



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

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

### **CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL**

#### **TRABAJO DE GRADO:**

#### **TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE ROSAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**AUTORA: MARÍA ELIZABETH CHICAIZA YAR**

**DIRECTOR: ECON. LUIS CERVANTES**

**IBARRA, 2017**

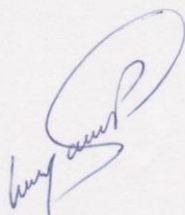
## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad, determinar la factibilidad para la creación de una microempresa en la producción y comercialización de mermelada de rosas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura, para lo cual se realizó diferentes estudios para la factibilidad del proyecto de investigación. Entre los cuales se efectuó un diagnóstico situacional del producto que se va a comercializar en la ciudad de Ibarra, es decir se realiza una investigación para saber si hay suficiente materia prima para elaborar el producto y de esta manera se establece la matriz AOOD (aliados, oponentes, oportunidades y riesgos). Además se toma referencias científicas bibliográficas que ayudaron en la investigación que se realiza. Luego se realiza un estudio de mercado mediante la aplicación de las encuestas a las familias de la Ciudad de Ibarra para determinar las preferencias de los consumidores y de esta manera la aceptación de un nuevo producto. En el estudio técnico se determina la macro y micro localización de la microempresa así como el tamaño y el presupuesto que se va a utilizar dentro del mismo. Además se considera la ubicación óptima en el sector de Yuyucocha de la parroquia San Francisco en la ciudad de Ibarra, también se considera una inversión que proviene de un préstamo del Banco del Fomento en el cual se utiliza para la iniciación de la microempresa. En el estudio económico financiero se determina los ingresos y egresos que va a efectuar dicha actividad, con la aplicación de la evaluación financiera se demuestra que el proyecto no es factible ya que genera pérdidas y no se obtiene utilidades para cubrir los costos y gastos que necesita la microempresa. En la estructura organizacional se plantea una propuesta de la estructura administrativa como estaría establecida la microempresa conformada por una base legal además de una organización adecuada para el funcionamiento interno del personal se toma en cuenta el talento humano para el desarrollo adecuado de cada puesto de trabajo que se desempeña en la microempresa. Otro punto importante son los posibles impactos que puede generar el proyecto de investigación como el económico, social, ambiental esto puede influenciar tanto interno como externo para el desarrollo del proyecto de investigación, estos posibles impactos producen un nivel medio positivo, el cual se puede mejorar continuamente con el tiempo.

## SUMMARY

The purpose of this project is to determine the feasibility to create a production and marketing jam of roses business in Ibarra city, Imbabura province, different studies were carried out for the feasibility of this research. A situational diagnosis of the product to be commercialized Ibarra was carried out, it means to determine if there is enough raw material to make this product using AOOR matrix (Allies, Opponents, Opportunities and Risks). In addition, scientific references were taken from bibliography, which helped for this investigation. After that a market study was carried out, applying surveys to families from Ibarra to determine the preferences of the consumers, in this way, it will be able to know the acceptance of this new product. The technical study determines the macro and micro location of this business, as well as, the size and budget to be used. In addition, the optimal location was considered Yuyucocha, San Francisco parish, Ibarra city, it is also considered an investment of a loan from “Banco de Fomento”, which will be used to begin this business. The economic and financial study determines the income and expenses that this activity will carry out, with the application of the financial evaluation, it was proved that the project is not feasible because it generates losses and no profits to cover costs and expenses that a business has. In the organizational structure, a proposal is presented about the administrative structure as it would be established by a legal base, in addition a suitable organization suitable for the internal work, it is taken into account human talent for proper development of each job. Another important point is the possible impacts that this research can generate, such as: economic, social and environmental. This can influence both internal and external, these possible impacts produce a positive average level, which can be improved continuously over time.

**KEYWORDS:** Consumers, income, expenses, losses, profits, environmental, business



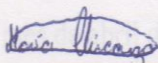
## AUTORÍA

Yo, María Elizabeth Chicaiza Yar portadora de la cédula de ciudadanía 172555926-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de autoría; y que el mismo no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y, se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

ERMELADA DE ROSAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE  
IBARRA.

Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la  
presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de Noviembre del 2017.



María Chicaiza Y.

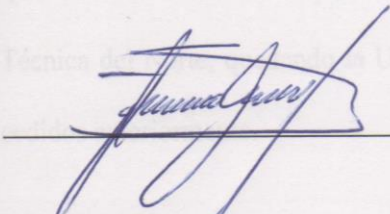
C.C: 172555926-2

**CERTIFICADO DEL ASESOR**

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada MARÍA ELIZABETH CHICAIZA YAR para optar por el título de INGENIERA EN COMERCIAL cuyo tema es **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE ROSAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.**

Considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se digne.

En la ciudad de Ibarra a los 17 días del mes de abril del 2017.



---

Econ. Luis Cervantes

DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

C.C. 100163565-3



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

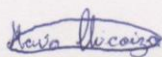
### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

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

Yo, María Elizabeth Chicaiza Yar, portadora de la cédula de ciudadanía 12555926-2, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados con la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6 en calidad de autora del Trabajo de Grado Denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE ROSAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”

Que ha sido desarrollado para optar el título de Ingeniera Comercial, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

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



María Chicaiza Y.

C.C. 172555926-2

Ibarra, a los 09 días del mes de junio del 2017



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CARRERA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA

### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

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

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

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

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

DATOS DEL CONTACTO			
<b>CÉDULA DE CIUDADANÍA:</b>	172555926-2		
<b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b>	María Elizabeth Chicaiza Yar		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Av. Armando Hidrobo y Carrera 14		
<b>EMAIL:</b>	mchicaizayar@yahoo.com		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0959211292
DATOS DE LA OBRA			
<b>TÍTULO:</b>	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE ROSAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA.”		
<b>AUTORA:</b>	María Elizabeth Chicaiza Yar		
<b>FECHA:</b>	2017-06-09		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	INGENIERÍA COMERCIAL		
<b>ASESOR / DIRECTOR</b>	Econ. Luis Cervantes.		

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

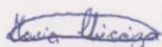
Yo, María Elizabeth Chicaiza Yar, portadora de la cédula de ciudadanía 172555926-2, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de obra y trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso de archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión, en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

La autora manifestó que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 09 días del mes junio del 2017

#### AUTORA:



María Chicaiza Y.

C.C. 172555926-2

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



## **DEDICATORIA**

El proyecto va dedicado a Dios quien me ha impulsado a seguir adelante en este largo camino, quien ha sido mi apoyo para continuar estudiando.

A mi madre quien me ha apoyado incondicionalmente desde el inicio de mi camino dándome consejos para seguir adelante con mis objetivos y a todas las personas que me conocen y saben lo que quiero lograr en el futuro.

A todos mis profesores que me brindaron sus conocimientos y enseñanzas para ser una buena profesional y de esta manera cumplir con lo que me he propuesto.

Chicaiza Yar María Elizabeth

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a mi madre quien me inculco los mejores valores para seguir adelante en toda mi vida.

Además agradezco a mis familiares por todo su apoyo en el transcurso estudiantil quienes me apoyaron y ayudaron para seguir adelante. A mi directo de tesis el Economista Luis Cervantes quine me guio paso a paso en el proyecto.

A los profesores de la Universidad Técnica del Norte quienes me brindaron sus enseñanzas y conocimientos de su vida profesional, además se agradece a todas las personas que estuvieron pendientes brindándome su apoyo y su confianza.

Chicaiza Yar María Elizabeth

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	ii
SUMMARY .....	iii
AUTORÍA.....	iv
CERTIFICADO DEL ASESOR.....	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	vii
IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA.....	vii
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	viii
DEDICATORIA .....	ix
AGRADECIMIENTO .....	x
ÍNDICE GENERAL .....	xi
ÍNDICE DE TABLAS .....	xviii
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xxi
PRESENTACIÓN.....	xxiii
INTRODUCCIÓN .....	xxiv
JUSTIFICACIÓN .....	xxvi
OBJETIVOS .....	xxviii
General.....	xxviii
Específicos .....	xxviii
CAPÍTULO I .....	29
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	29
Antecedentes .....	29
Objetivos .....	29
General .....	29
Específicos .....	30
Variables .....	30
Indicadores.....	30
Matriz de relación diagnóstica .....	32
Análisis de variables diagnósticas .....	34

Matriz AOOR.....	57
Definición de la oportunidad de inversión.....	58
CAPÍTULO II.....	59
MARCO TEÓRICO.....	59
Las rosas comestibles.....	59
Historia .....	59
Tipos de flores comestibles.....	60
Características de las Rosas .....	62
Climas y suelos apropiados.....	63
Cultivo .....	64
Valoración nutricional .....	66
Factibilidad .....	66
Estudio de factibilidad .....	66
Empresa .....	66
Clasificación .....	67
Según criterios económicos .....	67
Según el tamaño de la empresa.....	67
Según el sector de actividad.....	67
Según el ámbito competitivo geográfico .....	68
Según criterios jurídicos .....	69
Según la propiedad del capital .....	69
Según la forma jurídica.....	69
Producto .....	70
Segmentación de Mercado.....	70
Mercado Meta.....	71
Demanda .....	71
Oferta .....	71
Demanda Insatisfecha .....	71
Precio .....	72
Comercialización (Plaza).....	72
Promoción y Publicidad.....	72
Estudio Técnico .....	73
Localización .....	73
Macro localización.....	73

Micro localización .....	74
Ingeniería del proyecto .....	74
Tamaño del proyecto.....	74
Capacidad instalada .....	75
Inversión del proyecto.....	75
Activos fijos .....	75
Equipo de Servicio Informático .....	75
MOD .....	76
MPD .....	76
CIF .....	76
Gastos Administrativos.....	77
Gastos de Ventas.....	77
Gastos Financieros .....	77
Utilidad Neta.....	77
Capital de trabajo .....	78
Estudio financiero .....	78
Presupuesto de Ingreso .....	78
Presupuesto de Gasto .....	79
Estado de Situación Inicial.....	79
Estado de Resultado .....	79
Estado de Flujo de Efectivo .....	80
Tasa de Rendimiento Media (TRM) .....	80
VAN .....	80
TIR .....	80
Costo Beneficio.....	81
Periodo de Recuperación del Capital .....	81
Punto de Equilibrio .....	81
Estructura Organizativa .....	82
Misión .....	82
Visión .....	82
Objetivos .....	82
Estructura Orgánica .....	83
Manual de Funciones .....	83
Impactos .....	83

Económico .....	83
Social .....	84
Ambiental .....	84
Legal .....	84
Leyes .....	84
Normas .....	85
CAPÍTULO III.....	86
ESTUDIO DE MERCADO .....	86
Introducción .....	86
Objetivo general del estudio de mercado.....	86
Objetivos específicos .....	86
Variables .....	86
Indicadores.....	87
Matriz .....	88
Segmentación del mercado .....	89
Mecánica operativa del estudio de mercado .....	89
Mercado meta.....	91
Calculo de la muestra.....	91
Tabulación y análisis de la información .....	92
Demanda .....	103
Proyección de la demanda .....	104
Oferta .....	105
Proyección de la oferta.....	106
Demanda insatisfecha .....	107
Determinación del precio del producto.....	107
Presentación del producto .....	109
Comercialización .....	111
Promoción y publicidad .....	113
Conclusiones del Estudio de Mercado .....	114
CAPÍTULO IV.....	115
ESTUDIO TÉCNICO .....	115
Objetivo general.....	115
Localización del proyecto .....	115
Macro localización.....	115

Micro localización .....	116
Tamaño del proyecto.....	116
Demanda .....	117
Disponibilidad de materia prima.....	117
Inversión o financiamiento .....	118
Equipamiento de maquinaria .....	118
Mano de obra .....	119
Capacidad de la planta .....	119
Distribución de las instalaciones de la planta .....	119
Proceso productivo.....	120
Flujograma de procesos productivos .....	122
Procedimiento .....	123
Inversiones del proyecto .....	125
Inversión fija.....	125
Inversión diferida.....	126
Costo de la producción.....	127
Gastos administrativos .....	129
Gasto de ventas .....	130
Gastos financieros.....	131
Capital de trabajo .....	131
Resumen de la inversión proyectada.....	132
Financiamiento del proyecto.....	133
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>134</b>
<b>ESTUDIO FINANCIERO .....</b>	<b>134</b>
Objetivo general.....	134
Presupuesto de ingresos .....	134
Presupuesto de costos y gastos .....	134
Materia prima directa y los insumos.....	134
Mano de obra directa e indirecta.....	135
CIF .....	135
Gastos Administrativos.....	136
Gastos de Ventas.....	136
Gastos Financieros .....	136
Depreciación .....	137

Gastos de constitución .....	137
Total presupuesto de egresos .....	137
Estado de situación inicial .....	138
Estado de resultados.....	138
Estado de flujo de efectivo.....	139
Evaluación financiera.....	139
Costo de oportunidad TMR .....	139
Valor Actual Neto (VAN).....	140
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	141
Costo Beneficio.....	142
Periodo de Recuperación de la Inversión.....	142
Punto de Equilibrio .....	142
CAPÍTULO VI.....	144
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	144
Nombre o razón social .....	144
Objetivo general.....	144
Conformación de la microempresa .....	144
Base legal de la microempresa.....	145
Misión .....	145
Visión .....	145
Objetivos .....	146
Valores .....	146
Estructura organizacional.....	147
Estructura orgánica .....	147
Organigrama estructural.....	147
Manual de funciones .....	147
CAPÍTULO VII .....	152
IMPACTOS .....	152
Impacto Económico .....	152
Impacto Social .....	153
Impacto Ambiental.....	154
CONCLUSIONES .....	155
RECOMENDACIÓN .....	156
BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA .....	157



BIBLIOGRAFÍA .....	157
LINKOGRAFÍA .....	161
ANEXOS .....	162

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Matriz de Relación Diagnostica.....	32
2. Población Económica Activa del Cantón Ibarra 2010.....	35
3. Población Urbana Cantón Ibarra 2010.....	36
4. Población Urbana por Genero Ibarra 2010 .....	36
5. Principales cultivos de la provincia de Imbabura y el Cantón Ibarra .....	39
6. Distribución de PYMES en la provincia de Imbabura-Ibarra.....	41
7. Actividad económica registrada en el cantón Ibarra.....	42
8. Mercados Cantón Ibarra.....	42
9. Productos que se comercializan en los mercados y ferias del cantón Ibarra .....	43
10. Índice de precios al consumidor y sus variaciones .....	44
11. Programas Sociales Ciudad de Ibarra .....	45
12. Servicios Básicos del Cantón Ibarra .....	47
13. Cobertura del Servicio telefónico móvil cantonal .....	48
14. Nómina de instituciones financieras del Cantón de Ibarra .....	56
15. Matriz AOOR.....	57
16. Empresas según el tamaño .....	67
17. Matriz de relación del estudio de mercado .....	88
18. Población por familias parroquias .....	90
19. Proyección de la población Parroquias .....	90
20. Estatus económico de clases sociales .....	91
21. Consumo de mermelada.....	92
22. Tipos de mermeladas .....	93
23. Marca de consumo de mermelada.....	94
24. Consumo del producto .....	95
25. Aceptación del producto .....	96
26. Frecuencia del consumo.....	97
27. Presentación del producto .....	98
28. Precio del producto .....	99
29. Adquisición del producto .....	100
30. Presentación del producto .....	101
31. Medios de información .....	102
32. Demanda según la encuesta .....	103

33. Demanda anual.....	103
34. Proyección de la demanda .....	104
35. Oferta actual.....	105
36. Proyección de la oferta.....	106
37. Demanda insatisfecha .....	107
38. Determinación de precios en supermercados.....	108
39. Proyección del precio.....	109
40. Composición nutricional.....	110
41. Demanda a cubrir .....	117
42. Capacidad de la planta .....	119
43. Maquinaria y equipo .....	125
44. Muebles y enseres .....	125
45. Equipos de oficina y sistemas informáticos.....	126
46. Total inversión .....	126
47. Inversión diferida .....	126
48. Materia prima directa e indirecta .....	127
49. Mano de obra directa .....	128
50. Costos indirectos de fabricación .....	128
51. Gastos administrativos .....	129
52. Suministros y materiales .....	129
53. Servicios básicos.....	130
54. Arriendo .....	130
55. Gastos de ventas.....	130
56. Publicidad .....	131
57. Mantenimiento y combustible.....	131
58. Gastos financieros.....	131
59. Capital de trabajo .....	132
60. Resumen de la inversión .....	132
61. Financiamiento del proyecto.....	133
62. Presupuesto de ingresos .....	134
63. Materia prima directa e insumos.....	134
64. Mano de obra directa e indirecta.....	135
65. Costos indirectos de fabricación .....	135
66. Gastos administrativos.....	136

67. Gastos de ventas.....	136
68. Gastos financieros.....	136
69. Depreciación.....	137
70. Gastos de constitución.....	137
71. Total presupuesto de egresos.....	137
72. Estado de situación inicial.....	138
73. Estado de resultados.....	138
74. Estado de flujo de efectivo.....	139
75. Costo de oportunidad.....	139
76. Valor actual neto.....	140
77. Tasa interna de retorno.....	141
78. Periodo de recuperación de la inversión.....	142
79. Valoración de impactos.....	152
80. Impacto económico.....	152
81. Impacto social.....	153
82. Impacto ambiental.....	154

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

1. Historia de Ibarra .....	34
2. Pirámide socioeconómica .....	37
3. Educación de Ibarra .....	44
4. Servicios Sociales de Ibarra .....	45
5. Producción anual no remunerada en la industria hogares privados Ciudad de Ibarra .....	47
6. Crédito de Inversiones Banco Fomento .....	55
7. Caléndulas .....	60
8. Claveles .....	60
9. Rosas Rojas .....	61
10. Rosa Blanca .....	61
11. Rosal Silvestre .....	62
12. Cultivo de Rosas .....	64
13. Cosecha y Pos cosecha .....	65
14. Consumo de mermelada .....	92
15. Tipos de mermeladas .....	93
16. Marca de consumo de mermelada .....	94
17. Consumo del producto .....	95
18. Aceptación del producto .....	96
19. Frecuencia del consumo .....	97
20. Presentación del producto .....	98
21. Precio del producto .....	99
22. Adquisición del producto .....	100
23. Presentación del producto .....	101
24. Medios de comunicación .....	102
25. Proyección del al demanda .....	104
26. Proyección de la oferta .....	106
27. Demanda insatisfecha .....	107
28. Presentación del producto .....	109
29. Canal de distribución indirecto del producto .....	113
30. Volantes del producto .....	114
31. Macro localización .....	115
32. Micro localización .....	116

33. Distribución de la planta .....	120
34. Flujograma de procesos .....	122
35. Logotipo .....	144
36. Organigrama estructural.....	147

## PRESENTACIÓN

Este proyecto es un “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA EN LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MERMELADA DE ROSAS EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, cuyo propósito es brindar un producto de calidad para la satisfacción de sus necesidades ya que pueden consumir un producto saludable y nutritivo para el consumo humano. En el desarrollo del proyecto consta de siete capítulos:

El primer capítulo se hace referencia al Diagnostico Situacional en donde se investiga la información necesaria para definir las características del entorno de la ciudad, aquí se toma en cuenta la matriz AOOR de Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos.

En el segundo capítulo es el Marco Teórico en donde se busca información optima y veraz esto se enfocó al proyecto que se está realizando; además se toma en cuenta el sustento teórico de las variables esto se investiga en libros y páginas del internet.

En el tercer capítulo se realiza el Estudio de Mercado, mediante la información de las encuestas que se realizan a las familias en la ciudad de Ibarra, ya que esta información me permite determinar la oferta, demanda, precio y las estrategias de comercialización para distribuir el producto.

En el cuarto capítulo se investiga el Estudio Técnico, en esta parte se busca la macro y micro localización, además del tamaño de la planta, el proceso productivo la distribución interna los costos de inversión el capital de trabajo y la tecnología que se va a utilizar.

El quinto capítulo se elaborara el Estudio Financiero, aquí se evalúa todos los aspectos financieros como el periodo de recuperación de la inversión, indicadores financieros como el VAN, la TIR, Costo Beneficio entre otros indicadores.

En el sexto capítulo se realiza la estructura de la organización como el organigrama, el manual de funciones, situación legal y jurídica que se va a manejar en la microempresa.

En el séptimo capítulo se analiza los impactos económicos, sociales y ambientales que pueden afectar a la empresa.

## INTRODUCCIÓN

En Ecuador desde hace varios años se ha desarrollado cultivos orgánicos en tierras libres de químicos, esto pertenece a productores pequeños y empresas; la mayoría de esta producción se exporta a Europa, Estados Unidos y Japón ya que estos ofrecen mejores precios.

Aporta a la alimentación saludable de los habitantes, explotar la floricultura orgánica como elementos comestibles habituales en las familias con cualidades nutricionales que aún no han sido incorporadas en recetas de nuestra sociedad y así se utilizara lo que ofrece el país sin tener que exportar a otros países.

De esta variedad de flores debemos recalcar que algunas no requieren mayor inversión en su explotación orgánica; puesto que, muchas familias poseen variedades en huertos y jardines domésticos; no obstante hay que tomar en cuenta que las flores destinadas para la alimentación deben estar libres de pesticidas y demás productos químicos que alteran la composición y los nutrientes de los mismos.

Generando de esta manera un alcance económico en nutrición. Las flores orgánicas comestibles es un tema que los floricultores no la han explotado para la elaboración de productos que son para el consumo humano, las diferentes opciones es aprovechar los beneficios nutritivos. No se puede negar el beneficio nutricional que aportará a los habitantes que lleguen a consumir el producto; este producto alternativo se centra en los pétalos de rosas para elaborar las mermeladas.

La condición natural de la que goza el país tanto el clima como la diversidad de los suelos en donde se permite realizar la producción de una diversidad de cultivos de flores, es decir, que hay una variedad de flores por el cual los que más aprovechan son los floricultores de las diferentes regiones del país.

En algunas ocasiones un determinado grupo de personas utilizan flores orgánicas comestibles como: las violetas africanas esta clase de flores requiere de varios cuidados específicos para garantizar el desarrollo, es decir, que los floricultores deben ser muy cuidadosos con este tipo



de flores: los rosales híbridos estas flores se caracteriza por el tamaño de sus pétalos, dobles y elegantes ya que son muy perfumadas, estos son algunos tipos de flores que se puede realizar la mermeladas orgánicas.

En otros países a las flores orgánicas se las utiliza en los diferentes tipos de plantas que se les brindan a las personas como es el caso de la comida Tailandesa en donde realizan salsas y postes para que degusten los consumidores.

Las flores orgánicas comestibles es un tema que los floricultores no han explorado para elaborar productos que sean para el consumo de las personas, las diferentes opciones que se puede aprovechar de ellas y los beneficios nutritivos que se puede obtener. No se niega el beneficio nutricional que aportará a los habitantes que lleguen a consumir el producto.

Es conocida la propiedad medicinal de la rosa, ya que posee más propiedades que la naranja, por su alto contenido de vitamina C. La clave es conservar el escaramujo, la parte central de la flor, que, es lo que finalmente da la esencia por los cual se puede sentir no solamente el sabor y su fragancia.

## JUSTIFICACIÓN

A través de la presente elaboración de la mermelada de pétalos de rosas se desea conocer todas las bondades de las flores. Cuando se describe a las rosas muchas veces se relacionan con arreglos florales, perfumes o regalos pero también se puede preparar exquisitos platos para degustarlos. Porque las propiedades de los pétalos sirven para elaborar recetas agradables como en este caso mermeladas de pétalos de rosas.

La mermelada de rosas la pueden disfrutar todas las familias ya que podrían aprovechar los recursos naturales como el caso de las rosas, está dirigida a los ciudadanos de Ibarra, también se puede realizar diferentes productos con las rosas en donde los habitantes pueden degustar su sabor como una mermelada de rosas con trocitos de rosas y otra solo la mermelada según como le guste al cliente.

La elaboración de este producto es ciento por ciento natural ya que no contiene ningún tipo de químico como los colorantes y los conservantes, este producto lo pueden consumir cualquier tipo de personas ya que no tiene agroquímicos, por lo cual, está compuesto por el 100% natural en donde se ofrece a la ciudadanía un mejor estilo de vida natural y saludable.

En la elaboración de la mermelada de rosas todas las familias podrían aprovechar los recursos naturales como el caso de las rosas, ya que, está dirigida a todos los habitantes de la ciudad de Ibarra, también se puede realizar diferentes productos con las rosas en donde los habitantes pueden degustar su sabor como una mermelada de rosas con trocitos de rosas y otra solo la mermelada según como le guste al cliente.

El producto que se ofrece a los consumidores son los clientes de clase media, media alta y alta ya que este producto no lo consume la mayoría de la población los rangos de consumo del producto serán las familias con un nivel alta económico que pueden consumir este producto ya que degustarían su delicioso sabor en su paladar.

Con la creación de la microempresa en la ciudad de Ibarra se brinda a la ciudadanía fuentes de empleo con la realización de este proyecto; además según lo planteado en el Plan Nacional del Buen Vivir sobre la creación de mipymes para ofrecer empleos a las personas de bajos recursos económicos ya que de esta manera se orienta a la generación y

conservación de trabajos dignos que garanticen la igualdad de oportunidades de empleo en la ciudad de Ibarra.

Las rosas que se cultivan en Imbabura, en la actualidad, tienen como destino la exportación, sin embargo algunas que no cumplen los rigurosos controles para exportar, se destinan a su venta en el mercado, la propuesta del proyecto permitiría un uso alternativo, para destinar, parte de las rosas no exportables, a la elaboración de mermelada.

## OBJETIVOS

### General

Definir la factibilidad para crear una microempresa para la producción y comercialización de mermelada de rosas, en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

### Específicos

- Establecer un marco situacional del proyecto para obtener resultados y determinar la aceptación del producto mediante la matriz AOOR.
- Identificar el marco teórico de la microempresa para establecer la mermelada de rosas en la ciudad.
- Investigar el estudio de mercado de la ciudad de Ibarra para determinar la segmentación del mismo.
- Elaborar un estudio técnico del proyecto para establecer el tamaño y presupuesto que se va a utilizar.
- Realizar un estudio financiero para obtener los ingresos y egresos que se van a obtener en el proyecto.
- Plantear una propuesta de la estructura administrativa para establecerla en la ciudad de Ibarra según la razón social.
- Buscar los impactos que necesita el proyecto y de esta manera construir los indicadores necesarios del mismo.

## **CAPÍTULO I**

### **1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **1.1. Antecedentes**

En el diagnóstico situacional se determina la situación de proyecto mediante una matriz la cual nos ayudara a observar cuales son los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que existen en la creación de esta microempresa en la ciudad de Ibarra.

En el proyecto se identificara las flores que son comestibles las cuales no causen daño al consumo de las personas es decir que no contengan pesticidas en la materia prima para elaborar el producto y de esta manera se pueda ofrecer a los habitantes de la ciudad de Ibarra.

En el Ecuador existen varias personas que se dedican a cultivar flores, de los cuales se escogerá al proveedor para proveer la materia prima de manera que las flores orgánicas son nutritivas y saludables para el consumo de las personas, además se ha desarrollado el cultivo orgánico en tierras sin químicos esto pertenece a empresas y pequeños productores del Ecuador la cual se exporta a Europa y Estados Unidos.

Las rosas comestibles llevan siendo exportadas alrededor de cinco años por la florícola Nevado Ecuador que cultivan esta clase de rosas comestibles que requieren estar libres de cualquier químico, la ubicación de esta florícola es en la provincia de Latacunga en la ciudad de Pujilí y los compradores exclusivos son restaurantes del país.

En otros países a las flores orgánicas se las utiliza de diferentes maneras por su variedad de plantas orgánicas y se les brinda a las personas para el consumo en comidas, salsas o en la elaboración de postres para que degusten los consumidores.

#### **1.2.Objetivos**

##### **1.2.1. General**

Establecer un marco situacional del proyecto para obtener resultados y determinar la aceptación del producto mediante la matriz AOOD.

### **1.2.2. Específicos**

- Determinar los antecedentes históricos, geográficos y demográficos de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.
- Analizar las fuentes económicas para la aceptación del producto en la ciudad de Ibarra.
- Analizar los factores sociales de los habitantes en la ciudad de Ibarra.
- Estudiar los factores tecnológicos para la elaboración de mermelada de rosas.
- Identificar los factores legales que se establecen en la ciudad de Ibarra.
- Investigar las fuerzas políticas para la inversión del proyecto.

### **1.3.Variables**

- Histórico y Demográfico
- Económico
- Social
- Tecnológico
- Legales
- Político

### **1.4.Indicadores**

#### **1.4.1. Indicadores históricos, Geográficos y Demográficos**

##### **Históricos**

- a) Historia

##### **Demográficos**

- a) Población
- b) PEA
- c) Población Urbana
- d) Población por Genero
- e) Población por Familias

#### **1.4.2. Económico**

- a) Sector Agrícola

- b) Sector industrial
- c) Sector servicios

#### **1.4.3. Social**

- a) Educación
- b) Salud
- c) Vivienda
- d) Servicios básicos

#### **1.4.4. Tecnológico**

- a) Artesanal
- b) Cobertura de red
- c) Equipos informáticos

#### **1.4.5. Legales**

- a) Norma del CODEX para las confituras, Jaleas y Mermeladas
- b) Ley Orgánica General de Salud (Código Orgánico de Salud)
- c) Ley Orgánica de defensa del consumidor
- d) Ley del artesano
- e) Ley de importaciones

#### **1.4.6. Político**

- a) Plan del Buen Vivir
- b) Cambios de legislación laboral
- c) Incentivos a las inversiones
- d) Crédito de inversiones
- e) Instituciones financieras
- f) Inestabilidad política
- g) Riesgo país

### 1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla N° 1

#### Matriz de Relación Diagnóstica

Objetivo Específico	Variable	Indicador	Fuente de Información	Técnica	Informante
Determinar los antecedentes históricos, geográficos y demográficos de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura	Históricos Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Historia</li> <li>• Población</li> <li>• PEA</li> <li>• Población Urbana</li> <li>• Población por Género</li> <li>• Población por Familias</li> </ul>	Secundaria	Encuesta Bibliográfica	Municipio de Ibarra  Referencias Estadísticas  INEC
Analizar las fuentes económicas para la aceptación del producto en la ciudad de Ibarra.	Económico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector Agrícola</li> <li>• Sector industrial</li> <li>• Sector servicios</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Referencias Estadísticas Municipio de Ibarra
Analizar los factores sociales de los habitantes en la ciudad de Ibarra.	Social	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación</li> <li>• Salud</li> <li>• Vivienda</li> <li>• Servicios básicos</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	INEC



Estudiar los factores tecnológicos para la elaboración de mermelada de rosas.	Tecnológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artesanal</li> <li>• Cobertura de red</li> <li>• Equipos informáticos</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Técnico
Identificar los factores legales o regulatorios que se establecen en la ciudad de Ibarra.	Legales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Norma del CODEX para las confituras, Jaleas y Mermeladas</li> <li>• Ley Orgánica General de Salud (Código Orgánico de Salud)</li> <li>• Ley Orgánica de defensa del consumidor</li> <li>• Ley del artesano</li> <li>• Ley de importaciones</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Ministerio de Salud ARCSA Internet
Investigar las fuerzas políticas para la inversión del proyecto.	Político	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan del Buen Vivir</li> <li>• Cambios de legislación laboral</li> <li>• Incentivos a las inversiones</li> <li>• Crédito de inversiones</li> <li>• Instituciones financieras</li> <li>• Inestabilidad política</li> <li>• Riesgo país</li> </ul>	Secundaria	Bibliográfica	Políticas del Gobierno Plan del Buen Vivir Banco del Pichincha Municipio de Ibarra

Fuente: Políticas del Gobierno, Plan del Buen Vivir, Municipio de Ibarra, Ministerio de Salud, INEC.

