



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**C.P.A**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA Y  
COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE ARÁNDANO, UBICADA  
EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**

**AUTORA:**

Fernández Gallegos Yolanda Nathaly

**DIRECTOR:**

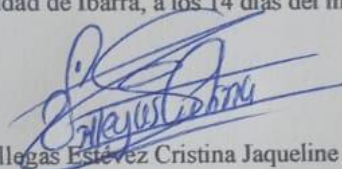
Mgs. Villegas Estévez Cristina Jaqueline

**Ibarra, noviembre 2023**

### Informe del director de trabajo de grado

En mi calidad de director del Trabajo de Grado, presentado por la egresada Fernández Gallegos Yolanda Nathaly, para optar por el Título de LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA, cuyo tema es: "CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE ARÁNDANO, UBICADA EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA IMBABURA", considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 14 días del mes de noviembre del 2023



MSc. Villegas Estévez Cristina Jaqueline



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003604574		
APELLIDOS Y NOMBRES:	FERNÁNDEZ GALLEGOS YOLANDA NATHALY		
DIRECCIÓN:	MIGUEL ENDARA 7-32 Y VIRGINIA PEREZ		
EMAIL:	ynfernandezg@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:	2631377	TELÉFONO MÓVIL:	0987526044

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Creación de una microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándano, ubicada en el cantón Ibarra, provincia Imbabura.
AUTOR (ES):	FERNÁNDEZ GALLEGOS YOLANDA NATHALY
FECHA: DD/MM/AAAA	14/11/2023
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Licenciada en Contabilidad y Auditoría C.P.A.
ASESOR /DIRECTOR:	Mgs. Villegas Estévez Cristina Jaqueline

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) 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 (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 14 días del mes de noviembre de 2023

EL AUTOR:

Nombre: Yolanda Nathaly Fernández Gallegos

## **Dedicatoria**

Esta tesis está dedicada primero a Dios quien me ha dado la fuerza necesaria para no desmayar a pesar de cada circunstancia que dificultó mi camino para poder llegar al anhelado sueño de terminar mi carrera universitaria.

A mis padres quienes siempre me han apoyado en cada una de mis decisiones y a mis hijos Julieth y Ángel quienes han sido el motivo principal para poder conseguir este triunfo en mi vida.

A mis amigos quienes me animaron y apoyaron a culminar mis estudios, por cada palabra de aliento y cariño.

Fernández Gallegos Yolanda Nathaly

## **Agradecimiento**

Ante todo, agradecer a Dios por guiarme; a mis padres, hermanos e hijos por todo el cariño y apoyo que me han brindado a lo largo de mi trayectoria universitaria quienes siempre han creído en mí y en todo lo que puedo lograr.

No tengo palabras para expresar lo infinitamente feliz y agradecida estoy con mi familia por ayudarme en cada paso de mi vida y ser ahora una profesional. Gracias también a mis compañeros, amigos y maestros quienes formaron parte de mi vida universitaria durante estos 5 años, haciendo que cada día de aprendizaje sea más fácil.

Fernández Gallegos Yolanda Nathaly

## Índice De Contenidos

Índice de Tablas.....	xvi
Índice de figuras .....	xxi
Abstract.....	xxv
1.2. Objetivo.....	2
1.3. Estudios académicos y científicos del problema de investigación .....	2
1.3.1. Microempresa.....	2
1.3.2. Emprendimiento.....	2
1.3.3. Elementos de una microempresa.....	3
1.3.4. Breve historia del arándano en el país.....	3
1.3.5. Arándanos.....	4
1.3.6. Mermelada.....	5
1.3.7. Proceso de producción de la mermelada.....	5
1.4. Fundamentación teórica del diagnóstico.....	6
1.4.1. Actividad económica.....	6
1.4.2. Factor territorial.....	6
1.4.3. Inflación.....	7
1.4.4. Producción.....	7
1.4.5. Aliados.....	7

1.4.6.	Oportunidades .....	8
1.4.7.	Oponentes.....	8
1.4.8.	Riesgos.....	8
1.4.9.	Las cinco fuerzas de Porter. ....	9
1.5.	Fundamentación teórica de la propuesta.....	9
1.5.1.	Investigación de Mercado. ....	9
1.5.2.	Segmento de mercado. ....	10
1.5.3.	Muestra .....	10
1.5.4.	Población.....	10
1.5.5.	Demanda. ....	11
1.5.6.	Oferta. ....	11
1.5.7.	Estrategias de comercialización. ....	11
1.5.8.	Localización. ....	12
1.5.9.	Elementos del costo. ....	13
1.5.10.	Capacidad instalada. ....	14
1.5.11.	Inversión de capital de trabajo.....	14
1.5.12.	Sueldo.....	15
1.5.13.	Salario. ....	15
1.5.14.	Normas Internacionales de Información Financiera.....	16
1.5.15.	Importancia de las NIIF. ....	16
1.5.16.	NIIF para PYMES .....	16

1.5.17. Estados Financieros. ....	17
1.5.18. Evaluación Financiera.....	20
1.5.19. Misión .....	21
1.5.20. Visión.....	21
1.6. Marco legal. ....	21
1.7. Resumen del capítulo.....	22
Capítulo II.....	23
2.1. Introducción. ....	23
2.2. Objetivo.....	23
2.3. Tipos de investigación. ....	23
2.3.1. Investigación cuantitativa .....	24
2.3.2. Investigación descriptiva.....	24
2.4. Métodos.....	25
2.4.1. Investigación deductiva. ....	25
2.4.2. Investigación inductiva .....	26
2.5. Tipo de muestreo. ....	26
2.5.1. Población.....	26
2.5.2. Muestra.....	27
2.6. Técnicas e instrumentos .....	28
2.7. Identificación de variables diagnósticas. ....	29
2.8. Matriz de relación diagnóstica .....	32



2.9.	Resumen del capítulo.....	33
Capítulo III.....		34
3.1.	Introducción. ....	34
3.2.	Objetivo.....	34
3.3.	Objetivos específicos. ....	34
3.4.	Desarrollo de variables. ....	35
3.4.1.	Variable 1 normativa legal. ....	35
3.4.2.	Variable 2 aspectos económicos.....	37
3.4.3.	Variable 3 factores sociales.....	40
3.4.4.	Variable 4 Tecnología.....	43
3.5.	Análisis de la información .....	45
3.5.1.	Matriz AOOR.....	46
3.6.	Resumen del capítulo.....	47
Capítulo IV.....		48
4.1.	Introducción. ....	48
4.2.	Objetivo.....	48
4.3.	Estudio de mercado.....	48
4.3.1.	Objetivo del estudio de mercado. ....	48
4.3.2.	Variables de segmentación.....	49
4.3.3.	Segmentación de mercado.....	49
4.3.4.	Mercado potencial (población).....	50

4.3.5.	Cálculo de la muestra.....	50
4.3.6.	Aplicación del instrumento, tabulación, análisis de resultados.....	51
4.3.7.	Conclusión general de los resultados.....	70
4.3.8.	Determinación de la demanda potencial .....	70
4.3.9.	Identificación de la oferta.....	72
4.3.10.	Balance oferta – demanda (demanda insatisfecha).....	83
4.3.11.	Análisis de precios .....	84
4.3.12.	Estrategias de comercialización.....	84
4.3.13.	Producto. ....	84
4.3.14.	Precio. ....	86
4.3.15.	Plaza.....	86
4.3.16.	Promoción. ....	86
4.3.17.	Conclusiones del estudio de mercado.....	87
4.4.	Estudio Técnico .....	88
4.4.1.	Introducción. ....	88
4.4.2.	Objetivo del estudio técnico .....	88
4.4.3.	Localización del proyecto. ....	88
4.4.4.	Macro localización.....	89
4.4.5.	Costos de factores de producción .....	90
4.4.6.	Costos de transporte.....	92
4.4.7.	Ubicación de la materia prima e insumos .....	92

4.4.8.	Infraestructura básica.....	92
4.4.9.	Disponibilidad del terreno y local .....	93
4.4.10.	Riesgos de desastres e impactos ambientales.....	93
4.4.11.	Micro localización: .....	94
4.4.12.	Accesibilidad. ....	94
4.4.13.	Costo de terreno o alquiler de local. ....	94
4.4.14.	Costo de servicios básicos.....	94
4.4.15.	Ubicación estratégica. ....	95
4.4.16.	Localización definitiva.....	96
4.4.17.	Tamaño del proyecto .....	97
4.4.18.	El Mercado (Demanda insatisfecha).....	97
4.4.19.	La tecnología. ....	97
4.4.20.	Disponibilidad de recursos.....	99
4.4.21.	El financiamiento.....	99
4.4.22.	Capacidad Instalada. ....	99
4.4.23.	Ingeniería del proyecto.....	100
4.4.24.	Diseño y descripción técnica del producto.....	101
4.4.25.	Procesos.....	102
4.4.26.	Inversión del Proyecto. ....	103
4.4.27.	Inversión tangible. ....	103
4.4.28.	Equipos de computación. ....	104

