Aplicación de encuestas a consumidores						X									
Tabulación de las encuestas							X								
Análisis e Interpretación de los datos								X							
Análisis de mercado									X						
Análisis técnico del proyecto										X					
Análisis económico y financiero											X				
Entrega del proyecto												X			

Elaborado por: las autoras

## 15. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 15.1 Conclusiones

- Con el análisis del estudio de mercado se determinó una oferta actual de productos de mermelada: naranja 1.232; mandarina 986; limón 73. Así como una demanda de: naranja 1.984; mandarina 1.218; limón 545, dando una demanda insatisfecha en ciertos productos como: naranja -37.179,00; mandarina -11.470,00 y limón de -23.336,00 lo cual evidencia que hay un mercado para el establecimiento de estos productos en la presente propuesta.
- El estudio técnico reconoció que la pequeña empresa productora de mermelada de frutas cítricas “NAAN” se iniciará con una producción anual de 37.440 de mermelada de naranja, 14.400 mermeladas de mandarina y 23.040 mermeladas de limón, que ayudara a cubrir la demanda insatisfecha de las mismas; se detallaron aspectos importantes del proyecto como la ubicación, la localización, el croquis, bases importantes para la implementación de la empresa, de igual manera tenemos lo que es el logotipo y el eslogan lo que caracteriza a la pequeña empresa de las otras, se detallaron las mermeladas a ofrecer y los requisitos para la contratación, definimos lo que es los valores, marco legal, todos esto con el fin de que conozcan a mejor detalle nuestra empresa, todos estos datos servirán como guía a empresas futuras. Con su ubicación en la Av. 19 de mayo, entre la calle Carlos Lozada y Manabí debido a la disponibilidad de insumos, servicios básicos, además se realizó el diseño de la distribución de la planta.
- Mediante el estudio económico se pudo evidenciar que se requiere una inversión de activos fijos de \$8.956,50 los cuales serán financiados: 10,00% con capital propio y un 90,00% mediante un crédito bancario a Banecuador a un plazo de 5 años a través de pagos trimestrales al 1% de interés para la creación de pequeña empresa PYMES.
- El estudio financiero permitió conocer una utilidad líquida de \$ 41.352,27 para el año 2022 con un VAN de \$ 392.429,02, un TIR de 82% y la relación costo beneficio de 2,61.

## 15.2. Recomendaciones

- Se recomienda poner en marcha el presente proyecto debido a que los resultados son positivos ya que se evidencia demanda insatisfecha de 32.334 para ciertos productos de mermelada, se debe realizar un adecuado monitoreo sobre la producción y comercialización de estos productos para poder obtener resultados positivos que permitan posicionar la pequeña empresa tanto en calidad como en competencia en el plazo establecido.
- En el cantón la Maná como avenida principal la calle 19 de mayo, entre la calle Carlos Lozada y Manabí es una ubicación idónea para la pequeña empresa “NAAN” ya que cumple con las exigencias requeridas por las Normas INEN, y en los próximos años plantear estrategias de marketing que complementen una ampliación de mercado y por ende de sus instalaciones para un mejor funcionamiento de modo que pueda abastecer en su totalidad la demanda del proyecto.
- Se propone que debe existir el uso correcto de los recursos disponibles en la pequeña empresa para la producción de los productos de mermelada de frutas cítricas ofertantes por medio del análisis económico constante y descubrir cualquier singularidad que pueda afectar su rentabilidad.

## 16. BIBLIOGRAFÍA

- Alarcón, S. (2015). Señales de alerta de lavado de activos y su financiamiento del terrorismo. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá: Carrera de Contabilidad y Auditoría: UTA. Recuperado el Diciembre de 2019
- Angulo Guiza, U. G. (2016). *Contabilidad financiera*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/70282>
- Arias, F. M. (2016). *Title missing*. Universidad de Cuenca. <https://books.google.com.ec/books?>
- Baca Urbina, G. (2011). *Evaluación de proyectos* (4th ed.). McGraw Hill. <https://econforesyproyec.files.wordpress.com/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>
- Bancos, S. d. (25 de Abril de 2019). [https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2019/05/L1\\_VIII\\_cap\\_V.pdf](https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2019/05/L1_VIII_cap_V.pdf).
- Barrera, F. (2015). Manual de control interno para prevención de lavado de activos (Tercera ed.). Murcia, España: Ecobook. Recuperado el Octubre de 2019
- Boada, A. L. (2017, Marzo). Sistema de proyección de la demanda. Caso práctico de predicción automatizada en empresas de venta por catálogo. *Revista Perspectiva Empresarial*, 4(1), 23-41. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=672271530002>
- Bolsa de Valores de Quito. (2016). Medidas para la prevención de lavado de activo en el Ecuador. Quito, Ecuador. Recuperado el 29 de Julio de 2019, de <https://www.bolsadequito.com/index.php>
- Cahuasqui, C. (2016). Parametrización de los perfiles de clientes de acuerdo a la actividad económica para la prevención de lavado de activos en las COACS. Tesis de grado, PUCE, Escuela de Administración, Ambato.
- Campomanes, S. (2015). Lavado de activos: normativa y vacíos (Primera ed.). (E. d. U, Ed.) Bogotá, Colombia: UOC.
- Cerezo, A., & Moreno, I. (2015). Controles al lavado de dinero: labor de todos (Segunda ed.). Riobamba, Ecuador: UNACH. Recuperado el Agosto de 2019
- Comité de Basilea. (2014). Implementación de las Normas Basilea (Primera ed.). Buenos Aires, Argentina: Donostierra.
- Correa, H., & Sánchez, O. (2017). Delitos financieros: Economía Popular y Solidaria (Segunda ed.). Zulia, Venezuela: Universidad de Zulia. Recuperado el Agosto de 2019