Elaborado por: La Autora

## 1.6. Análisis de variables diagnósticas

### 1.6.1. Históricos, Geográficos y Demográficos

#### Históricos

El 28 de septiembre de 1606 el Capitán de Troya, juez Poblador, funda la Villa de San Miguel de Ibarra, en el Valle de Carangue. La ciudad se instala en los terrenos de la propiedad de Don Antonio Cordero y Juan Atabalipa, la ciudad cuenta con una población de 158 habitantes además no se ha tomado en cuenta a las familias que estaban al servicio de los invasores.

El modelo administrativo de la Villa San Miguel de Ibarra fue una copia del modelo español en donde se establecieron ordenanzas municipales. Al sufrir Ibarra un terremoto en este año, la ciudad queda en ruinas y sin posibilidad de habitarla, cabe mencionar que toda la comunidad se traslada al sector La Esperanza por el temor a nuevos movimientos telúricos, luego de seis meses del terremoto se renueva el consejo tomando como residencia La Esperanza.

Grafico 1

#### *Historia de Ibarra*



Fuente: Municipio de Ibarra  
Elaborado por: La Autora

#### Ubicación

La ciudad de Ibarra se encuentra ubicada en la zona norte de Ecuador, a 115 km al noreste de Quito y 125 km al sur de Tulcán. Su clima es templado seco la temperatura media aproximadamente 14 y 19 grados centígrados, la temperatura promedio es de 14 grados, 18 y 19 Celsius. La ciudad de Ibarra tiene una altitud de 2.225 metros sobre el nivel del mar y es conocida como la ciudad Blanca con una latitud 0:266667, longitud: -78.1667

## Demográficos

### a) Población

Según el censo que se realizó por el INEC en el año 2010, la ciudad de Ibarra cuenta con una población de 181.175 habitantes en la zona urbana y rural, cabe mencionar que la zona urbana está constituida por 5 parroquias y la zona rural por 7 parroquias.

### b) PEA

Según las referencias estadísticas del mercado laboral urbano la población económicamente activa (PEA) se subdivide en el ocupado dentro de este se encuentra el subempleo y ocupados no clasificados con un porcentaje de 44,4% de mujeres y el 65,8%. En la población económicamente inactiva (PEI) se encuentran las personas con desempleo abierto como las que realizan quehaceres domésticos también los jubilados entre esta población tenemos el 55,6% de mujeres y el 34,2% de hombres, según los datos del INEC.

Tabla N° 2

### Población Económica Activa del Cantón Ibarra 2010

■ CLASIFICACIÓN DEL MERCADO LABORAL URBANO*					
Condición de Actividad y Segmentación del Mercado Laboral	Mujeres		Hombres		% de mujeres con relación a la condición de actividad
	Número	%	Número	%	
<b>Población Total</b>	<b>5.025.506</b>	<b>100,0%</b>	<b>4.720.412</b>	<b>100,0%</b>	<b>51,6%</b>
Menores de 10 años	740.040	14,7%	733.742	15,5%	50,2%
<b>Población en Edad de Trabajar de 10 años y más (PET)</b>	<b>4.285.465</b>	<b>85,3%</b>	<b>3.986.670</b>	<b>84,5%</b>	<b>51,8%</b>
Población Económicamente Activa (PEA)	1.901.787	44,4%	2.624.986	65,8%	42,0%
<b>Ocupados</b>	<b>1.797.332</b>	<b>94,5%</b>	<b>2.501.292</b>	<b>95,3%</b>	<b>41,8%</b>
Ocupados Plenos	848.003	47,2%	1.508.983	60,3%	36,0%
<b>Subempleados</b>	<b>894.894</b>	<b>49,8%</b>	<b>908.158</b>	<b>36,3%</b>	<b>49,6%</b>
Subempleo Visible	144.361	2,9%	130.530	2,8%	52,5%
Otras formas de subempleo	750.533	14,9%	777.628	16,5%	49,1%
Ocupados no clasificados	54.436	3,0%	84.152	3,4%	39,3%
<b>Desocupados</b>	<b>104.455</b>	<b>5,5%</b>	<b>123.694</b>	<b>4,7%</b>	<b>45,8%</b>
Desempleo Abierto	80.044	76,6%	100.709	81,4%	44,3%
Desempleo Oculto	24.412	23,4%	22.985	18,6%	51,5%
<b>Población Económicamente Inactiva 10 años y más</b>	<b>2.383.678</b>	<b>55,6%</b>	<b>1.361.684</b>	<b>34,2%</b>	<b>63,6%</b>

Fuente: INEC- Encuesta Nacional, Desempleo y Subempleo – ENEMDU – Diciembre 2012 Población de 10 años y mas

Elaborado por: La Autora

### c) Población Urbana

Según el censo que se realizó por el INEC en el año 2010, la ciudad de Ibarra cuenta con una población de 131.856 habitantes en la zona urbana, cabe mencionar que la zona urbana está constituida por 5 parroquias.

*Tabla N° 3*

#### ***Población Urbana Cantón Ibarra 2010***

<b>Parroquias Urbanas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• San Francisco</li> <li>• La Dolorosa del Priorato</li> <li>• Caranqui</li> <li>• El Sagrario</li> <li>• Alpachaca</li> </ul>

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)  
Elaborado por: La Autora

### d) Población por Género

Según los datos del INEC la población de la ciudad de Ibarra es de 131.856 habitantes de los cuales 63.277 corresponde a hombres y 68.579 a mujeres con un área de 100150

*Tabla N° 4*

#### ***Población Urbana por Género Ibarra 2010***

<b>Genero</b>	<b>Casos</b>	<b>Porcentaje</b>
Hombres	63.277	47,98%
Mujeres	68.579	52,01%
<b>Total</b>	<b>131.856</b>	<b>100%</b>

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)  
Elaborado por: La Autora

### e) Población por Familias

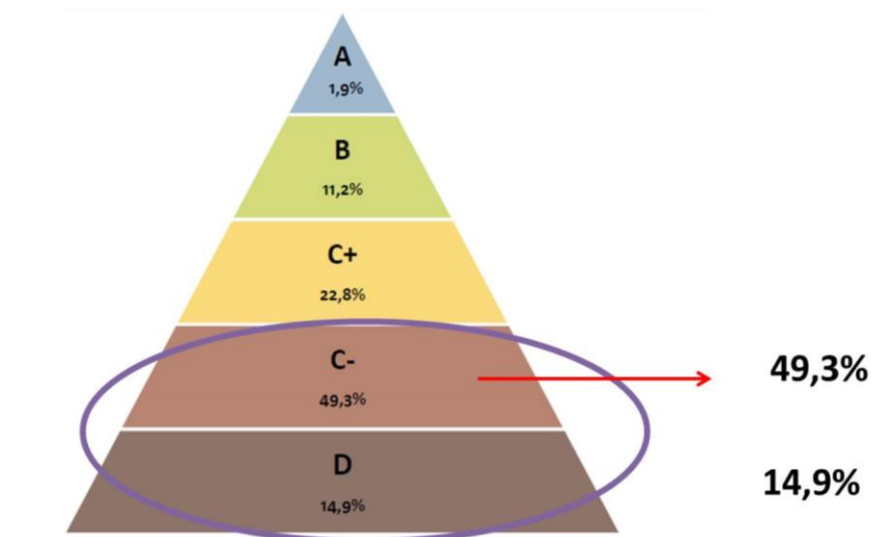
En la ciudad de Ibarra la población en la zona urbana es de 131.856 habitantes pero el número de familias es 32.964 familias en total.

#### a) Nivel socioeconómico

En el nivel socioeconómico realizada por el INEC a los hogares en el Ecuador, se determina que se dividen en 5 estratos sociales. En el estrato A se encuentra la clase alta con el 1,90% de los hogares, en el B se encuentra la clase media alta con el 11,2%, en el C + se encuentra la clase media con 22,8%, en la C – se encuentra la clase media baja con 49,3% y en la D se encuentra la clase baja con el 14,9% de los hogares.

Grafico 2

#### *Pirámide socioeconómica*



Fuente: INEC  
Elaborado por: La Autora

### 1.6.2. Económico

#### a) Sector Agrícola

La ciudad de Ibarra representa el 35,66% es decir que en hectáreas son 21.209 de la superficie total de la provincia de Imbabura, que se dedican a la producción de cultivos agrícolas como: el cultivo de la caña de azúcar con 6.159 hectáreas en donde se encuentra una superficie de producción de caña para la elaboración de azúcar y otros usos; también el

cultivo de maíz suave seco con 3.521 hectáreas; frejol seco con 3.126 hectáreas; trigo con 1.653 ha; el maíz duro seco con 1.546 ha; la cebada con 1.401 ha; plátano con 872 ha; naranjilla con 471 ha y la cabuya con 412 hectáreas.

Cabe mencionar que estos cultivos forman parte de la alimentación diaria del cantón Ibarra ya que es poco rica en verduras y hortalizas. El cultivo de flores se encuentra en la provincia de Imbabura más no en el cantón Ibarra, pero se investigara nuevos lugares como en Pujilí que se dedican al cultivo de flores y de esta manera se pueda adquirir la materia prima para la elaboración del producto.

### **Realidad de las florícolas de la provincia de Imbabura y la provincia de Pichincha**

En el norte de `país cuenta con micro climas y luminosidad para el cultivo de rosas la provincia de Imbabura proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos y el mayor número de días de vida

El desarrollo de la floricultura abrió posibilidades de trabajo para la población de Cayambe (mientras las tierras ganaderas empleaban a 5 personas, por cada 50 hectáreas una hectárea de flores emplea de 10 a 12 personas), Pedro Moncayo y Mejía, en Pichincha, también cultivan principalmente las rosas con una participación del 75% de las hectáreas totales sembradas; el destino principal de estas rosas es Estados Unidos con la participación del 41%. La provincia de Pichincha cuanta con el 75% en el cultivo de rosas a diferencia que la provincia de Imbabura representa el 2% del cultivo de rosas.(PRO ECUADOR, 2016)

Tabla N° 5

*Principales cultivos de la provincia de Imbabura y el Cantón Ibarra*

Principales cultivos de la provincia de Imbabura y el Cantón Ibarra, datos de superficie (Ha)								
CATEGORIAS	PRINCIPALES CULTIVOS	TIPO DE CULTIVO		IMBABURA	Ibarra	Imbabura por tipo de cultivo	Ibarra total/ha por cultivo	Imbabura total por cultivo
CEREALES	Maíz suave seco	T	Solo	4.853	2.141	10,00		
			Asociado	7.513	1.380	6,51	3.521,00	16,8
	Trigo	T	Solo	3.840	1.653	7,79		
			Asociado	56	*		1.853,00	7,79
	Cebada	T	Solo	3.303	1.401	6,61		
		Asociado	93	*		1.401,00	6,61	
Maíz duro seco	T	Solo	3.230	1.246	5,87			
		Asociado	412	300	1,41	1.546,00	7,29	
Maíz suave chaco	T	Solo	1.794	230	1,08			
		Asociado	742	106	0,51	338	1,59	
LEGUMERES	Fréjol seco	T	Solo	4.598	1.534	7,23		
			Asociado	7.869	1.592	7,51	3.126,00	14,74
	Arveja seca	T	Solo	915	192	0,91		
			Asociado	181	*		192	0,91
	Arveja tierna	T	Solo	888	158	0,74		
		Asociado	70	60	0,28	218	1,03	
Fréjol tierno	T	Solo	745	102	0,48			
		Asociado	784	137	0,65	239	1,13	
Haba seca	T	Solo	383	166	0,79			
		Asociado	771	55	0,26	223	1,05	
FRUTALES	Plátano	P	Solo	1.751	806	3,8		
			Asociado	3	66	0,31	872	4,11
	Tomate de árbol	P	Solo	920	50	0,24		
			Asociado	22	*		50	0,24
Naranja	P	Solo	616	471	2,22			
Aguacate	P	Solo	563	72	0,34			
		Asociado	183	69	0,33	141	0,66	
TUBERCULOS	Papa	T	Solo	1.545	647	3,05		
			Asociado	68	*		647	3,05
OTROS	Caña de azúcar para azúcar	P	Solo	6.745	5.711	26,93		
			Asociado	19	*		5.711,00	26,93
	Caña de azúcar para otros usos	P	Solo	2.637	400	1,89		
		Asociado	48	48	0,23	448	2,11	
Cebuya	P	Solo	974	306	1,44			
		Asociado	106	106	0,5	412	1,94	
FLORES	Clavel	P	Solo	3	-			
	Rosa	P	Solo	87	-			
	Otras	P	Solo	30	-			
	Oysophila	T	Solo	67	-			
	Limonium	T	Solo	7	-			
Otras	T	Solo	45	-				
TOTAL				59.473	21.209	100	21.209,00	100

Fuente: Inec-Mag-Saca2003, Mi Censo Nacional Agropecuario-Imbabura- Poot-Ci

Elaborado por: La Autora

### **Provincias productoras de la materia prima**

En el Ecuador las rosas se cultivan principalmente en las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Latacunga, y Azuay. Al parecer las características climáticas del Ecuador hacen las rosas ecuatorianas un producto único, pues más de 2.500 metros de altura sobre el nivel del mar se cultivan las mejores rosas del mundo. Ecuador es uno de los principales exportadores de rosas a nivel mundial y el principal productor de rosas en el mundo gracias a las extensiones de terreno que se destina al cultivo de las mismas que alcanzan las 4000 hectáreas de terreno en la zona andina del país.

En el caso de Ecuador, las rosas orgánicas comestibles llevan siendo exportadas alrededor de 5 años, la florícola “Nevado Ecuador” es la empresa que está cultivando estas flores. Para ser comestibles requieren estar libres de cualquier químico. En el caso de las rosas orgánicas comestibles, la provincia de Latacunga es la principal zona de cultivo, específicamente en la ciudad de Pujilí a unos 90 kilómetros al sur de Quito y a unos 3.000 metros de altura, es decir de unas 100.000 plantas que existen en la finca se cosechan entre 150 y 200 rosas orgánicas a diario en Ecuador, los compradores son exclusivos restaurantes de Quito y Guayaquil las principales ciudades del país. (China Internet Information Center).

### **Otros lugares para la obtención de materia prima**

En el mundo existen alrededor de 300 tipos de flores comestibles. En Colombia, esta tendencia ha tomado fuerza en los últimos seis años; su uso gastronómico se da por factores como el sabor, la textura, la forma y el color.

Daniel Campo Robledo, director de Natunova, empresa Vallecaucana que produce flores comestibles, explica que el país, al ser de clima templado, tiene todos los pisos térmicos, lo que facilita el cultivo del 85 por ciento de estas especies; además manifiesta que es el segundo exportador de flores en el país a nivel mundial.

La empresa NATUNOVA S A S se encuentra situada en el departamento de Antioquia, en la localidad Envigado y su dirección postal es CL 36 AA Sur 25 B 135, Envigado, Antioquia. Vía Dapa, Rincón de Dapa Cali, Vallé Del Cauca 76001000Colombia

La actividad a la que se dedica la empresa NATUNOVA S A S es Comercio al por mayor de otros productos.



La empresa cultiva y comercializa flores comestibles y germinadas para el sector gastronómico (Restaurantes, Cadenas Hoteleras, Casas de eventos/banquetes, etc.) y cualquier otro espacio donde el valor estético y nutricional de los alimentos tenga gran importancia. Se caracteriza por ofrecer un producto seleccionado natural de alta calidad y durabilidad, el cual se ha implementado técnicas limpias 100% orgánicas, libres de factores contaminantes.

### b) Sector industrial

En el cantón Ibarra y la provincia hay las principales industrias manufactureras como la agroalimentaria, la florícola, la textil, maderera y la metalmecánica estas industrias de dedican a transformar la materia prima en producto final.

En este sector se aporta la siguiente información sobre la micro, pequeña y mediana empresa MIPYMES en donde se observa una muestra de 838 micro, pequeñas y medianas empresas que hay en la provincia de Imbabura en el sector económico y del cantón.

Tabla N° 6

#### *Distribución de PYMES en la provincia de Imbabura-Ibarra*

Distribución de PYMES en la provincia de Imbabura-Ibarra											
CANTONES	Sector PRIMARIO			Sector SECUNDARIO			Sector TERCIARIO			TOTAL	
	N°	% cantonal	% sectorial	N°	% cantonal	% sectorial	N°	% cantonal	% sectorial	N°	% cantonal
Ibarra	62	27,2	16,4	85	39,2	22,5	230	58,5	61,0	377	44,99
IMBABURA	228	100,0	27,2	217	100,0	25,9	393	100,0	46,9	838	100,00

Fuente: Diagnóstico de la estructura productiva y financiera de las PYMES en la provincia de Imbabura

Elaborado por: La Autora

Mediante un análisis el cantón Ibarra en el sector económico en comercio y servicios es del 61% de MIPYMES; en el sector industrial con el 23% y el sector agrícola el 16%.

### c) Sector servicios

Mediante la oficina de catastros del IMI del cantón Ibarra en donde están registradas 6.215 actividades económicas, el 1 % son actividades inactivas pero 4 empresas se han registrado como industrias cabe mencionar que Ibarra en el comercio y servicios dominan la economía, según el registro de castros del Municipio de Ibarra representa el 68,5% que es 9075 del total

de actividades o negocios también se incluye los mercados. A continuación se presenta las actividades económicas que se registró en el municipio en función a su capital.

Tabla N° 7

**Actividad económica registrada en el cantón Ibarra**

Actividades económicas registradas en el cantón Ibarra capital en giro (dólares)						
Tramo Capital en Giro USD	CANTIDAD	PORCENTAJE	Capital en Giro	Ingresos Totales	Patente Mensual Anualizada	Capital Operativo
HASTA 2.000	3623	58,29	1.096,80	583.694.705,48	465.702,92	3.973.703,59
DE 2.001 A 5.000	1960	31,54	3.442,80	17.004.400,10	63.211,62	6.747.890,16
5.001 A 8.000	431	6,93	6.486,50	9.395.488,63	27.045,98	2.795.680,65
MAS DE 8.001	201	3,23	37.476,40	58.526.082,13	72.443,09	7.532.756,10
<b>TOTAL</b>	<b>6215</b>	<b>100</b>	<b>48.502,50</b>	<b>668.620.676,34</b>	<b>628.403,61</b>	<b>21.050.030,50</b>

Fuente: Rentas Municipales –IMI  
Elaborado por: La Autora

## Mercados

En el cantón Ibarra tiene instalaciones para el funcionamiento de mercados y ferias libres en donde se expende cualquier tipo de producto por la cual la población se acerca pero su preferencia es sábado y domingo para realizar las compras de esta manera les permite cubrir sus necesidades básicas de la semana.

Según la información se observa la ubicación de mercados cantonales, ferias libres, mercados parroquiales y ferias artesanales de acuerdo al número de puestos comerciales siendo el más grande el mercado amazonas en la parroquia San Francisco, además del Mercado Santo Domingo, Mercado Amazonas, Mercado la Playa, la Bahía y el Mercado Mayorista.

Tabla N° 8

**Mercados Cantón Ibarra**

MERCADOS CANTON IBARRA		
PARROQUIA	Nº PUESTOS -PEDIOS	MERCADO
IBARRA	187	Santo Domingo
	518	Mayorista
	449	La Playa
	2045	Amazonas
	155	La Bahia
LITA	72	Lita
LA CAROLINA	63	Nuevo Amanecer

Fuente: Dpto. Avalúos y Catastros IMI, 2011  
Elaborado por: La Autora

Los comerciantes del mercado se han incrementado por resultado del desempleo ya que estas personas son potencialmente productivas pero no cuenta con un capital propio; las fuentes de financiamiento de los comerciantes minoristas la realizan a prestamistas informales que otorgan créditos a un determinado plazo (chulco), los bancos, capital propio y proveedores.

En el gráfico se detallan la procedencia y destino de los productos que se comercializan en los mercados y ferias del cantón Ibarra.

Tabla N° 9

**Productos que se comercializan en los mercados y ferias del cantón Ibarra**

MERCADO MAYORISTA (Centro de acopio)			ORIGEN DE PRODUCTOS		
			PARROQUIAS CANTÓN IBARRA		
RURALES		URBANAS (área de transición)			
Lita	San Francisco				
La Carolina	Caranqui				
Salinas	Sagrario				
Ambuquí					
San Antonio					
La Esperanza					
Angochagua					
PROVINCIAS DEL ECUADOR					
Esmeraldas	Pichincha	Carchi			
Manabí	Tungurahua	Chimborazo			
	Cotopaxi	Sucumbios			
PRODUCTOS PROCEDENCIA INTERNACIONAL					
Colombia	Perú				

PRODUCCION		COMERCIALIZACION	
PARROQUIAS RURALES			
Lita	Colombia	Ibarra	
	Latacunga	Ambato	
	Quito	Riobamba	
La Carolina	Ibarra	Colombia	
Salinas	Ibarra	Nacional (azúcar)	
Ambuquí	Ibarra	Quito	
	Carchi	Riobamba	
San Antonio	Ibarra		
Angochagua	Colombia	Carchi	
	Ibarra		
La Esperanza	Ibarra		
PARROQUIAS URBANAS			
Zona de transición			
San Francisco		Ibarra (Mercado Mayorista)	
El Sagrario			
Caranqui			

Fuente: Trabajo en Campo, 2011; INGECONSULT, 2011  
Elaborado por: La Autora

## Inflación

En junio de 2016 el Índice de Precios al Consumidor se ubicó en 105,38; lo cual representa una variación mensual de 0,36%. El mes anterior dicha variación fue de 0,03%, mientras que en junio de 2015 se ubicó en 0,41%.

A continuación se presenta el incremento de la inflación hasta Junio del 2016

Tabla N° 10

**Índice de precios al consumidor y sus variaciones**

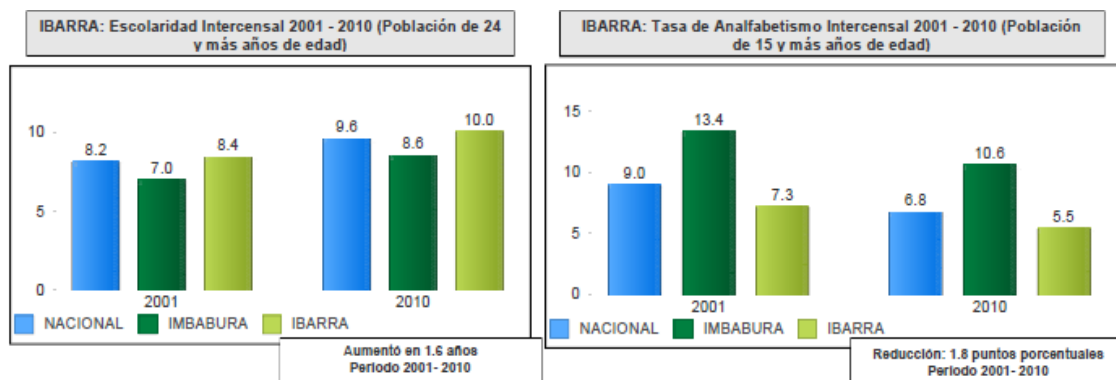
Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
jun-15	103,74	0,41 %	4,87%	3,08%
jul-15	103,66	-0,08%	4,36%	2,99%
ago-15	103,66	-0,001 %	4,14%	2,99%
sep-15	103,93	0,26%	3,78%	3,27%
oct-15	103,84	-0,09%	3,48%	3,17%
nov-15	103,95	0,11 %	3,40%	3,28%
dic-15	104,05	0,09%	3,38%	3,38%
ene-16	104,37	0,31 %	3,09%	0,31 %
feb-16	104,51	0,14%	2,60%	0,45%
mar-16	104,65	0,14%	2,32%	0,58%
abr-16	104,97	0,31 %	1,78%	0,89%
may-16	105,01	0,03%	1,63%	0,92%
jun-16	<b>105,38</b>	<b>0,36%</b>	<b>1,59%</b>	<b>1,29%</b>

Fuente: Índice de precios al consumidor  
Elaborado por: La Autora

**1.6.3. Social****a) Educación**

Según estadísticas del INEC la educación de la población en el cantón Ibarra es de 9,8 años en las mujeres y 10,4 años para los hombres para el año 2010. Para este mismo año el analfabetismo en las mujeres del cantón Ibarra es de 7.1 y para los hombres es de 3,6%.

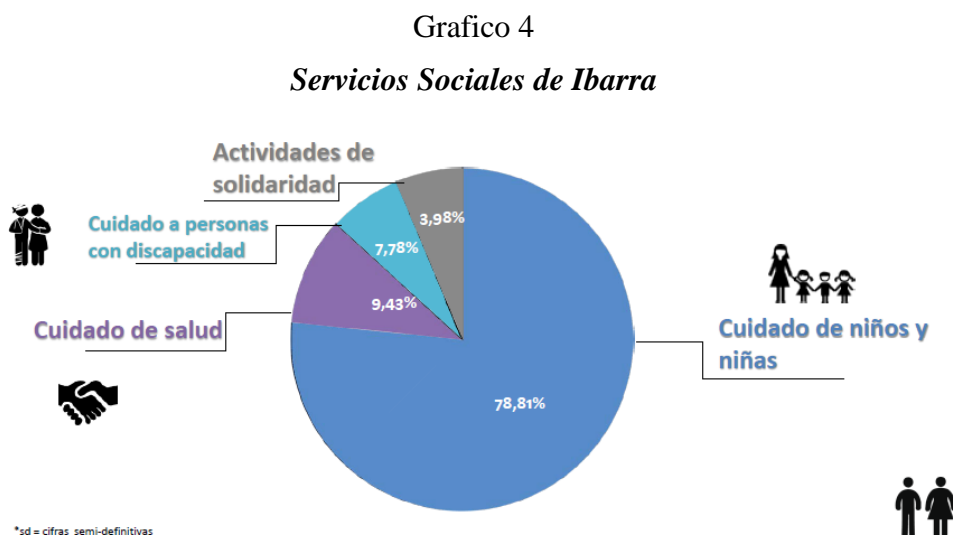
Gráfico 3

**Educación de Ibarra**

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)  
Elaborado por: La Autora

## b) Salud

Según las estadísticas los servicios sociales y de salud en el cuidado de niños y niñas representan el 78,81% en el año 2013, en donde se observa que el 9,43% de personas cuidan su salud, es decir que con el consumo de mermelada no tienen que preocuparse por no comer saludable y nutritivo.



Fuente: [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)  
Elaborado por: La Autora

A continuación se presenta los programas sociales para la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Tabla N° 11

### *Programas Sociales Ciudad de Ibarra*

PROGRAMAS SOCIALES	BENEFICIARIOS IMBABURA	BENEFICIARIOS IBARRA	UNIDADES	FECHA
Bono de Desarrollo Humano (BDH)	51942	16262	Madres, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Crédito de Desarrollo Humano (CDH)	45	10	Madres, adultos mayores y personas con discapacidad	Enero 2014
Instituto de la Niñez y la Familia (INFA)	18584	8254	Niños y niñas	Enero - Marzo 2012

Fuente: [www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec) MCDS-RIPS  
Elaborado por: La Autora

### Condiciones para consumir rosas comestibles

Es muy importante que las flores que se utilicen en la elaboración de alimentos no provengan de floristerías ya que pueden estar tratadas con pesticidas o contaminadas con agroquímicos

que pueden llegar a ser tóxicas para nuestra salud, debemos de comprobar el obtener flores que sean de procedencia segura.

Las flores que compremos de forma segura se pueden mantener frescas hasta una semana en el refrigerador.

Dentro de las propiedades que se consideran que las rosas poseen se puede mencionar que son estimulantes, digestivas, antioxidantes, antisépticas, antiespasmódicos y astringentes, así mismo ayudan a combatir el cansancio, además de que contienen vitaminas B, C, K, pectina, ácido cítrico. (Garza, 2016)

### **Condiciones de las rosas normales que se utilizan en las floristerías**

Las zonas donde se cultivan son con la iluminación del sol es mayor que a menor altitud (disponen de 12 horas de luz al día) y la temperatura es estable durante prácticamente todo el año (las temperaturas medias no bajan de 14°C). Estas favorables condiciones climáticas permiten la producción de flores durante todo el año.

Las flores ecuatorianas son alabadas por su belleza, su calidad y características únicas y su prolongada vida en florero.

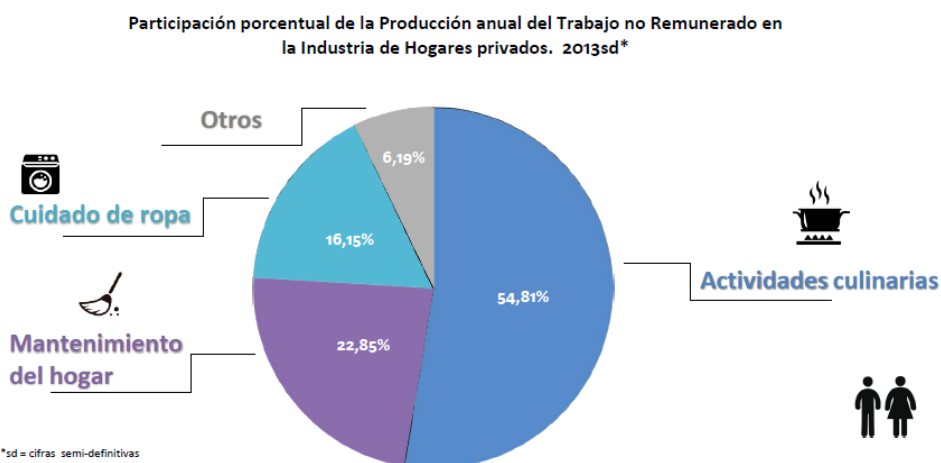
El proceso de producción, cosecha y post-cosecha y la logística de transporte de la flor ecuatoriana cumple con normativas de: prevención de plagas, hidratación, embalaje, pre-enfriamiento y son mantenidas en frío durante el transporte y la recepción in situ, este manejo cuidadoso permite que las flores resistan el viaje, siendo la cadena de frío un componente prioritario. Las flores se exportan mayormente vía aérea.

Todos los productores buscan estar a la vanguardia de la tendencia y moda de los distintos mercados, de esta manera es posible vender flor a todos los destinos (108 países) y a todos los gustos. (Flores, 2015)

### **c) Vivienda**

Para el año 2013 la industria de hogares privados se representan en el 54,81% en donde se destacan actividades como cocinar, lavar vajilla y servir la comida; en el gráfico se observa que la mayoría se dedican a las actividades culinarias, es decir que las personas de los hogares pueden adquirir el nuevo producto ya es nutritivo y saludable.