4.4.29.	Muebles y enseres.....	104
4.4.30.	Equipos de oficina. ....	105
4.4.31.	Maquinaria y Equipos.....	105
4.4.32.	Resumen de inversión tangible.....	106
4.4.33.	Inversión intangible. ....	106
4.4.34.	Gastos de constitución e instalación. ....	107
4.4.35.	Resumen de los gastos de constitución e instalación.....	108
4.4.36.	Costos de producción.....	108
4.4.37.	Gastos Administrativos.....	111
4.4.38.	Servicios básicos.....	111
4.4.39.	Remuneraciones del personal administrativo.....	111
4.4.40.	Suministros y materiales de oficina.....	112
4.4.41.	Materiales de aseo y limpieza. ....	113
4.4.42.	Gastos de ventas. ....	114
4.4.43.	Remuneraciones del personal.....	114
4.4.44.	Gastos de publicidad.....	114
4.4.45.	Inversión en Capital de trabajo.....	115
4.4.46.	Inversión Total.....	115
4.4.47.	Financiamiento.....	116
4.5.	Conclusión del estudio técnico.....	116
4.6.	Estudio Financiero.....	116

4.6.1. Introducción. ....	116
4.6.2. Objetivo del estudio financiero. ....	117
4.6.3. Presupuesto de la inversión. ....	117
4.6.4. Ingresos .....	117
4.6.5. Proyección de Ingresos .....	118
4.6.6. Costos y gastos proyectados.....	118
4.6.7. Costos de producción.....	119
4.6.8. Proyección de costos de producción.....	120
4.6.9. Proyección de gastos administrativos y de ventas.....	120
4.6.10. Gastos Administrativos proyectados. ....	121
4.6.11. Remuneración del personal administrativo. ....	121
4.6.12. Servicios básicos.....	121
4.6.13. Suministros, materiales de oficina, materiales de aseo y limpieza. 122	
4.6.14. Resumen gastos administrativos.....	122
4.6.15. Gastos de Ventas proyectados.....	122
4.6.16. Gastos de publicidad y promoción. ....	123
4.6.17. Remuneración del personal de ventas.....	123
4.6.18. Depreciaciones .....	123
4.6.19. Gastos financieros.....	126
4.6.20. Cuadro resumen de capital e interés anual. ....	126

4.6.21.	Amortizaciones.....	126
4.6.22.	Resumen de costos y gastos. ....	127
4.6.23.	Estados Financieros Presupuestados.....	128
4.6.24.	Estado de Resultados proyectado. ....	129
4.6.25.	Estado de Flujo de Efectivo. ....	131
4.6.26.	Evaluación Financiera.....	132
4.6.27.	Costo de capital (Ck) .....	132
4.6.28.	Tasa de Rendimiento Medio (TRM).....	132
4.6.29.	Valor Actual Neto (VAN).....	133
4.6.30.	Tasa Interna de Retorno (TIR). ....	133
4.6.31.	Relación Costo Beneficio.....	134
4.6.32.	Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).....	134
4.6.33.	Punto de Equilibrio (PE). ....	135
4.6.34.	Resumen de la evaluación financiera.....	136
4.6.35.	Conclusiones de la evaluación financiera. ....	136
4.7.	Estudio Organizacional.....	137
4.7.1.	Introducción. ....	137
4.7.2.	Objetivo.....	137
4.7.3.	La Empresa.....	137
4.7.4.	Nombre de la Empresa o Razón Social.....	137
4.7.5.	Logotipo .....	138

4.7.6. Slogan. ....	138
4.7.7. Misión. ....	138
4.7.8. Visión.....	138
4.7.9. Objetivos estratégicos. ....	138
4.7.10. Valores corporativos. ....	139
4.7.11. Políticas empresariales. ....	139
4.7.12. Organigrama estructural. ....	140
4.7.13. Niveles administrativos. ....	141
4.7.14. Manuales de funciones. ....	141
4.7.15. Mapa de Procesos. ....	150
4.7.16. Manual de procesos. ....	151
4.7.17. Constitución Jurídica .....	157
4.7.18. Figura Jurídica. ....	157
4.7.19. Domicilio.....	157
4.7.20. Requisitos legales y tributarios para el Funcionamiento. ....	157
4.7.21. Registro Patronal .....	157
4.7.22. RIMPE. ....	158
4.8. Conclusión del estudio Organizacional. ....	158
Capítulo V .....	160
Validación .....	160
5.1. Introducción. ....	160

5.2.	Objetivo.....	160
5.3.	Equipo de Trabajo. ....	160
5.4.	Metodología de verificación.....	161
5.5.	Factores para validar.....	161
5.6.	Método de calificación.....	162
5.7.	Rango de interpretación .....	162
5.8.	Resultados .....	162
	Conclusiones .....	164
	Recomendaciones.....	165
	Referencias bibliográficas.....	166
	Anexos .....	174
	Anexo 1 Encuesta demanda .....	174
	Anexo 2 Base de datos encuesta de la demanda .....	175
	Anexo 3 Oferta .....	176



## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Elementos de una microempresa .....	3
<b>Tabla 2.</b> Estratégias de comercialización .....	12
<b>Tabla 3.</b> Elementos del costo.....	13
<b>Tabla 4.</b> Depreciaciones.....	17
<b>Tabla 5.</b> Población económicamente activa .....	27
<b>Tabla 6.</b> Factores PEST.....	30
<b>Tabla 7.</b> Matriz de relación diagnóstica .....	32
<b>Tabla 8.</b> Variables e indicadores .....	35
<b>Tabla 9.</b> Normativa legal.....	36
<b>Tabla 10.</b> Créditos para microempresas.....	40
<b>Tabla 11.</b> Proveedores de maquinaria.....	44
<b>Tabla 12.</b> Ventajas y Desventajas plataformas virtuales .....	44
<b>Tabla 13.</b> Matriz AOOR .....	46
<b>Tabla 14.</b> Variables e Indicadores del estudio de mercado.....	49
<b>Tabla 15.</b> Edad.....	52
<b>Tabla 16.</b> Género .....	53
<b>Tabla 17.</b> Parroquia.....	54
<b>Tabla 18.</b> Ocupación.....	55
<b>Tabla 19.</b> Comidas Diarias.....	56
<b>Tabla 20.</b> Frecuencia de desayuno.....	57
<b>Tabla 21.</b> Beneficios nutricionales .....	58
<b>Tabla 22.</b> Compra de mermelada.....	59
<b>Tabla 23.</b> Lugar de compra .....	60
<b>Tabla 24.</b> Frecuencia de compra.....	62

<b>Tabla 25.</b> Frecuencia de compra.....	62
<b>Tabla 26.</b> Cantidad de mermeladas.....	63
<b>Tabla 27.</b> Tamaño .....	64
<b>Tabla 28.</b> Precio.....	65
<b>Tabla 29.</b> Sabor.....	66
<b>Tabla 30.</b> Marca.....	67
<b>Tabla 31.</b> Envase .....	68
<b>Tabla 32.</b> Degustación .....	69
<b>Tabla 33.</b> Demanda Potencial.....	70
<b>Tabla 34.</b> Proyección de la demanda .....	71
<b>Tabla 35.</b> Datos personales de los encuestados.....	72
<b>Tabla 36.</b> Producto más vendido .....	74
<b>Tabla 37.</b> Proveedor Principal.....	75
<b>Tabla 38.</b> Preferencia de Sabor.....	76
<b>Tabla 39.</b> Tamaño del envase .....	77
<b>Tabla 40 .</b> Frecuencia de adquisición de mermelada.....	78
<b>Tabla 41.</b> Frecuencia de compra.....	79
<b>Tabla 42.</b> Característica del proveedor .....	80
<b>Tabla 43.</b> Aceptación de proveedor.....	81
<b>Tabla 44.</b> Cálculo Oferta.....	82
<b>Tabla 45.</b> Proyección Oferta .....	83
<b>Tabla 46.</b> Cálculo demanda insatisfecha.....	83
<b>Tabla 47.</b> Análisis de precios .....	84
<b>Tabla 48.</b> Caracterización del producto .....	85

<b>Tabla 49.</b> Proveedores de Arándanos .....	90
<b>Tabla 50.</b> Servicios Básicos .....	91
<b>Tabla 51.</b> Costo de adecuación de infraestructura.....	94
<b>Tabla 52.</b> Matriz de la ubicación estratégica.....	95
<b>Tabla 53.</b> Tecnología .....	97
<b>Tabla 54.</b> Capacidad Instalada.....	100
<b>Tabla 55.</b> Simbología flujograma .....	102
<b>Tabla 56.</b> Equipo de computación .....	104
<b>Tabla 57.</b> Muebles y enseres .....	104
<b>Tabla 58.</b> Equipo de Oficina .....	105
<b>Tabla 59.</b> Maquinaria y Equipos. ....	105
<b>Tabla 60.</b> Resumen de inversión tangible. ....	106
<b>Tabla 61.</b> Gastos de constitución.....	107
<b>Tabla 62.</b> Gastos de Instalación.....	107
<b>Tabla 63.</b> Resumen de los gastos de constitución e instalación. ....	108
<b>Tabla 64.</b> Materia prima directa .....	108
<b>Tabla 65.</b> Mano de Obra Directa. ....	109
<b>Tabla 66.</b> Herramientas y materiales indirectos .....	110
<b>Tabla 67.</b> Servicios básicos producción.....	110
<b>Tabla 68.</b> Resumen de los costos indirectos de fabricación.....	110
<b>Tabla 69.</b> Servicio básicos administración.....	111
<b>Tabla 70.</b> Sueldo personal administrativo.....	112
<b>Tabla 71.</b> Suministros y materiales de oficina .....	112
<b>Tabla 72.</b> Materiales de aseo .....	113