- Cowell, L. (2015). *Apuntes de contabilidad general* (Primera ed.). Madrid, España: Cengage Elearning. Recuperado el Septiembre de 2019
- Chango, M. A. (2015). *Escuela de administración de empresas tema: “proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de jeggins con diseñ.* Repositorio pucesa. Retrieved november 28, 2022, from <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1283/1/75913.pdf>
- De La Torre, C. (2016). *Análisis de lavado de activos en el Ecuador.* Universidad Central del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas. Quito: Carrera de Contabilidad y Auditoría. Recuperado el Diciembre de 2019, de [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/481-666-1-PB%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/481-666-1-PB%20(2).pdf)
- Delgado, J. (2015). Estructura Financiera de las pequeñas y medianas empresas manufactureras. *Revista Venezolana de gerencia*, Vol. (N°71 ), 397 p.
- Diario El Universo. (2018). *Medidas contra el lavado de activos.* Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 26 de octubre de 2019
- Escalante, P. (2016). *Lavado de Activos en el sector cooperativo .* (Primera, Ed.) Ibarra, Ecuador: Ediciones UTN. *estupefacientes, L. d.* (12 de Septiembre de 12).[http://www.pge.gob.ec/images/documentos/LeyTransparencia/2015/Mayo/a2/ley\\_de\\_sustancias\\_estupefacientes\\_y\\_sicotropicas.pdf](http://www.pge.gob.ec/images/documentos/LeyTransparencia/2015/Mayo/a2/ley_de_sustancias_estupefacientes_y_sicotropicas.pdf). Obtenido de [http://www.pge.gob.ec/images/documentos/LeyTransparencia/2015/Mayo/a2/ley\\_de\\_sustancias\\_estupefacientes\\_y\\_sicotropicas.pdf](http://www.pge.gob.ec/images/documentos/LeyTransparencia/2015/Mayo/a2/ley_de_sustancias_estupefacientes_y_sicotropicas.pdf).
- Florez, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME.* Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/70421>
- Flórez Uribe, J. A. (2015). *Proyectos de inversión para las pyme* (3rd ed.). Ecoe Ediciones. <https://books.google.com.ec/books?>
- Gaitán Méndez, J. E. (2020). *Microeconomía básica en siete lecciones.* Editorial Uniagustiniana.
- Galindo, N. (2015). *Diseño de un sistema de gestión para el área de prevención de lavado de activos de la Cooperativa de Ahorro y Crédito San Antonio Ltda Imbabura.* (Vol. CPA). (T. d. grado, Ed.) Ibarra, Ecuador: Universidad Central del Ecuador.
- Garaycoa, D. (2016). *Manual integral de prevención de lavado de activos* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.

- Garzón Agudelo, D. M., Sarmiento Rojas, J. A., & Gutiérrez-Junco, Ó. J. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería*. Editorial UPTC. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/135291>
- Garzón Agudelo, D. M., Sarmiento Rojas, J. A., & Gutiérrez-Junco, Ó. J. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de ingeniería*. Editorial UPTC. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/70444?>
- Gascó, T. (2019, October 3). *Rentabilidad | Qué es la rentabilidad | Concepto de rentabilidad financiera*. Numdea. Retrieved November 25, 2022, from <https://numdea.com/rentabilidad.html>
- Gonzaga, A., & Lirio, P. (05 de Abril de 2018). El corredor de contabilidad. Redalyc.
- Graziani, P. (2015). *Investigación científica (Segunda ed.)*. Lima, Perú: Antares. Recuperado el 23 de Octubre de 2019
- Grompone, R. (2017). *Incertidumbres y distancias: El controvertido protagonismo del estado en el Perú (Primera edición ed.)*. Lima, Perú: Instituto de Estudios Peruanos. Recuperado el Diciembre de 2019
- Guerrero, A., Marín, M., & Bonilla, M. (Junio de 2019). El lavado de activos y su influencia en la productividad y el desarrollo económico de un país. *Espacios*, Vol. 40(Nº 18), 186. Recuperado el Diciembre de 2019
- Gutierrez, Y. (09 de Diciembre de 2015). SCRIBD. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/doc/249655839/Costos-Fijos-y-Variables>
- Herz Gherzi, J. (2018). *Apuntes de contabilidad financiera*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas S.A.C. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/41280>
- INEC. (2014). *Boletín del Directorio de empresas*. Quito, Ecuador. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-unfuturo-sin-censos/>. (I. y. en, Editor) Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/directorio-de-empresas-un-paso-mas-para-unfuturo-sin-censos/>.
- Jarrín, P., & Tapia, L. (Diciembre de 2017). *Demografía y transformación territorial: medio siglo de*. (V. 12, Ed.) Scientia, 100.
- Jones, M. (2018). *Manual de prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo (Primera ed.)*. Quito, Ecuador: Junta Bancaria del Ecuador.