Grafico 5

**Producción anual no remunerada en la industria hogares privados Ciudad de Ibarra**Fuente: [www.ecuadorencifras.gob.ec](http://www.ecuadorencifras.gob.ec)

Elaborado por: La Autora

**d) Servicios Básicos**

En el cantón de Ibarra se puede observar que en la zona urbana del Cantón en agua potable tiene una cobertura de 94.62% pero existe un déficit del 5.38%, en la zona rural tiene una cobertura de 77.17% con un déficit del 22.83 para cubrir toda la zona rural.

En el consumo de energía eléctrica en la ciudad de Ibarra es el 99.40% de la cobertura en la zona urbano, pero existe un déficit del 0.60% que no cuentan con este servicio; en la zona rural cuenta con una cobertura de 95.84% y un déficit del 4.16% que no tienen este servicio; para la elaboración de mermelada de rosas se utilizara todos los servicios básicos para la elaboración del producto.

Tabla N° 12

**Servicios Básicos del Cantón Ibarra**

UNIDAD TERRITORIAL	AGUA POTABLE (%)		ALCANTARILLADO (%)		ENERGÍA ELÉCTRICA (%)		DESECHOS SÓLIDOS (%)	
	COBERTURA	DÉFICIT	COBERTURA	DÉFICIT	COBERTURA	DÉFICIT	COBERTURA	DÉFICIT
ZONA URBANA	94.62	-5.38	91.83	-8.17	99.40	-0.60	94.70	-5.30
PARROQUIAS RURALES	77.17	-22.83	53.05	-46.95	95.84	-4.16	89.01	-10.99

Fuente: Equipo Técnico (PD Y OT. 2015)

Elaborado por: La Autora

#### 1.6.4. Tecnológico

##### a) Artesanal

El indicador artesanal se convierte en un riesgo para la microempresa ya que la actividad es manual para la transformación del producto, es decir que, la elaboración de mermelada de rosas se demora ya que no utiliza máquinas modernas para su elaboración.

En la microempresa la actividad es manual para la transformación de la materia prima que se destina para la elaboración de la mermelada de rosas sin la utilización de máquinas de última tecnología, además se contratara a un experto químico en alimentos con conocimientos teóricos y prácticos de su oficio para la elaboración de la mermelada de rosas y de esta manera no exista ningún inconveniente en la salud de las familias de la ciudad de Ibarra.

##### b) Cobertura de red

Entre las comunicaciones tenemos la telefonía fija y celular hoy en día es CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones) esta institución presta servicios de telecomunicación como operador privado más grande de la Sierra en telefonía fija además del servicio de internet. Las operadoras de telefonía celular se distribuyen entre Movistar y Claro que quiere captar el mercado mediante un plan de expansión para cubrir el país.

En cuanto a medios de comunicación se cuenta con TV Norte en Ibarra, UTV Canal Universitario y la Televisión por Cable; entre los diarios tenemos el Diario del Norte, Diario La Hora, Diario La verdad, y las emisoras en AM Y FM.

Tabla N° 13

#### Cobertura del Servicio telefónico móvil cantonal

PARROQUIA	COBERTURA DE SERVICIO DE INTERNET				
		SI		NO	
	Nº VIVIENDAS	Nº CASOS	%CASOS	Nº CASOS	%CASOS
Ambuquí	1478	47	3	1431	97
Angochagua	925	16	2	909	98
Carolina	746	9	1	737	99
Ibarra	37981	5882	15	32099	85
La Esperanza	1709	33	2	1676	98
Lita	738	12	2	726	98
Salinas	473	23	5	450	95
San Antonio	4616	393	9	4223	91
CANTONAL	48666	6415	13	42251	87

Fuente: INEC, 2011 (PDOT-IMI, 2011)

Elaborado por: La Autora



El municipio de Ibarra desarrolla dos proyectos uno a nivel urbano y el otro rural, en el sector urbano se ha dotado de infraestructura de fibra óptica esta cubre el 40% de la superficie, a pesar que el 14% de las viviendas de Ibarra acceden a Internet. En el sector Rural se lleva a cabo el proyecto Angochagua digital, ya que esta dispone de infraestructura de fibra óptica.

### **c) Equipos informáticos**

#### **Computadoras**

En los equipos informáticos el proyecto necesitara computadoras para realizar el registro contable de los productos que se elaboran en la microempresa, de esta manera se administra la institución, en donde se realizaría la publicidad para que los habitantes conozcan el producto que se les va a ofrecer.

#### **Impresoras**

Este equipo se lo utilizaría para las impresiones de los documentos de la institución como las facturas, informes entre otros documentos de la microempresa ya que es muy importante para la administración de la misma.

#### **Teléfono**

El teléfono se lo utilizaría para realizar las llamadas a los proveedores a y demás personas que necesiten el producto terminado.

### **1.6.5. Legales**

#### **a) Norma del CODEX para las confituras, Jaleas y Mermeladas**

Esta norma se aplica a las confituras, jaleas y mermeladas, según se define en la Sección 2 infra, que están destinadas al consumo directo, inclusive para fines de hosterías o para re envasado en caso necesario.

A continuación se citan algunas condiciones que aplica la norma:

1. Los productos cuando se indique que están destinados a una elaboración futura, como aquellos destinados a la elaboración de productos de pastelería fina, pastelillos o galletitas.

2. Los productos que están claramente destinados o etiquetados para uso en alimentos para regímenes especiales.
3. Los productos reducidos en azúcar o con muy bajo contenido de azúcar.
4. Producto donde los productores alimentarios que confieren un sabor dulce han sido reemplazados total o parcialmente por edulcorantes.

El termino en ingles “preserve o conserve” se utilizan algunas veces para señalar los productos regulados por esta norma. Para efecto de esta Norma, los términos indicados anteriormente deben cumplir los requisitos establecidos en esta Norma para la confitura y la confitura “extra”.(Normas del CODEX para las Confituras, 2009)

#### **b) Ley Orgánica General de Salud (Código Orgánico de Salud)**

#### **De la Autoridad Sanitaria Nacional y Agencia Nacional Vigilancia, Intervención, Control y Regulación de los Servicios de Salud (ANAVICORS)**

Según el art. 15.- La autoridad sanitaria creara mecanismos regulatorios para los recursos que se destinan a la salud de cualquier fuente, esto se orienta a la implementación, seguimiento y evaluación de políticas, planes, programas y proyectos, según con los requerimientos de salud de la población.

En el art. 16.- La Autoridad Sanitaria Nacional cuenta con los siguientes atributos a favor de la población.

1. Definir y promulgar la política nacional de salud con base en los principios y enfoques establecidos en esta Ley.
2. Regulará y vigilar el cumplimiento de la aplicación de la legislación sanitaria y la normalización técnica de bienes, servicios, mercados y prácticas que inciden en la salud.
3. Autorizar el funcionamiento de los establecimientos y servicios de salud públicos y privados con o sin fines de lucro de los demás sujetos a control sanitario.
4. Regulará y realizar el control sanitario así como de la protección e inocuidad a lo largo de todo el proceso de producción, importación, distribución, almacenamiento y comercialización de alimentos, productos farmacéuticos, cosméticos equipos y cualquier otro producto con potencial efecto sobre la salud de las personas.

5. Participar en la elaboración y seguimiento del Plan Nacional de Seguridad Alimentaria en coordinación con los demás organismos estatales conforme sus competencias específicas.(Código Orgánico de Salud, 2012)

### c) Ley Orgánica de defensa del consumidor

La Ley Orgánica de defensa del consumidor establece derechos que tiene toda persona ya sea natural o jurídico que adquiera, utilice o consuma un bien o servicio determinado, así como las obligaciones de los proveedores que garanticen los derechos del consumidor.

Según el Art. 4 Derechos del Consumidor.- son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil.

A continuación se presentan algunos derechos del consumidor:

1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos.
2. Derecho a que proveedores público y privado oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad.
3. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar.
4. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales.
5. Derecho a la reparación e indemnización por daños y perjuicios, por deficiencias y mala calidad de bienes y servicios.
6. Derecho a que en las empresas o establecimientos se mantenga un libro de reclamos que estará a disposición del consumidor, en el que se podrá anotar el reclamo correspondiente, lo cual será debidamente reglamentado.

Según el **Art. 5 Obligaciones del Consumidor** a continuación se detallan algunos:

1. Proporcionar y ejercer el consumo racional y responsable de bienes y servicios.

2. Preocuparse de no afectar el ambiente mediante el consumo de bienes o servicios que puedan resultar peligrosos en ese sentido.
3. Evitar cualquier riesgo que pueda afectar su salud y vida, así como la de los demás, por el consumo de bienes o servicios lícitos.
4. Informarse responsablemente de las condiciones de uso de los bienes y servicios a consumirse.

#### **d) Ley del Artesano**

Según la codificación a la ley de defensa del artesano, en el Art. 1 la ley ampara a los artesanos de cualquier rama de artes, oficios y servicios para hacer valer sus derechos por sí mismos en asociaciones gremiales, sindicales e interprofesionales existentes.

En el Art. 8 La junta Nacional de Defensa del Artesano elaborará un Plan Nacional de Desarrollo Artesanal y será parte del Plan Nacional de Desarrollo en la que se ejecutara de inmediatamente para este efecto contara con la asesoría gratuita del Consejo Nacional de Desarrollo (CONADE).

Art. 16 Los artesanos amparados por la ley no estarán sujetos a las obligaciones impuestas a los patrones en general por la actual legislación. Además los artesanos jefes de talleres están sometidos con respecto a sus operarios a cancelar el salario mínimo y a pagar las indemnizaciones legales en casos de despido intempestivo, derechos de vacaciones y jornada máxima de trabajo de conformidad con el código de trabajo; con los fondos que se determinaron en esta ley y con los fondos que se les asignen por parte del IESS a las indemnizaciones de accidentes de trabajo y a otros derechos de los operarios.

Art. 302.- **Obligaciones de los artesanos calificados.**- Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleadores por este Código.

Sin embargo, los artesanos jefes de taller están sometidos, con respecto a sus operarios, a las disposiciones sobre sueldos, salarios básicos y remuneraciones básicas mínimas unificadas e indemnizaciones legales por despido intempestivo.

Los operarios gozarán también de vacaciones y rige para ellos la jornada máxima de trabajo, de conformidad con lo dispuesto en este Código.

Artículo 303.- Indemnizaciones.- El Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social atenderá a las indemnizaciones por accidentes y demás prestaciones a que tuvieren derecho los operarios, por medio de los fondos señalados en la Ley de Defensa del Artesano y los que en lo sucesivo se asignaren para el efecto.(Codigo de Trabajo, 2016)

#### **e) Ley de importaciones**

Según información de la Aduna de Ecuador SENA E la ley de aduanas es el ingreso de mercaderías al país en donde se cumple con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del Régimen de importación al que se haya sido declarado según art. 150 COPCI; para la realización de los tramites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y el servicio de un agente acreditado por el SENA E.

La declaración aduanera de importación (DAI) deberá ser transmitido por un proveedor de Software o en sistema informático del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en un plazo de quince días calendario previo a la llegada del medio de transporte y hasta treinta días calendarios siguientes a la fecha de su arribo; de no cumplirse en el plazo, la mercancías estarán inmersas en una de las causales del abandono tácito, según lo estipula el literal a) del artículo 142 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversiones.

Los documentos necesarios para el transporte son: la factura comercial o documento que acredite la transacción comercial, certificado de origen (cuando procede), documento que el SENA E o el Organismo regulador del Comercio Exterior considere necesario. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

#### **1.6.6. Político**

##### **a) Plan del Buen Vivir**

En el objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva del Plan del Buen Vivir Para fortalecer la economía popular y solidaria –EPS-, y las micro, pequeñas y medianas empresas –Mipymes- en la estructura productiva.

Establecer mecanismos para la incorporación de micro, pequeñas y medianas unidades productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas del sector la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

Con la creación de la microempresa en la ciudad de Ibarra se brinda a la ciudadanía fuentes de empleo con la realización de este proyecto; además según lo planteado en el Plan Nacional del Buen Vivir sobre la creación de micro, pequeña y mediana empresa para ofrecer empleos a las personas de la ciudad de Ibarra.

#### **b) Cambios de legislación laboral**

Según el Art. 35 obligaciones del empleador o empresario; el empresario debe inscribir a los trabajadores y trabajadoras en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social desde el primer día de labores de esta forma se les informa en los primeros quince días, cabe mencionar que se debe informar de las salidas y modificaciones en las remuneraciones.

Se debe cancelar al trabajador que no estuviere inscrito en el IESS las mismas prestaciones que le hubieran entregado de estar afiliado; sin perjuicio de las sanciones establecidas en el código penal por no estar afiliado, si fuera el caso de falta de la remisión mensual en los aportes el IESS procederá imponer una multa de una remuneración básica por cada trabajador, de esta manera se le concederá un plazo para la cancelación; si no cumple con el plazo establecido se procederá a cobrar obligatoriamente con recargos e intereses establecidas por la Ley de Seguridad Social.(Código Organico del Trabajo, 2015)

#### **c) Incentivos a las inversiones**

Mediante el desarrollo de la matriz productiva el estado incentivara la inversión productiva a través del fomento de:

La competitividad sistémica de la economía a través de la provisión de bienes públicos como la educación, salud, infraestructura y asegurando la provisión en los servicios básicos para potenciar las vocaciones productivas de los territorios y talento humano de la ciudadanía. Cabe mencionar que el estado establecerá un alcance en la productividad adecuada de todos los actores de la economía, empresas, emprendimientos y gestores de economía popular y solidaria para el fortalecimiento de las instituciones que tengan relación con la producción.

El estado aplicará un marco regulatorio para garantizar que ningún actor económico abuse de su poder de mercado, según lo establecido en la ley.

La implementación de una política comercial para el desarrollo de los actores productivos en el país, especialmente en los actores de la economía popular y solidaria de la micro, pequeña y mediana empresas para garantizar la soberanía alimentaria y energética; de esta manera se

mejora la productividad que participen en el mercado interno y alcanzar niveles de calidad de producción que nos permita internacionalizar se oferta productiva.(Asamblea Nacional, 2010)

#### **d) Crédito de inversiones**

La Banca Micro finanzas “Crédito Productivo Soluciones para financiar su negocio con rapidez”. El banco de Fomento está dispuesto a financiar el proyecto que se necesite para hacer producir el negocio o actividad. El crédito que ofrece el banco del Fomento es para la compra de activos fijos si su negocio lo necesita como la adquisición de maquinaria o la compra de su local. El plazo lo decide uno mismo con un máximo de 36 meses el pago se debita de su cuenta mensualmente, el monto que le pueden dar es entre \$500 y \$30.000.(Banco del Fomento, 2016)

A continuación se presenta los tipos de créditos que se puede realizar en el Banco de Fomento.

Grafico 6

#### ***Crédito de Inversiones Banco Fomento***



Fuente: Banco del Fomento

Elaborado por: La Autora

#### **e) Instituciones financieras**

El mercado de crédito se ha concentrado en el segmento corporativo de la mediana empresa ya que posee segmentos con el más bajo costo de crédito, esto se diferencia con el resto de los segmentos en la pequeña empresa, el consumo y micro finanzas del microcrédito de subsistencia. A continuación se presenta las instituciones financieras del Cantón de Ibarra, provincia de Imbabura en donde han acudido los microempresarios, pequeños y medianos para solicitar un crédito.

Tabla N° 14

**Nómina de instituciones financieras del Cantón de Ibarra**

Nómina de instituciones financieras del Cantón de Ibarra		
Cooperativas	Bancos	Otros
23 de Julio	Centro Mundo	Caja de Ahorro y Crédito de los Municipios
29 de Octubre	Fomento	CFN
Unión El Ejido	Internacional	CORFINSA
Amazonas	MM Jaramillo Arteaga-Promerica	CREDIFE (Bco. Pichincha)
Artesano	Pacífico	F.E.D.
Atuntaqui	Pichincha	FINANCORP
Cooperativa de Desarrollo	PRODUBANCO	FODEMI
Huaycopungo	Solidario	Mutualista Imbabura Sociedad Financiera Ecuatoriana
San Antonio	UNIBANCO	
Cooperativa de maestros	Austro	Biess ( Seguro Social)
Cooperativa Pablo Muñoz Vega	Bolivariano	Banco de la vivienda
Cooperativa San Gabriel	Guayaquil	Cooperativa Policía Nacional
Cooperativa Tulcan	Sudamericano	

Fuente: Estudio MYPIMES SRM-IMI

Elaborado por: La Autora

**f) Inestabilidad política**

La inestabilidad política debido al desarrollo de la carta de presentación de la revolución ciudadana, según la política para el próximo año 2017 se elegirá un nuevo presidente de la República, en donde el estado ha hecho más cosas que como el gobierno es decir que ha trabajado para el futuro como la construcción de hidroeléctricas, vías o los proyectos multipropósito. Además se considera que el sector privado se está gestando ya que es posible cambiar las voluntades públicas y privadas debido al cambio de gobierno; algunos de esos cambios serán neutros o de modelos que argumentaran que ya se caducaron cabe mencionar que se va a dejar de invertir, atender los servicios sociales y no se preocuparan por el desempleo, ya que hay altos y bajo niveles de renta. (Morejón, 2016)

**g) Riesgo país**

El riesgo país es un indicador que mide la capacidad que tiene una nación para pagar sus deudas; es decir, un riesgo país alto significa que un Gobierno tiene menos posibilidad de honrar sus deudas.

Ecuador redujo el puntaje de este indicador: en enero de 2016 estuvo a un promedio de 1.500 puntos mientras que al cierre de esta semana bajó a 614 puntos.

Ramiro Crespo, analista económico, señala que el puntaje de Ecuador no ha bajado lo suficiente. “El riesgo país tendría que reducirse más para decir que realmente vamos a estar



en una situación en que nos va a ser mucho más fácil el acceso a los mercados para el sector privado ecuatoriano y a la vez va a servir para traer mayores inversión extranjera”, señaló.

Ramiro Crespo cree que con un bajo riesgo país Ecuador podría obtener créditos a un menor interés. “Depende del precio del petróleo, depende de cómo se maneje el tema de las elecciones, que se haga unas elecciones muy civilizadas, depende de la lucha contra la corrupción”. (Ecuavisa, 2017)

### 1.7. Matriz AOOD

Tabla N° 15

#### Matriz AOOD

ALIADOS	OPONENTE
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productores de flores comestibles</li> <li>• Personal capacitado como los Ingenieros Químicos en alimentos.</li> <li>• Las rosas contienen nutrientes saludables sin químicos para mejorar su calidad de vida al momento de adquirirlo.</li> <li>• El producto será para el consumo de las familias.</li> <li>• Nuevos hábitos para consumir productos saludables.</li> <li>• Endulzantes naturales, sustitutos como la Stevia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen empresas que se dedican a ofrecer productos artesanales y orgánicos.</li> <li>• La competencia de los supermercados que ofrecen el producto similar.</li> <li>• Desconocimiento de las personas de los beneficios de la mermelada de rosas.</li> <li>• Inadecuados hábitos en la cultura alimenticia.</li> <li>• Limitada materia prima en la provincia de Imbabura.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDAD</b>	<b>RIESGO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan del Buen Vivir para la creación de nuevas empresas MYPIMES.</li> <li>• Un préstamo en una institución financiera para la creación de la microempresa (Banco del Fomento)</li> <li>• El producto se lo realiza artesanalmente ya que es manual.</li> <li>• El cambio de la matriz productiva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crisis económica en el país.</li> <li>• Productos de marcas existentes que tengan una mejor calidad en tecnología.</li> <li>• Incremento de la inflación.</li> <li>• Riesgo país.</li> </ul>

Elaborado por: La Autora

### **1.8. Definición de la oportunidad de inversión**

Mediante el análisis del diagnóstico situacional que se realizó en la ciudad de Ibarra, se determina que las personas no cuentan con hábitos para consumir productos que contienen nutrientes que les puede ayudar a mejorar su salud.

La creación de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de rosas, permitirá se solicitara un préstamo a una institución financiera para colocar la microempresa en la ciudad de Ibarra ya que según el Plan del Buen Vivir del Ecuador permita a las personas crear nuevas micro empresas.

Cabe mencionar que la elaboración de mermelada de rosas no contiene químicos por ende no será perjudicial para el consumidor ya que se lo realizara de forma artesanal es decir manualmente con la ayuda de personal capacitado en la alimentación para la realización del producto final.

El producto lo pueden consumir las familias de la ciudad de Ibarra ya que este contiene endulzantes como la Stevia que es muy saludable para el consumo humano sin perjudicar a las personas que tienen la diabetes.

## **CAPÍTULO II**

### **2.1.MARCO TEÓRICO**

Dice que el marco teórico y conceptual es la exposición resumida, concisa y pertinente del conocimiento científico y de hechos empíricamente acumulados acerca de nuestro objetivo de estudio; se elabora desde la perspectiva de una ideología u un marco de referencia determinados.(Rodríguez Moguel, 2005, pág. 57)

En el marco teórico se buscara todos los conceptos de los pasos para la elaboración del proyecto para lo cual se decide realizar la investigación bibliográfica de autores, y así se elaborara un análisis de cada concepto.

### **2.2.Las rosas comestibles**

#### **2.2.1. Historia**

(Norberto Petryk, 2012)Si remontamos siglos, comprobaremos el empleo culinario de las flores en culturas como la romana, la griega o la hindú. Además de un agradable sabor y aroma, hacen más atractivos distintos platos, vinos y licores.

Las flores aportan matices de frescura y sabores inusuales que sorprenden al comensal. Aunque se utilicen de forma decorativa, sus llamativos colores y los atractivos colores que desprenden, no cabe duda que estimulen los sentidos.

Son innumerables las flores que se emplean; desde pétalos de rosa recién cortados, magnolia, jazmín, flores de azahar, de malva, de mejorana, violetas la hierba luisa, capuchina.

En diversos países del Oriente, se usan desde tiempos antiquísimos las flores de rosa, del naranjo y el limón como condimento de deliciosos platos y como ingrediente de confituras.

En los países bañados por el mar Mediterráneo se conoce más el uso culinario de las flores de calabaza y calabacín, bien de primer plato como de guarnición, rellenas, fritas, etc.

La cultura gastronómica mexicana siempre ha destacado por los manjares de flores, aunque con el tiempo se ha ido perdiendo.

### 2.2.2. Tipos de flores comestibles

#### Caléndulas

Las caléndulas aunque tienen un sabor algo amargo se emplean junto con las hojas para aromatizar bebidas. Esta anual florece profusamente en invierno y primavera. También se conoce desde hace siglos su uso como medicinal, en pomadas, por su poder cicatrizante. Las flores son amarillas, naranjas, marrones o bicolors; de ellas se usan las lígulas (pétalos), crudas, en ensaladas dulces o saladas, y con comidas o postres que tengan huevo como flanes y budines.

Grafico 7

#### *Caléndulas*



Fuente: Norberto Petryk  
Elaborado por: La Autora

#### Claveles y clavelinas (*Dianthus*)

Muy conocidos como plantas de jardín y como flor cortada. Son perennes, originarias de climas fríos y de regiones montañosas. Requieren pleno sol, pero no se dan bien en zonas cálidas. Florecen en primavera o en verano. Sus pétalos, de formas vistosas y diferentes colores, se usan en ensaladas de frutas, y mezclados con crema.

Grafico 8

#### *Claveles*



Fuente: Norberto Petryk  
Elaborado por: La Autora

### **Rosas Rojas**

Con ellas se preparan dulces, como la popular rosa mosqueta de Bariloche, tartas, ensaladas de frutas, entre otros.

Grafico 9

#### ***Rosas Rojas***



Fuente: Roberto Petryk  
Elaborado por: La Autora

### **Rosa Blanca**

Remueva la amarga base blanca y los pétalos que quedan tienen un sabor fuertemente perfumado perfecto para utilizarse como adorno en bebidas o postres y para una gran variedad de mermeladas. Todas las rosas son comestibles, con un sabor más pronunciado en sus variedades más oscuras.

Grafico 10

#### ***Rosa Blanca***



Fuente: Roberto Petryk  
Elaborado por: La Autora

### **Rosal Silvestre (Rosa Canina)**

Los escaramujos (frutos) para elaborar mermeladas y siropes, los pétalos de las flores para aromatizar las ensaladas y en pasteles. Las hojas jóvenes secas y las raíces para té.

Los pétalos de las rosas cultivadas también son comestibles y con ellas se aromatizan las confituras o las tartas. Puede caramelizarse para añadir a los pasteles o freírse con huevo para hacer tortillas.

Todas las especies de rosas son comestibles. Sus frutos contienen ingentes cantidades de vitamina C y han sido utilizados en épocas de guerra cuando faltaban las frutas o verduras frescas.

Constituyen un medio de supervivencia natural en el campo al aguantar en el árbol durante todo el otoño e invierno. Solamente tenemos que tener la precaución de quitar las semillas y los pelos que irritan la boca.

Grafico 11

*Rosal Silvestre*



Fuente: Roberto Petryk  
Elaborado por: La Autora

### 2.2.3. Características de las Rosas

(Botanical Online, s.f.) Los rosales son plantas pertenecientes a la familia de las Rosáceas (Rosáceas) especialmente aprendidas por sus vistosas y aromáticas flores. Se trata de arbustos o matas con tallos rectos, sarmentosos o trepadores de muy diversos tamaños. Estos últimos aprovechan los aguijones para sujetarse y poder trepar.

La mayoría son plantas de hoja caduca. Hay algunas especies que se consideran perennes porque mantienen algunas hojas en invierno. No obstante, incluso este tipo de rosales pierde la mayoría de las hojas al llegar el frío.

Los arbustos más pequeños, como las llamadas rosas mini, pueden alcanzar unos 50 o 60 cm, mientras que algunas trepadoras pueden alcanzar tamaños muy elevados. El rosal que alcanza mayor tamaño es la Rosa Gigante, que puede llegar hasta los 30 metros de altura, si se le proporciona un sostén para agarrarse. Crece en estado silvestre trepador sobre los árboles, en las montañas.

Los tallos de los rosales son leñosos o semileñosos. Sobre ellos aparecen las espinas o aguijones que constituyen una adaptación para defenderse de los herbívoros. Las especies

cultivadas suelen mostrar agujones más amplios, arqueados, con amplia base y terminados en fina punta, mientras que las especies silvestres tienen las ramas plagas de finas espinas.

Las hojas de los rosales son hojas compuestas, ya que el color varía desde el verde oscuro al verde claro. Pueden ser brillantes o mates.

#### **2.2.4. Climas y suelos apropiados**

Para la mayoría de los cultivares de rosa, las temperaturas óptimas de crecimiento son de 17°C a 25°C, con una mínima de 15°C durante la noche y una máxima de 28°C durante el día. Pueden mantenerse valores ligeramente inferiores o superiores durante períodos relativamente cortos sin que se produzcan serios daños, pero una temperatura nocturna continuamente por debajo de 15°C retrasa el crecimiento de la planta, produce flores con gran número de pétalos y deformes, en el caso de que abran. Temperaturas excesivamente elevadas también dañan la producción, apareciendo flores más pequeñas de lo normal, con escasos pétalos y de color más cálido.

#### **Suelos**

Prefieren los suelos profundos, fértiles y con un pH ligeramente ácido, de entre 6 y 6,5. La rosa es una planta exigente en oxígeno, una mala aireación del suelo o del sustrato produce una reducción en la producción por asfixia de las raíces

#### **Preparación de Suelo**

(Infoagro Systems S. L., 1997) Para el cultivo de rosas el suelo debe estar bien drenado y aireado para evitar encharcamientos, por lo que los suelos que no cumplan estas condiciones deben mejorarse en este sentido, pudiendo emplear diversos materiales orgánicos.

Las rosas toleran un suelo ácido, aunque el pH debe mantenerse en torno a 6. No toleran elevados niveles de calcio, desarrollándose rápidamente las clorosis debido al exceso de este elemento. Tampoco soportan elevados niveles de sales solubles, recomendando no superar el 0,15%.

La desinfección del suelo puede llevarse a cabo con calor u otro tratamiento que cubra las exigencias del cultivo. En caso de realizarse fertilización de fondo, es necesario un análisis de suelo previo.

### 2.2.5. Cultivo

(Infoagro, 2016) La época de plantación va de noviembre a marzo. Esta se realizará lo antes posible a fin de evitar el desecamiento de las plantas, que se recortan 20 cm; se darán riegos abundantes (100 l de agua/m<sup>2</sup>), manteniendo el punto de injerto a 5 cm por encima del suelo.

En cuanto a la distancia de plantación la tendencia actual es la plantación en 4 filas (60 x 15 cm) (vi veristas no especializados) o 2 filas (40 x 20 o 60 x 12,5 cm) con pasillos al menos de 1 m (vi veristas especializados), es decir, una densidad de 6 a 8 plantas/m<sup>2</sup> cubierto. De este modo se consigue un mantenimiento más sencillo y menores inversiones.

Grafico 12

#### *Cultivo de Rosas*



Fuente: Roberto Petryk  
Elaborado por: La Autora

### Cosecha y Pos-Cosecha

El rendimiento anual medio por m<sup>2</sup>, de un cultivo basado en una gama de variedades, se sitúa en torno a las 180 a 220 flores para los cultivares de tallo más corto y de 150 a 180 para los de tallo largo, de tal modo que cuanto más largo es el tallo menor será el rendimiento por m<sup>2</sup>. Generalmente el corte de las flores se lleva a cabo en distintos estadios, dependiendo de la época de recolección. Así, en condiciones de alta luminosidad durante el verano, la mayor parte de las variedades se cortan cuando los sépalos del cáliz son reflejos y los pétalos aún no se han desplegado. Sin embargo, el corte de las flores durante el invierno se realiza cuando están más abiertas, aunque con los dos pétalos exteriores sin desplegarse. Si se cortan demasiado inmaduras, las cabezas pueden marchitarse y la flor no se endurece, ya que los vasos conductores del pedicelo aún no están suficientemente lignificados.



Grafico 13

***Cosecha y Pos cosecha***

Fuente: Roberto Petryk  
Elaborado por: La Autora

La calidad de la flor solo se determina manualmente, pudiendo ser complementada con alguna máquina sencilla. Finalmente se procede a la formación de ramos por 10, 12 o 24 tallos, que son enfundados en un film plástico y se devuelven al almacén para un enfriamiento adicional (4-5°C) antes de su empaquetado para envío.

**Comercialización**

La clasificación de las rosas se realiza según la longitud del tallo en diferentes grupos a saber:

- Calidad extra: 90-80 cm.
- Calidad primera: 80-70 cm.
- Calidad segunda: 70-60 cm.
- Calidad tercera: 60-50 cm.
- Calidad corta: 50-40 cm.

**Las mini rosas se clasifican en:**

- Calidad extra: 60-50 cm.
- Calidad primera: 50-40 cm.
- Calidad segunda: 70-60 cm.
- Calidad tercera: 40-30 cm.
- Calidad corta: menos de 30 cm.

Es importante tener en cuenta que una rosa o mini-rosa de calidad extra, además de cumplir con la longitud y consistencia del tallo, debe tener un botón floral proporcionado y bien formado y el estado sanitario de las hojas y del tallo deben ser óptimos.