<b>Tabla 73.</b> Resumen gastos administrativos .....	113
<b>Tabla 74.</b> Remuneración personal ventas .....	114
<b>Tabla 75.</b> Gasto publicidad .....	114
<b>Tabla 76.</b> Inversión capital de trabajo.....	115
<b>Tabla 77.</b> Inversión Total.....	115
<b>Tabla 78.</b> Financiamiento.....	116
<b>Tabla 79.</b> Presupuesto de la inversión .....	117
<b>Tabla 80.</b> Precio mermelada de arándanos.....	118
<b>Tabla 81.</b> Proyección de ingresos.....	118
<b>Tabla 82.</b> Proyección costo de materia prima directa.....	119
<b>Tabla 83.</b> Proyección costo mano de obra directa.....	119
<b>Tabla 84.</b> Proyección costos indirectos de fabricación.....	119
<b>Tabla 85.</b> Proyección servicios básicos producción; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
<b>Tabla 86.</b> Proyección resumen costos de producción.....	120
<b>Tabla 87.</b> Proyección sueldo administrativo .....	121
<b>Tabla 88.</b> Proyección servicios básico administración .....	121
<b>Tabla 89.</b> Proyección suministros y materiales de aseo.....	122
<b>Tabla 90.</b> Resumen proyectados gastos administrativos .....	122
<b>Tabla 91.</b> Proyección gastos de publicidad .....	123
<b>Tabla 92.</b> Proyección sueldo vendedor .....	123
<b>Tabla 93.</b> Depreciación .....	125
<b>Tabla 94.</b> Resumen de capital e interés anual .....	126
<b>Tabla 95.</b> Tabla de amortización .....	126

<b>Tabla 96.</b> Resumen de costos y gastos proyectados .....	128
<b>Tabla 97.</b> Estado de Situación Financiera .....	128
<b>Tabla 98.</b> Estado de Resultados Integrales.....	130
<b>Tabla 99.</b> Flujo de Efectivo .....	131
<b>Tabla 100.</b> Costo Capital.....	132
<b>Tabla 101.</b> Tasa de rendimiento medio .....	133
<b>Tabla 102.</b> Valor Actual Neto .....	133
<b>Tabla 103.</b> Tasa interna de retorno .....	134
<b>Tabla 104.</b> Costo Beneficio .....	134
<b>Tabla 105.</b> Periodo de recuperación de la inversión.....	135
<b>Tabla 106.</b> Punto de equilibrio .....	135
<b>Tabla 107.</b> Resumen de evaluación financiera.....	136
<b>Tabla 108.</b> Gestión estratégica .....	151
<b>Tabla 109.</b> Gestión producción de mermelada .....	153
<b>Tabla 110.</b> Gestión financiera .....	155
<b>Tabla 111.</b> Procedimiento registro patronal .....	157
<b>Tabla 112.</b> Requisitos para el SRI .....	158
<b>Tabla 113.</b> Equipo de trabajo .....	160
<b>Tabla 114.</b> Factores para validar .....	161
<b>Tabla 115 .</b> Rango de interpretación.....	162
<b>Tabla 116.</b> Matriz de validación.....	163

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Fundamentación teórica .....	1
<b>Figura 2.</b> Proceso de producción de la mermelada.....	5
<b>Figura 3.</b> Estados financieros .....	18
<b>Figura 4.</b> Rubros estado de situación financiera .....	19
<b>Figura 5.</b> Grupo contable estado de resultados .....	19
<b>Figura 6.</b> Tipos de investigación .....	23
<b>Figura 7.</b> Métodos de investigación .....	25
<b>Figura 8.</b> Índices de precios al consumidor .....	38
<b>Figura 9.</b> Nivel de Ingresos.....	39
<b>Figura 10.</b> PEA Imbabura .....	41
<b>Figura 11.</b> Desempleo Ecuador.....	42
<b>Figura 12.</b> Edad .....	52
<b>Figura 13.</b> Género.....	53
<b>Figura 14.</b> Parroquia de residencia .....	54
<b>Figura 15.</b> Ocupación .....	55
<b>Figura 16.</b> Comidas Diarias .....	56
<b>Figura 17.</b> Frecuencia de desayuno .....	57
<b>Figura 18.</b> Composición del desayuno diario .....	58
<b>Figura 19.</b> Beneficios nutricionales.....	59
<b>Figura 20.</b> Compra de mermelada .....	60
<b>Figura 21.</b> Lugar de compra.....	61
<b>Figura 22.</b> Compra de mermelada .....	61
<b>Figura 23.</b> Cantidad de mermeladas .....	63

<b>Figura 24.</b> Tamaño .....	64
<b>Figura 25.</b> Precio .....	65
<b>Figura 26.</b> Sabor .....	66
<b>Figura 27.</b> Marca .....	67
<b>Figura 28.</b> Envase .....	68
<b>Figura 29.</b> Degustación.....	69
<b>Figura 30.</b> Producto más vendido.....	74
<b>Figura 31.</b> Proveedor Principal .....	75
<b>Figura 32.</b> Preferencia de sabor.....	76
<b>Figura 33.</b> Tamaño de envase .....	77
<b>Figura 34.</b> Adquisición de mermelada.....	78
<b>Figura 35.</b> Frecuencia de compra .....	79
<b>Figura 36.</b> Características del proveedor .....	80
<b>Figura 37.</b> Aceptación de proveedor .....	81
<b>Figura 38.</b> Mapa provincia Imbabura .....	89
<b>Figura 39.</b> Infraestructura de la microempresa .....	93
<b>Figura 40.</b> Localización definitiva.....	96
<b>Figura 41.</b> Descripción de las áreas.....	101
<b>Figura 42.</b> Flujograma de proceso.....	103
<b>Figura 43.</b> Logotipo Nutrimer .....	138
<b>Figura 44.</b> Organigrama estructural.....	140
<b>Figura 45.</b> Manual de funciones- Gerente .....	142
<b>Figura 46.</b> Manual de funciones contador .....	144
<b>Figura 47.</b> Manual de funciones - Operario .....	146

<b>Figura 48.</b> Manual de funciones- Ventas .....	148
<b>Figura 49.</b> Mapa de procesos. ....	150
<b>Figura 50.</b> Flujograma gestión estratégica .....	152
<b>Figura 51.</b> Flujograma gestión de proceso de mermelada .....	154
<b>Figura 52.</b> Gestión financiera.....	156



## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto de investigación, se desarrolla con la finalidad de determinar la factibilidad para la creación de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos en la ciudad de Ibarra, por lo cual, se recurre a diferentes fuentes bibliográficas, leyes vigentes en el país enfocadas en el apoyo de iniciar con nuevas unidades productivas y diferentes páginas oficiales de la web, con la finalidad de obtener el sustento teórico que permita llevar el trabajo por la dirección correcta. Como punto principal del proceso investigativo, se recurre a métodos de investigación alineados al tema propuesto, tales como: la encuesta y observación directa; posibilitando recolectar información primaria de los diferentes escenarios, a los cuales el proyecto deberá apuntar, tomando en consideración la población y muestra, a la cual se dirigirá el estudio de mercado, siendo la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra.

Para establecer factores que influyen en la creación de nuevas unidades productoras, se determinan indicadores que van en función de aspectos socioeconómicos, tecnológicos y la respectiva normativa legal; es preciso señalar que se aplica diferentes métodos dando una visión más clara del proyecto; estos elementos son primordiales a la hora de establecer los aliados, oportunidades, oponentes y riesgos.

Finalmente, tras el levantamiento de información y los diferentes estudios realizados se obtiene una serie de elementos cuantificables y medibles en el tiempo como: demanda insatisfecha, inversiones, proyección de ingresos y gastos, estados y los evaluadores financieros. Todos estos parámetros permiten al investigador determinar la factibilidad del proyecto, sus puntos fuertes, así como valores que tras ser interpretados, aseguran que el desarrollo de la investigación cumpla los requerimientos mínimos para que el emprendimiento sea sostenible y sustentable en el tiempo.

### **Abstract**

The present research project is developed with the purpose of determining the feasibility for the creation of the blueberry jam processing and marketing microenterprise in the city of Ibarra, for which, in principle, different bibliographic sources are used, current laws in the country focused on the support of starting with new productive units and different official web pages, in order to obtain the theoretical support that allows us to direct the work in the right direction.

As the main point of the investigative process, research methods aligned to the proposed topic are used, such as: the survey and direct observation; this allows to collect primary information of the possible scenarios, to which the project should aim, taking into consideration the population and sample, to which the market study will be directed, in this case it is the economically active population of the city of Ibarra.

To establish factors that influence the creation of new production units, indicators are determined based on socioeconomic and technological aspects and the respective legal regulations; It is important to mention are applied, giving a clearer vision of the project; These elements are essential when establishing allies, opportunities, opponents and risks.

Finally, after the collection of information and the different studies carried out, a series of quantifiable and measurable elements are obtained over time, such as: unsatisfied demand, investments, projection of income and expenses, statements and financial evaluators. All these parameters allow the researcher to determine the feasibility of the project, its strengths have been values that, after being interpreted, ensure that the development of the research meets the minimum requirements for the undertaking to be sustainable and sustainable over time.