- Jiménez Sierra, J. A., & Tapia Iturriaga, C. K. (2018). *Cómo entender finanzas sin ser financiero*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos.  
<https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/123437>
- Lara, J. (2019). La anterior actividad ilícita de lavado de dinero en el sistema jurídico. doi: ISSN 2588-0837
- Laza, C. A., & Ladrón de Guevara, M. A. (2019, January 17). *Políticas de marketing internacional*. google book. Retrieved November 27, 2022, from <https://books.google.com.ec/books?>
- Lazcano, K. (2016). Lavado de activos: Boletín CFN. (Researchgate, Ed.) Ecuador: Vol. 5. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/311426208\\_Lavado\\_de\\_Activos\\_Situacion\\_actual\\_del\\_Ecuador\\_frente\\_al\\_GAFI](https://www.researchgate.net/publication/311426208_Lavado_de_Activos_Situacion_actual_del_Ecuador_frente_al_GAFI)
- Ley de Economía Popular y Solidaria. (28 de Abril de 2011). Superintendencia de Economía Popular y Solidaria. Recuperado el 2019, de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). Registro Oficial 444. (E. Reformado, Ed.) Última modificación: 23-oct.-2018, 10-may.-2011.
- Lira Briceño, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor*. UPC, Fondo Editorial. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/41312>
- Lobato Gómez, F. (2016). *Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa* (1st ed.). Macmillan Iberia, S.A. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/52795?>
- Méndez Lozano, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores*. Rafael Méndez Lozano. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/130459>
- Méndez Lozano, R. (2016). *Formulación y evaluación de proyectos: enfoque para emprendedores*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/lc/utcotopaxi/titulos/130459>
- MERO, K. R. (2020, Noviembre 9). *UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL LIMÓN (Citrus aurantifolia) EN LA ZONA DE C. CIA* - Centro de Información Agraria. Retrieved

November 19, 2022, from <https://cia.uagraria.edu.ec/Archivos/MERO%20CIRINO%20KEVIN%20ROBERHT.pdf>

- Miranda, J. J. (2016). *Gestion de Proyectos: Evaluacion Financiera Economica Social Ambiental* (5th ed.). Bogota MM. <https://books.google.com.ec/books?>
- Momparler Pascual, J. L. (2018). *Promoción y comercialización del alojamiento rural. HOTSU0109* (1st ed.). IC Editorial. <https://books.google.com.ec/books?>
- Morillo, M. (2017). *Rentabilidad financiera y Reducción de costos*. Red Actualidad Contable Faces. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/17872?page=3>
- Ortiz, A., & Murillo, G. (2015). *Sistema financiero: lavado de activos*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Vázquez.
- Oviedo, A. (2017). *Cómo Iniciar una Empresa Comercializadora: Emprendedor Inicia tu Propio Negocio*. <https://books.google.com.ec/books?>
- Pacheco Coello, C. E. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/116379>
- Pacheco Coello, C. E. (2015). *El proyecto de inversión como estrategia gerencial*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/116379>
- Parra, A. (24 de enero de 2023). QuestionPro. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/>
- Pérez, E., & Figueroa, L. (2016). *Diseño de manual de prevención de lavado de dinero en la COAC Sinchi Runa del cantón Latacunga*. Universidad Autónoma de México. Texcoco: ECORFAN. Recuperado el 2019, de [http://www.ecorfan.org/handbooks/Handbook\\_Matematicas\\_Aplicadas\\_a\\_la\\_Economia\\_T1V1/Particiones/11.pdf](http://www.ecorfan.org/handbooks/Handbook_Matematicas_Aplicadas_a_la_Economia_T1V1/Particiones/11.pdf)
- Pérez Aguilera, F. (2017). *Manual. Marketing y plan de negocio de la microempresa (UF1820). Certificados de profesionalidad. Creación y gestión de microempresas (ADGD0210)*. Editorial CEP, S.L. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/51153>
- Puente, A. (2018). *Gestión de riesgo para la prevención de lavado de activos en cooperativas de ahorro y crédito, caso práctico Cooperativa de Ahorro y Crédito de la PUCE*. Tesis de grado, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Ciencias Administrativas y contables, Quito. Recuperado el Agosto de 2019