### 2.2.6. Valoración nutricional

(Beneficios de las Flores Comestibles, s.f.) Al consumir flores estamos aprovechando todas sus propiedades para obtener beneficios para nuestra salud, algunos de estos beneficios son:

- Nos aportan gran cantidad de vitaminas (A, B, C, D, E, etc.), así como minerales, proteínas y aminoácidos.
- Dan color y sabor a los platos haciéndolos más apetecibles.
- Algunas flores colaboran en una mejor digestión.
- Son muchas las flores comestibles que tienen propiedades antioxidantes.
- Contienen Fito nutrientes y flavonoides que son importantes para reducir el riesgo de aparición de algunas enfermedades.
- Los pétalos de rosa contienen bioflavonoides y antioxidantes, así como vitaminas A, B3, C y E

## 2.3. Factibilidad

### 2.3.1. Estudio de factibilidad

### 2.4. Empresa

Dice que la empresa es la entidad en la que se transforman unos recursos (humanos, materiales, inmateriales), que deben ser organizados y dirigidos de la mejor manera posible (a través de una estructura, reglas y procedimientos), en bienes y servicios que satisfagan necesidades, con la finalidad de obtener beneficios para distribuir a sus propietarios, actuando siempre bajo condiciones de riesgo. (Larousse, 2014, pág. 26)

La empresa es el lugar en donde se transforman diversos productos o servicios mediante procedimientos en el cual se utiliza recursos humanos y materiales, además la empresa es una organización que contiene reglas y procedimientos con el fin de obtener beneficios para los dueños de estas empresas.

## 2.4.1. Clasificación

### 2.4.1.1. Según criterios económicos

Los criterios económicos son los que representan una mayor importancia a la hora de clasificar las empresas por lo homogéneos y generalizadores que son.

#### 2.4.1.1.1. Según el tamaño de la empresa

Para que una empresa pueda ser clasificada en una categoría u otra, la comisión establece que deberá cumplir el requisito del número de trabajadores necesariamente y, además, alguno de los otros criterios: volumen de negocio y/o balance general.

*Tabla N° 16*

#### *Empresas según el tamaño*

Tamaño	N.º trabajadores	Volumen de negocio*	Balance general*
Microempresa	0-9	Menos de 2	Menos de 2
Pequeña empresa	10-49	Entre 2 y 10	Entre 2 y 10
Mediana empresa	50-249	Entre 10 y 50	Entre 10 y 43
Gran empresa	Más de 249	Más de 50	Más de 43

Fuente: Adaptada de la Recomendación 2003/361/CE de la Comisión, de 6 de mayo (2003)  
Elaborado por: La Autora

### Microempresa

(Anzola R, 2010) Menciona que “es aquella organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas”(pág. 56)

La microempresa cumple con factores productivos para obtener bienes y servicios para la sociedad y de esta manera se puede satisfacer las preferencias de las personas.

#### 2.4.1.1.2. Según el sector de actividad

**Sector Primario:** Comprende las actividades de extracción directa de bienes de la naturaleza, sin transformaciones. Normalmente, se entiende que forman parte del sector primario la agricultura, la ganadería, las exportaciones forestales y la pesca.

**Sector Secundario:** Se refiere a las actividades que implican algún proceso de transformación de los productos obtenidos del sector primario o de los productos

suministrados por otras empresas del sector. Comprende actividades como la construcción, la industria manufacturera, la industria extractiva o la producción y distribución de energía eléctrica, gas y agua.

**Sector Terciario:** Se agrupan todas las actividades que no pertenecen a los otros dos sectores económicos. El producto final de las actividades de este sector no es un bien tangible. Por eso, a este sector también se le denomina sector servicios. Entre las ramas más importantes del sector terciario destacan: comercio, hostelería, transporte y almacenamiento, información y comunicaciones, actividades financieras y de seguros, actividades inmobiliarias, profesionales, científicas y técnicas, actividades administrativas y de servicios auxiliares, educativas, sanitarias y de asistencia social y otro tipo de actividades sociales, incluidos los servicios personales.

#### **2.4.1.1.3. Según el ámbito competitivo geográfico**

En el territorio en el que una empresa opera delimita el marco de referencia para estudiar las posibles relaciones recíprocas entre la propia empresa y el entorno político, social, laboral o económico. De este modo, teniendo en cuenta este criterio de clasificación, se distinguen las siguientes:

**Empresas locales:** Son aquellas que desarrollan su actividad en una localidad concreta, por ejemplo, Onda Jaén RTV.

**Empresas regionales:** Son aquellas que desarrollan su actividad en varias localidades o provincias de una región en concreto, por ejemplo, Canal Sur Televisión.

**Empresas nacionales:** Son aquellas que abastecen la demanda de un único país, en el que poseen todos sus activos y sus empleados; por ejemplo, el Grupo A3Media.

**Empresas internacionales:** Son aquellas que desarrollan toda la actividad productiva en el país de origen y comercializan o exportan sus bienes y servicios en los distintos países que atienden. Hablamos por tanto de empresas exportadoras.

**Empresas multinacionales:** Son aquellas que realizan sus actividades de producción o comercialización en distintos países a través de filiales, por lo que cuentan con activos y empleados en más de un país. Un ejemplo de ello sería el Grupo Telefónica.

**Empresas globales:** Son aquellas que tienen presencia prácticamente en todo el mundo. Un ejemplo de ello sería Google.

#### 2.4.1.2. Según criterios jurídicos

##### 2.4.1.2.1. Según la propiedad del capital

**Empresas privadas:** Son aquellas cuyo capital es propiedad de particulares, bien personas físicas o bien personas jurídicas (sociedades), según el derecho empresarial, por ejemplo, Inditex.

**Empresas públicas:** Son aquellas cuyo capital es propiedad total o parcial de las Administraciones Públicas (AAPP), ya sea el Estado, Comunidades Autónomas, Ayuntamientos., Diputaciones, etc.

##### 2.4.1.2.2. Según la forma jurídica

###### a) Personas físicas

**Empresario individual:** Es una persona física que realiza (en nombre propio y pro medio de una empresa) una actividad comercial, industrial o profesional. Responde con todo su patrimonio de las deudas de la misma

**Comunidad de bienes:** Existe una comunidad de bienes cuando la propiedad de una cosa o un derecho que ya existe pertenece proindiviso a varias personas por ejemplo, los herederos de locales comerciales.

**Sociedad civil:** Es un contrato mediante el cual dos o más personas ponen en común dinero, bienes o industria con ánimo de repartir entre sí las ganancias, es decir, siempre tiene su origen en un contrato privado en el que se detalla la naturaleza de las aportaciones y el porcentaje de aportación de cada socio.

###### b) Personas jurídicas

**Sociedad colectiva:** su característica diferencial es que sus socios responden personal, ilimitada y solidariamente de las deudas sociales, es decir todos los socios son responsables frente a los acreedores.

**Sociedad comanditaria simple:** existen dos socios los comanditarios y colectivos. Los socios colectivos tienen la misma responsabilidad y participación en el beneficio de la

sociedad, mientras que el socio comanditario al actuar como capitalista su responsabilidad es ilimitado y tiene derecho a la parte de sus beneficios.

**Sociedad capitalista:** es aquella en la que es más importante la aportación del capital de las características personales de los socios.

**Sociedad comanditaria por acciones:** son características generales son prácticamente comunes con las de la sociedad comanditaria simple, se diferencia en la participación de los socios comanditarios está representada por acciones.

### **Estudio de Mercado**

(Baca Urbina, 2001) Dice que se “entiende por mercado el área en que confluyen la fuerza de la oferta y demanda para realizar las transacciones de bienes y servicio a precios determinados”(pág. 14).

En el estudio de mercado me permite realizar una investigación de un producto similar al que yo voy a sacar al mercado por ende me permite saber cuánta oferta y demanda existe de esta manera puedo obtener un precio de mi producto.

#### **2.4.2. Producto**

Dice que para marketing el producto es mucho más que un objeto. Los clientes satisfechos compran satisfacciones, no productos. Siguiendo esta idea podemos definir el producto como un conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o beneficio al usuario o comprador.(Belío Galindo, 2007, pág. 15)

El producto que se va a elaborar en mi proyecto contiene muchos atributos ya que es un alimento saludable para los consumidores que lo quieran adquirir.

#### **2.4.3. Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado es el proceso de división del mercado en sub grupos homogéneo, con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos, que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades y alcanzar los objetivos de la empresa.(Cebrián Abellán, 2008, pág. 133)

El producto de mi proyecto está dirigido a una segmentación de mercado de la ciudad de Ibarra para que las familias de clase media, media alta y alta la puedan consumir.

#### **2.4.4. Mercado Meta**

El mercado meta, es la parte del mercado seleccionado por un productor o prestador de servicios, para ofertar los bienes o servicios que produce y para lo cual diseña un plan de mercadotecnia especial, con la finalidad de alcanzar sus objetivos corporativos. (Sulser Valdéz & Pedroza Escandón, 2004, pág. 67)

El mercado meta del proyecto será el producto final que se va a elaborar para luego vender al consumidor y así alcanza los objetivos de la microempresa.

#### **2.4.5. Demanda**

(Baca Urbina, 2001) Menciona que “se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado”(pág. 17).

Mediante la demanda puedo saber cuánto requiere el mercado del mi producto para satisfacer las necesidades y gustos de los consumidores, en donde se realizará una investigación de campo de esta manera sacar el producto al mercado.

#### **2.4.6. Oferta**

(Sulser Valdéz & Pedroza Escandón, 2004) Menciona que “la oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercadería que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”(pág. 73).

En el proyecto se va a ofrecer una cierta cantidad del producto en el cálculo del número de personas que estarían dispuestas a consumir mi producto mediante una investigación que se realizara al mercado.

#### **2.4.7. Demanda Insatisfecha**

(Carrión, 1973) Dice que “la demanda insatisfecha del producto es una cantidad determinada, y se puede especificar los recursos que es necesario invertir para reducir el margen de

utilidades y satisfacer la demanda a un precio justificado por los costos de producción”(pág. 12).

En el proyecto se realizara el calcula en la oferta y demanda del producto para determinar el precio de mi producto mediante el cual se obtendrá la demanda insatisfecha del mismo.

#### **2.4.8. Precio**

(Baca Urbina, 2001) “Define que es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio”(pág. 48).

Para definir el precio de mi producto realizo una investigación de la oferta y demanda y así busco un equilibrio, cabe mencionar que el producto que se va a vender es de calidad y así los consumidores puedan adquirir el producto final.

#### **2.4.9. Comercialización (Plaza)**

Este término denomina un concepto relacionado con la distribución y la generación de oportunidades de compra: es el lugar donde se concreta el intercambio, el famoso “momento de la verdad”. Comprende dos áreas muy definidas. La primera, como ya se dijo, es el lugar concreto donde se vinculan la oferta y la demanda; la segunda es el proceso necesario para que el producto llegue al lugar de compra: nos referimos a la logística.(Dvoskin, 2004, pág. 28)

Se realizara la comercialización del producto a todos los habitantes de la ciudad ya que se distribuirá a tiendas, minimarket y supermercados de la ciudad de Ibarra para el consumo de sus familias.

#### **2.4.10. Promoción y Publicidad**

La promoción o comunicación, es el esfuerzo que hace la empresa para informar a los compradores y persuadirlos de que su producto es superior o ventajoso con respecto de los de la competencia. Abarca practicas disímiles como la publicidad gráfica en los medios y en la vía pública, la publicidad televisiva, las acciones concretas en los puntos de venta, el merchandising. (Dvoskin, 2004, pág. 28)



La promoción y publicidad que se va a realizar en el proyecto son bolates y publicidad boca a boca para promocionar el producto en donde se dará a conocer la informando que contiene este producto que se va a vender.

## **2.5. Estudio Técnico**

Menciona que el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 106)

En el estudio de mercado del proyecto se investigara el lugar en donde va a estar ubicada la empresa para la producción de mermelada de rosas en la ciudad de Ibarra.

### **2.5.1. Localización**

Dice que es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 112)

La localización de la empresa de producción y comercialización de mermelada de rosas será en la ciudad de Ibarra para la distribuir a todas las familias de la ciudad que deseen adquirir el producto.

### **2.5.2. Macro localización**

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 119)

En esta parte del proyecto se buscara el sitio más adecuado para la microempresa ya que se tomara en cuenta las condiciones de la oferta y demanda para buscar el terreno más adecuado para la realización del proyecto.

### **2.5.3. Micro localización**

La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.(Córdoba Padilla, 2011, pág. 121)

La micro localización se investigara el mejor lugar para colocar la microempresa por la cual se elaborara un plano del proyecto en donde estará ubicado para la producción.

### **2.5.4. Ingeniería del proyecto**

(Córdoba Padilla, 2011)Dice que: “el estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto”(pág. 123).

En la ingeniería del proyecto se investigara la mejor manera para utilizar mejor los recursos que se encuentran disponibles para la elaboración del producto final y de esta manera los habitantes de la ciudad lo consuman.

### **2.5.5. Tamaño del proyecto**

Menciona que el tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento” (Rojas, 2007). Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.(Córdoba Padilla, 2011, pág. 107)

La capacidad para producir el producto dependerá del número de hectáreas de flores que se obtendrá cada año para la elaboración de mermelada de rosas en frascos de 250 gramos.

### **2.5.6. Capacidad instalada**

(Córdoba Padilla, 2011) “Dice que capacidad instalada, que corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente”(pág. 108).

En el proyecto se utilizara los servicios de los trabajadores para producir el producto final y vender a tiendas, minimarket y supermercado, para lo cual se satisface a los habitantes de la ciudad de Ibarra.

### **2.5.7. Inversión del proyecto**

Mencionan que es el Conjunto de estudios mediante los cuales se formaliza una idea de negocios que tiene por objeto implementar la producción de un bien o servicio y resolver una necesidad humana. Serie ordenada de actividades orientadas hacia la inversión, fundamentadas en la planificación completa y coherente mediante la cual se espera que una serie de recursos humanos, financieros y materiales produzcan desarrollo económico y social. (Hamilton Wilson & Pezo Paredes, 2005, pág. 18)

En la realización del proyecto se investigara fuentes de financiamiento para lo cual se busca recursos como un préstamo del 70% y la inversión fija o propia sería del 30% para la implementación de la microempresa.

### **2.5.8. Activos fijos**

Dice que están constituidos por aquellos activos tangibles adquiridos o construidos por el ente económico, o que se encuentren en proceso de construcción, y tienen como objetivo utilizarse en forma permanente para la producción de bienes y servicios, para arrendarlos o usarlos en la administración de la empresa.(Meza Orozco, 2010, pág. 89)

Los activos que se van a utilizar en el proyecto para la producción del mermelada de rosas en la microempresa y de esta manera se llevara una administración para su funcionamiento.

### **2.5.9. Equipo de Servicio Informático**

(Córdoba Padilla, 2011)Menciona que “Maquinaria y equipo, rubro que comprende los bienes necesarios para la producción y los servicios de apoyo como el laboratorio, la planta

de energía, talleres de mantenimiento, unidades para transporte y oficinas o departamentos”(pág. 192).

En maquinaria y equipos será necesario obtener equipos informáticos para las oficinas y los que necesite para la producción del producto final.

#### **2.5.10. MOD**

La mano de obra representa el esfuerzo del trabajo humano que se aplica en la elaboración del producto. La mano de obra directa constituye el esfuerzo laboral que aplican los trabajadores que están físicamente relacionados con el proceso productivo, sea por acción manual u operando una maquinaria.(Sinisterra Valencia, 2006, pág. 14)

La mano de obra que se utiliza para la elaboración del producto será manual ya que no es necesario que se utilice una maquinaria para elaborar este producto.

#### **2.5.11. MPD**

La materia prima representa los materiales que, una vez sometidos a un proceso de transformación, se convierten en productos terminados. Para fabricar un producto se suele hacer uso de una amplia gama de materias primas. La materia prima directa hace referencia a todos los materiales que integran físicamente el producto terminado o que se puede asociar fácilmente con él. (Sinisterra Valencia, 2006, pág. 14)

La materia prima que se utiliza para la elaboración del producto serán las flores comestibles la cual se las conseguirá en las florícolas como en el pionero del cultivo de flores de la empresa Nevado Ecuador, además de los demás insumos que se los conseguirá en los mercados.

#### **2.5.12. CIF**

Los costos indirectos comprenden todos los costos asociados con la fabricación del producto, con la excepción de la materia prima directa y mano de obra indirecta y los sacrificios de valor que surgen por la utilización de la capacidad instalada, llamados costos generales de fabricación. (Sinisterra Valencia, 2006, pág. 15)

Los costos indirectos de fabricación del producto se los encontrara en el mercado para la elaboración del producto en donde se realizara una cotización de precios de estos costos.

### **2.5.13. Gastos Administrativos**

(Pastrana Pastrana, 2012) “Menciona que los gastos administrativos son los que se originan en la operación, dirección y control de una compañía”(pág. 6).

En los gastos administrativos del proyecto serán los sueldos del personal administrativo además del pago de impuesto predial para el funcionamiento de las oficinas también serán los útiles y papelería que se consumirá en microempresa.

### **2.5.14. Gastos de Ventas**

(Pastrana Pastrana, 2012) “Dice que gasto de ventas es el valor agregado que se genera en el proceso de ventas, hasta la entrega del producto desde la empresa hasta el cliente (solo en casos en que la empresa asuma el flete)”(pág. 6).

Los gastos de ventas serán un valor que se colocara para el proceso de las ventas es decir se le asignara un valor agregado al producto final si es con entrega se le cobrara la repartición de la mercancía a los distribuidores ya la empresa asume el flete.

### **2.5.15. Gastos Financieros**

Los gastos financieros se relacionan con la obtención de fondos para la operación de la empresa incluyen los intereses que se pagan por los préstamos y los gastos incurridos en el proceso de solicitud y aprobación de créditos para la compañía, gastos bancarios.(Pastrana Pastrana, 2012, pág. 6)

En la realización del proyecto se obtendrán fondos de una institución financiera para lo cual se realizara los respectivos pagos de dicho préstamo que se realizó.

### **2.5.16. Utilidad Neta**

Utilidad neta es la modificación observada en el capital contable de la entidad, después de su mantenimiento, durante un periodo contable determinado, originada por las transacciones efectuadas, eventos y otras circunstancias, excepto las distribuciones y los movimientos relativos al capital contribuido.(Quevedo Ramírez, 2005, pág. 44)

Mediante la observación del capital de la microempresa se realiza las transacciones correspondientes para distribuir el capital en la elaboración del proyecto.

### **2.5.17. Capital de trabajo**

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 192)

En el proyecto se utilizara el capital de trabajo para recuperar los ingresos en materiales ya sea de producción o los administrativos de esta manera se cancelara los pagos a los proveedores que se efectúen por parte de la microempresa.

### **2.6. Estudio financiero**

En el marco financiero se especifican las necesidades de recursos a invertir, con detalles de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación (aporte propio y créditos) y las estimaciones de ingresos y egresos para el período de vida útil del proyecto. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 168)

En el estudio financiero se establecerá los recursos del proyecto como son los ingresos y egresos que se generen en la venta del producto a los habitantes de la ciudad.

#### **2.6.1. Presupuesto de Ingreso**

Proyección de los ingresos Acorde al programa de producción, se efectúan las estimaciones de ingresos para el período de vida previsto a precios constantes y/o corrientes del producto resultante al finalizar el respectivo proyecto. Este período de vida puede ser distinto del ciclo de vida del proyecto y generalmente éste último es más corto que el primero. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 196)

En la proyección de los ingreso se buscara las estimaciones de los precios esto se lo realizara en periodos de tiempo ya que constantemente cambian los precios para lo cual se elaborara a corto plazo en el proyecto.

### **2.6.2. Presupuesto de Gasto**

Se presenta la secuencia de los egresos previstos a partir de la fase de ejecución del proyecto. Para ello se toma como base el calendario de las inversiones contempladas y las provisiones para la vida útil del proyecto, donde los egresos de operación y los otros egresos se comportan de modo aproximadamente constante. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 197)

En el presupuesto de gastos estarán los valores que el proyecto requiera para la implementación del mismo como el costo de la materia prima, pago de nóminas, servicios básicos, etc.

### **2.6.3. Estado de Situación Inicial**

Define que son los documentos básicos y esencialmente numéricos, elaborados mediante la aplicación de la ciencia contable, en los que se muestran la situación financiera de la empresa y los resultados de su operación, u otros aspectos de carácter financiero. Los más usuales son: el Balance General y el Estado de Pérdidas y Ganancias o Estado de Resultados. (Ávila Macedo, 2007, pág. 16)

En el estado de situación inicial de detallaran todos los aspectos de la microempresa por la cual me permite tomar decisiones a través de normas para mejorar el control de las operaciones de la misma.

### **2.6.4. Estado de Resultado**

El estado de resultados se registran todos los gastos que significan desembolso o no de dinero: gastos operacionales, gastos financieros, depreciación y amortización, etc. El estado de resultados muestra la utilidad contable de un ente económico durante un período, generalmente un año, sin que signifique que ésta esté disponible en caja para ser repartida, porque puede estar representada en inventarios, cartera, activos fijos. (Meza Orozco, 2010, pág. 249)

En el estado de resultados se realizara un registro de todos los ingresos y egresos ya que es importante calcular la utilidad o pérdida del proyecto en determinados ciclos del año para la marjora continua de la microempresa.

### **2.6.5. Estado de Flujo de Efectivo**

El flujo de efectivo Toda persona o compañía tiene entradas de dinero (ingresos) y desembolsos de dinero (costos) que ocurren en un tiempo dado. Estas entradas y desembolsos en un intervalo dado de tiempo constituyen un flujo de efectivo, en el cual los flujos de efectivo positivos representan usualmente entradas y los negativos representan desembolsos.(Fernández Luna, Mayagoitia Barragan, & Quintero Miranda, 2010, pág. 133)

Para los ingresos de dinero y los desembolsos del mismo se realiza un flujo de efectivo en donde representa las entradas y salidas del dinero aquí se constituye el ingreso de la venta del producto final a los habitantes de la ciudad.

### **2.6.6. Tasa de Rendimiento Media (TRM)**

La tasa de rendimiento media es la capacidad de una empresa para obtener utilidades o rentabilidad, es la efectividad real de la misma la cual depende de la eficiencia y eficacia de sus operaciones así como de los medios o recursos que dispone.(Chain, 2011, pág. 308)

La tasa es una utilidad real en donde se analiza la eficiencia y eficacia es decir la optimización de los recursos de la empresa así como el cumplimiento de sus objetivos dentro de la organización.

### **2.6.7. VAN**

(Baca Urbina, 2001)“Menciona que es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión”(pág. 213).

Para la elaboración del VAN en mi proyecto se utilizara una fórmula para traer los valores del flujo a valores presentes y de esta manera observar si se acepta la inversión del proyecto.

### **2.6.8. TIR**

La Tasa Interna de Retorno es aquella tasa que está ganando un interés sobre el saldo no recuperado de la inversión en cualquier momento de la duración del proyecto. En la medida de las condiciones y alcance del proyecto estos deben evaluarse de acuerdo a sus características, con unos sencillos ejemplos se expondrán sus fundamentos. Esta



es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones financiera dentro de las organizaciones.(Escalona, 2009, pág. 6)

Mediante el análisis de la tasa interna de retorno del proyecto se buscara recuperar la inversión según la duración del proyecto para lo cual se analiza la mejor alternativa en la toma de decisiones de la microempresa.

### **2.6.9. Costo Beneficio**

Define que el costo beneficio permite determina y compara la rentabilidad de los proyectos, contrastando el flujo de costos y beneficio actualizados, que se desprenden de su implementación. Los costos corresponden al valor de los recursos utilizados, en tanto que los beneficios son el valor de los bienes o servicios producidos por el proyecto.(Miranda Miranda, 2005, pág. 23)

Mediante el costo beneficio se determina cuáles van a ser los beneficios que se obtendrá el proyecto por la venta del producto es decir que los recursos que ha utilizado para la elaboración de este producto.

### **2.6.10. Periodo de Recuperación del Capital**

(Córdoba Padilla, 2011)“Menciona que es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial”(pág. 234).

En el periodo de recuperación del capital o inversión me permite determinar en qué tiempo voy a recuperar mi monto original es decir la inversión o capital que se ha invertido en el proyecto.

### **2.6.11. Punto de Equilibrio**

Menciona que en este análisis de punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones en relación con su manejo financiero.(Córdoba Padilla, 2011, pág. 205)

En el punto de equilibrio entre los ingresos y egresos para determinar cómo es el comportamiento de estos dos aspectos para el manejo financiero y de esta manera tomar una buena decisión en la organización.

## **2.7.Estructura Organizativa**

(Meza Orozco, 2010) “Menciona que este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales”(pág. 28).

Mediante la estructura de la organización se determina como va a ser la estructura organizacional esto se demuestra en un organigrama con las funciones que cada persona debe realizar en su cargo dentro de la organización.

### **2.7.1. Misión**

(Empresas, 2004) Define que “la misión de la empresa es el punto de partida de la actividad de la empresa cuya definición tiene mucho que ver con el negocio (actividad productiva y comercial) de la misma”(pág. 40)

La misión expresa la razón de ser de la empresa ya que constituye los principios de la misma cabe mencionar como es la empresa y a que se dedica.

### **2.7.2. Visión**

Menciona que la visión de la empresa constituye el conjunto de representaciones, tanto efectivas como racionales, que un individuo o un grupo de individuos asocian a una empresa o institución como resultado neto de las experiencias, creencias, actitudes, sentimientos e informaciones de dicho grupo de individuos, como reflejo de la cultura de la organización en las percepciones del entorno. (Empresas, 2004, pág. 77)

La visión de la empresa es como va a funcionar la organización en un determinado tiempo después de su implementación por lo general la visión se la realiza para 5 años.

### **2.7.3. Objetivos**

Un objetivo se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un periodo de tiempo específico. Los objetivos están relacionados con: Estrategias. Se

empieza a formular el “¿cómo?”. Planes de acción. Son respuestas de “¿cómo?”. Presupuesto. “Es el compromiso operacional de la empresa, con un horizonte de un año”. Se materializa y expresa casi exclusivamente en números. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 164)

Para la elaboración de los objetivos de la microempresa del proyecto se los realiza en la estructura de la organización para saber cuáles son mis metas a cumplir en esta microempresa.

#### **2.7.4. Estructura Orgánica**

Define que en toda actividad organizada se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final. Todo esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización. El conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en áreas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 168)

Mediante la estructura orgánica se divide las funciones en sus distintas aéreas de la microempresa del proyecto en relación con la organización y des esta manera se coordinan con todas las áreas para obtener un trabajo en equipo en la organización.

#### **2.7.5. Manual de Funciones**

Establece que es un manual es de suyo empírico, viable y fácil de comprender: significa un folleto, libro, carpeta, en que de una manera fácil de manejar se concentran, en forma sistemática, una serie de elementos administrativos para un fin concreto; orientar y uniformar la conducta que se presenta entre cada grupo humano en la empresa. (Reyes Ponce, 2004, pág. 260)

El manual de funciones se detallan las actividades que cada persona va a realizar en su puesto de trabajo cabe mencionar que estas funciones las establecen la empresa.

### **2.8. Impactos**

#### **2.8.1. Económico**

Establece que los aportes económicos La rentabilidad que se estime para cualquier proyecto dependerá de la magnitud de los beneficios netos que la empresa obtenga a cambio de la inversión realizada en su implementación, sean éstos obtenidos mediante

ingresos, mediante la creación de valor a los activos, o mediante la reducción de costos. Los beneficios económicos un proyecto se debe traducir en los resultados que le traerá a la región, como la generación de empleo, la reactivación de la economía o el incremento del PIB, dependiendo de su tamaño. (Córdoba Padilla, 2011, pág. 42)

En el impacto económico se analiza varios aspectos como el PIB, el desempleo, la tasa de interés y la inflación entre otros, estos aspectos son muy importantes para el desarrollo del proyecto ya que continuamente cambia el país.

### **2.8.2. Social**

(Diaz Avila & Sain, 2007), “social se refiere a cambios en indicadores relacionados con el empleo, salud e ingreso. Muchas veces no es posible asignarle un valor económico de forma directa, ya que no existe un mercado de referencia para este tipo de indicadores”(pág. 92).

En este impacto se analizara los ingresos de la población en los indicadores sociales ya que es muy importante para el desarrollo del proyecto.

### **2.8.3. Ambiental**

El concepto de “ambiente”, en el campo de la planificación y gestión ambiental, es amplio, multifacético y maleable. Amplio, porque puede incluir tanto la naturaleza como la sociedad. Multifacético, porque puede ser aprehendido desde diferentes perspectivas. Maleable, porque, al ser amplio y multifacético, puede ser disminuido o ampliado de acuerdo con las necesidades del analista o los intereses de los involucrados. (Sánchez, 2010, pág. 17)

El impacto ambiental se toma en consideración algunos aspectos que son favorables para las personas ya que se analiza que el producto que se ofrece a los habitantes no sea perjudicial para el consumo diario.

## **2.9. Legal**

### **2.9.1. Leyes**

Según (wordpress, 2011) “Las leyes, son las normas obligatorias que deben cumplir los participantes de una sociedad. Cada gobierno establece las leyes a su propio criterio, este decide dentro de sus dominios lo que es legal y lo que no lo es.”

En la parte legal del proyecto se observa y se investiga las leyes que rigen al producto para una buena producción del mismo ya que en el país existen leyes que hay que seguir.

#### **2.9.1.1.Ley Orgánica General de Salud (Código Orgánico de Salud)**

La autoridad sanitaria creara mecanismos regulatorios para los recursos que se destinan a la salud de cualquier fuente, esto se orienta a la implementación, seguimiento y evaluación de políticas, planes, programas y proyectos, según con los requerimientos de salud de la población.

#### **2.9.1.2.Ley Orgánica de defensa del consumidor**

La Ley Orgánica de defensa del consumidor establece derechos que tiene toda persona ya sea natural o jurídico que adquiera, utilice o consuma un bien o servicio determinado, así como las obligaciones de los proveedores que garanticen los derechos del consumidor.

#### **2.9.1.3.Ley del Artesano**

Esta Ley ampara a los artesanos que se dedican, en forma individual, de asociaciones, cooperativas, gremios o uniones artesanales, a la producción de bienes o servicios o artística y que transforman materia prima con predominio de la labor fundamentalmente manual, con auxilio o no de máquinas, equipos y herramientas, siempre que no sobrepasen en sus activos fijos, excluyéndose los terrenos y edificios, el monto señalado por la Ley.

### **2.9.2. Normas**

Según (Definición ABC, s.f.) “Las normas son las pautas de ordenamiento social que se establecen en una comunidad humana para organizar el comportamiento, las actitudes y las diferentes formas de actuar de modo de no entorpecer el bien común.”

La norma es una regla que se establece por un ente superior para ser cumplida por las personas de la organización.

#### **2.9.2.1.Norma del CODEX para las confituras, Jaleas y Mermeladas**

Esta norma se aplica a las confituras, jaleas y mermeladas, según se define en la Sección 2 infra, que están destinadas al consumo directo, inclusive para fines de hosterías o para re envasado en caso necesario.