## **Justificación**

El cantón Ibarra, destacado por su gastronomía, turismo y tradiciones tienen diferentes íconos importantes que la distinguen, entre ellas son las nogadas, mermeladas, dulces, helados de paila, entre otros; que se pueden encontrar en la zona central de la ciudad; para diversificar los sabores existen frutos exóticos, como son los arándanos o mora azul como se lo conoce tradicionalmente, es por ello, que se insertaría de manera sencilla una mermelada de este producto al mercado Ibarreño.

La producción de arándanos en el país es importante, porque es un fruto que se da en cualquier condición climática, sea sierra o costa, además, la planta puede durar entre 10 a 15 años con alta producción del fruto, es por ello, que se debe aprovechar las riquezas que da la madre naturaleza. Por esta razón, los beneficios de este fruto son muy importantes para la salud del ser humano, como lo mencionan varios artículos en donde se habla acerca de la reducción del riesgo de sufrir cáncer; bondades en el rejuvenecimiento y control de la presión arterial.

En el proceso de emprendimiento de una nueva unidad productiva, para reactivar la economía local, se encuentran los siguientes pasos: implementar, producir y comercializar la mermelada de arándanos en el cantón Ibarra; todo esto con el fin de obtener ingresos que actualmente son escasos y a la par generar fuentes de trabajo a otras personas.

Finalmente, este proyecto se puede insertar fácilmente en el mercado, ya que la materia prima se puede encontrar en cualquier parte del país, con ello se estaría apoyando la producción agrícola y fomentando la economía.

Por lo tanto, este proyecto tiene varias ventajas que justifican su implementación; es así que en los aspectos legales es viable, por lo que no se atenta contra ningún precepto constitucional; *Fomenta la creación de empleo a través de la organización y esto se encuentra sustentada en el artículo 1 de la (Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, 2011).*

En el aspecto técnico, este proyecto busca poner en práctica las experticias teóricas, asimilados en la vida universitaria y con la utilización de bases científicas, matemáticas y financieras para aportar al desarrollo local a través de la generación de empleo y protegiendo al medio ambiente.

## **Objetivos**

### **Objetivo General.**

- Realizar la investigación para la creación de una microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos en el cantón Ibarra, provincia Imbabura.

### **Objetivos Específicos.**

- Determinar las bases bibliográficas relacionados con la creación de una microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos.
- Determinar los procedimientos metodológicos de investigación, enfocadas en la creación de la microempresa.
- Diagnosticar la situación actual del lugar en donde se desarrollará la investigación en el cantón Ibarra, provincia Imbabura
- Realizar la propuesta para determinar la factibilidad de la creación de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos, mediante el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y el estudio organizacional.
- Realizar la validación que dará como resultado de la investigación, en la creación de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos cantón Ibarra, provincia Imbabura.

# Capítulo I

## Fundamentación Teórica

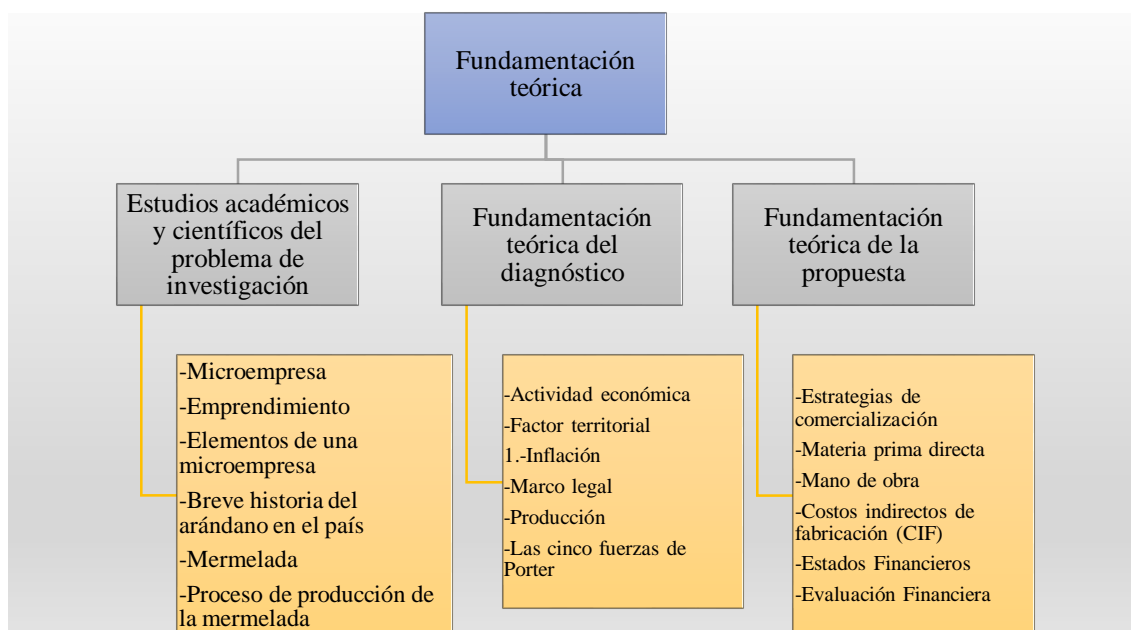
### 1.1.Introducción.

En el presente capítulo se dará a conocer la conceptualización de diferentes terminologías que se va a aplicar en el desarrollo de la investigación, por lo cual, es importante mencionar que las definiciones son fundamentaciones bibliográficas de varios autores, artículos científicos e información de páginas oficiales del internet que sustentan y fortalecen al presente estudio.

Se podrá visualizar que está formado en cuatro grupos de acuerdo como está estructurado el trabajo de tesis y a los capítulos que se va a argumentar, de tal forma que ayude a la mejor comprensión del lector.

**Figura 1.**

*Fundamentación teórica*



Elaborado por: La autora

## **1.2. Objetivo.**

Determinar las bases bibliográficas relacionados con la creación de una microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos.

## **1.3. Estudios académicos y científicos del problema de investigación**

Para iniciar con la creación de una actividad económica, es necesario comprender en que consiste cada uno de los factores que involucran en el desarrollo de un emprendimiento, es por ello, que se iniciará conceptualizando las siguientes terminologías.

### ***1.3.1. Microempresa.***

Para el estudio es primordial tener en claro los aspectos y características de una microempresa, siendo una asociación de personas que buscan alcanzar un mismo objetivo.

Según Monteros y Pineda (2017) “Una microempresa puede ser definida como una asociación de personas que, operando en forma organizada, utiliza sus conocimientos y recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos para la elaboración de productos o servicios que se suministran a consumidores obteniendo un margen de utilidad”.

### ***1.3.2. Emprendimiento.***

Para Martins (2020) emprendimiento “Es la acción de crear un negocio o negocios con el objetivo de generar ganancias y es la ejecución exitosa de ideas de las mentes más brillantes”.

Teniendo en cuenta la definición de emprender; es dar un paso que ayuda a materializar las ideas de un negocio, ya sea un grande o pequeño negocio con un objetivo

de obtener beneficios de la actividad comercial y con ello generar fuentes de trabajo y fortalecer la economía local.

### ***1.3.3. Elementos de una microempresa.***

Es importante tener en cuenta los elementos que van a formar parte de la microempresa, y con ello conlleva a una mejor dirección.

Según Business School (2015) da las siguientes características:

**Tabla 1.**

*Elementos de una microempresa*

<b>Características de una microempresa</b>	
Pocos trabajadores	No se trata de un número exacto, pero las microempresas se diferencian del resto de compañías por tener como máximo esta cifra de empleados. De hecho, uno de ellos suele ser el administrador o propietario, quien asume distintas labores en el día a día. Por lo general, las estructuras de una microempresa no tienen más de dos niveles jerárquicos: el del jefe y el de los trabajadores.
Mano de obra	Suelen ser negocios poco tecnificados o que no gozan de una estructura que permita procesos de producción en cadena. En cambio, en ellas predomina un uso de materias primas y de mano de obra convencional

Elaborado por: La autora

Fuente: (Business School, 2015)

### ***1.3.4. Breve historia del arándano en el país.***

Con lo que corresponde a la investigación, es importante conocer sobre los inicios de la producción del arándano en el país, mediante la información obtenida de la revista



líderes se identifica que, es un fruto que está pocos años en el país, que las condiciones climáticas son excelentes para la producción de este fruto y que tiene grandes expectativas de consumo local, así lo menciona en la destacada revista nacional.

Para Líderes (2018); “ La producción de arándanos en Ecuador es de data reciente. Se cultiva en climas de Sierra y Costa, en zonas de altas temperaturas por el día y bajas en las noches”.

Una ventaja que tiene Ecuador, que le favorece a la hora de competir con otros mercados, son las condiciones del medioambiente y un clima similar durante todos los meses; por ello permite recoger cosecha en cualquier época. Una característica de este fruto es que el rendimiento por planta va escalando, al menos hasta el cuarto año de cosecha. En el primer año, la producción es de un kilo por planta, pero al cuarto ya puede alcanzar 3,5 kg, explica Garzón. Una planta de arándano puede cosechar de 10 a 15 años.

### ***1.3.5. Arándanos.***

Los arándanos son unas pequeñas bayas de color azul oscuro o rojo, y sabor dulzón con un toque ácido, pertenecen a la familia de los frutos del bosque y son una de las frutas más saludables del planeta. Lo son porque tienen un alto contenido en antioxidantes los cuales, entre otros beneficios, combaten el envejecimiento prematuro neutralizando los radicales libres, combaten inflamaciones, son buenos para el corazón, la vista, la memoria y en dietas de pérdida de peso. (Lavanguardia, 2019)

Los arándanos son una fruta exótica, nueva y con grandes beneficios para la salud en los seres humanos. Es importante mencionar que el fruto es la principal materia prima para la creación de la microempresa de mermelada.