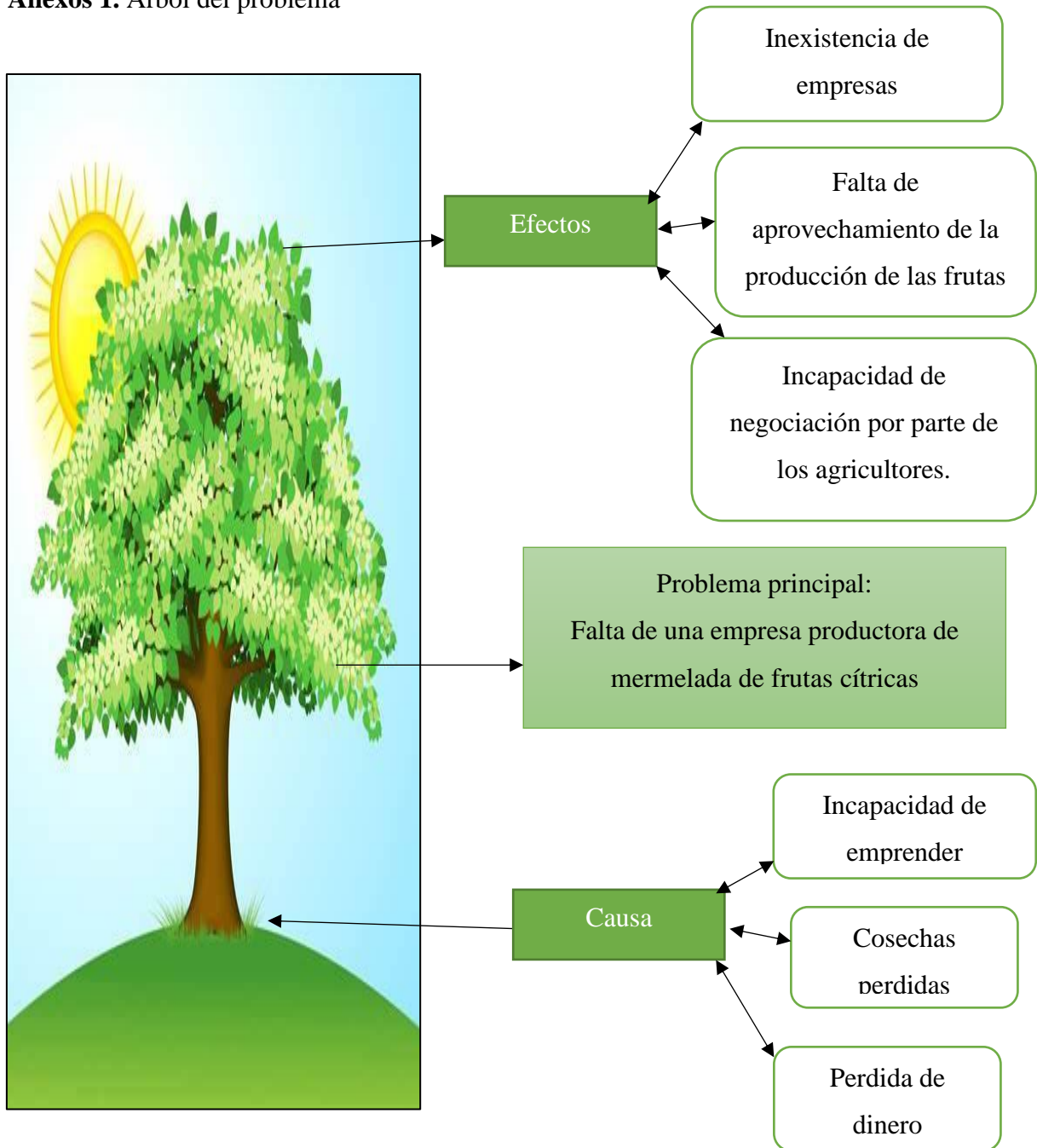
- Puentes Montañez, G. A., Prieto Puentes, D. F., & Caro González, L. S. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios: estructura del proyecto agropecuario, con enfoque de marco lógico*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/126598>
- Puentes Montañez, G. A., Prieto Puentes, D. F., & Caro González, L. S. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos agropecuarios: estructura del proyecto agropecuario, con enfoque de marco lógico* (2nd ed.). Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/126598?>
- Ramos, F. M., Lopez, M. R., & Osorio, A. E. (2017, Mayo 01). Herramienta metodologica para el aprendizaje de la distribucion en planta. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 5(7), 93-109. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=551857515004>
- REINOSO VINUEZA, R. (2014, 02 12). *UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE. Retrieved November 16, 2022, from <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/3160/1/02%20ICO%20366%20TESIS.pdf>
- Rendón, O. (Agosto de 2015). Panorama de las cooperativas lucha contra delitos. Desarrollo ITP, 75. Recuperado el Septiembre de 2019
- Resolución de la Superintendencia de Compañías. (04 de Septiembre de 2018). [https://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/a2/Normas\\_Preencion\\_Lavado\\_Activos.pdf](https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/Normas_Preencion_Lavado_Activos.pdf).
- Rodríguez Aranday, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/116949?>
- Rojas López, M. D. (2016). *Evaluación de proyectos para ingenieros*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/70444?>
- Sierra, A. (17 de Septiembre de 2017). El lavado de activos en el Ecuador. El Universo. Recuperado el Diciembre de 2019, de <https://www.eluniverso.com/opinion/2017/09/17/nota/6384298/lavado-activos-ecuador>
- slidario, R. a. (12 de Febrero de 2019). <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/REGLAMENTO%20A%20LEY%20ORGANICA%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualiz>