## **CAPÍTULO III**

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

#### **3.1.Introducción**

En el estudio de mercado se lo realiza a las familias de la ciudad de Ibarra, de esta manera se obtiene la información necesaria para la aceptación de la mermelada de rosas, para esto se elabora encuestas y se aplica a las familias, con el fin de analizar el mercado y las características del producto, en la investigación se realizó la segmentación de mercado para identificar las costumbres de los consumidores y satisfacer sus necesidades.

Se realiza el análisis de la oferta y demanda en el mercado de esta manera para determinar qué tipo de sabores venden en los supermercados, se elabora las estrategias de comercialización del producto así como la descripción, beneficios y características del producto, también se identifica los precios y las marcas de los competidores en el mercado.

#### **3.2.Objetivo general del estudio de mercado**

- Determinar la demanda, oferta, precio, producto y comercialización de la mermelada de rosas en la Ciudad de Ibarra.

#### **3.3.Objetivos específicos**

- Identificar la demanda de la mermelada de rosas en la ciudad de Ibarra.
- Determinar la oferta del producto con la identificación de los posibles competidores mediante la encuesta y la observación.
- Identificar el entorno actual para establecerlos precios del producto.
- Elaborar estrategias de comercialización para dar a conocer el producto en el mercado.

#### **3.4.Variables**

- Demanda
- Oferta
- Precio

➤ Comercialización

### **3.5.Indicadores**

#### **3.5.1. Demanda**

- a) Tipos de mermeladas
- b) Frecuencia de adquisición
- c) Nivel socio económico medio, medio alto y alto.

#### **3.5.2. Oferta**

- a) Productos sustitutos
- b) Adquisición del producto
- c) Frecuencia de compra
- d) Cantidad de ofertantes de mermelada

#### **3.5.3. Precio**

- a) Precios de la competencia
- b) Descuentos
- c) Plazos de pago

#### **3.5.4. Comercialización**

- a) Producto
- b) Precio
- c) Plaza
- d) Publicidad

### 3.6.Matriz

Tabla N° 17

#### Matriz de relación del estudio de mercado

Objetivo	Variable	Indicador	Fuente de Información	Técnica
Identificar la demanda de la mermelada de rosas en la ciudad de Ibarra.	Demanda	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tipos de mermeladas</li> <li>➤ Frecuencia de adquisición</li> <li>➤ Nivel socio económico medio, medio alto y alto.</li> </ul>	Primaria	Encuesta
Determinar la oferta del producto con la identificación de los posibles competidores mediante la encuesta y la observación.	Oferta	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Productos sustitutos</li> <li>➤ Adquisición del producto</li> <li>➤ Frecuencia de compra</li> <li>➤ Cantidad de ofertantes de mermelada.</li> </ul>	Primaria	Encuesta
Identificar el entorno actual para establecer los precios del producto.	Precio	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Precios de la competencia</li> <li>➤ Descuentos</li> <li>➤ Plazo de pago</li> </ul>	Primaria	Encuesta
Elaborar estrategias de comercialización para dar a conocer el producto en el mercado.	Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Producto</li> <li>➤ Precio</li> <li>➤ Plaza</li> <li>➤ Publicidad</li> </ul>	Primaria	Encuesta

Elaborado por: La Autora



### **3.7.Segmentación del mercado**

En el segmento de mercado para la comercialización de la mermelada de rosas, se toma en cuenta los aspectos demográficos, y económicos de la ciudad de Ibarra; con el fin de identificar el mercado al cual se piensa ofrecer el producto y de esta manera satisfacer la demanda de los habitantes.

### **3.8.Mecánica operativa del estudio de mercado**

#### **3.8.1. Identificación de la población**

Mediante el censo del INEC del 2010 se realizó la respectiva investigación para obtener información de la población de la ciudad de Ibarra la cual cuenta con una población de 181.175 habitantes en la zona Urbana y Rural, cabe mencionar que la zona urbana está constituida por 5 parroquias y la zona rural por 7 parroquias.

De estos dos sectores se elige el sector Urbano con sus 5 parroquias de estas parroquias se escoge el número de familias que pueden consumir el producto en la ciudad de Ibarra.

#### **La Población Urbana**

Según el censo que se realizó por el INEC en el año 2010, la ciudad de Ibarra cuenta con una población de 131.856 habitantes en la zona urbana, cabe mencionar que la zona urbana está constituida por 5 parroquias.

#### **La Población por Familias en el Sector Urbano (INEC)**

En la ciudad de Ibarra la población en la zona urbana es de 131.856 habitantes dividida para 4,2 y el número de familias es 32.964 en total.

#### **La Población por Familias en las Parroquias**

Una vez investigado el sector Urbano de la ciudad de Ibarra se investiga la población en las parroquias San Francisco, Caranqui y Sagrario por su estatus económico en donde se determina que estas 3 parroquias están en condiciones de adquirir el producto ya que son de clase media, media alta y alta, así se obtiene un total de 64.806 habitantes en estas parroquias según datos del INEC del año 2010; se proyecta la población de las tres parroquias al año 2016 con la tasa de crecimiento del 1,90% del sector Urbano, así se obtiene un total de

72.554 habitantes de las tres parroquias esta población se divide para cuatro y se encuentra el número de familias para la investigación.

*Tabla N° 18*

***Población por familias parroquias***

<b>Población</b>	<b>N° de Habitantes</b>
Sector Urbano de la ciudad de Ibarra	131.856
Población Parroquias San Francisco, Caranqui Sagrario 2010	64.806
Población proyectada al 2016	72.554
<b>Familias</b>	<b>6.512</b>

Fuente: INEC

Elaborado por: La Autora

Una vez determinado la población de estas tres parroquias en las que se puede vender el producto se realiza la proyección de la población con una tasa de crecimiento del 1,90% para la población del sector Urbano la proyección de número de familias a 5 años.

Para la proyección de familias en las parroquias con un estatus económico medio, medio alto y alto que pueden adquirir el producto, se lo realiza de la siguiente manera.

*Tabla N° 19*

***Proyección de la población Parroquias***

<b>Año</b>	<b>Población</b>
2016	6512
2017	6635
2018	6762
2019	6890
2020	7021
2021	7154

Elaborado por: La Autora

Una vez realizado la proyección de la población de las parroquias San Francisco, Caranqui y Sagrario se realiza el cálculo con el estatus económico en la clase media con el 22,80% del estatus, en la clase media alta con el 11,22% y la clase alta con el 1,90% del estatus económico dando así un total de 35,90% de estas tres clases sociales, una vez determinado este porcentaje se multiplica para 72.554 que es el total proyectado de las tres parroquias y así se obtiene una población de 26.047 habitantes; se divide para cuatro que son los miembros

de la familia y se obtiene 6.512 familias en las tres parroquias del sector Urbano de la ciudad de Ibarra.

*Tabla N° 20*

***Estatus económico de clases sociales***

Clase alta	1,90%
Clase media alta	11,20%
Clase media	22,80%
<b>Total</b>	<b>35,90%</b>
Población	72554
<b>Total</b>	<b>26047</b>
<b>Miembros de familia</b>	<b>6512</b>

Elaborado por: La Autora

### 3.9. Mercado meta

El mercado meta para la elaboración de la mermelada de rosas será para la clase media, media alta y alta los que puedan adquirir y consumir el producto ya que tienen un nivel económico alto y pueden conseguir el producto que se ofrece en la ciudad de Ibarra.

### 3.10. Cálculo de la muestra

#### Formula del calcula de la muestra

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2 * Z^2}$$

N=6.512 Tamaño de la población

$\sigma= 0,5$  Varianza

$e=0,05$  Error máximo admisible de tamaño de la muestra

$Z=1,96$  Nivel de confianza

#### Calculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra se tomó el nivel económico medio, medio alto y alto para lo cual se toma en cuenta el margen de error del 5%

$$n = \frac{N * \sigma^2 * Z^2}{e^2(N - 1) + \sigma^2 * Z^2}$$

$$n = \frac{6.512 * (0,5)^2 * (1,96)^2}{(0,05)^2(6.512 - 1) + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

$$n = \frac{6254.1248}{17.2379}$$

$$n = 363$$

### 3.11. Tabulación y análisis de la información

#### 1. ¿Usted consume mermeladas?

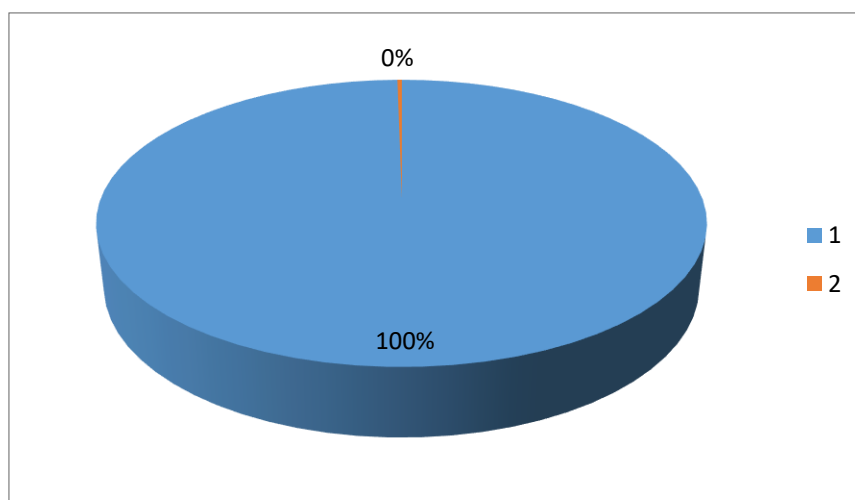
Tabla N° 21

#### Consumo de mermelada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	359	98,96%
No	4	1,04%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 14

#### Consumo de mermelada



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

#### Análisis

La mayoría de las familias de la ciudad de Ibarra les gusta consumir mermeladas según la encuesta realizada ya que prefieren adquirir el producto.

## 2. ¿Qué tipos de mermeladas consume?

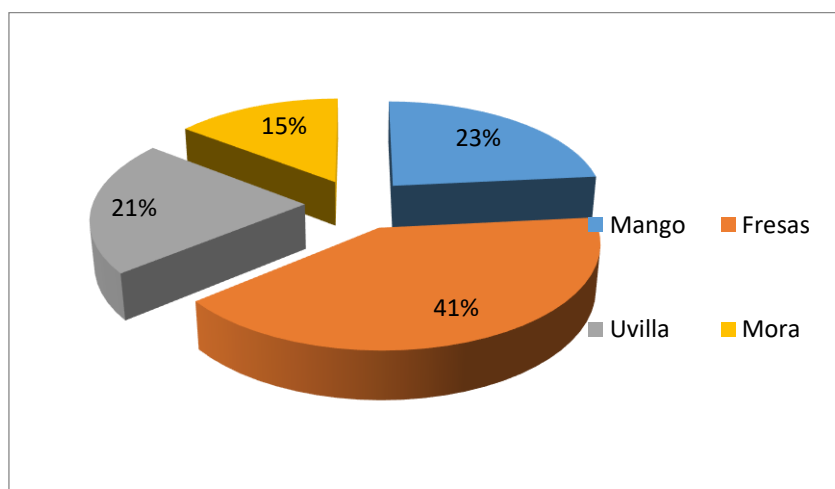
Tabla N° 22

### *Tipos de mermeladas*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mango	85	23,44%
Fresas	147	40,63%
Uvilla	78	21,35%
Mora	53	14,58%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 15

### *Tipos de mermeladas*



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

La mayoría de las personas respondieron que más consumen la mermelada de fresas por su mejor presentación y calidad del producto, cabe mencionar que también existe un porcentaje de personas que consumen mermelada de mango y de uvilla, de igual manera existe un mínimo de familias que les gusta consumir mermelada de mora; además se puede decir que les gustaría consumir otros sabores de mermeladas.

### 3. ¿Qué marca de mermelada consume habitualmente?

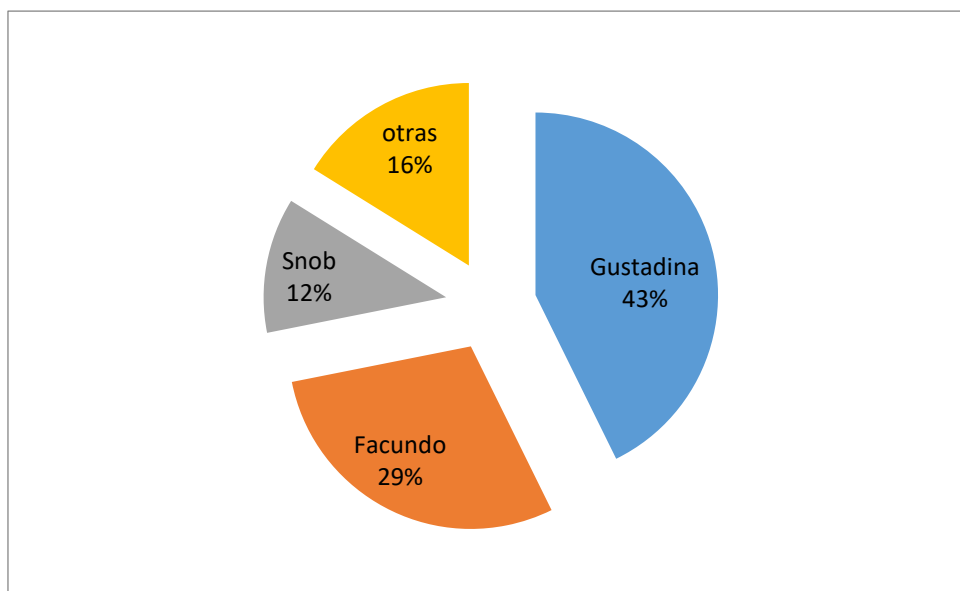
Tabla N° 23

#### Marca de consumo de mermelada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Gustadina	155	42,71%
Facundo	106	29,17%
Snob	43	11,98%
otras	59	16,15%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 16

#### Marca de consumo de mermelada



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

#### Análisis

Se puede observar que la mayoría de las personas prefieren consumir mermeladas de la marca Gustadina, además se manifiesta que la marca facundo es la segunda que marca que más consumen entre otras marcas de mermeladas de la ciudad de Ibarra; la marca Snob no es tan consumida a diferencia de las demás marcas que se ha investigado; de esta manera se busca mejorar la marca del producto que se va a elaborar.

#### 4. ¿Por qué consume este producto?

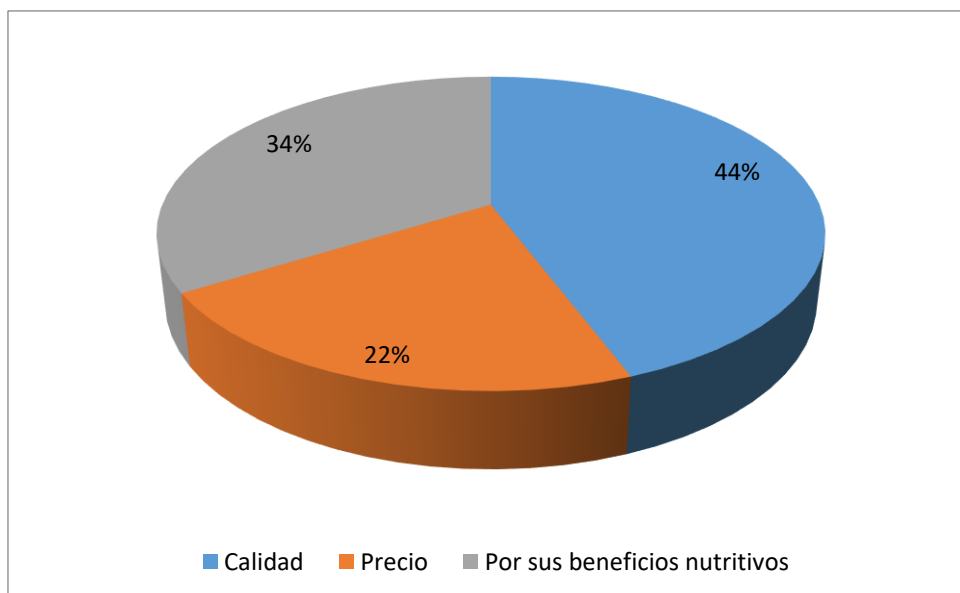
Tabla N° 24

##### Consumo del producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	161	44,27%
Precio	79	21,88%
Por sus beneficios nutritivos	123	33,85%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 17

##### Consumo del producto



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

#### Análisis

La población prefiere el producto por su calidad de esta manera se puede mencionar que a las personas les puede agrandar el producto que se va a elaborar en la microempresa, además pueden adquirir el producto por sus beneficios nutricionales en la ciudad de Ibarra.

5. ¿Estaría dispuesto a consumir mermelada de rosas cuyos beneficios son vitamina A, B, C y E para una mejor nutrición saludable?

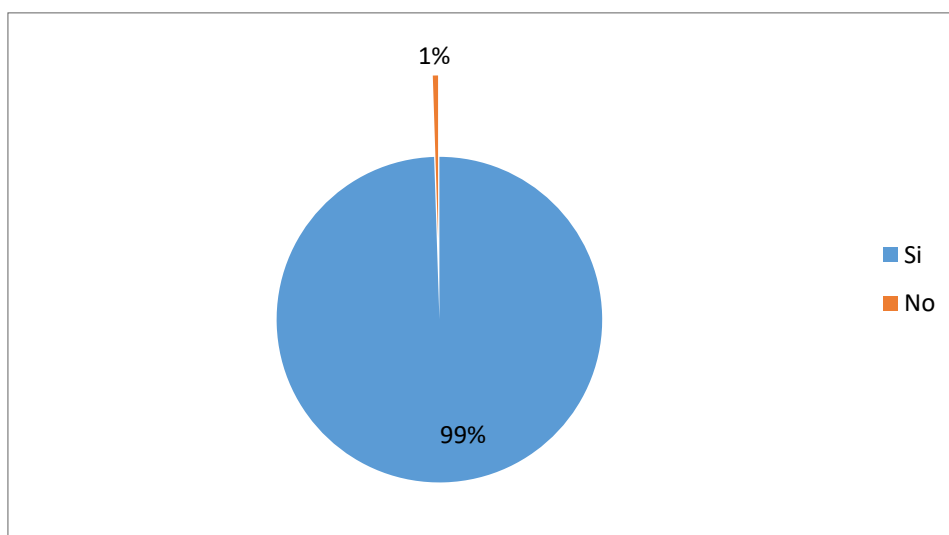
Tabla N° 25

*Aceptación del producto*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Si	361	99%
No	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 18

*Aceptación del producto*



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

**Análisis**

Según la realización de la encuesta la mayoría de las personas de la ciudad de Ibarra manifestaron que si les agradaría consumir la mermelada de rosas por sus beneficios como la vitamina A, B, C y E de esta manera pueden mejorar su nutrición al momento de consumirla.



## 6. ¿Con que frecuencia consume mermelada?

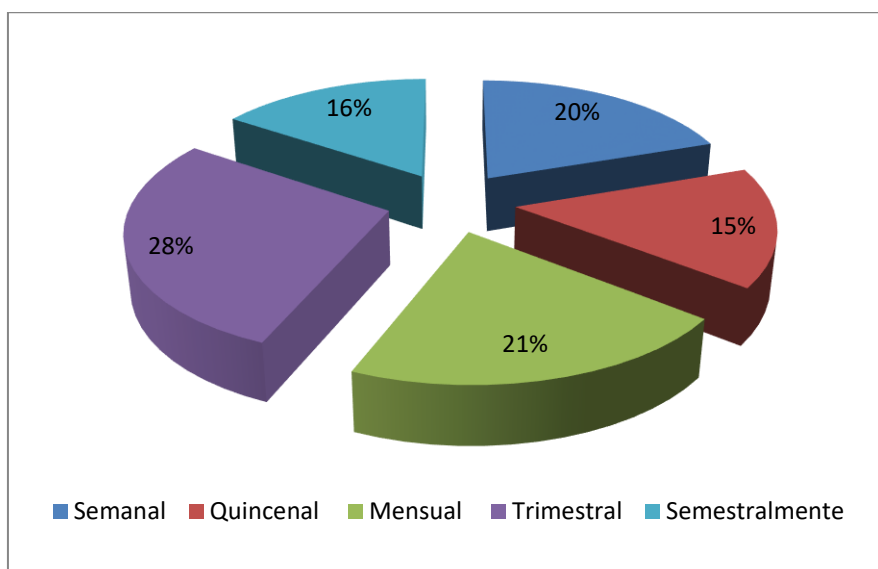
Tabla N° 26

### *Frecuencia del consumo*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Semanal	72	19,79%
Quincenal	57	15,63%
Mensual	76	20,83%
Trimestral	102	28,13%
Semestralmente	57	15,63%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 19

### *Frecuencia del consumo*



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Según la encuesta la mayoría de la población trimestral consume mermeladas, al igual cada semana consumen el producto; cada mes la población les gusta consumir el producto, pero existe un porcentaje mínimo que consumen en menores frecuencias el producto de mermeladas.

## 7. ¿Qué contenido generalmente le gustaría en su presentación?

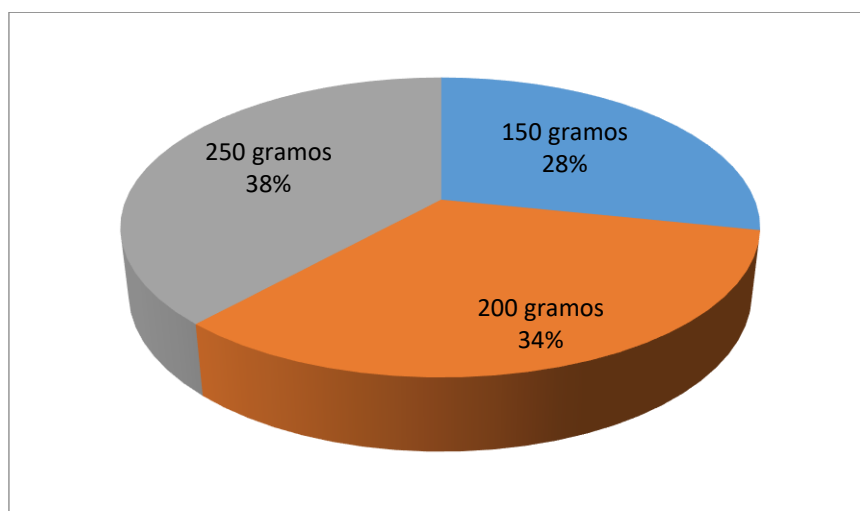
Tabla N° 27

### *Presentación del producto*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
150 gramos	102	28,13%
200 gramos	121	33,33%
250 gramos	138	38,13%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 20

### *Presentación del producto*



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Una gran cantidad de personas en la ciudad mencionaron que les agradaría que el producto que se va a ofrecer sea en una presentación de 250 gramos, además una menor cantidad de personas querían que la presentación del producto sea de 200 y 150 gramos.

## 8. ¿Qué precio considera adecuado para el expendio del producto?

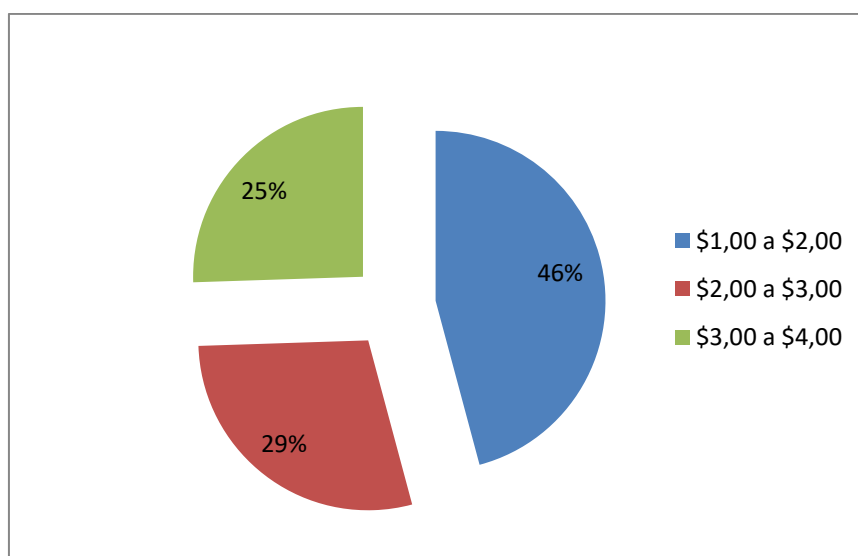
Tabla N° 28

### *Precio del producto*

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00 a \$2,00	166	45,83%
\$2,00 a \$3,00	104	28,65%
\$3,00 a \$4,00	93	25,52%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 21

### *Precio del producto*



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Según la encuesta que se ha realizado en la ciudad de Ibarra la población han decidido optar por el precio más bajo para el consumo de mermelada ya que se basan en la calidad del producto.

## 9. ¿En dónde le gustaría adquirir su mermelada?

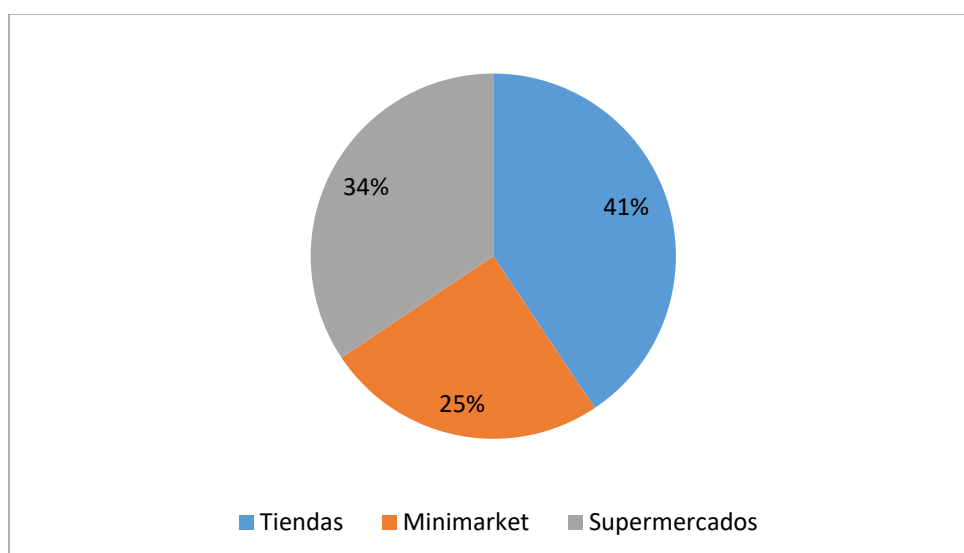
Tabla N° 29

### Adquisición del producto

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	78	40,63%
Minimarket	48	25,00%
Supermercados	66	34,38%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 22

### Adquisición del producto



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### Análisis

La población de Ibarra se gustaría adquirir la mermelada en tiendas para mayor facilidad de encontrar lo que desean y según el lugar en donde viven pero existe una menor población que les gustaría que el producto lo puedan adquirir en los supermercados y otras familias les gustaría que fueran en los minimarket de la ciudad.

## 10. ¿Qué presentación prefiere?

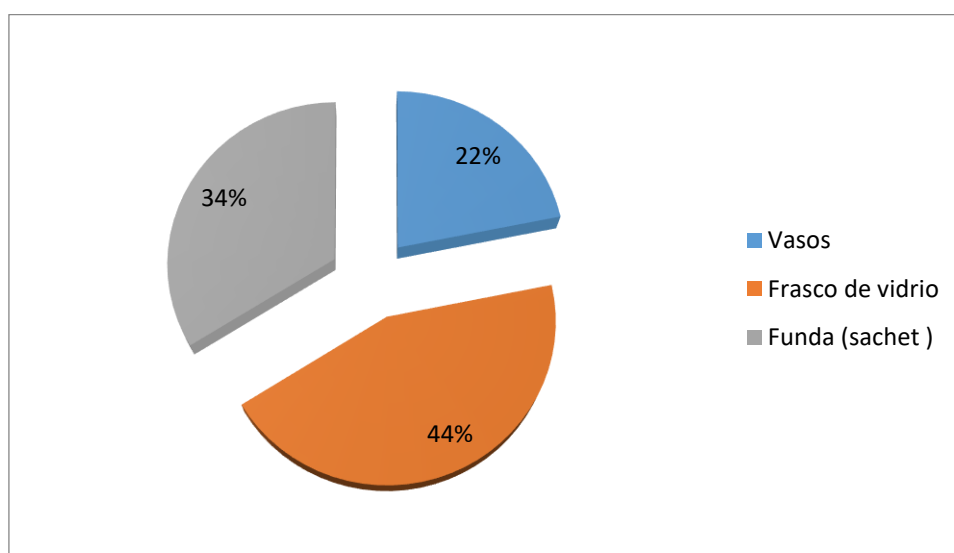
Tabla N° 30

### *Presentación del producto*

<b>Respuesta</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Vasos	79	21,88%
Frasco de vidrio	161	44,27%
Funda (sachet )	123	33,85%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 24

### *Presentación del producto*



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### **Análisis**

Las familias de la ciudad de Ibarra prefieren la presentación del producto en frascos de vidrio para su mayor manejo aunque existen personas que desean comprar el producto en fundas es decir sachet.

## 11. ¿Cómo le gustaría informarse acerca de este producto en el mercado?

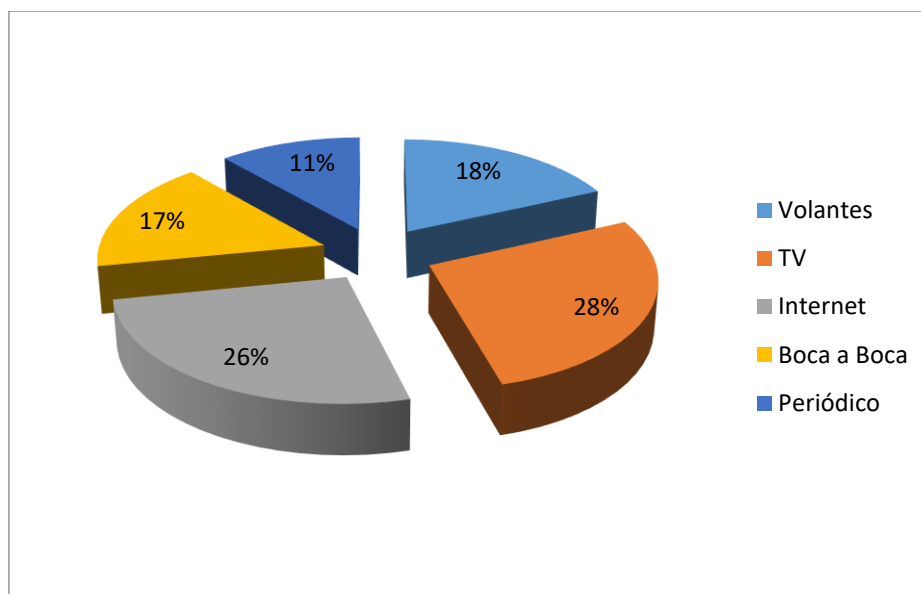
Tabla N° 31

### Medios de información

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Volantes	66	18,23%
TV	100	27,60%
Internet	95	26,04%
Boca a Boca	61	16,67%
Periódico	42	11,46%
<b>TOTAL</b>	<b>363</b>	<b>100%</b>

Grafico 25

### Medios de comunicación



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

### Análisis

Según la investigación realizada a la población de Ibarra prefieren que el medio de comunicación sea por internet para mayor facilidad de los consumidores ya que pueden acceder con más facilidad, además de que la población desea que se realice la publicidad por otros medios como la televisión y volantes, una mínima cantidad de población desea que la publicidad se la realice por periódico y boca a boca.