### 1.3.6. Mermelada.

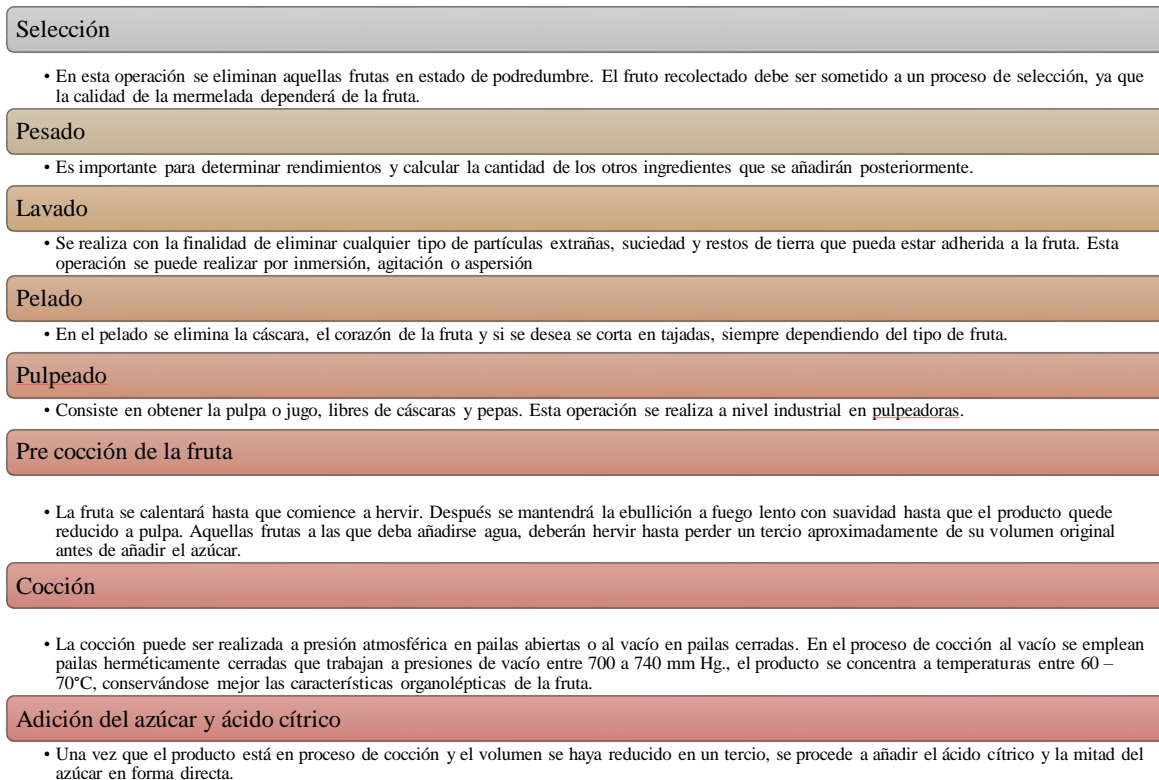
La mermelada es elaborada a base de frutos, se la realiza de manera casera o industrializada. Para (Escuela Politécnica Nacional, 2017). Se define a la mermelada de frutas como un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, obtenida por cocción y concentración de frutas sanas, adecuadamente preparadas, con adición de edulcorantes, con o sin adición de agua. La fruta puede ir entera, en trozos, tiras o partículas finas y deben estar dispersas uniformemente en todo el producto.

### 1.3.7. Proceso de producción de la mermelada.

En la Escuela Politécnica Nacional (2017), menciona el proceso de producción de la mermelada de manera industrializada;

#### Figura 2.

#### *Proceso de producción de la mermelada*



Elaborado por: La autora

Fuente: (Escuela Politécnica Nacional, 2017)

#### **1.4.Fundamentación teórica del diagnóstico.**

Para sustentar el diagnóstico del estudio, se debe tener en claro algunas contextualizaciones de los factores, que involucran en el inicio de la investigación, por lo tanto, se dará a conocer las siguientes definiciones:

##### **1.4.1. Actividad económica.**

La actividad económica tiene la finalidad de ofrecer o comercializar un bien o servicio, propuesta de la investigación es la creación de una actividad económica, que tiene por objeto producir un producto para que genere utilidad y a su vez dinamice la economía local, por consiguiente, esta información se sustenta con lo siguiente:

“La Actividad Económica es el procedimiento que implica la producción e intercambio de bienes y servicios con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor y conseguir una renta por ello”. (Gonzalez, 2017).

##### **1.4.2. Factor territorial.**

Según Sánchez (2015) “El territorio es un elemento fundamental para la organización, tanto espacial como social. Éste es un proceso social, político, económico y cultural. Donde los procesos de territorialidad actúan en tiempo y espacio produciendo diversas manifestaciones a múltiples escalas”.

En el factor territorial se debe conocer los límites, extensión, condición climática, entre otros, donde la materia prima debe ser producido en la zona que se industrializará.

### **1.4.3. Inflación**

Con la inflación se puede evidenciar la situación de los precios, consumo de los productos, entre otros factores que inciden en la economía del país.

Existe inflación cuando aumentan de forma sostenida los precios del conjunto de bienes y servicios de una economía. Es decir, cuando la media de los precios de todos los bienes y la subida de precios provoca la pérdida de poder adquisitivo de los ciudadanos. O, dicho de otra manera, si hay inflación significa que con el mismo dinero podremos comprar menos cosas que antes (Sevilla, 2019).

### **1.4.4. Producción.**

“La producción es cualquier actividad que aprovecha los recursos y las materias primas para poder elaborar o fabricar bienes y servicios, que serán utilizados para satisfacer una necesidad”. (Quiroa, 2020).

Es un proceso de transformación, donde la materia prima se convierte en un producto para la comercialización.

### **1.4.5. Aliados.**

Para una microempresa o cualquier actividad económica, es prioritario conocer los aliados para el desarrollo de esta o puede en un futuro fortalecer el negocio teniendo en cuenta colaboración de diferentes entidades, personas u otros. Así lo menciona Inspirativa (2015) “Los aliados se refieren a cualquier entidad, persona o empresa, cuyo aporte es clave para el desarrollo de nuestro modelo de negocios actual, y/o que pueden ser base de construcción de nuevos negocios”.

#### **1.4.6. Oportunidades**

“Las oportunidades de una empresa son tendencias y situaciones del ambiente externo que una empresa puede utilizar para sacar provecho, obtener ventaja frente a sus competidores y mejorar sus márgenes de utilidad”. (Quiroa, 2020).

Las oportunidades de una microempresa son los factores externos que ayuda al crecimiento de la actividad económica como puede ser: el gobierno, entidades financieras, corporaciones, entre otras.

#### **1.4.7. Oponentes**

Según Definiciones ABC (2017) “El oponente estará en una situación enfrentada, en las antípodas, con una posición o de quien corresponda. Por lo que no habrá un acuerdo, y aún más, competirán por imponer su fuerza o autoridad en lo que sea”.

Los oponentes son todo lo contrario a lo anterior visto, es decir los factores externos que afectan al crecimiento de la microempresa, por ejemplo, inflación, competencia, incluso las condiciones climáticas pueden afectar al desarrollo del emprendimiento.

#### **1.4.8. Riesgos**

El riesgo estratégico es el impacto actual y futuro en los ingresos y el capital de una empresa que podría surgir de las decisiones adversas de negocios, la aplicación indebida de las decisiones, o la falta de capacidad de respuesta a los cambios de la industria. (EALDE, 2020).

Por otra parte, los riesgos siempre se van a tener en cualquier situación, sea los aspectos financieros, ventas, personal, entre otros afectando el fortalecimiento de la microempresa.

#### ***1.4.9. Las cinco fuerzas de Porter.***

Para tener en claro sobre este método de las 5 fuerzas de Porter, es importante conocer que esta estrategia sirve para que la nueva unidad productiva se enfoque en las arterias principales, que pueden ser los clientes los proveedores los competidores y los productos similares; para aplicar sobre este método se da la siguiente información.

Como lo menciona, (Robben, 2015). Esto permite que las organizaciones interesadas analicen sucesivamente el conjunto de sus actividades con el objetivo de mejorar al máximo posible cada etapa para construir y optimizar una ventaja competitiva.

Esta cadena de valor es una herramienta de strategic Management muy apreciada, en la medida que actúa en el posicionamiento de un producto o servicio en el mercado. Finalmente, la cadena de valor tiene 3 objetivos: la mejora de los servicios, la reducción de los costes y la creación de valor.

#### **1.5.Fundamentación teórica de la propuesta.**

En la propuesta se podrá visualizar los diferentes factores que intervienen en la formación y desarrollo de la creación de la microempresa; por lo tanto, se debe conocer los términos claves, divididos en el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y la estructura organizacional, con el fin de tener una idea clara sobre cada definición de la terminología que se va a utilizar en el capítulo IV.

##### ***1.5.1. Investigación de Mercado.***

Según Marketing XXI (2019) “Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo”.

Para poder introducir un nuevo producto al mercado, es importante realizar una investigación de las necesidades del consumidor, mediante instrumentos de recopilación de datos. Para así determinar hacia a donde se puede enfocar el producto.