- ado%20febrero%202019.pdf/b20d6eb9-dd8d-4972-bff4-8d6976a4b9f3. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/REGLAMENTO%20A%20LEY%20ORGANICA%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizado%20febrero%202019.pdf/b20d6eb9-dd8d-4972-bff4-8d6976a4b9f3>.
- Schnarch Kirberg, A. (2019). *Marketing para emprender* (1st ed.). Ediciones U.
  - Tarapuez Chamorro, E. I., Ramírez Osorio, J. H., & Redondo Ramírez, M. I. (2018). *Economía: Principios generales*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/70325>
  - Unidad de Análisis Financiero y Económico. (20 de Marzo de 2017). Ley Orgánica de Prevención, Detección y Erradicación del delito de Lavado de Activos. Recuperado el Diciembre de 2019, de <https://www.uafe.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/07/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-ORG%3%81NICA-DE-PREVENCI%3%93N-DETECCI%3%93N-Y-ERRADICACI%3%93N-DEL-DELITO-DE-LAVADO-DE-ACTIVOS-Y-DEL-FINANCIAMIENTO-DE-DELITOS.pdf>.
  - Uribe, J. F. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME*. Ecoe Ediciones. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/70421/>
  - Valdivia, J. A. (2015). In *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. ADGD0210. IC Editorial. <https://books.google.com.ec/books?>
  - Valdivia García, J. A. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. ADGD0210 (1st ed.). IC Editorial. <https://books.google.com.ec/books?>
  - Váquiro C., J. D. (2015). LA RELACIÓN BENEFICIO COSTO. *Pymes Futuro*. PyMESFUTURO.com
  - Valdez, H. (2017). Panorama del sector financiero (Primera ed.). Lima, Perú: Universidad de San Marcos. Recuperado el Agosto de 2019
  - Valencia, W. A. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos de inversión pública . *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 67-72.
  - Vernimmen, C. (2016). Medidas de prevención del lavado de activos en el sector inmobiliario y de construcción. Universidad Laica Vicente Rocafuerte, CPA. Guayaquil: UTE.

- Velasquez, M. O., Gonzales, D. J., & Oliveros, M. G. (2016). *Marketing: Conceptos y aplicaciones*. Universidad del Norte. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/69930>
- Villagrán, J. V., Riofrío, M. P., Reyes, J. Á., & Prócel, J. J. (2018). *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*. La Caracola Editores. <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329->
- Viscarri Colomer, J., & Mas Machuca, M. (2010). *Los pilares del marketing*. Universitat Politècnica de Catalunya. Iniciativa Digital Politecnica.
- Viviana Maldonado. (2016). *Proyectos organizacionales*. Editorial Maipue. <https://elibro.net/es/ereader/utcotopaxi/77336>
- Walkers, T. (2015). *Introducción a la metodología de investigación* (Primera ed.). San Francisco, Estados Unidos: Palibrio. Recuperado el Diciembre de 2019
- Zambrano, G., & Tobar, H. (2015). *Auditoría Financiera Forense* (Primera ed.). Ibarra, Ecuador: UTN.
- Zayas, L. (12 de Julio de 2016). Señales de alerta para la detección de fraude en las empresas. *Revista de Contabilidad y Dirección*, Vol. 23(Nº4), 81 p.

## 17. ANEXOS

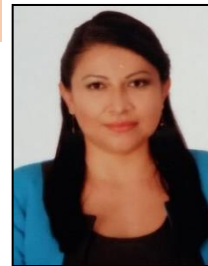
### Anexos 1. Árbol del problema



## Anexo 2. Datos del docente tutor.

### DATOS PERSONALES

Nombres:	Mayra Elizeth
Apellidos:	Valencia Neto
Nacionalidad:	Ecuatoriana
Fecha de nacimiento:	La Maná, 19 de febrero de 1986.
Cédula de identidad:	0503124463
Estado civil:	Casada
Teléfono:	0989297695
Dirección domiciliaria:	La Maná, Lotización Juan Pablo, Calle Isla Isabela y Pastaza.
Cantón:	La Maná
Correo electrónico:	mayra.valencia@utc.edu.ec



### ESTUDIOS REALIZADOS

Instrucción Secundaria:	Instituto Tecnológico Superior La Maná
Instrucción Superior:	Universidad Técnica de Cotopaxi Carrera de Ingeniería Comercial
Instrucción Pos-Grado:	Universidad Técnica Estatal de Quevedo - Maestría en Administración de Empresas