### 3.12. Demanda

Para realizar la demanda actual del producto se toma en referencia la encuesta que se realizó a los consumidores de la ciudad de Ibarra esto se lo realizo por familias mediante la disponibilidad para comprar y la frecuencia que tiene el producto para los habitantes.

A continuación se detalla la demanda del producto según datos de la encuesta:

*Tabla N° 32*

#### *Demanda según la encuesta*

<b># Población en Parroquias</b>	<b>6512</b>
% dispuesta al consumo de mermelada de rosas	99,48%
<b>Total de familias</b>	<b>6478</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

El número de familias se multiplica por el porcentaje de frecuencia, luego de esto se multiplica por la cantidad de compra del producto de los consumidores y de esta manera se obtiene la demanda por frecuencia una vez realizado la operación se determina la demanda anual.

*Tabla N° 33*

#### *Demanda anual*

# veces	Frecuencia	Porcentaje	Subtotal	Cantidad de Compra	Subtotal	Demanda Anual
48	Semanal	19,79%	1282	1	1282	61535
24	Quincenal	15,63%	1012	1	1012	24300
12	Mensual	20,83%	1349	1	1349	16192
4	Trimestral	28,13%	1822	1	1822	7289
2	Semestralmente	15,63%	1012	1	1012	2025
<b>Total</b>						<b>111341</b>

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

### 3.13. Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda de la mermelada de rosas se establece el crecimiento de la población de 1,90% según datos del INEC para lo cual se utiliza la siguiente formula.

#### Fórmula para la proyección de la demanda

$$Dn = Do(1 + i)^n$$

**Dn** = Demanda Futura

**Do** = Demanda establecida en las encuestas

**i** = 1,90% de la tasa de crecimiento de la población

**n** = 5 años de proyección

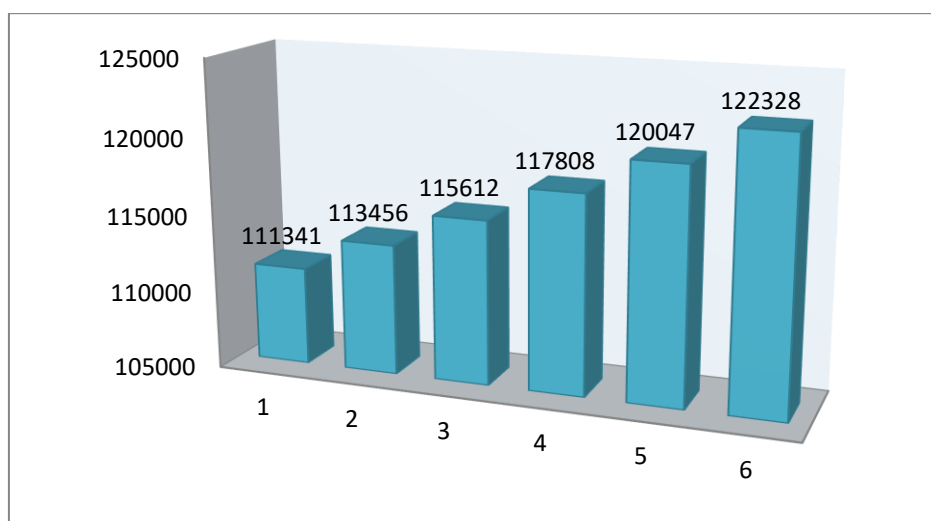
Tabla N° 34

#### Proyección de la demanda

Año	Proyección de la demanda
2016	111341
2017 (Año 1)	113456
2018	115612
2019	117808
2020	120047
2021	122328

Grafico 26

#### Proyección del al demanda



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: La Autora



### 3.14. Oferta

Para establecer la oferta se realiza una entrevista no estructurada al personal de los supermercados como el Supermaxí, el Gran AKI, Santa María y el Tía, en donde se plantea la posibilidad de que estos supermercados adquirieran la mermelada de rosas para lo cual se presenta el siguiente cuadro con las marcas más conocidas de la Ciudad, también se considera que la marca más reconocida es Gustadina ya que las personas prefieren el producto por su presentación, tamaño del envase, diferentes precios, nivel de azúcar y la calidad; además en otros mercados se incluye el mercado amazonas y las ferias artesanales en donde se observa la venta de productos de mermeladas que la ciudad puede adquirir.

*Tabla N° 35*

#### *Oferta actual*

<b>Supermercados</b>	<b>Cantidad de ventas en unidades</b>	<b>Cantidad total mensual</b>	<b>Cantidad total anual</b>
<b>Supermaxí</b>			
Gustadina	6	180	2160
Facundo	5	150	1800
Snob	3	90	1080
<b>Gran AKI</b>			
Gustadina	5	150	1800
Facundo	4	120	1440
Snob	3	90	1080
AKI	3	90	1080
<b>Santa María</b>			
Gustadina	7	210	2520
Facundo	5	150	1800
Snob	4	120	1440
María Morena	3	90	1080
San Jorge	5	150	1800
<b>Tía</b>			
Gustadina	5	150	1800
Facundo	4	120	1440
Snob	3	90	1080
<b>Otras</b>	56	1680	20160
<b>Total</b>			<b>43560</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: La Autora

### 3.15. Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se utiliza la tasa de crecimiento del 1,90% según datos del INEC para la realización de la proyección de la oferta se utiliza la siguiente fórmula.

#### Fórmula para la proyección de la oferta

$$O_n = O_o(1 + i)^n$$

$O_n$  = Oferta Futura

$O_o$  = 43560 Oferta según la investigación

$i$  = 1,90% de la tasa de crecimiento de la población

$n$  = 5 años de proyección

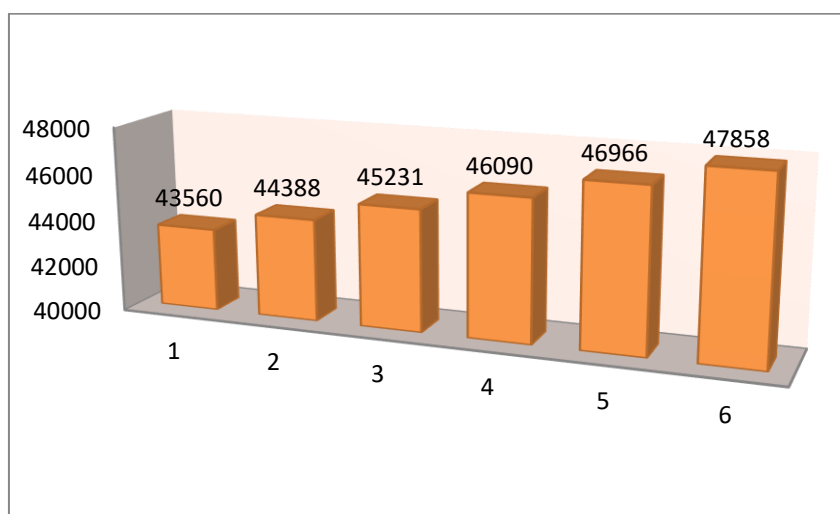
Tabla N° 36

#### Proyección de la oferta

Año	Proyección de la oferta
2016	43560
2017 (Año 1)	44388
2018	45231
2019	46090
2020	46966
2021	47858

Grafico 27

#### Proyección de la oferta



Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: La Autora

### 3.16. Demanda insatisfecha

En la realización de la demanda insatisfecha del producto se la obtuvo de la diferencia entre la demanda y oferta de los datos obtenidos, a continuación se presenta la demanda insatisfecha.

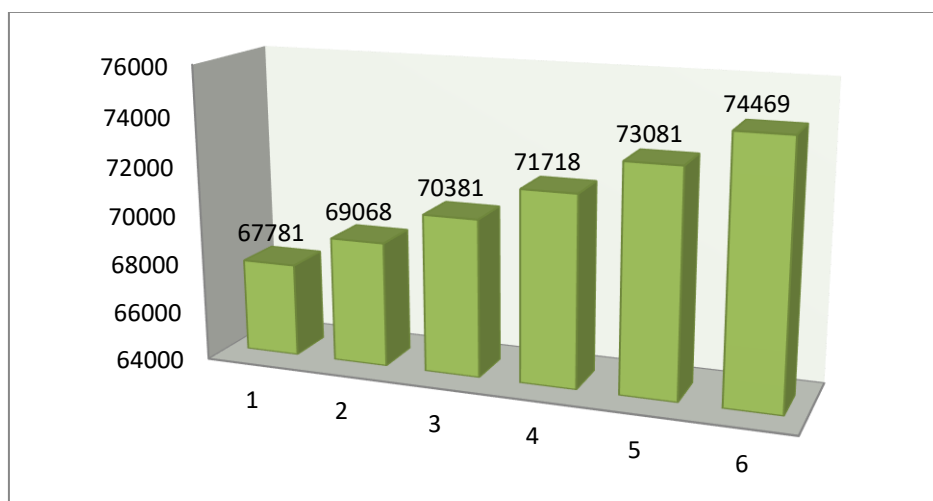
Tabla N° 37

#### *Demanda insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2016	111341	43560	67781
2017 (Año 1)	113456	44388	69068
2018	115612	45231	70381
2019	117808	46090	71718
2020	120047	46966	73081
2021	122328	47858	74469

Grafico 28

#### *Demanda insatisfecha*



Elaborado por: La Autora

### 3.17. Determinación del precio del producto

Según la investigación realizada a los supermercados de la ciudad de Ibarra se observa que el producto de mermeladas tiene diferentes presentaciones y marcas para lo cual son comercializadas en varias cantidades de 100, 150, 240,250 gramos, cuyos precios varían desde 0,56 hasta 1,51 dólares esto depende de la marca y el lugar en donde se comercializa el producto.

Tabla N° 38

**Determinación de precios en supermercados**

<b>Supermercados</b>	<b>Precio en 250 gramos</b>
<b>Supermaxí</b>	
Gustadina	2,11
Facundo	2,11
Snob	1,04
<b>Gran AKI</b>	
Gustadina	1,61
Facundo	2,27
Snob	1,51
AKI	1,33
<b>Santa María</b>	
Gustadina	1,12
Facundo	2,50
Snob	1,06
María Morena	2,30
San Jorge	1,80
<b>Tía</b>	
Gustadina	1,50
Facundo	2,25
Snob	1,15

Fuente: Investigación en supermercados  
Elaborado por: La Autora

Para la determinación de los precios de la microempresa de mermelada de rosas se toma en cuenta los precios de la competencia para lo cual en la encuesta se estableció un precio en donde los consumidores han optado por un rango de precio de \$1,00 hasta 2,00 dólares en las unidades de 250 gramos

Para realizar la proyección del precio en la presentación de 250 gramos se utiliza el porcentaje de inflación de Enero del 2017 es del 1,12% para realizar la proyección a 5 años.

Tabla N° 39

**Proyección del precio**

<b>Año</b>	<b>Precio</b>
0	2,00
1	2,02
2	2,05
3	2,07
4	2,09
5	2,11

Elaborado por: La Autora

**3.18. Presentación del producto**

En la investigación del estudio de mercado se realiza la elaboración y comercialización de mermelada de rosas dentro del mercado, ya que cuesta con un valor agregado además es un producto innovador, rico en nutrientes y con vitaminas.

La mermelada de rosas es un producto nuevo e innovador además de ser natural ya que le ayuda a mantenerse saludable, este producto puede agradarle ya que las personas pueden degustar en sus desayunos.

Grafico 29

**Presentación del producto**

Elaborado por: La Autora

**Características del producto**

- Las flores que se van a utilizar son rosas que estará sin residuos químicos para no afecten a las personas
- El producto es 100% natural ya que contiene una materia prima sin químicos de esta manera es más saludable para las personas.
- Cumple con la aprobación de un ingeniero químico de PH y acidez.
- El peso del envase de vidrio será de 250 gramos

## Composición nutricional

Tabla N° 40

### Composición nutricional

Color	% Humedad / Moisture	% Cenizas / Ash	% Grasa / Fat	% Proteína / Protein
Púrpura / Purple	91.4±0.9 a	0.8±0.1 a	0.2±0.0 a	1.4±0.0 a
Rosa / Pink	91.2±1.8 a	0.6±0.1 a	1.6±0.0 b	1.2±0.0 a
Naranja / Orange	89.4±0.9 a	0.8±0.01 a	0.4±0.0 c	1.4±0.2 a
Amarillo / Yellow	88.9±0.9 a	0.8±0.1 a	1.2±0.0 d	4.0±2.4 a
Rojo / Red	92.0±0.8 a	0.7±0.1 a	0.5±0.1 e	1.2±0.3 a
Blanco / White	90.6±0.9 a	0.9±0.1 a	1.0±0.3 f	1.3±0.5 a
Morado / Lilac	90.5±0.6 a	0.7±0.01 a	0.4±0.0 g	0.8±0.0 a
CV	0.04	0.47	0.68	0.68

Elaborado por: La Autora

## Beneficios nutritivos

Al consumir flores estamos aprovechando todas sus propiedades para obtener beneficios para nuestra salud, algunos de estos beneficios son:

- Nos aportan gran cantidad de vitaminas (A, B, C, D, E, etc.), así como minerales, proteínas y aminoácidos.
- Dan color y sabor a los platos haciéndolos más apetecibles.
- Algunas flores colaboran en una mejor digestión.
- Son muchas las flores comestibles que tienen propiedades antioxidantes.
- Contienen Fito nutrientes y flavonoides que son importantes para reducir el riesgo de aparición de algunas enfermedades.

## Análisis de la competencia mermeladas artesanales y orgánicas

Mediante la investigación realizada se encontró que existen diferentes tipos de mermeladas en tamaño, marca y sabor como: mango, frutilla, guayaba, naranja entre otras, de las cuales estos productos tienen diferentes características y beneficios para el consumo de las personas en la ciudad de Ibarra.

Como ya se mencionó antes los principales competidores son Gustadina, facundo, snob, entre otros con sus diferentes sabores.

Mediante el estudio de mercado se elabora el resultado sobre los competidores principales en donde se ha considerado la calidad, variedad, las características, el valor nutricional, las líneas de producción y la presentación de cada producto.

Es un reto para el proyecto competir con el posicionamiento que actualmente posee en el mercado las mermeladas, de esta manera se ha considerado las características que los consumidores de mermeladas en frutas han seleccionado los productos para la alimentación.

Otra de las competencias son las mermeladas artesanales y las mermeladas orgánicas que existen en la ciudad de Ibarra como en las ferias que es una forma de comercializar los productos en los últimos años se han instalado en la Plazoleta Francisco Calderón (Plazoleta del Águila) y desde el año anterior en el Parque San Agustín.

La señora Alejandra Garzón, creó, junto a otros productores orgánicos y artesanales, la 'Feria Munay' que se realiza todos los miércoles y viernes de 9:30 a 13:00 en la Plazoleta del Águila en estas ferias se puede encontrar una línea de mermeladas medicinales, hechas con frutas y panela orgánica.

Por otro lado, los productos tradicionales y comida ancestral se venden en la 'Feria Pakta', que se desarrolla en el Parque San Agustín.

### **3.19. Comercialización**

En la microempresa se elabora estrategias de mercado las cuales se determinan cual va a ser la posición del producto en la mente de los consumidores, se realiza las cuatro P del marketing como el producto, precio, plaza y promoción de esta manera se busca el posicionamiento en la marca y la microempresa.

#### **Producto**

En la comercialización de mermelada de rosas, se elaborara el producto en donde se resaltara las propiedades y nutrientes que ofrecen las rosas. Además se daría a conocer el cultivo de la materia prima en donde se demuestra que el producto es orgánico con abonos y repelentes biológicos sin sustancias químicas para beneficio de las personas en la salud y el medio ambiente.

### **Estrategias del producto**

- El producto tendrá una presentación de 250 gramos que se entregara en frascos de vidrio al consumidor final.
- Realizar degustaciones del producto para que conozcan la presentación del producto y de esta manera pueda apreciar los atributos de las rosas comestibles.

### **Precio**

El precio del producto que se va a entregar a los intermediarios es un valor similar al de la competencia de los supermercados, tiendas y minimarket que tienen diferentes precios y cantidades de los productos al igual que sus diferentes marcas.

### **Estrategias del precio**

- Se establecerá diferentes promociones como por la compra de un producto se le regalara otro del mismo para que de esta manera los consumidores sientan que es un precio accesible para la adquisición de este producto.
- Se realiza descuentos por la compra de varias unidades de mermelada para el consumo de las personas.
- El precio de venta a los intermediarios serán establecidas según la calidad del producto que se va a ofrecer por sus propiedades y beneficios.

### **Plaza**

La venta del producto será a entregar por intermediarios para que esto lo vendan al consumidor final que son las familias de la ciudad de Ibarra.

En la venta será a intermediarios que se enfocaran en la distribución de:

- Tiendas
- Abastos
- Supermercados como el Supermaxí, el Gran AKI, Santa María y el Tía.

Estos puntos de venta serán escogidos mediante la investigación que se realizó en la ciudad en las parroquias de San Francisco, Caranqui y Sagrario según el estudio de mercado del producto.



A continuación se presenta el siguiente gráfico del canal de distribución:

Grafico 30

*Canal de distribución indirecto del producto*



Fuente: Estudio de mercado  
Elaborado por: La Autora

### 3.20. Promoción y publicidad

En la promoción y publicidad que se va a utilizar para que el consumidor acepte el producto como ya se mencionó anterior se colocara los beneficios y nutrientes de la mermelada en cada frasco.

Según la investigación los medios de publicidad serán realizar propagandas en internet como las redes sociales, además de, los periódicos y volantes para dar a conocer el producto que se está elaborando.

#### Estrategias de la promoción

- También se presentara el producto en ferias para que el consumidor deguste el producto y así dar a conocer los nutrientes del producto de esta manera se daría a conocer la microempresa que fabrica mermelada de rosas en la ciudad de Ibarra.
- Se participara en las ferias artesanales y de gastronomía que se realicen en la ciudad de Ibarra para dar a conocer el producto y así se elaboraría un medio de degustación a las personas.
- Se formara acuerdos con empresas para que distribuyan el producto al consumidor final es decir que se les proporcionara la publicidad necesaria para su distribución.

Grafico 31

*Volantes del producto*

Elaborado por: La Autora

### 3.21. Conclusiones del Estudio de Mercado

En el mercado de mermeladas no es muy conocido el producto que se va a producir ya que es nuevo pero este producto debe ser de calidad para que los consumidores acepten el producto por sus beneficios nutritivos y saludables de esta manera se identifica la segmentación de mercado ya que es para clase media, media alta y alta.

Mediante una análisis de la demanda se observó el comportamiento pasado y futuro ya que esta me permite establecer algunos factores que influyen a los consumidores al momento de adquirir un producto nuevo como la mermelada de rosas que es natural y saludable para el consumo humano.

Una vez realizado la proyección de la oferta se establece la demanda insatisfecha de mermeladas que existe en el mercado.

Existe un mercado por satisfacer ya que las personas aceptan algo nuevo y saludable de esta manera se establece la creación de una microempresa en la ciudad de Ibarra para distribuir el producto.

## CAPÍTULO IV

### 4. ESTUDIO TÉCNICO

#### 4.1.Objetivo general

Realizar un estudio técnico del proyecto para establecer la macro y micro localización, tamaño y presupuesto que se va a utilizar.

#### 4.2.Localización del proyecto

#### 4.3.Macro localización

En la localización de la microempresa para la producción y comercialización de mermelada de rosas se la ubicará en la Provincia de Imbabura, ciudad de Ibarra, la parroquia San Francisco, en el sector de Yuyucocha ya que cuenta con los elementos necesarios para la ubicación de la microempresa como es el local, la demanda y la disponibilidad de capital; también se considera la compra de la materia prima en donde se investiga y se concluye que existe un limitado en materia prima, de esta manera se busca nuevos proveedores para la adquisición de la materia para lo cual se encuentra un proveedor en Colombia y así se determina que se va a importar la materia prima para la obtención del producto final.

El lugar en donde se ubicara la microempresa será en la parroquia San Francisco, en la calle Armando Hidrobo y carrera 14 del sector Yuyucocha en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

Grafico 32

#### *Macro localización*



Elaborado por: La Autora

#### 4.4. Micro localización

Para realizar la micro localización de la microempresa se toma en cuenta todos los elementos que incluyen en el local como es el factor físico, comercial, legal y ambiental en donde este local cuenta con todos los servicios básicos y el transporte ya que el lugar es apto para la actividad económica de la ciudad de Ibarra.

Es un sitio para la ubicación de la microempresa, además se investiga los factores de la micro localización como los servicios básicos, el transporte, ya que el lugar es apto para la actividad económica en la ciudad de Ibarra. La micro localización del lugar es en la calle Armando Hidrobo y Carrera 14 en el Sector de Yuyucocha.

Grafico 33

#### *Micro localización*



Elaborado por: La Autora

#### 4.5. Tamaño del proyecto

En el tamaño del proyecto se investiga los siguientes factores:

- ✓ Demanda
- ✓ Disponibilidad de materia prima
- ✓ Inversión o financiamiento
- ✓ Equipamiento de la maquinaria
- ✓ Mano de obra

#### 4.5.1. Demanda

Según los datos de la encuesta que se realizó a las familias de la ciudad de Ibarra se toma en cuenta la frecuencia del consumo de mermelada; en donde se obtuvo una demanda insatisfecha de 67.781, la demanda que se puede cubrir es de 46.080 frascos anuales con un porcentaje de 67,98% para obtener una producción mensual de 3.840 frascos de 250 gramos

Para esto se toma en cuenta el número de frascos que se obtendrá cada año, de esta manera se incrementara en un 5% según como crece la microempresa.

*Tabla N° 41*

#### *Demanda a cubrir*

<b>Año</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Porcentaje a cubrir</b>	<b>Demanda a Cubrir</b>	<b>Producción mensual</b>
2016	67781	67,98%	46080	3840
2017 (Año 1)	69068	72,98%	50406	4201
2018	70381	77,98%	54883	4574
2019	71718	82,98%	59512	4959
2020	73081	87,98%	64296	5358
2021	74469	92,98%	69241	5770

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: La Autora

#### 4.5.2. Disponibilidad de materia prima

En el mundo existen alrededor de 300 tipos de flores comestibles. En Colombia, esta tendencia ha tomado fuerza en los últimos seis años; su uso gastronómico se da por factores como el sabor, la textura, la forma y el color.

Daniel Campo Robledo, director de Natunova, empresa Vallecaucana que produce flores comestibles, explica que el país, al ser de clima templado, tiene todos los pisos térmicos, lo que facilita el cultivo del 85 por ciento de estas especies.

La empresa NATUNOVA S A S se encuentra situada en el departamento de Antioquia, en la localidad Envigado y su dirección postal es CL 36 AA SUR 25 B 135, Envigado, Antioquia. Vía Dapa, Rincón de Dapa Cali, Vallé Del Cauca 76001000 Colombia

La empresa Natunova S A S facilita con 1280 cajas semanales de flores comestibles, cada caja contiene 25 flores a un precio de \$ 4 dólares por cada caja, si fuera a necesitar más cajas

para la producción de mermelada, me pondrían en contacto con la empresa y mediante una planificación anticipada es decir de 3 meses para programar la producción y así obtener más materia prima; la empresa está dispuesta a vender la materia prima pero el transporte desde Colombia a Ecuador corre por cuenta de la microempresa ya que se tiene que pagar en la aduana para que entre a Ecuador; es decir que, aquí está incluido el 14% que cobran en la aduana de la base imponible del total a transportar de Colombia a Ecuador por el cual el valor de cada caja será de \$ 4,56 incluyendo los costos de transportación.

#### **4.5.3. Inversión o financiamiento**

En la inversión del proyecto se la realizara con recursos propios y financiados por BAN ECUADOR a plazos y tasas razonables.

En la inversión propia se la obtendrá de la siguiente manera con la aportación de cada uno de los socios.

Accionista 1	13107,96
Accionista 2	13107,96
<b>Total</b>	<b>26215,92</b>

#### **4.5.4. Equipamiento de maquinaria**

En la elaboración de mermelada se va a utilizar las siguientes maquinarias la realizar el producto:

##### **Ollas**

Las ollas que se va a utilizar son de acero inoxidable para facilitar así la elaboración de producto.

##### **PH Metro**

Sirve para medir la acidez de la mermelada.

##### **Máquina de llenado y tapado**

Una vez que la mermelada este lista, pasa a la máquina de llenado que es donde el producto es depositado en los frascos de 250 gramos y además se continúa con el sellado de los mismos con las respectivas tapas.

#### 4.5.5. Mano de obra

En la mano de obra se buscara personal adecuado en alimentación para la elaboración de la mermelada de rosas ya que no se utiliza químicos para realizar este producto.

#### 4.6.Capacidad de la planta

Para la capacidad de la planta se considera algunos aspectos:

*Tabla N° 42*

##### *Capacidad de la planta*

Tiempo	Frascos
En una hora	24
1 Día de trabajo	192
Producción semanal	960
Productos mensual	3840
Productos anual	46080

Elaborado por: La Autora

Para la realización de esta tabla se realiza la siguiente distribución de la materia prima que se va a utilizar en cada día para la elaboración de mermelada de rosas para lo cual se producirá 24 frascos de mermelada en una hora.

Entonces

1 Hora → 24 frascos

8 Hora → 192 frascos

8 Horas → x total 192 frascos

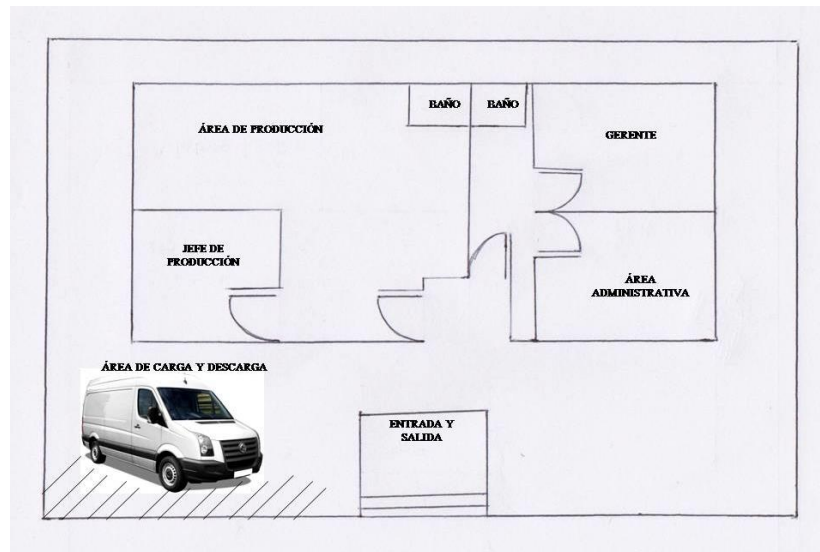
40 Horas → x total 960 frascos

Así se continúa las operaciones hasta obtener la producción anual

#### 4.7.Distribución de las instalaciones de la planta

Una vez identificado el tamaño del proyecto se determina el espacio físico como a estar operando el proyecto para esto se presenta el siguiente gráfico de la distribución de las instalaciones en el terreno.

Grafico 34  
*Distribución de la planta*



Elaborado por: La Autora

#### **4.8. Proceso productivo**

En este proceso se detalla los siguientes insumos para la elaboración de mermelada de rosas orgánicas o comestibles para satisfacer la demanda del mercado en la ciudad de Ibarra.

Para este producto se necesita componentes 100% naturales, es decir, un balance entre la Stevia, la acidez, cantidad de pectina y los pétalos de rosas.

#### **Materia prima**

La materia prima para la elaboración de la mermelada son los pétalos de rosas, lo principal es considerar que las flores estén libres de plagas y que las hojas no estén quemadas por efecto de los rayos solares y el agua.

Los pétalos pueden ser obtenidos desde su crecimiento es decir que a las rosas se las puede extraer cuando la flor se encuentra semi abierta.

Para la producción de la materia prima la cantidad que se va a utilizar son 1536.000 flores comestibles lo cual es 61440 cajas que se va a obtener al año, entonces se producirá 46080 frascos de mermelada de rosas comestibles.



## **Stevia**

La Stevia es un sustituto de la azúcar, ya que aporta cero calorías a nuestra dieta, y es el único endulzante natural totalmente seguro para el consumo diario, el endulzante que se va a utilizar en un año son 17.280 libras para la producción anual

## **Limón**

El cítrico proporcionado por la pulpa de limón es importante no solamente para la gelificación de la mermelada sino también para conferir brillo al color de la misma, mejora el sabor, evita la cristalización de la Stevia y prolonga el tiempo de vida útil, las unidades de limones que se va a utilizar en un año son 7.488 para la producción anual.

## **Pectina de frutas**

La pectina mide la capacidad de gelificar a la mermelada. La cantidad de pectina que se usa es variable pero se suele añadir una cantidad de 48 kilogramos de pectina para la producción de un año.

Para el proceso productivo de la mermelada de rosas es de la siguiente manera, mediante un flujograma de proceso productivo se sigue los siguientes pasos:

A continuación se menciona el proceso que se sigue para la elaboración de mermelada de rosas.

Recepción de la materia prima

Selección

Pesado

Lavado

Cocción

Adición de: la Stevia, jugo de limón y pectina

Esterilización

Envasado

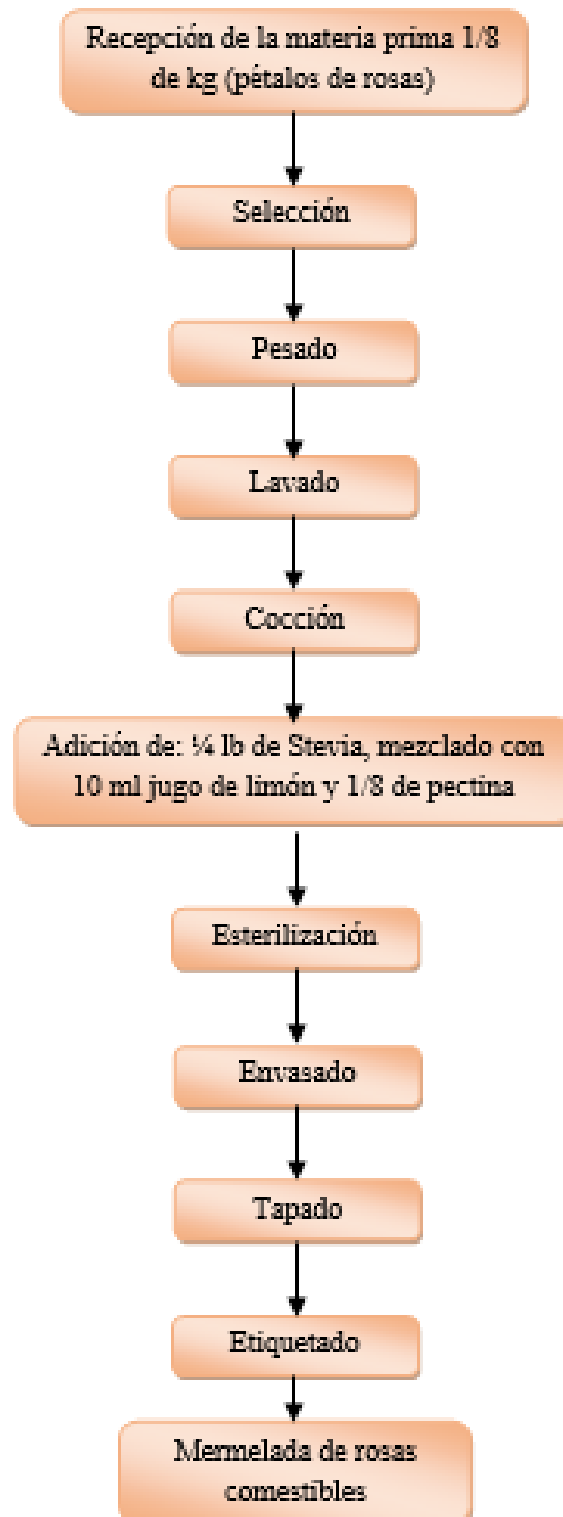
Tapado

Etiquetado

#### 4.9. Flujograma de procesos productivos

Grafico 35

*Flujograma de procesos*



Elaborado por: La Autora

## **4.10. Procedimiento**

### **Recepción de la materia prima**

Esta es la primera etapa para la elaboración de la mermelada de rosas en el cual se observa el color, olor y textura de las rosas comestibles verificando la calidad del producto.