### **1.5.2. Segmento de mercado.**

Para poder determinar un segmento de mercado ideal, al cual el producto se enfocará es indispensable conocer previamente a donde se va a dirigir el mismo.

“El segmento de mercado es un grupo de personas, empresas u organizaciones con características homogéneas en cuanto a deseos, preferencias de compra o estilo en el uso de productos, pero distintas de las que tienen otros segmentos que pertenecen al mismo mercado. Además, este grupo responde de forma similar a determinadas acciones de marketing; las cuales, son realizadas por empresas que desean obtener una determinada rentabilidad, crecimiento o participación en el mercado”. (Thompson, 2017)

### **1.5.3. Muestra**

Para Unknown (2017) “ La muestra es cuando se toman un determinado número de elementos de la población, sin que en principio tengan nada en común ”.

Acotando al concepto anteriormente expuesto se puede mencionar, que para que la muestra tenga una confiabilidad se deben seguir todos los lineamientos, análisis y cálculos; dado que ello es el eje principal para la aplicación de la encuesta.

### **1.5.4. Población**

Según el artículo realizado por Danel (2015) en donde se define a la población como “el conjunto sobre el que estamos interesados en obtener conclusiones y acerca de la cual queremos hacer inferencias. Normalmente es demasiado grande para poder abarcarlo”.

En este sentido cabe recalcar que, si bien es cierto determinar la población del estudio es importante deberá conjugarse con un buen cálculo de la muestra, en vista de que generalmente la población tiene un número elevado de elementos.

#### ***1.5.5. Demanda.***

Por definición la demanda es sí es el consumidor en donde mide la preferencia, calidad del producto, es la parte en donde se va a enfocar el producto para satisfacer la necesidad del cliente.

La demanda que una persona, una familia, una empresa o un consumidor en general tiene de un determinado producto o servicio puede estar influenciada por un gran número de factores que determinarán la cantidad de producto solicitado o demandado o, incluso, si éste tiene demanda o no. (Banrepcultural, 2017)

#### ***1.5.6. Oferta.***

Actualmente la oferta es el producto que va a salir al mercado dependiendo del precio, es decir, a mayor oferta baja el precio tal como lo menciona en la siguiente definición.

La oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la oferta que exista de ese bien va a ser mayor; es decir, los productores de bienes y servicios tendrán un incentivo mayor para ofrecer sus productos en el mercado durante un periodo, puesto que obtendrán mayores ganancias al hacerlo. (Banrepcultural, 2017).

#### ***1.5.7. Estrategias de comercialización.***

Para que un producto salga al mercado es necesario conocer las diferentes estrategias en este caso son las 4P que va a ayudar en la comercialización de la mermelada de arándanos aplicando las siguientes definiciones.



**Tabla 2.***Estrategias de comercialización*

Precio	Producto	Plaza	Promoción
<p>El precio es una de las condiciones que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado. La relación entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida de éste se puede ver gráficamente a través de la curva de oferta. La forma típica de esta curva se presenta a continuación. <b>(Banrepcultural, 2017)</b></p>	<p>El producto es todo lo que se le entregará al cliente. Es decir: lo tangible o no del producto, lo que viene antes, durante y después de la compra. Las funcionalidades concretas del producto y el conjunto de experiencias que produce desde su compra hasta su fin de uso.</p>	<p>La plaza hace referencia al espacio-tiempo dónde (y cuándo) se vende el producto. Por ejemplo, si usted vende vestimenta por internet (con despacho incluido) usted ofrece la siguiente plaza:</p> <p>Punto de venta en el sitio web.</p> <p>Distribución súper eficiente a la casa del comprador.</p>	<p>Este es todo el proceso comunicacional que tiene como intención que sus clientes: conozcan su producto, tengan una perspectiva favorable de su producto y empresa y finalmente compren su producto.</p> <p>Para lograr eso se elabora un mensaje entregado por alguien o algo que represente su marca en un medio.</p>

Elaborado por: La autora  
Fuente: (Fuentes, 2018)

### **1.5.8. Localización.**

La localización es un factor principal, porque es la ubicación de la microempresa en donde se puede verificar algunos aspectos que deben facilitar el proceso de la producción y comercialización, por lo tanto es el punto clave para el desarrollo del emprendimiento como se menciona en la siguiente información.

Es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto. Hay un dicho que dice que las tres consideraciones más importantes en los negocios son la ubicación, la ubicación y la ubicación. (Corvo, 2018)

### **1.5.9. Elementos del costo.**

Es necesario en un negocio tener un conocimiento sólido a cerca de los costos que implican en la fabricación de este producto.

El costo permite identificar cuanto se invierte en la producción de un bien o servicio para así determinar un adecuado precio de venta que determine la cantidad que se gana al vender dicho producto o servicio. (Salazar B. , 2017)

Dentro del costo de un producto o servicio se puede encontrar 3 elementos:

#### **Tabla 3.**

##### *Elementos del costo*

<b>Elementos del costo</b>	
Materia prima directa	Para la fabricación de un producto se requiere materia prima, que se compone de todos aquellos recursos o materiales necesarios para su producción.
Mano de obra	De igual forma al fabricar un producto o prestar un servicio interviene un costo por mano de obra, que es todo aquel trabajo físico o intelectual desarrollado por

---

personas para la elaboración o entrega del producto.

Costos indirectos de fabricación (CIF) Igual que los costos por materia prima y mano de obra, los costos indirectos de fabricación son todos aquellos costos necesarios que se generan para poder fabricar un producto o entregar un servicio, solo que tienen como característica que no se pueden observar o identificar claramente en el costo del producto

---

Elaborado por: La autora  
Fuente: (Salazar B. , 2017)

#### ***1.5.10. Capacidad instalada.***

“La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc”. (Jara, 2015)

La capacidad instalada, es la parte medular en cualquier organización, tiene la finalidad de conocer el nivel de producción, el personal que se requiere y la maquinaria que se debe utilizar en la microempresa.

#### ***1.5.11. Inversión de capital de trabajo.***

El capital de trabajo es considerado como aquellos recursos que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones. De esta forma el capital de trabajo es lo que se llama usualmente como “activo corriente”.

Para poder operar, la empresa necesita recursos para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades y tener el funcionamiento óptimo de la empresa. (Salazar B. , Acbfinanzas, 2017)

Una vez conocido el capital de trabajo que se va a requerir en la implementación de la microempresa, se podrá tomar la decisión si es factible invertir, poniendo en consideración los recursos propios y las disponibilidades de recurrir a recursos externos de alguna institución financiera.

#### ***1.5.12. Sueldo.***

El sueldo es la paga fija que percibe un trabajador de forma regular debido a su desempeño en el cargo que ejecuta o por el servicio que ofrece por un determinado tiempo. Es la cantidad fija que se acuerda previamente y se paga de manera periódica al empleado. (Pacheco, 2019).

Toda organización requiere de mano de obra, lo cual debe ser remunerado sea el pago por horas, mensuales, siendo vital en la misma para que se ponga en marcha la producción.

#### ***1.5.13. Salario.***

En algunos casos se debe pagar un salario al personal, ya que por definición se paga de acuerdo a lo que vaya a trabajar; para la microempresa se va a requerir de personal que no vaya constante como puede ser la contadora.

Según Pacheco (2019) “El salario es el pago que recibe un empleado por prestar sus servicios a la empresa. Su salario es calculado dependiendo de la cantidad de horas y días laborados, por lo tanto, se fija por unidad de tiempo”.

#### ***1.5.14. Normas Internacionales de Información Financiera.***

Para llevar una buena contabilidad se necesita conocer ciertas obligaciones que actualmente en la contabilidad ecuatoriana se debe seguir. Para esto se debe conocer que las normas internacionales de información financiera en donde se establecen los requerimientos de conocimiento medición presentación e información a revelar que se refiere a las transacciones y otros sucesos y condiciones que son importantes en los Estados financieros con propósito de información general (Tpc Group, 2020).

#### ***1.5.15. Importancia de las NIIF.***

Las NIIF han sido diseñadas para ser aplicadas en los Estados financieros con propósito de información general, así como den otra información financiera de todas las entidades con ánimo de lucro para compañía sin obligación pública de rendir cuentas (NICNIIF, 2016).

Según esta definición da a conocer que las normas internacionales de información financiera, permite tener en orden las cuentas contables que se reflejan en los Estados financieros, que permite obtener más información sobre el estado de la empresa y por ende ayuda a la toma de decisiones.

#### ***1.5.16. NIIF para PYMES***

- ***Depreciaciones según NIIF para PYMES.***

Para realizar el cálculo de las depreciaciones en lo que se refiere a propiedad planta y equipo de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de

arándonos se necesita conocer de los 2 métodos que se puede aplicar según NIIF para MIPYMES;

**Tabla 4.**

*Depreciaciones*

<b>Método de depreciación</b>	<b>Característica</b>
Método lineal.	Se basa en la idea de que los activos se consumen uniformemente durante el transcurso de su vida útil o de servicios.
Método decreciente.	El método de depreciación de saldos decrecientes es un mecanismo de depreciación acelerada que permite reconocer un mayor desgaste del activo en sus primeros años y una menor hacia los años finales de su vida útil

Elaborado por: La autora  
Fuente: (Gerencie, 2021).