### TÍTULOS OBTENIDOS

- Bachiller en Informática
- Ingeniera Comercial
- Magister en Administración de Empresas

### Anexo 3. Datos del estudiante

#### **INFORMACION PERSONAL**

**Nombres y Apellidos:** NAYELI VANESSA VILLAFUERTE  
TOALA

**Cédula de Identidad:** 120836027-9

**Lugar y fecha de nacimiento:** Valencia, 08 de abril de 2001

**Estado Civil:** Soltera

**Tipo de Sangre:** ORH +

**Domicilio:** La Maná

**Teléfonos:** 0999065003

**Correo electrónico:** nayeli.villafuerte0279@utc.edu.ec



#### **ESTUDIOS REALIZADOS**

**Primer Nivel:** Escuela Jhon F Kennedy.

**Segundo Nivel:** Unidad Educativa Rafael Vásquez Gomes.

**Tercer Nivel:** Estudiante de Administración de Empresas

#### Anexo 4. Datos del estudiante

### INFORMACION PERSONAL

**Nombres y Apellidos:** ANA NOHEMI PEREA MAYORGA  
**Cédula de Identidad:** 185001574-2  
**Lugar y fecha de nacimiento:** Ambato, 05 de mayo de 1999  
**Estado Civil:** Soltera  
**Tipo de Sangre:** ORH +  
**Domicilio:** La Maná  
**Teléfonos:** 0969317184  
**Correo electrónico:** ana.perea5742@utc.edu.ec



### ESTUDIOS REALIZADOS

**Primer Nivel:** Escuela Liceo Joaquín Llama.  
**Segundo Nivel:** Unidad Educativa "Bolívar".  
**Tercer Nivel:** Estudiante de Administración de Empresas.  
Universidad Técnica de Cotopaxi Extensión La Maná

**Anexo 5.** Encuesta aplicada a los consumidores



**Anexo 6.** Encuesta aplicada al comerciante del cantón La Maná.





Anexo 7. Encuesta comerciante

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ENCUESTA DIRIGIDA A COMERCIANTES DE MERMELADAS DEL CANTÓN LA MANÁ.**

**OBJETIVO:** Recabar información de los comerciantes del cantón La Maná, para implementarla en el proyecto: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2022”.

**Instructivo:** Marque con una X (equis) la respuesta que usted crea conveniente.

**1.- ¿Cuál es la ubicación o sector en el que usted comercializa las mermeladas?**

Mercado	
Comisariato	
Vendedor ambulante	
Tienda del Barrio	

**2.- ¿Cuánto tiempo tiene comercializando mermelada?**

menos de 1 año	
De 1 a 3 años	
De 4 a 6 años	
De 7 e adelante	

**3.- ¿Cuáles son los sabores de mermelada que más acogida tienen en su negocio?**

Naranja	
Mandarina	
Limón	
Otras (frutilla, durazno, mora...)	

**4.- ¿Cuál es la cantidad de unidades de mermeladas vendidas anualmente?**

Naranja	
Mandarina	
Limón	
Otras (frutilla, durazno, mora...)	

**5.- ¿A qué sector se destina las mermeladas que comercializa en su negocio?**

Sector familiar (hogares)	
Sector comercial (tiendas de abarrotes, despensas, etc.)	

**6.- ¿De dónde se abastece las mermeladas que comercializa en su negocio?**

Proveedores locales	
Vendedores Intermediarios	
Directo de Fábrica	
Elaboración Propia	

**7.- ¿Cuál es la presentación de las mermeladas que ofrece para la venta?**

En Sachet	
Envase de vidrio	
Ambas formas	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.**

Anexo 8. Encuesta consumidor



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

ea Mayorga Ana Nohemí; Villafuerte Toala Nayeli Vanessa

**ENCUESTA DIRIGIDA AL PÚBLICO CONSUMIDOR DE MERMELADAS DEL CANTÓN LA MANÁ.**

**OBJETIVO:** Recabar información del público consumidor de mermeladas del cantón La Maná, para implementarla en el proyecto: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2022”.**

**Instructivo:** Marque con una **X** (equis) la respuesta que usted crea conveniente.

**1.- ¿De cuántos integrantes está conformada su familia?**

De 1 a 3	
De 4 a 6	
De 7 o más integrantes	

**2.- ¿Indique el sector donde reside o habita?**

Parroquia El Carmen	
Parroquia El Triunfo	
Parroquia El Moral	
Parroquia Guasaganda	
Parroquia Pucayacu	
Centro de La Maná	

**3.- ¿Usted consume mermeladas?**

Si	
No	

**4.- ¿Cuál es el sabor de mermelada de su preferencia?**

Naranja	
Mandarina	
Limón	
Otras (frutilla, durazno, mora...)	

**5.- ¿Frecuencia en la que consume mermelada, la cantidad y el precio?**

	<b>Frecuencia de consumo</b>	<b>Cantidad de consumo</b>	<b>Precio</b>
Naranja			
Mandarina			
Limón			
Otras (frutilla, durazno, mora...)			