### **Selección**

Se inicia con la selección de los pétalos, los cuales deben de estar en buenas condiciones, sin plagas ni quemados por el sol; los pétalos a utilizar deberán ser extraídos en el momento en este semi-abierta para las rosas ya que este es el punto máximo de concentración en aroma, color y sabor.

### **Pesado**

Esto es importante para determinar el rendimiento y calcular la cantidad de los demás ingredientes que se añadirán posteriormente.

### **Lavado**

Una vez seleccionado los pétalos a utilizar se lavan bien con agua potable, para eliminar suciedad y restos de tierra que puede estar adherida a los pétalos.

Para quitarle a los pétalos su amargor se le debe cortar la base que les sirve de articulación utilizando unas tijeras; lavarlos y escurrirlos bien, rociarlos con el jugo de un limón y presionarlos ligeramente

### **Cocción**

La cocción de la mezcla es la operación más importante para determinar la calidad de la mermelada, es por esto que requiere de mucha habilidad y practica de parte del operador. El tiempo de cocción depende de la textura y etapa de crecimiento de los pétalos, que varía entre 30 minutos y 40 minutos.

### **Adición de Stevia y jugo de limón**

Una vez que los pétalos estén en la etapa de cocción se agrega inmediatamente la Stevia en cantidades iguales a los gramos agregados en pétalos, el jugo de limón de dos limones por cada 250 gramos de pétalos, y 12 gramos de pectina por cada 250 gramos de pétalos, la

mermelada debe moverse hasta que se haya disuelto la Stevia y para evitar la formación de grumos por efecto de la pectina de frutas.

### **Esterilización**

El proceso de esterilización consiste en lavar los frascos con agua, enjuagarlos bien y hacerlos hervir durante una media hora.

Posteriormente sin dejarlos enfriar se pone a secar en el horno boca abajo, sobre la rejilla.

### **Envasado**

Los frascos, previamente secados en el horno y aun calientes se retiran del mismo y se procede a envasar la mermelada caliente, dejando un espacio libre de aproximadamente un centímetro.

### **Tapado**

Para terminar el proceso de envasado, se evaporizan las tapas con alcohol etílico al 70% (siete partes de alcohol y tres partes de agua), se dejan secar sobre una rejilla y a continuación se tapan los frascos.

### **Etiquetado**

Es importante etiquetar correctamente el producto elaborado, ya que esto brinda información y seguridad al consumidor.

## 4.11. Inversiones del proyecto

### 4.11.1. Inversión fija

#### a) Maquinaria y equipos

Tabla N° 43

#### *Maquinaria y equipo*

<b>Maquinaria y equipo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Olla # 40	2	150	300
Balanza	1	140	140
Ph metro	1	50	50
Cocina industrial	1	110	110
Gas	2	50	100
Máquina de empaque al vacío	1	2000	2000
Mesa de trabajo	1	150	150
<b>Total</b>			<b>2850</b>

Elaborado por: La Autora

#### b) Muebles y enseres

Tabla N° 44

#### *Muebles y enseres*

<b>Muebles y enseres</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorios	3	230	690
Juego de sillones	1	200	200
sillas giratorias	3	110	330
Archivador 4 gavetas	3	150	450
Papeleras	3	8,5	25,5
Sillas	5	15	75
<b>Total</b>			<b>1770,5</b>

Elaborado por: La Autora

**c) Equipos de oficina y sistemas informáticos**

*Tabla N° 45*

***Equipos de oficina y sistemas informáticos***

<b>Equipos de oficina y sistemas informáticos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Computadora	3	500	1500
Impresora	2	120	240
Teléfono	2	45	90
Línea de teléfono	1	150	150
extintor incendios	1	100	100
<b>Total</b>			<b>2080</b>

Elaborado por: La Autora

**d) Total inversión**

*Tabla N° 46*

***Total inversión***

<b>Activos fijos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Maquinaria y equipo	1	2850	2850
Equipos de oficina y sistemas informáticos	1	2080	2080
Muebles y enseres	1	1770,5	1770,5
<b>Total</b>			<b>6700,5</b>

Elaborado por: La Autora

**4.11.2. Inversión diferida**

En los gastos de constitución se presentan todos los documentos legales para la constitución y funcionamiento de la microempresa.

*Tabla N° 47*

***Inversión diferida***

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Gastos de Constitución	1	1000	1000
<b>Total</b>			<b>1000</b>

Elaborado por: La Autora

### 4.11.3. Costo de la producción

#### a. Materia prima directa

En la materia prima que se va a utilizar para realizar 192 frascos diarios dando un total de 960 frascos semanales de 250 gramos, de esta manera se obtiene 3840 mensual y se elaboraría anualmente 40080 frascos anuales.

Tabla N° 48

#### Materia prima directa e indirecta

Materia Prima directa	Cantidad	Unidad de medida	Valor unitario	Valor Total	Valor mensual	Valor anual
Rosas	1280	25 unidades por caja - semanal	4,56	5836,8	23347,2	280166,4
<b>Total</b>			<b>4,56</b>	<b>5836,8</b>	<b>23347,2</b>	<b>280166,4</b>
<b>MPI</b>						
Stevia	360	libras	0,60	216	864	10368
Limón	156	unidades	0,10	15,6	62,4	748,8
Pectina	1	kg	30	30	120	1440
<b>Total</b>			<b>30,70</b>	<b>261,60</b>	<b>1046,40</b>	<b>12556,80</b>

#### Costo unitario por producto

Materia Prima	Cantidad	Precio Unitario	Total
Rosas	33 flores	0,18	5,94
Stevia	35 gr.	0,018	0,63
Limón	8 u.	0,04	0,32
Pectina	0,125 gr.	3,75	3,75
<b>Costo total de 250 gr. de mermelada ( sin envase)</b>			<b>10,64</b>
Envase			0,35
<b>Costo total de 250 gr. de mermelada (con envase)</b>			<b>10,99</b>

Elaborado por: La Autora

## b. Mano de obra directa

Tabla N° 49

### Mano de obra directa

Cargo	Total	Aporte Patronal	Fondo de reserva	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
Jefe de producción	500	60,75	41,65	41,67	31,25	20,83	654,50	7854,00
Operario	375	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	498,69	5984,25
Operario	375	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	498,69	5984,25
<b>Total MOD</b>	<b>750</b>	<b>91,13</b>	<b>62,48</b>	<b>62,50</b>	<b>62,5</b>	<b>31,25</b>	<b>997,38</b>	<b>11968,50</b>

Elaborado por: La Autora

## c. Costos indirectos de fabricación

En los costos indirectos de fabricación se divide el total de los servicios básicos entre los departamentos de producción y el administrativo, para esto se realiza el siguiente cuadro indicando lo que se va a consumir en la producción del producto.

Tabla N° 50

### Costos indirectos de fabricación

CIF	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Valor mens	Valor anual
Luz 97 kwh	80	0,114	9,16	9,16	109,87
Agua 467	467	0,018	8,41	8,41	100,94
Teléfono			2,2	2,2	26,4
Envases	300	0,35	105	420	5040
Etiquetas	2	30	60	240	2880
MOI					0
MPI				1046	12556,80
Depreciación				20,25	243
<b>CIF Otros</b>					
Transporte y fletes	12	40	480	480,00	5760
<b>Total</b>				<b>1746,42</b>	<b>26717</b>

Elaborado por: La Autora



#### 4.11.4. Gastos administrativos

Tabla N° 51

##### Gastos administrativos

Gastos administrativos	Total	Aporte Patronal	Fondo de reserva	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
Administrador	500	60,75	41,65	41,67	31,25	20,83	654,50	7854
<b>Total</b>	<b>500</b>	<b>60,75</b>	<b>41,65</b>	<b>41,67</b>	<b>31,25</b>	<b>20,83</b>	<b>654,50</b>	<b>7854,00</b>

Elaborado por: La Autora

##### a) Suministros y materiales

Tabla N° 52

##### Suministros y materiales

Gastos suministros	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Valor mensual	Valor anual
Resma de hojas	1	4,12	4,12	4,12	49,44
Grapadoras	1	1,5	1,5	1,5	18
Cuadernos	1	1,75	1,75	1,75	21
Caja de esferos	1	2,3	2,3	2,3	27,6
Grapas	1	0,95	0,95	0,95	11,4
Perforadora	1	1,75	1,75	1,75	21
Carpetas	3	1	3	3	36
Sellos	1	15	15	15	180
Tinta de impresora	2	12	24	24	288
Basureros	3	3	9	9	108
<b>Herramientas utensilios</b>		<b>29</b>	<b>104</b>	<b>104</b>	<b>1248</b>
Mandiles	4	8	32	32	384
Gorras de cabello	4	1	4	4	48
Guantes	4	8	32	32	384
Botas	4	6	24	24	288
Tabla de picar	2	1,5	3	3	36
Cuchillos	2	1,5	3	3	36
Cuchara de madera	2	3	6	6	72
<b>Total</b>				<b>167,37</b>	<b>2008,44</b>

Elaborado por: La Autora

### b) Servicios básicos

En los servicios básicos se distribuye el consumo para el personal administrativo en donde se indica el consumo del personal en los servicios que utilizan en la microempresa a continuación se detalla el consumo al personal.

Tabla N° 53

#### Servicios básicos

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Valor mensual	Valor anual
Luz 146kwh	146	0,094	13,73	13,73	164,808
Agua 6	6	1	5,61	5,61	67,30
Teléfono			19,80	19,8	237,6
Internet			20	20	240
<b>Total</b>				<b>59,14</b>	<b>709,70</b>

Elaborado por: La Autora

### c) Arriendo

Tabla N° 54

#### Arriendo

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total	Valor mensual	Valor anual
Arriendo	1	250	250	250	3000
<b>Total</b>			<b>200</b>	<b>250</b>	<b>3000</b>

Elaborado por: La Autora

### 4.11.5. Gasto de ventas

Tabla N° 55

#### Gastos de ventas

Gastos de ventas	Cantidad	Sueldo	Aporte Patronal	Fondo de reserva	13 sueldo	14 sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
Vendedor	1	375	45,56	31,24	31,25	31,25	15,63	498,69	5984,25
<b>Total Gastos de ventas</b>		<b>375</b>	<b>45,56</b>	<b>31,24</b>	<b>31,25</b>	<b>31,25</b>	<b>15,625</b>	<b>498,69</b>	<b>5984,25</b>

Elaborado por: La Autora

### a) Publicidad y mantenimiento

Tabla N° 56

#### *Publicidad*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Volantes	200	0,15	30	30	360
Tarjetas de presentación	100	0,40	40	40	480
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>0,15</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>360</b>

Elaborado por: La Autora

### b) Mantenimiento y combustible

Tabla N° 57

#### *Mantenimiento y combustible*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Combustible vehículo			25	25	300
Mantenimiento vehículo	2	65	130	130	1560
<b>Total</b>				155	1860

Elaborado por: La Autora

### 4.11.6. Gastos financieros

Tabla N° 58

#### *Gastos financieros*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Interés	3120,92	3155,88	3191,22
<b>Total</b>	<b>3120,92</b>	<b>3155,88</b>	<b>3191,22</b>

Elaborado por: La Autora

### 4.11.7. Capital de trabajo

En el capital de trabajo se utiliza la fórmula del capital la cual se la realiza para un tiempo de dos meses es decir 60 días.

Tabla N° 59

**Capital de trabajo**

<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Anual</b>	<b>Valor 60 Días</b>
<b>Costos de producción</b>	<b>26090,99</b>	<b>318851,92</b>	<b>52414,01</b>
Materia prima directa	23347,2	280166,4	46054,75
Mano de obra directa	997,38	11968,5	1967,42
CIF	1746,42	26717,02	4391,84
<b>Gasto administrativo</b>	<b>1131,01</b>	<b>13572,14</b>	<b>2231,04</b>
Sueldo personal Adm	654,5	7854	1291,07
Gasto suministros	167,37	2008,44	330,15
Servicios básicos	59,14	709,70	116,66
Arriendo	250	3000	493,15
<b>Gasto de ventas</b>	<b>683,69</b>	<b>8204,25</b>	<b>1348,64</b>
Sueldo de ventas	498,69	5984,25	983,71
Combustible y mantenimiento	155	1860	305,75
Publicidad	30	360	59,18
<b>Gastos financieros</b>	<b>260,08</b>	<b>3120,95</b>	<b>513,03</b>
<b>Total</b>	<b>28165,77</b>	<b>343749,26</b>	<b>56506,73</b>
Depreciación	86,65	6030,45	991,31
<b>Total inversión</b>	<b>28079,12</b>	<b>337718,81</b>	<b>55515,42</b>

Elaborado por: La Autora

**4.11.8. Resumen de la inversión proyectada**

Tabla N° 60

**Resumen de la inversión**

<b>Inversión</b>	<b>Valor</b>
Activos fijos	6700,50
Inversión diferida	1000
Capital de trabajo	55515,42
<b>Total</b>	<b>63215,92</b>

Elaborado por: La Autora

#### 4.12. Financiamiento del proyecto

*Tabla N° 61*

##### *Financiamiento del proyecto*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Propio</b>	<b>Financiado</b>
Inversión fija	6700,50	2680,2	4020,30
Inversión diferida	1000	400	600,00
Inversión variable	55515,42	22206,17	33309,25
<b>Total de Inversión</b>	<b>63215,92</b>	<b>26215,92</b>	<b>37000,00</b>
	100%	40%	60%

Elaborado por: La Autora

## CAPÍTULO V

### 5. ESTUDIO FINANCIERO

#### 5.1. Objetivo general

Realizar el estudio económico financiero para la establecer la factibilidad del proyecto.

#### 5.2. Presupuesto de ingresos

Tabla N° 62

##### *Presupuesto de ingresos*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Mermeladas	46080	46596	47118	47646	48179
Precio	\$ 2,00	\$2,02	\$2,05	\$2,07	\$2,09
<b>Total</b>	<b>\$ 92.160,00</b>	<b>\$94.235,94</b>	<b>\$96.358,65</b>	<b>\$98.529,17</b>	<b>\$ 100.748,58</b>

Elaborado por: La Autora

#### 5.3. Presupuesto de costos y gastos

##### 5.3.1. Materia prima directa y los insumos

Tabla N° 63

##### *Materia prima directa e insumos*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Rosas	\$ 280.166,40	\$283.304,26	\$286.477,27	\$289.685,82	\$292.930,30
<b>Total</b>	<b>\$ 280.167,40</b>	<b>\$ 283.306,26</b>	<b>\$ 286.480,27</b>	<b>\$ 289.689,82</b>	<b>\$ 292.935,30</b>

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Stevia	\$ 10.368,00	\$ 10.484,12	\$ 10.601,54	\$ 10.720,28	\$ 10.840,35
Limón	\$ 748,80	\$ 757,19	\$ 765,67	\$ 774,24	\$ 782,91
Pectina	\$ 1.440,00	\$ 1.456,13	\$ 1.472,44	\$ 1.488,93	\$ 1.505,60
<b>Total</b>	<b>\$ 12.556,80</b>	<b>\$ 12.697,44</b>	<b>\$ 12.839,65</b>	<b>\$ 12.983,45</b>	<b>\$ 13.128,87</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.2. Mano de obra directa e indirecta

Tabla N° 64

#### *Mano de obra directa e indirecta*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Jefe de producción	\$ 7.854,00	\$ 7.941,96	\$ 8.030,91	\$ 8.120,86	\$ 8.211,81
Operario 1	\$ 5.984,25	\$ 6.051,27	\$ 6.119,05	\$ 6.187,58	\$ 6.256,88
Operario 2	\$ 5.984,25	\$ 6.051,27	\$ 6.119,05	\$ 6.187,58	\$ 6.256,88
<b>Total</b>	<b>\$ 19.822,50</b>	<b>\$ 20.044,51</b>	<b>\$ 20.269,01</b>	<b>\$ 20.496,02</b>	<b>\$ 20.725,58</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.3. CIF

Tabla N° 65

#### *Costos indirectos de fabricación*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Luz 97 kwh	\$ 109,87	\$ 111,10	\$ 112,35	\$ 113,61	\$ 114,88
Agua 467	\$ 100,94	\$ 102,07	\$ 103,22	\$ 104,37	\$ 105,54
Teléfono	\$ 26,40	\$ 26,70	\$ 26,99	\$ 27,30	\$ 27,60
Envases	\$ 5.040,00	\$ 5.096,45	\$ 5.153,53	\$ 5.211,25	\$ 5.269,61
Etiquetas	\$ 2.880,00	\$ 2.912,26	\$ 2.944,87	\$ 2.977,86	\$ 3.011,21
MPI	\$ 12.556,80	\$ 12.697,44	\$ 12.839,65	\$ 12.983,45	\$ 13.128,87
Depreciación	\$ 243,00	\$ 245,72	\$ 248,47	\$ 251,26	\$ 254,07
<b>CIF Otros</b>					
Transporte y fletes	\$ 5.760,00	\$ 5.824,51	\$ 5.889,75	\$ 5.955,71	\$ 6.022,42
<b>Total</b>	<b>\$ 26.717,02</b>	<b>\$ 27.016,25</b>	<b>\$ 27.318,83</b>	<b>\$ 27.624,80</b>	<b>\$ 27.934,20</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.4. Gastos Administrativos

Tabla N° 66

#### *Gastos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldos	\$ 7.854,00	\$ 7.941,96	\$ 8.030,91	\$ 8.120,86	\$ 8.211,81
Suministros y materiales	\$ 2.008,44	\$ 2.030,93	\$ 2.053,68	\$ 2.076,68	\$ 2.099,94
Servicios básicos	\$ 709,70	\$ 717,65	\$ 725,69	\$ 733,82	\$ 742,04
Arriendo	\$ 3.000,00	\$ 3.033,60	\$ 3.067,58	\$ 3.101,93	\$ 3.136,67
<b>Total</b>	<b>\$ 13.572,14</b>	<b>\$ 13.724,15</b>	<b>\$ 13.877,86</b>	<b>\$ 14.033,29</b>	<b>\$ 14.190,47</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.5. Gastos de Ventas

Tabla N° 67

#### *Gastos de ventas*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Sueldo	\$ 5.984,25	\$ 6.051,27	\$ 6.119,05	\$ 6.187,58	\$ 6.256,88
Publicidad	\$ 360,00	\$ 364,03	\$ 368,11	\$ 372,23	\$ 376,40
Combustible	\$ 300,00	\$ 303,36	\$ 306,76	\$ 310,19	\$ 313,67
Mantenimiento del vehículo	\$ 1.560,00	\$ 1.577,47	\$ 1.595,14	\$ 1.613,01	\$ 1.631,07
<b>Total</b>	<b>\$ 8.204,25</b>	<b>\$ 8.296,14</b>	<b>\$ 8.389,05</b>	<b>\$ 8.483,01</b>	<b>\$ 8.578,02</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.6. Gastos Financieros

Tabla N° 68

#### *Gastos financieros*

<b>Descripción</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Interés	3120,92	\$ 3.155,88	\$ 3.191,22
<b>Total</b>	<b>3120,92</b>	<b>3155,88</b>	<b>3191,22</b>

Elaborado por: La Autora



### 5.3.7. Depreciación

Tabla N° 69

#### Depreciación

Descripción	Valor Actual	Valor Real	VAC - V RES	%	Depreciación mensual	Años depreciado	1	2	3	4	5
Muebles y enseres	\$ 1.770,50	\$ 177,05	\$ 1.593,45	10%	\$ 13,28	10	\$ 159,35	\$ 159,35	\$ 159,35	\$ 159,35	\$ 159,35
Maquinaria	\$ 2.850,00	\$ 285,00	\$ 2.565,00	10%	\$ 21,38	10	\$ 256,50	\$ 256,50	\$ 256,50	\$ 256,50	\$ 256,50
Equipo de computac	\$ 2.080,00	\$ 208,00	\$ 1.872,00	33,33%	\$ 52,00	3	\$ 624,00	\$ 624,00	\$ 624,00		
<b>Total</b>	<b>\$ 6.700,50</b>	<b>\$ 670,05</b>	<b>\$ 6.030,45</b>		<b>\$ 86,65</b>		<b>\$ 1.039,84</b>	<b>\$ 1.039,84</b>	<b>\$ 1.039,84</b>	<b>\$ 415,85</b>	<b>\$ 415,85</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.8. Gastos de constitución

Tabla N° 70

#### Gastos de constitución

Descripción	Valor Actual	Valor Real	VAC - V RES	%	Depreciación mensual	Años depreciado	1	2	3	4	5
Gastos de Constituc	\$ 1.000,00	\$ 100,00	\$ 900,00	20%	\$ 15,00	5	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
<b>Total</b>	<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 100,00</b>	<b>\$ 900,00</b>		<b>\$ 15,00</b>		<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 180,00</b>	<b>\$ 180,00</b>

Elaborado por: La Autora

### 5.3.9. Total presupuesto de egresos

Tabla N° 71

#### Total presupuesto de egresos

Descripción	1	2	3	4	5
MPD	\$ 280.167,40	\$ 283.305,27	\$ 286.478,29	\$ 289.686,85	\$ 292.931,34
MOD	\$ 11.968,50	\$ 12.102,55	\$ 12.238,10	\$ 12.375,16	\$ 12.513,76
CIF	\$ 26.717,02	\$ 27.016,25	\$ 27.318,83	\$ 27.624,80	\$ 27.934,20
Gastos Administrativos	\$ 13.572,14	\$ 13.724,15	\$ 13.877,86	\$ 14.033,29	\$ 14.190,47
Gastos Financieros	\$ 3.120,92	\$ 3.155,88	\$ 3.191,22		
Gastos de Venta	\$ 8.204,25	\$ 8.296,14	\$ 8.389,05	\$ 8.483,01	\$ 8.578,02
Depreciación	\$ 1.039,84	\$ 1.051,49	\$ 1.063,27	\$ 1.075,18	\$ 1.087,22
Gastos de Constitución	\$ 180,00	\$ 182,02	\$ 184,05	\$ 186,12	\$ 188,20
<b>Total</b>	<b>\$ 344.970,08</b>	<b>\$ 348.833,74</b>	<b>\$ 352.740,68</b>	<b>\$ 353.464,41</b>	<b>\$ 357.423,21</b>

Elaborado por: La Autora

#### 5.4.Estado de situación inicial

Tabla N° 72

##### Estado de situación inicial

Activo Corriente		Pasivo y Patrimonio	
Bancos	\$ 55.515,42	<b>Pasivo</b>	
Activo Fijo	\$ 6.700,50	Préstamo	\$ 37.000,00
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00	<b>Total</b>	<b>\$ 37.000,00</b>
		<b>Patrimonio</b>	
		Capital	\$ 26.215,92
		<b>Total</b>	<b>\$ 26.215,92</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 63.215,92</b>	<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>\$ 63.215,92</b>

Elaborado por: La Autora

#### 5.5.Estado de resultados

Tabla N° 73

##### Estado de resultados

Descripción	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 92.160,00	\$ 93.192,19	\$ 94.235,94	\$ 95.291,39	\$ 96.358,65
(-) Costos	\$ 318.852,92	\$ 322.424,07	\$ 326.035,22	\$ 329.686,81	\$ 333.379,30
MPD	\$ 280.167,40	\$ 283.305,27	\$ 286.478,29	\$ 289.686,85	\$ 292.931,34
MOD	\$ 11.968,50	\$ 12.102,55	\$ 12.238,10	\$ 12.375,16	\$ 12.513,76
CIF	\$ 26.717,02	\$ 27.016,25	\$ 27.318,83	\$ 27.624,80	\$ 27.934,20
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>-\$ 226.692,92</b>	<b>-\$ 229.231,88</b>	<b>-\$ 231.799,27</b>	<b>-\$ 234.395,43</b>	<b>-\$ 237.020,65</b>
(-) Gastos Administrativos	\$ 13.572,14	\$ 13.724,15	\$ 13.877,86	\$ 14.033,29	\$ 14.190,47
(-) Gastos Ventas	\$ 8.204,25	\$ 8.296,14	\$ 8.389,05	\$ 8.483,01	\$ 8.578,02
Amortización	\$ 180,00	\$ 182,02	\$ 184,05	\$ 186,12	\$ 188,20
Depreciación	\$ 1.039,84	\$ 1.051,49	\$ 1.063,27	\$ 1.075,18	\$ 1.087,22
(-) Gastos Financieros	3120,92	\$ 3.155,88	\$ 3.191,22		
<b>(=)Utilidad neta</b>	<b>-\$ 252.810,08</b>	<b>-\$ 255.641,55</b>	<b>-\$ 258.504,74</b>	<b>-\$ 261.399,99</b>	<b>-\$ 264.327,67</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.6.Estado de flujo de efectivo

Tabla N° 74

### Estado de flujo de efectivo

Descripción	1	2	3	4	5
Inversiones					
Utilidad neta	-\$ 252.810,08	-\$ 255.641,55	-\$ 258.504,74	-\$ 261.399,99	-\$ 264.327,67
(+) Depreciación	\$ 1.039,84	\$ 1.051,49	\$ 1.063,27	\$ 1.075,18	\$ 1.087,22
(+) Amortización	\$ 180,00	\$ 182,02	\$ 184,05	\$ 186,12	\$ 188,20
(=) Entrada de efectivo	-\$ 251.590,23	-\$ 254.408,04	-\$ 257.257,42	-\$ 260.138,70	-\$ 263.052,25

Elaborado por: La Autora

## 5.7.Evaluación financiera

A continuación se presenta la evaluación financiera de cada uno de los términos:

### 5.7.1. Costo de oportunidad TMR

Para el cálculo del TMR se utiliza los porcentajes de la tasa efectiva pasiva que se investiga en la Superintendencia de Compañías y la tasa del préstamo del Banco del Fomento, esta manera se realiza el cálculo utilizando la fórmula del TRM, a continuación se presenta la formula.

Tabla N° 75

### Costo de oportunidad

Descripción	Valor	%	Costo de capital	Ponderación
Propio	\$ 26.215,92	40%	5,08%	2,03%
Financiado	\$ 37.000,00	60%	9,76%	5,86%
<b>Total</b>	<b>\$ 63.215,92</b>	<b>100%</b>	<b>15%</b>	<b>7,89%</b>

Elaborado por: La Autora

### Formula del TRM

$$TRM = ((1 + CK) * (1 + IF) - 1)$$

## Datos

Inflación = 1,12%

CK = 7,89%

$$TRM = ((1 + 7,89\%) * (1 + 1,12\%) - 1)$$

$$TRM = 9\%$$

### 5.7.2. Valor Actual Neto (VAN)

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente formula y de esta manera se observa que el proyecto no es factible ya que tenemos un VAN negativo, la razón por el cual se ha elegido este proyecto es porque es un producto innovador, nuevo y además ofrece beneficios a las personas de esta manera las personas pueden mejorar su calidad de vida por su salud; además este proyecto tiene valores negativos ya que los costos de la materia prima son muy altos de esta manera no se puede cubrir con los gastos de la microempresa.

Tabla N° 76

#### Valor actual neto

Años	Inversión	Flujos Netos	Flujos netos actualizados	Flujos netos * Flujos Actualizados
1	\$ 63.215,92	-\$ 251.590,23	\$ 0,92	-\$ 230.612,89
2		-\$ 254.408,04	\$ 0,84	-\$ 213.752,12
3		-\$ 257.257,42	\$ 0,77	-\$ 198.124,09
4		-\$ 260.138,70	\$ 0,71	-\$ 183.638,67
5		-\$ 263.052,25	\$ 0,65	-\$ 170.212,33
			Total	-\$ 996.340,10
			Inversión	\$ 63.215,92
			VAN	-\$ 933.124,18

Elaborado por: La Autora

#### Formula del VAN

$$VAN = -IIn + FNE(1 + r)^{-1} + FNE(1 + r)^{-2} + FNE(1 + r)^{-3} + \dots FNE(1 + r)^{-n}$$

$$VAN = -933.124,18$$

Se observa que se tiene un van de -933.124,18 por lo que el proyecto no es factible para colocar la microempresa en la ciudad de Ibarra.

### 5.7.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Para el análisis de la tasa interna de retorno se realiza de la siguiente manera para lo cual se observa que nos da una TIR negativa ya que no se puede recuperar la inversión de la microempresa por los costos muy altos de la materia prima para lo cual este proyecto no es factible por sus altos costos en materia prima de esta manera la microempresa está perdiendo dinero y no puede generar utilidades para los gastos de la microempresa.

Tabla N° 77

#### Tasa interna de retorno

AÑO	FLUJO EFECTIVO	INVERSION INICIAL
	\$ 63.215,92	
1	-\$ 251.590,23	
2	-\$ 254.408,04	
3	-\$ 257.257,42	
4	-\$ 260.138,70	
5	-\$ 263.052,25	
	<b>TIR</b>	<b>-399%</b>

Elaborado por: La Autora

#### Formula del TIR

$$TIR = Ti + (Ts - Ti)VANi + VANi - VANTs$$

$$TIR = -399\%$$

La Tasa Interna de Retorno es -399% para lo cual es proyecto no es factible para la colocación de la microempresa.

#### 5.7.4. Costo Beneficio

Para realizar el cálculo del costo beneficio a continuación se presenta la fórmula:

$$CB = \frac{\text{Valor Total}}{\text{Inversión}}$$

$$CB = \frac{-996.340,10}{63.215,92}$$

$$CB = \$ - 15,76$$

Para el costo beneficio no se puede tener ganancias ya que no se tiene utilidades positivas en la microempresa.

#### 5.7.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

En el periodo de recuperación se lo realiza de la siguiente forma pero se establece que no se puede recuperar la inversión ya que los flujos de efectivo son muy altos y están en negativo para lo cual no se puede recuperar la inversión ya que se está perdiendo y no se obtiene utilidades es decir que la microempresa está obteniendo deudas y no puede recuperar la inversión por los altos costos que tiene la microempresa.