Es importante conocer también las siguientes definiciones:

Depreciación es el desgaste sistemático al que está sometida las propiedades planta y equipo el deterioro es la pérdida de valor de la propiedad planta y equipo que se genera cuando el importe recuperable es inferior a nuestro valor en libros. Por otro lado es un valor residual conocido como valor de salvamento es la parte residual de la propiedad planta y equipo que queda al final de su vida útil esto lo determina la administración de la empresa (Norma Internacional de Contabilidad 16 , 2006)

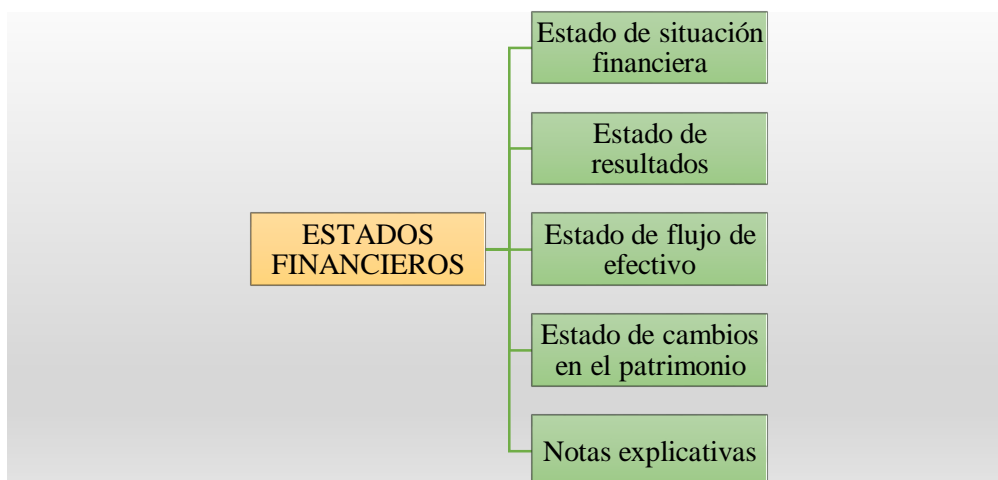
#### **1.5.17. Estados Financieros.**

Los estados financieros son de gran utilidad para conocer sobre los movimientos financieros de la microempresa.

Por definición es un registro de información financiera pertinente a cada empresa, presentada de manera fácil y estructurada. Sin embargo, aunque existen una serie de Estados Financieros reconocidos de forma estandarizada, puede afirmarse que un Estado Financiero es cualquier relación de data monetaria, que se asocia con uno o varios aspectos financieros del negocio, siempre y cuando estos sean: fiables, imparciales y accesibles. (Salazar B. , Abcfinanzas, 2016).

**Figura 3.**

*Estados financieros*



Elaborado por: La autora

Fuente: (Salazar B. , Abcfinanzas, 2016)

- ***Estado de situación financiera***

Según Catagora (2012), “ El estado de situación financiera, refleja la condición económica de una entidad en una fecha particular”. Presenta la información de los activos, pasivos y patrimonio.

**Figura 4.***Rubros estado de situación financiera*

Elaborado por: La autora

Fuente: (Carpio, 2012)

El estado de situación financiera de una organización permite el diagnóstico, considerando las variables contables, que miden el desempeño de la misma, con el fin de tomar decisiones enfocadas para dar solución a los problemas de la entidad.

- ***Estado de resultados***

Para Guajardo (2005), “ El estado de resultados tiene la finalidad de resolver el monto de los ingresos y si superan a los gastos contables, determinando la utilidad o pérdida”.

**Figura 5.***Grupo contable estado de resultados*

Elaborado por: La autora

Fuente: (Guajardo, 2005)

El estado de resultados aporta en la entidad en comprender los resultados en cuanto a sus ingresos, gastos y utilidades o pérdidas.

- ***Estado de flujo de efectivo***

Romero (2018) menciona “ El estado de flujo de efectivo tiene el fin de informar los cambios referente a los recursos de la organización en un periodo determinado, revelando las operaciones, financiamiento e inversión.



Por otro lado el flujo de efectivo muestra los cobros y pagos de la organización de se año, dando a lugar el origen del efectivo y el uso del mismo.

- ***Estado de cambios en el patrimonio***

Para Romero (2018) “ El estado de cambios en el patrimonio es dinámico, donde se visualiza los movimientos del deudor y el aceptor de las cuentas del capital contable de la organización.

Un estado de cambios en el patrimonio revela los cambios en la inversión de los socios, de tal forma se actualiza las partidas del capital aportado.

- ***Notas explicativas***

Romero (2018) menciona; “Las notas explicativas, tienen el objeto de especificar, aclarar o explicar algo que no se encontraba en los estados financieros”.

Siendo notas explicativas que brindan una estructura clara y de manera comprensible a las prácticas contables de entidad, con la finalidad que los usuarios puedan comprender y tomar decisiones.

#### ***1.5.18. Evaluación Financiera.***

La evaluación financiera es el ejercicio teórico-práctico mediante el cual se intentan identificar, valorar y comparar entre sí los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas de proyectos de inversión, con la finalidad de apoyar la toma de decisiones de inversión que permitan crear valor, aquellos proyectos que maximicen la importancia de la compañía, aumentar su valor implica que el flujo de efectivo libre es incremental y los costos del capital son inferiores al retorno del capital invertido. (Ortega J. , 2018).

Es una herramienta prioritaria para la medición de proyecto de inversión, tal cual, como lo menciona en la anterior información, en donde expone los factores que intervienen para verificación de la inversión, por lo cual ayuda a la toma de decisiones y poder guiar de mejor manera los costos y beneficios, Además, ayuda a decidir si se debe invertir en el negocio o no.

#### ***1.5.19. Misión***

La misión describe el motivo o la razón de ser de una organización, empresa o institución. Se enfoca en los objetivos a cumplir en el presente. Debe estar definida de manera precisa y concreta para guiar al grupo de trabajo en el día a día. (Raffino, 2020).

La misión es la naturaleza del giro del negocio, siendo importante su definición con todos los involucrados de la organización.

#### ***1.5.20. Visión***

Para Raffino (2020) “La visión describe una expectativa ideal sobre lo que se espera que la organización sea o alcance en un futuro. Debe ser realista, pero puede ser ambiciosa; su función es guiar y motivar al grupo para continuar con el trabajo”.

La visión es donde se visualiza la microempresa en un determinado periodo de tiempo, cumpliendo con los objetivos propuestos para seguir fortaleciendo el emprendimiento en un futuro.

#### ***1.6.Marco legal.***

Son las diferentes leyes y reglamentos que tiene el país, así como: La constitución del estado, Ley orgánica de economía popular y solidaria, Código Orgánico de Organización Territorial Autónoma y Descentralización, entre otras en donde respaldan

la creación de nuevas unidades productivas. Donde se menciona los derechos, obligaciones, con la finalidad de satisfacer el interés y necesidades ciudadanas.

En la constitución, en el Art. 242 menciona el acceso y las oportunidades para acceder a un trabajo, bienes, servicios y propiedad de los medios de producción. Por otro lado en la Ley orgánica de economía popular y solidaria y el Código Orgánico de Organización Territorial Autónoma y Descentralización reconocen a las personas naturales y jurídicas en la producción garantizando sus derechos. (Ecuador, 2008)

### **1.7. Resumen del capítulo**

El marco teórico es necesario para el inicio de la investigación, una vez indagado en las diferentes fuentes como libros, revistas, ensayos, páginas oficiales, entre otros, sobre la terminología que se va a utilizar en el presente trabajo investigativo, se conoce que existen definiciones técnicas en el ámbito administrativo, financiero y definiciones específicas, facilitando al lector, con una mejor comprensión del desarrollo de la tesis.

## Capítulo II

### Procedimientos Metodológicos

#### 2.1.Introducción.

Para poder realizar una investigación se necesita varios procedimientos metodológicos, que sirven para buscar soluciones a problemas, responder preguntas, entre otros; Por lo cual deben ser utilizados en forma adecuada y sistematizada ayudando a que el conocimiento obtenido sea verídico y confiable.

Para el tema de investigación se han elegido algunos tipos de Investigación, métodos, técnicas e instrumentos que se acoplan a la recolección de información necesaria para llevar a cabo el desarrollo del proyecto y que están acordes a la necesidad del mismo, y tienen la finalidad de lograr con los objetivos establecidos en el estudio. Además, ayuda a obtener una visión clara y precisa sobre los conocimientos que se desea indagar.

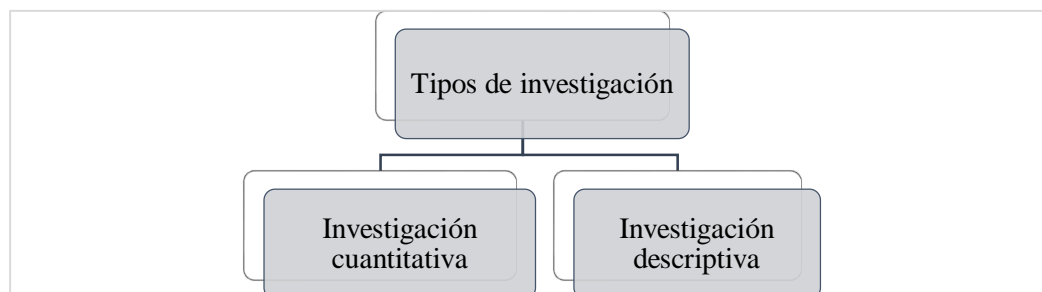
#### 2.2.Objetivo

Determinar los procedimientos metodológicos con miras a la investigación de la creación de la microempresa.