**6- ¿En qué lugar prefiere usted comprar este producto (mermeladas)?**

Comercio Informal	
Comisariatos	
Mercados Municipales	
Tienda de barrio	

**8.- ¿Considera usted necesario crear una Pequeña Empresa productora de mermeladas de frutas cítricas en el Cantón La Maná?**

Si	
No	

**9.- ¿Cómo prefiere usted la presentación del producto (mermelada) al momento de comprarlo?**

En sachet	
Envase de vidrio	
De las dos formas	

**11.- ¿Cuál es el factor más importante para usted al momento que decide comprar el producto (mermeladas)?**

El sabor (fruta)	
Precio	
Presentación	
Marca	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 9.** Validación del tribunal de cuestionario para las encuestas a los comerciantes del cantón La Maná

**Validación Ing. Gloria Pazmiño**

La Maná, 14 de diciembre del 2022

Ing. Gloria Pazmiño Cano MBA

**DOCENTE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

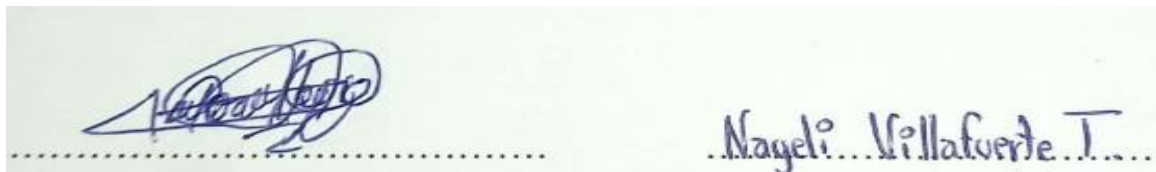
Presente

De mi consideración:

Nosotras Perea Mayorga Ana Nohemi con Cl. 185001574-2 y Villafuerte Toala Nayeli Vanessa con Cl. 120836027-9, nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de los cuestionarios en los formatos adjuntos, los cuáles serán aplicados para la realización del proyecto de investigación con el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2022” previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

The image shows two handwritten signatures in blue ink on a light green background. The signature on the left is more stylized and cursive, while the signature on the right is more legible and appears to read 'Nayeli... Villafuerte... T...'. Below each signature is a horizontal dotted line.

Perea Mayorga Ana Nohemi  
Autora del proyecto

Villafuerte Toala Nayeli Vanessa  
Autora del proyecto


**Adjunto: Encuesta - Matriz de validación**

**VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS  
COMERCIANTES DEL CANTÓN LA MANÁ**

<b>Criterios</b>	<b>Apreciación Cualitativa</b>			
	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Deficiente</b>
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

**Apreciación cualitativa:**

**Observaciones:**

Validado por:  
  
Ing. Gloria Pazmiño Cano MBA  
C.I: 120556823-9

La Maná, 14 de diciembre del 2022

**Validación Fabián Xavier Martínez**

La Maná, 14 de diciembre del 2022

M.Sc Ing. Xavier Martínez

DOCENTE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras Perea Mayorga Ana Nohemi con Cl. 185001574-2 y Villafuerte Toala Nayeli Vanessa con Cl. 120836027-9, nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de los cuestionarios en los formatos adjuntos, los cuáles serán aplicados para la realización del proyecto de investigación con el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI, AÑO 2022” previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

The image shows two handwritten signatures in blue ink on a light green background. The signature on the left is for Perea Mayorga Ana Nohemi, and the signature on the right is for Villafuerte Toala Nayeli Vanessa. Below each signature is a horizontal dotted line.

Perea Mayorga Ana Nohemi  
Autora del proyecto

Villafuerte Toala Nayeli Vanessa  
Autora del proyecto

**Adjunto: Encuesta - Matriz de validación**


**VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS  
COMERCIANTES DEL CANTÓN LA MANÁ**

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

**Apreciación cualitativa:**

**Observaciones:**

Validado por:



M.Sc Ing. Xavier Martínez  
C.I: 160050885-5

La Maná, 14 de diciembre del 2022



**Validación Ing. Fernando Navarrete**

La Maná, 14 de diciembre del 2022

M.Sc Ing. Fernando Navarrete

DOCENTE UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Presente

De mi consideración:

Nosotras Perea Mayorga Ana Nohemi con Cl. 185001574-2 y Villafuerte Toala Nayeli Vanessa con Cl. 120836027-9, nos dirigimos a usted de la manera más comedida a fin de solicitarle, se nos ayude con la validación de los cuestionarios en los formatos adjuntos, los cuáles serán aplicados para la realización del proyecto de investigación con el tema: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CITRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ, PROVINCIA COTOPAXI AÑO 2022” previo a la obtención del Título de Licenciatura en Administración de Empresas.

Por la gentil atención que sirva a dar a la presente, anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,

The image shows two handwritten signatures in blue ink on a light green background. The signature on the left is for Perea Mayorga Ana Nohemi, and the signature on the right is for Villafuerte Toala Nayeli Vanessa. Below each signature is a horizontal dotted line.