Tabla N° 78

#### *Periodo de recuperación de la inversión*

AÑO	FLUJO EFECTIVO	FLUJOS EFECTIVO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	\$ 63.215,92	\$ 63.215,92	
1	-\$ 251.590,23	-\$ 230.612,89	-\$ 230.612,89
2	-\$ 254.408,04	-\$ 233.195,75	-\$ 463.808,64
3	-\$ 257.257,42	-\$ 235.807,55	-\$ 699.616,19
4	-\$ 260.138,70	-\$ 238.448,59	-\$ 938.064,78
5	-\$ 263.052,25	-\$ 501.500,84	-\$1.439.565,62

Elaborado por: La Autora

#### 5.7.6. Punto de Equilibrio

$$PEQ = \frac{CF}{(PV - CVU)}$$

$$PEQ = \frac{1039,84}{(2,00 - 10,99)}$$

$$PEQ = - 115,67 \text{ Unidades de 250 gramos}$$

Para el punto de equilibrio en dólares se necesita de \$ 1271,17 para lo cual no se puede cubrir los costos y gastos de la microempresa, y esto genera pérdidas en la microempresa es decir que la deuda va a ir creciendo y no se obtendrá ganancias.

$$PE\$ = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PVU}}$$

$$PE\$ = \frac{1039,84}{1 - \frac{2,00}{10,99}}$$

$$PE\$ = 1.271,17$$

## CAPÍTULO VI

### 6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1.Nombre o razón social

La microempresa productora y comercializadora de mermelada de rosas en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura se denominara de la siguiente manera:

MARY MERMELADA DE ROSAS

#### 6.1.2. Logotipo de la Microempresa

Grafico 36

*Logotipo*



Elaborado por: La Autora

#### 6.2.Objetivo general

- Plantear una propuesta de la estructura administrativa para establecerla en la ciudad de Ibarra según la razón social.

#### 6.3.Conformación de la microempresa

A continuación se presentan los siguientes requisitos para la conformación de la microempresa en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura:



La microempresa será conformada por una sociedad de responsabilidad limitada ya que va a estar conformada por una junta de socios con dos socios y serán los encargados de tomar las decisiones y responder por las obligaciones de la misma.

Requisitos para la conformación de la microempresa:

- La sociedad de responsabilidad limitada no puede tener menos de dos socios, ni más de veinticinco.
- Aprobación de la razón social por la Secretaria General de la Superintendencia de Compañías.
- El capital social de la microempresa se representara en valores iguales para cada socio que integre la compañía.
- Deberá estar inscrita en el Registro Mercantil de acuerdo al mandato de la Superintendencia de Compañías.
- El registro Único de Contribuyentes (RUC).
- La patente Municipal.
- El permiso sanitario de funcionamiento
- El permiso del cuerpo de bomberos.

#### **6.4.Base legal de la microempresa**

A continuación se desarrolla la base legal de la microempresa:

##### **6.4.1. Misión**

Mary mermelada de rosas es una microempresa que se dedica a la producción y comercialización de mermelada de rosas ya que ofrece un producto de calidad para garantizar la salud de las personas y de esta manera satisfacer las necesidades y expectativas del cliente.

##### **6.4.2. Visión**

En el próximo 2021 la microempresa será reconocida local, regional y nacional en la producción de mermelada de rosas, ofreciendo un producto con altos estándares de calidad mediante el cumplimiento de la mejora continua.

### 6.4.3. Objetivos

- Ayudar a que se mantenga la microempresa firme y segura es decir con productos de calidad para asegurar la salud de las personas.
- Aplicar estrategias de comercialización en el sector local, regional y nacional para que el producto sea reconocido en el país.
- Aplicar los estándares de calidad del producto para cumplir con las expectativas de los clientes mediante una mejora continua del producto.
- Cumplir con los objetivos que se propone en un tiempo determinado para la creación de la microempresa.

### 6.4.4. Valores

Los valores que la microempresa asumirá para una mejor organización y fortalecimiento de la misma serán:

**Honestidad:** Se maneja con toda honestidad a todos los clientes ya sean externos o internos, ofreciendo productos de calidad a las personas con sus respectivas normas de salud.

**Responsabilidad:** Mediante este valor se busca entregar la producción puntualmente a los diferentes distribuidores, además de cancelar las cuentas pendientes de la microempresa.

**Calidad:** Este valor es importante ya que se reflejara en la distribución del producto en donde estarán coordinadas todas las actividades que se realicen en la microempresa.

**Lealtad:** Los empleados serán considerados como parte de la microempresa desarrollando su compromiso, confianza y fidelidad hacia la misma para el desarrollo de sus actividades en la microempresa.

## 6.5. Estructura organizacional

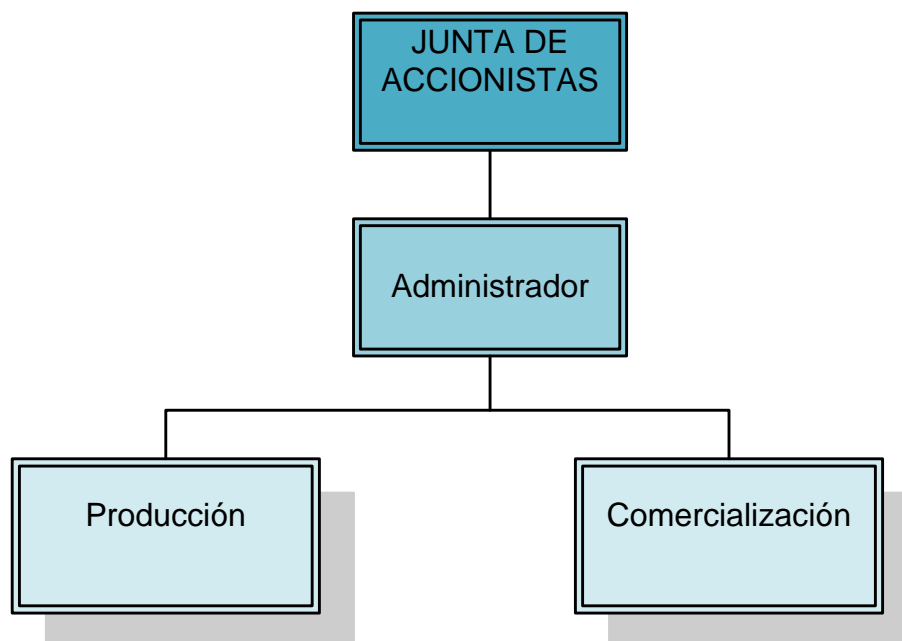
### 6.5.1. Estructura orgánica

En la estructura orgánica de la microempresa se definirá la jerarquización y división de las funciones de cada una de las personas que conforman la microempresa de producción y comercialización de mermelada de rosas **Las delicias de Mary**, en donde se establece las diferentes líneas de autoridad según los niveles y las responsabilidades de cada una de las que la conforman de esta manera cumpliendo con los objetivos.

### 6.5.2. Organigrama estructural

Grafico 36

#### *Organigrama estructural*



Elaborado por: La Autora

## 6.6. Manual de funciones

La microempresa tendrá dos unidades de funcionamiento para el desarrollo de las actividades, a continuación se detalla el perfil de cada unidad, como las funciones y responsabilidades de cada puesto de trabajo dentro de la organización.

## Administrador

<p><b>Nombre del cargo:</b> Administrador</p> <p><b>Jefe inmediato:</b> Junta de socios</p>
<p><b>Perfil</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estudios superiores en Administración de empresas.</li> <li>✓ Tener conocimientos del área o aéreas similares.</li> <li>✓ El comportamiento tiene que basarse en los valores éticos profesionales</li> <li>✓ Liderazgo y trabajo en equipo.</li> <li>✓ Trabajar a presión.</li> </ul>
<p><b>Funciones y responsabilidades</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planificar y dirigir correctamente la microempresa.</li> <li>➤ Es el representante legal de la microempresa ya que establece, políticas administrativas, comerciales y de producción para el manejo de la organización.</li> <li>➤ Es la imagen de la empresa y es muy importante que tenga el suficiente conocimiento y personalidad de tal manera que establezca excelentes relaciones tanto con proveedores como con clientes.</li> <li>➤ Es importante que sea capaz de tomar decisiones y solucionar los problemas que se presenten en la microempresa.</li> <li>➤ Cumplir con los requerimientos de los socios al momento de la rendición de cuentas es decir con la presentación de los respectivos informes con absoluta responsabilidad de su trabajo.</li> </ul>
<p><b>Competencias</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de ideas</li> <li>• Manejo de recursos financieros</li> <li>• Juicio y toma de decisiones</li> <li>• Monitoreo y control</li> <li>• Pensamiento estratégico</li> </ul>

## Producción

**Nombre del cargo:** Jefe de Producción

**Jefe inmediato:** Administrador

### Perfil

- ✓ Estudios superiores en Agroindustria.
- ✓ Tener conocimientos para el desarrollo de productos alimenticios conocer las sustancias químicas para la elaboración del mismo.
- ✓ El comportamiento tiene que basarse en los valores éticos profesionales
- ✓ Trabajar a presión.
- ✓ Liderazgo y trabajo en equipo.

### Funciones y responsabilidades

- Será el responsable de las actividades de los operarios de la microempresa.
- Garantizar el cumplimiento de las políticas, normas y procedimientos que se requieren para la elaboración del producto.
- Será el responsable de la planificación de la producción asegurar el cumplimiento del Plan, garantizando el cumplimiento de estándares definidos y procedimientos de trabajo.
- Verificar la recepción de la materia prima así como la calidad del producto final.
- Realizar informes de los resultados obtenidos en la producción del producto para respaldar las decisiones tomadas.

### Competencias

- Inspección de productos
- Toma de decisiones
- Monitoreo y control
- Comprensión oral

## Operarios

**Nombre del cargo:** Operarios

**Jefe inmediato:** Jefe de Producción

### Perfil

- ✓ Estudios en agroindustria.
- ✓ Interrelación con los compañeros de trabajo de la microempresa.
- ✓ Trabajar en equipo y a presión.
- ✓ Capacidad para realizar cualquier actividad del proceso de elaboración del producto.

### Funciones y responsabilidades

- Se encarga de realizar los procesos de la elaboración del producto.
- Se encarga de lavar la materia prima antes de empezar el proceso de elaboración.
- Coordinan la cantidad para de la materia prima que requiere para la producción así como los insumos que se le agregan para la elaboración del mismo.
- Reportar diariamente las falencias de la elaboración de la mermelada de rosas al jefe inmediato en este caso al ingeniero agroindustrial.
- Entregar los productos de acuerdo a los pedidos de las distribuidoras.

### Competencias

- Comprensión oral
- Comprobación
- Detección de averías
- Control de producto

## Comercialización

**Nombre del cargo:** vendedor

**Jefe inmediato:** Administrador

### Perfil

- ✓ Tener buenas relaciones interpersonales.
- ✓ Conocer la actividad que va a realizar en la microempresa.
- ✓ Tener una buena comunicación con los empleados y con los clientes ya sean internos o externos.
- ✓ Ser responsable y honesto en la actividad que está realizando.

### Funciones y responsabilidades

- Cumplir con las actividades de la microempresa.
- Traslado y reparto del producto final a los diferentes sitios de distribución.
- Realizar la promoción y publicidad del producto a los diferentes distribuidores.
- Cumplir con los objetivos de venta de la microempresa en cuanto a la entrega del producto.
- Comunicar a la institución las sugerencias para mejorar cada día el producto según las preferencias de los clientes.

### Competencias

- Control y monitoreo de publicidad
- Comprensión oral
- Comunicación externa
- Comunicación interna

## CAPÍTULO VII

### 7. IMPACTOS

En la investigación se realiza el siguiente análisis de los posibles impactos que puede generar la microempresa, de la siguiente manera se presenta la valoración de los impactos, es posibles que el proyecto sea positivo o negativo según la tabal que a continuación se presenta.

Tabla N° 79

#### *Valoración de impactos*

3	Impacto Alto Positivo
2	Impacto Medio Positivo
1	Impacto Bajo Positivo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Bajo Negativo
-2	Impacto Medio Negativo
-3	Impacto Bajo Negativo

Elaborado por: La Autora

#### 7.1. Impacto Económico

Tabla N° 80

#### *Impacto económico*

<b>Indicadores</b>	<b>-3</b>	<b>-2</b>	<b>-1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>Total</b>
Crecimiento Productivo		2						2
Incremento de fuentes de Empleo						2		2
Mejoramiento del Ingreso familiar			1					1
<b>Total</b>	0	2	1	0	0	2	0	5

Elaborado por: La Autora



$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{5}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 1,66666667 \text{ Impacto medio positivo}$$

### Análisis

En este impacto económico es medio positivo ya que se investigara la calidad de vida de las personas que laboran en las instituciones; además de la reducción y el incremento de los costos para obtener un empleo y de esta manera obtener un ingreso para las familias para lo cual se determinar si están dispuestos a consumir el producto que se está elaborando para la distribución en tiendas, supermercados de la ciudad de Ibarra.

### 7.2. Impacto Social

Tabla N° 81

#### Impacto social

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Salud						2		2
Satisfacción de las necesidades básicas							3	3
Consumo					1			1
<b>Total</b>	0	0	0	0	1	2	3	6

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{6}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2 \text{ Impacto medio positivo}$$

### Análisis

El impacto social es medio positivo ya que brinda mejorar la calidad de vida de sociedad adquiriendo productos de óptima calidad, para mejorar el bienestar familiar de las personas de la ciudad de Ibarra como la salud brindando un alto nivel de consumo de alimentos nutritivos que ofrece este producto ya que se enfoca a la satisfacción de los paladares de los consumidores.

### 7.3. Impacto Ambiental

Tabla N° 82

#### Impacto ambiental

Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	Total
Aguas Residuales						2		2
Desechos Tóxicos							3	3
Contaminación del ambiente						2		2
								0
<b>Total</b>	0	0	0	0	0	4	3	7

Elaborado por: La Autora

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{\text{Suma Total}}{\text{Número de Indicadores}}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Nivel de Impacto} = 2,333333333 \text{ Impacto medio positivo}$$

#### Análisis

Este impacto es medio positivo ya que favorece a las actividades productivas de las flores esto implica que se puede reducir la contaminación del ambiente al momento de cosechar la materia prima es decir que no se utilizara pesticidas en las flores comestibles ya que estas son para el consumo de las personas, además de los desechos tóxicos y las aguas residuales que esto afecta a la ciudadanía y a la materia prima con la que se va a elaborar el producto.

## CONCLUSIONES

En el estudio de factibilidad se obtuvo lo siguiente:

- En el estudio económico financiero se establece que el proyecto no es factible ya que se realizó considerando la importación de las materias primas (rosas comestible) con altos costos, de esta manera se determina que el total del VAN es -\$933.124,18 y la TIR tiene un valor de -399% del proyecto.
- En el diagnostico situacional se ha determinado el lugar de creación de la microempresa en la ciudad de Ibarra por facilidad de acceso, pero no es rentable ya que no cuenta con materia prima favorable.( rosas comestibles)
- Mediante el marco teórico se justificaron los términos básicos que sirvieron de guía para desarrollar la microempresa apoyados en teorías de investigación.
- En el estudio de mercado se estableció que existe una demanda insatisfecha y si se realiza la inversión sería posible cubrir el 67,98% de la demanda de mermelada de rosas.
- En el estudio técnico se fijó la tecnología adecuada a utilizar en el desarrollo del proyecto, además de definir el lugar en donde se ubicara la microempresa en la ciudad de Ibarra.
- En el estudio administrativo se estableció una propuesta para mejorar el desempeño en las unidades de mando con sus respectivas funciones y responsabilidades de los empleados de la microempresa.
- Se realizó el análisis de los posibles impactos que puede generar la microempresa ya sea por el uso de los recursos materiales o los costos de la misma.

## RECOMENDACIÓN

- Considerando que la inversión no resulto factible se recomienda evaluar una alternativa, considerando la coordinación con productores nacionales del área de Imbabura o juntas cercanas para la siembra de rosas comestibles. Esto permitiría partir de cifras menores en los costos de materia prima.

## BIBLIOGRAFÍA Y LINKOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA

Anzola R, S. (2010). *Administración de pequeñas empresas*. McGraw - Hill.

Asamblea Nacional, E. (2010). *Código Organico de la Produccion, Comercio e Inversiones, COPCI*. Quito: Registro Oficial Suplemento 351.

Ávila Macedo, J. J. (2007). *Introducción a la Contabilidad*. México: Umbral Editorial, S.A. de C.V.

Baca Urbina, G. (2001). Evaluación de Proyectos. En G. Baca Urbina, *Evaluación de Proyectos* (pág. 14). México: McGraw - HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. de C.V.

Banco del Fomento. (28 de 10 de 2016). *Banca Microfinanzas*. Obtenido de Banca Microfinanzas: <https://www.fomento.com/portal/Banca-Microfinanzas/Pichincha-Productos/Creditos/Credito-para-su-negocio>

Belío Galindo, J. L. (2007). *Claves para Gestionar precio, producto y marca: Como gestionar una guerra de precios*. Madrid: Especial Directivos.

Beneficios de las Flores Comestibles. (s.f.). *EBM En Buenas Manos*. Obtenido de EBM En Buenas Manos: <http://www.enbuenasmanos.com/flores-comestibles>

Botanical Online. (s.f.). *Las Rosas Spp*. Obtenido de Las Rosas Spp: <http://www.botanical-online.com/rosescastella.htm>

Carrión, M. (1973). *Ciclo de adiestramiento en preparacion y evaluación de proyectos de desarrollo agrícola*. Costa Rica: Ministeri de Agricultura y Ganaderia.

Cebrián Abellán, F. (2008). *Turismo rural y desarrollo local*. Sevilla: Ediciones de la Universidad de Castilla - La Mancha.

Chain, S. (2011). *Proyectos de inversión*. Editorial Pearson Educación.

Codigo de Trabajo, A. (28 de 10 de 2016). *DRLeyes*. Obtenido de DRLeyes: <https://www.drleyes.com/page/internacional/documento/4/180/310/Ecuador/Codigo-de-Trabajo/Artesanos/>

Código Orgánico de Salud. (2012). *Proyecto de la Ley Orgánica General de Salud*. Quito.

Código Organico del Trabajo. (2015). *Código Organico del Trabajo*. Quito.

*Concepto Definición De.* (s.f.). Obtenido de Concepto Definición De: <http://conceptodefinicion.de/ordenanza/>

Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

*DeConceptos.com.* (s.f.). Obtenido de DeConceptos.com: <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/legal>

*Definición ABC.* (s.f.). Obtenido de Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/derecho/norma.php>

Diaz Avila, F., & Sain, G. (2007). Evaluación de impactos potenciales de los proyectos financiado por FONTAGRO. En F. Diaz Avila, & G. Sain, *Evaluación de impactos potenciales de los proyectos financiado por FONTAGRO* (pág. 92). Costa Rica: FONTAGRO.

Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing: teoría y experiencia*. Buenos Aires: Ediciones Granica S. A.

Ecuavisa. (13 de 01 de 2017). *Riesgo país de Ecuador se reduce, pero sigue como uno de los más altos de región*. Obtenido de Riesgo país de Ecuador se reduce, pero sigue como uno de los más altos de región: <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/economia/230071-riesgo-pais-ecuador-se-reduce-sigue-como-uno-mas-altos-region>

Empresas, D. y. (2004). *Dirección Estratégica*. España: Publicaciones Vértice S. L.

Escalona, I. (2009). *Métodos de evaluación financiera en evaluación de proyectos*. Córdoba: El Cid Editor.

Fernández Luna, G., Mayagoitia Barragan, V., & Quintero Miranda, A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Instituto Politécnico Nacional.

Flores, J. (13 de 07 de 2015). *El Cale S. L. Flores*. Obtenido de El Cale S. L. Flores: <http://www.blogdelflorista.es/index.php/2015/07/13/rosas-de-ecuador-las-mejores-del-mundo/>

Garza, G. (25 de 10 de 2016). *La Rosa una flor comestible*. Obtenido de La Rosa una flor comestible: [http://cocina.facilísimo.com/blogs/trucos-y-consejos/la-rosa-una-flor-comestible\\_989179.html](http://cocina.facilísimo.com/blogs/trucos-y-consejos/la-rosa-una-flor-comestible_989179.html)

Hamilton Wilson, M., & Pezo Paredes, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá: Edición del Convenio Andrés Bello.

Infoagro. (14 de Diciembre de 2016). *El cultivo de Rosas para corte*. Obtenido de El cultivo de Rosas para corte: <http://www.infoagro.com/flores/flores/rosas2.htm>

Infoagro Systems S. L. (28 de 05 de 1997). *Cultivo de Rosa preparación del suelo*. Obtenido de Cultivo de Rosa preparación del suelo: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/302568/Material\\_didactico\\_definitivo/leccion\\_10\\_cultivo\\_de\\_rosa\\_rosa\\_spp.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/302568/Material_didactico_definitivo/leccion_10_cultivo_de_rosa_rosa_spp.html)

Lara Cortés, E., Osorio Díaz, P., Jiménez Aparicio, A., & Bautista Baños, S. (11 de 25 de 2013). *ALAN Archivos Latinoamericanos de Nutrición Revista de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición*. Obtenido de ALAN Archivos Latinoamericanos de Nutrición Revista de la Sociedad Latinoamericana de Nutrición: <http://www.alanrevista.org/ediciones/2013/3/art-2/>

Larousse. (2014). *Administración de Empresas*. Madrid, España: Ediciones Pirámide.

Mejía Ramírez, C. O. (2009). *Análisis e Interpretación de los Estados Financieros*. Obtenido de Análisis e Interpretación de los Estados Financieros: <https://introduccionacontabilidad.wordpress.com/2014/01/15/utilidad-bruta-y-liquida-parte-i/>

Meza Orozco, J. d. (2010). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Miranda Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos: Identificación, formulación y evaluación financiera-económica-social-ambiental*. Bogotá: MM editores.

Morejón, K. (2016). *Estabilidad política y un proceso de desarrollo, la carta de presentación de la revolución ciudadana*. Quito: El Ciudadano TV en coproducción con ANDES.

Norberto Petryk. (12 de Enero de 2012). *Asesor de Gastronomía*. Obtenido de Asesor de Gastronomía: <http://petryknorberto.blogspot.com/2011/01/flores-comestibles.html>

Normas del CODEX para las Confituras, J. y. (2009). *Normas del CODEX para las Confituras, Jaleas y Mermeladas*. Quito.

Pastrana Pastrana, A. J. (2012). *Contabilidad de Costos*. Córdoba: El Cid Editor.

PRO ECUADOR. (25 de 04 de 2016). *Análisis <sectorial de Flores Frescas*. Obtenido de Análisis <sectorial de Flores Frescas: [www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/PROEC\\_AS2016\\_ROSAS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/PROEC_AS2016_ROSAS.pdf)

Quevedo Ramírez, J. S. (2005). *Estudio práctico de los principios de contabilidad básicos y el boletín B - 10*. México: ISEF EMPRESA LIDER.

Reyes Ponce, A. (2004). *Administración moderna*. México: Limusa, S.A. de C.V. Grupos Noriega Editores.

Rodríguez Moguel, E. (2005). Metodología de la Investigación. En E. Rodríguez Moguel, *Metodología de la Investigación* (pág. 57). México: Zona de la Cultura, Centro Villahermosa, Tab. C.P. 86090.

Sánchez, L. E. (2010). *Evaluación del impacto ambiental: conceptos y métodos*. Bogotá: Eco Ediciones.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (26 de 04 de 2017). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: [https://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](https://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

Sinisterra Valencia, G. (2006). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Sulser Valdéz, R. A., & Pedroza Escandón, J. E. (2004). *Exportación Efectiva Reglas básicas para el éxito del pequeño y mediano exportador*. México: ISEF EMPRESA LIDER.

wordpress. (13 de Julio de 2011). *Conceptos y Definiciones wordpress*. Obtenido de Conceptos y Definiciones wordpress: <https://conceptosydefiniciones.wordpress.com/>



## LINKOGRAFÍA

[www.woldmapfinder.com](http://www.woldmapfinder.com)

<https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/899-producto-interno-bruto-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-registr%C3%B3-durante-el-primer-trimestre-de-2016-una-variaci%C3%B3n-trimestral-de-19>

<http://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/guia-rapida-de-las-flores-comestibles-de-la-a-a-la-z>

<http://www.elhogarnatural.com/reportajes/Flores%20comestibles.htm>

<http://www.alanrevista.org/ediciones/2013/3/art-2/>

<http://www.stevia-asociacion.com/index.php/beneficios>

[https://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](https://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)

<http://base.d-p-h.info/es/fiches/dph/fiche-dph-7040.html>

<http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/economia/230071-riesgo-pais-ecuador-se-reduce-sigue-como-uno-mas-altos-region>

[http://cocina.facilísimo.com/blogs/trucos-y-consejos/la-rosa-una-flor-comestible\\_989179.html](http://cocina.facilísimo.com/blogs/trucos-y-consejos/la-rosa-una-flor-comestible_989179.html)

<http://www.blogdelFlorista.es/index.php/2015/07/13/rosas-de-ecuador-las-mejores-del-mundo/>

<http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1102040237#.WQg2Hn02vIU>

# ANEXOS

## **ANEXO 1**

### **Encuesta**

**Objetivo:** Determinar el nivel de satisfacción de las personas con la elaboración de mermelada de rosas a base de un producto natural, nutritivo para el consumo humano.

**1. ¿Usted consume mermeladas?**

- a. Si
- b. No

**2. ¿Qué tipos de mermeladas consume?**

- a. Mango
- b. Fresas
- c. Uvilla
- d. Mora

**3. ¿Qué marca de mermelada consume habitualmente?**

- a. Gustadina
- b. Facundo
- c. Snob
- d. otras

**4. ¿Por qué consume este producto?**

- a. Calidad
- b. Precio
- c. Por sus beneficios nutritivos

**5. ¿Estaría dispuesto a consumir mermelada de rosas cuyos beneficios son vitamina A, B, C y E para una mejor nutrición saludable?**

- a. Si
- b. No

**6. ¿Con que frecuencia consume mermelada?**

- a. Todos los días
- b. Pasando un día
- c. Cada dos semanas
- d. Pasando un mes
- e. Cada dos meses

- 7. ¿Qué contenido generalmente le gustaría en su presentación?**
- a. 125 gramos
  - b. 150 gramos
  - c. 250 gramos
- 8. ¿Qué precio considera adecuado para el expendio del producto?**
- a. \$2,00
  - b. \$2,50
  - c. \$3,00
- 9. ¿En dónde le gustaría adquirir su mermelada?**
- a. Tiendas
  - b. Minimarket
  - c. Supermercados
- 10. ¿Qué presentación prefiere?**
- a. Vasos
  - b. Frasco de vidrio
  - c. Funda (sachet )
- 11. ¿Cómo le gustaría informarse acerca de este producto en el mercado?**
- a. Volantes
  - b. TV
  - c. Internet
  - d. Boca a Boca
  - e. Periódico

## ANEXO 2

## Tabla de amortización

<b>Capital</b>	<b>37.000,00</b>			
<b>Interés</b>	<b>9,76%</b>			
<b>Plazo (años)</b>	<b>3,00</b>			
<b>Cuota</b>	<b>\$1.189,72</b>			
<b>Banco</b>	<b>BAN ECUADOR</b>			
	<b>Fecha</b>	<b>Cuota</b>	<b>Interés</b>	<b>Capital</b>
<b>1</b>	01/10/2016	\$1.189,72	\$ 300,93	\$ 888,79
<b>2</b>	31/10/2016	\$1.189,72	\$ 293,70	\$ 896,02
<b>3</b>	30/11/2016	\$1.189,72	\$ 286,42	\$ 903,30
<b>4</b>	30/12/2016	\$1.189,72	\$ 279,07	\$ 910,65
<b>5</b>	29/01/2017	\$1.189,72	\$ 271,66	\$ 918,06
<b>6</b>	28/02/2017	\$1.189,72	\$ 264,20	\$ 925,52
<b>7</b>	30/03/2017	\$1.189,72	\$ 256,67	\$ 933,05
<b>8</b>	29/04/2017	\$1.189,72	\$ 249,08	\$ 940,64
<b>9</b>	29/05/2017	\$1.189,72	\$ 241,43	\$ 948,29
<b>10</b>	28/06/2017	\$1.189,72	\$ 233,72	\$ 956,00
<b>11</b>	28/07/2017	\$1.189,72	\$ 225,94	\$ 963,78
<b>12</b>	27/08/2017	\$1.189,72	\$ 218,10	\$ 971,62
			\$ 3.120,92	\$ 11.155,73
<b>13</b>	26/09/2017	\$1.189,72	\$ 210,20	\$ 979,52
<b>14</b>	26/10/2017	\$1.189,72	\$ 202,23	\$ 987,49
<b>15</b>	25/11/2017	\$1.189,72	\$ 194,20	\$ 995,52
<b>16</b>	25/12/2017	\$1.189,72	\$ 186,10	\$ 1.003,62
<b>17</b>	24/01/2018	\$1.189,72	\$ 177,94	\$ 1.011,78
<b>18</b>	23/02/2018	\$1.189,72	\$ 169,71	\$ 1.020,01
<b>19</b>	25/03/2018	\$1.189,72	\$ 161,42	\$ 1.028,30
<b>20</b>	24/04/2018	\$1.189,72	\$ 153,05	\$ 1.036,67
<b>21</b>	24/05/2018	\$1.189,72	\$ 144,62	\$ 1.045,10
<b>22</b>	23/06/2018	\$1.189,72	\$ 136,12	\$ 1.053,60
<b>23</b>	23/07/2018	\$1.189,72	\$ 127,55	\$ 1.062,17
<b>24</b>	22/08/2018	\$1.189,72	\$ 118,91	\$ 1.070,81
			\$ 1.982,07	
<b>25</b>	21/09/2018	\$1.189,72	\$ 110,20	\$ 1.079,52
<b>26</b>	21/10/2018	\$1.189,72	\$ 101,42	\$ 1.088,30
<b>27</b>	20/11/2018	\$1.189,72	\$ 92,57	\$ 1.097,15
<b>28</b>	20/12/2018	\$1.189,72	\$ 83,65	\$ 1.106,07
<b>29</b>	19/01/2019	\$1.189,72	\$ 74,65	\$ 1.115,07
<b>30</b>	18/02/2019	\$1.189,72	\$ 65,58	\$ 1.124,14

<b>31</b>	20/03/2019	\$1.189,72	\$ 56,44	\$ 1.133,28
<b>32</b>	19/04/2019	\$1.189,72	\$ 47,22	\$ 1.142,50
<b>33</b>	19/05/2019	\$1.189,72	\$ 37,93	\$ 1.151,79
<b>34</b>	18/06/2019	\$1.189,72	\$ 28,56	\$ 1.161,16
<b>35</b>	18/07/2019	\$1.189,72	\$ 19,12	\$ 1.170,60
<b>36</b>	17/08/2019	\$1.189,72	\$ 9,60	\$ 1.180,12
			\$ 726,96	