Perea Mayorga Ana Nohemi  
Autora del proyecto

Villafuerte Toala Nayeli Vanessa  
Autora del proyecto

**Adjunto: Encuesta - Matriz de validación**

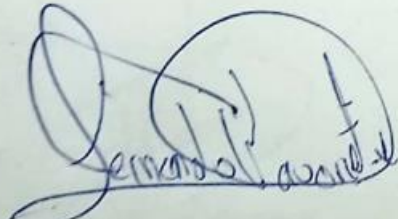
**VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA LOS COMERCIANTES DEL CANTÓN  
LA MANÁ**

<b>Criterios</b>	<b>Apreciación Cualitativa</b>			
	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Deficiente</b>
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

**Apreciación cualitativa:**

**Observaciones:**

**Validado por:**



M.Sc Ing. Fernando Navarrete  
C.I: 180435489-0

La Maná, 14 de diciembre del 2022

**Anexo 10.** Validación del tribunal de cuestionario para la encuesta a la población del cantón La Maná.

**Validación Ing. Gloria Pazmiño**

**VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA PARA LA ENCUESTA DIRIGIDA A  
LA POBLACIÓN DEL CANTÓN LA MANÁ**

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

**Apreciación cualitativa:**

**Observaciones:**

**Validado por:**



Ing. Gloria Pazmiño Cano MBA  
C.I. 120556823-9

La Maná, 14 de diciembre del 2022

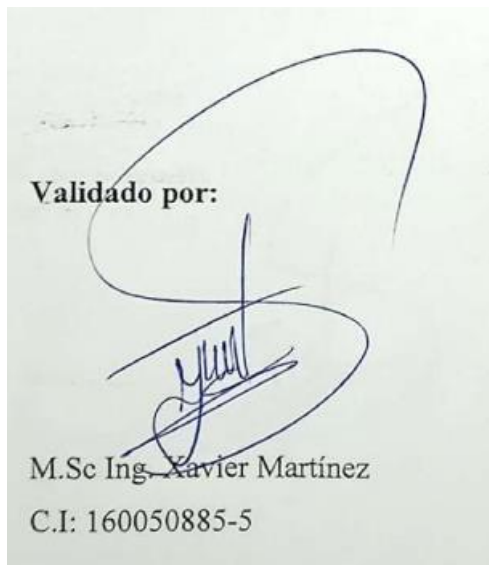
**Validación Ing. Fabián Xavier Martínez**

**VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA PARA LA ENCUESTA DIRIGIDA A  
LA POBLACIÓN DEL CANTÓN LA MANÁ**

<b>Criterios</b>	<b>Apreciación Cualitativa</b>			
	<b>Excelente</b>	<b>Bueno</b>	<b>Regular</b>	<b>Deficiente</b>
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

**Apreciación cualitativa:**

**Observaciones:**



La Maná, 14 de diciembre del 2022

**Validación Ing. Fernando Navarrete**

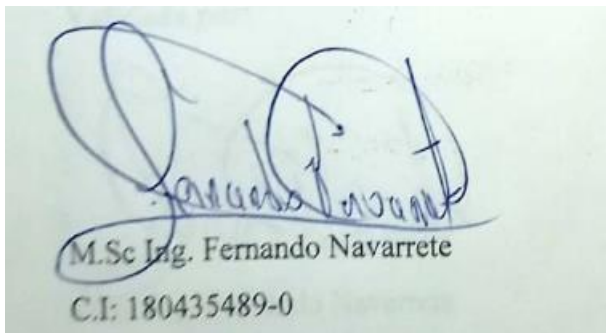
**VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO PARA LA ENCUESTA A LA POBLACIÓN  
DEL CANTÓN LA MANÁ**

Criterios	Apreciación Cualitativa			
	Excelente	Bueno	Regular	Deficiente
Presentación del instrumento				
Calidad de la redacción				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

**Apreciación cualitativa:**

**Observaciones:**

**Validado por:**



M.Sc Ing. Fernando Navarrete  
C.I: 180435489-0

La Maná, 14 de diciembre del 2022

**Anexo 11.** Aval de traducción del idioma ingles

**AVAL DE TRADUCCIÓN**

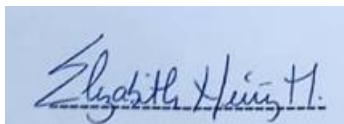
En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal CERTIFICO que:

La traducción del resumen al idioma inglés del proyecto de investigación cuyo título versa: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADAS DE FRUTAS CÍTRICAS EN EL CANTÓN LA MANÁ PROVINCIA DE COTOPAXI 2022” presentado por: Perea Mayorga Ana Nohemi y Villafuerte Toala Nayeli Vanessa, egresado de la Carrera de: Administración de Empresas, perteneciente a la Facultad Académica de Ciencias Administrativas, lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo al peticionario hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

La Maná febrero del 2023

Atentamente,



Mg. Núñez Wendy  
**DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC**  
**CI:0925025041**