#### 2.3.Tipos de investigación.

**Figura 6.**

*Tipos de investigación*



Elaborado por: La autora  
Fuente: (Questionpro, 2019)

### ***2.3.1. Investigación cuantitativa***

Para Peñuelas Rodríguez (2010), “ La investigación cuantitativa se enfoca en los hechos o causas de los fenómenos sociales, por medio de cuestionarios, inventarios y análisis demográficos generan números, que se pueden analizar estadísticamente y hacer uso en el estudio”.

En el presente estudio se destinará un cuestionario formulado previamente, para realizar las entrevistas a la muestra obtenida y analizar la aceptación del producto y la mejor forma de comercialización.

### ***2.3.2. Investigación descriptiva.***

La investigación descriptiva se ajusta la necesidad que tiene el estudio; para retroalimentar con la información que se recopiló, es fundamental conocer de otro autor la definición de la misma y con esto cimentar como se va a realizar la investigación de este presente trabajo.

Según (Questionpro, 2019) se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. Su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Por otro lado para (Ortega J. , 2017) “la investigación descriptiva utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades”.

Una vez indagado sobre la investigación descriptiva, se ajusta a lo que se requiere para el presente estudio, conocer lo que se debe hacer, en que centrarse y la población en donde se puede analizar.

## 2.4.Métodos.

El estudio parte de lo general, que implica la creación de la microempresa, a lo particular que tiene que ver con los lineamientos que involucran en la producción de la mermelada de arándano.

**Figura 7.**

*Métodos de investigación*



Elaborado por: La autora

Fuente: (Neill & Cortéz, 2018).

### 2.4.1. *Investigación deductiva.*

Para Arrieta (2018), “La investigación deductiva, es donde se centra en la observación, para conseguir algo nuevo; entonces esta investigación no se ajusta a lo que se requiere para el estudio”.

Es una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de leyes y conclusiones generales, siendo necesario aplicar en el estudio debido a que se basa en la observación de hechos y fenómenos, así generaliza a partir de sus observaciones y sus conclusiones son probables.

### **2.4.2. Investigación inductiva**

Según (Neill & Cortéz, 2018) “el método inductivo se fundamenta en el razonamiento que permite formular juicios partiendo de argumentos generales para demostrar, comprender o explicar los aspectos particulares de la realidad”.

Es una forma razonar y explicar la realidad partiendo de leyes o teorías generales hacia casos particulares, en el estudio donde; establecerá conclusiones a partir de generalizaciones, la conclusión en un razonamiento incluidas premisas y además rigurosas y válidas. Es importante entender los diferentes tipos de investigación, para canalizar la información que se requiere; en la investigación inductiva, se logrará conocer un panorama previo de la situación que se encuentra el estudio y dar como resultado una actualización del mismo conocimiento basado en el razonamiento, observación y llegar así a una conclusión.

## **2.5. Tipo de muestreo.**

### **2.5.1. Población**

Para la realización de la investigación se tomará en cuenta la población económicamente activa del cantón Ibarra, sector donde se va a realizar la creación de la microempresa.

Según el censo realizado por (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010), Ibarra tiene una población de Mujeres 93,389 y Hombres 87,786 personas siendo el 68.1 % la Población Económicamente Activa.

**Tabla 5.***Población económicamente activa*

<b>Población</b>	<b>Cantidad</b>	<b>68.1 % PEA</b>
Mujeres	93,389	63,597
Hombres	87,786	59,782
Total	181,175	123,377

Elaborado por: La autora

Fuente: (Censos, 2021)

**2.5.2. Muestra.**

Una vez investigado la población se procede a realizar cálculo de la muestra para posteriormente ejecutar las encuestas y recopilar información de la creación de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándano.

Para calcular la muestra se toma la siguiente fórmula:

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

Donde:

- **n**= el tamaño de la muestra.
- **N**= tamaño de la población.
- **σ**= desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- **Z** = valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo



99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

- **e** = Límite aceptable de error muestral. Generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.5) el valor estándar usado en las investigaciones. (López & Fachelli, 2017)

$$n = \frac{123377(0,5)^2 (1,96)^2}{(123377 - 1)(0,5)^2 + (0,5)^2(1,96)^2}$$

$$n = \frac{118491}{30844}$$

$$n = 384$$

Una vez ejecutado la fórmula, da como resultado 384 encuestas que se deben aplicar en el cantón Ibarra, con el objetivo de reunir los datos suficientes para la realización del estudio de mercado del presente estudio.

## 2.6. Técnicas e instrumentos

Para poder realizar la recolección de información existe varias técnicas e instrumentos para la presente investigación se utilizarán las siguientes:

- **Encuesta:**

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. (QuestionPro, s.f.).

Dentro de la encuesta existe distintos tipos, en la presente investigación se empleará la encuesta de tipo personal, que ayudará a la recolección de información necesaria, como conocer gustos y preferencias de los posibles compradores y con preguntas enfocadas a una sola variable, se aplicará preguntas politómicas, es decir con algunas opciones de respuesta que ayudará al desarrollo del proyecto.

- **Observación:**

La observación podría definirse como una técnica primaria de conseguir datos, que tiene como fin describir una realidad y que lo hace de manera cuantitativa. Su aplicación suele elegirse, bien en situaciones en las que los sujetos de estudio no quieren dar información, bien cuando se quiere analizar un comportamiento espontáneo. (Instituto Europeo de Posgrados, 2018).

La Observación se aplica en la indagación de la competencia como factor principal del estudio, también se puede aplicar en el entorno en donde se va a desarrollar la investigación.

## **2.7. Identificación de variables diagnósticas.**

Para iniciar identificando las variables diagnósticas, se debe tener en claro la definición de variable y la importancia que se tiene para el estudio. Además, se aplicará las variables PEST y se identificará los indicadores correspondientes para el desarrollo del siguiente capítulo.

Para ello se argumenta que una variable es un elemento de la investigación que ayuda a identificar características, cambios que se requiere en el estudio.

Los factores PEST sirven para conocer las grandes tendencias y rediseñar la estrategia empresarial:

**Tabla 6.**

*Factores PEST*

<b>Variables diagnósticas</b>	
<b>Variables políticas</b>	Son los aspectos gubernamentales que inciden de forma directa en la empresa. Aquí entran las políticas impositivas o de incentivos empresariales en determinados sectores, regulaciones sobre empleo, el fomento del comercio exterior, la estabilidad gubernamental, el sistema de gobierno, los tratados internacionales o la existencia de conflictos internos o con otros países actuales o futuros. También la manera de la que se organizan las distintas administraciones locales, regionales y nacionales. Los proyectos de los partidos mayoritarios sobre la empresa también se incluyen en este apartado.
<b>Variables económicas</b>	Se analizará los datos macroeconómicos, la evolución del PIB, las tasas de interés, la inflación, la tasa de desempleo, el nivel de renta, los tipos de cambio, el acceso a los recursos, el nivel de desarrollo y los ciclos económicos. También se deben investigar los escenarios económicos actuales y futuros y las políticas económicas.
<b>Variables sociales.</b>	Los factores a tener en cuenta son la evolución demográfica, la movilidad social y cambios en el estilo de vida. También el nivel educativo y otros patrones culturales, la religión, las creencias, los roles de género, los gustos,

---

las modas y los hábitos de consumo de la sociedad. En definitiva, las tendencias sociales que puedan afectar el proyecto de negocio.

**Variables tecnológicas.**

Resulta algo más complejo de analizar debido a la gran velocidad de los cambios en esta área. Hay que conocer la inversión pública en investigación y la promoción del desarrollo tecnológico, la penetración de la tecnología, el grado de obsolescencia, el nivel de cobertura, la brecha digital, los fondos destinados a Investigación+Desarrollo, así como las tendencias en el uso de las nuevas tecnologías

---

Elaborado por: La autora  
Fuente: (Martín, 2017).

## 2.8. Matriz de relación diagnóstica

**Tabla 7.**

*Matriz de relación diagnóstica*

Objetivos	Variab les	Indicadores	fuelle	Tipos de Información	Técnicas de Investigación	Fuentes de información
Verificar la normativa legal nacional acorde a la creación de nuevas unidades productivas.	Factores Políticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria</li> <li>• Código orgánico de organización Territorial, Autonomía y Descentralización.</li> <li>• Ley de Régimen Tributario Interno</li> <li>• Certificaciones y permisos para iniciar una actividad económica del municipio de Ibarra</li> </ul>		Primaria	Investigación páginas oficiales internet	Páginas oficiales del gobierno nacional del Ecuador. Página del Ilustre Municipio de Ibarra
Determinar los aspectos económicos que involucran en el estudio.	Aspecto s Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inflación</li> <li>• Canasta Familiar</li> <li>• Nivel de ingresos</li> <li>• Instituciones Financieras</li> </ul>		Primaria	Investigación páginas oficiales internet	Instituto Nacional de Estadística y Censos
Establecer los factores sociales y el entorno en donde se desarrolla la investigación.	Factores Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demografía</li> <li>• Desempleo</li> <li>• Educación</li> </ul>		Primaria	Investigación páginas oficiales internet	Instituto Nacional de Estadística y Censos
Determinar la tecnología que involucra en el procesamiento de la mermelada de arándano.	Tecnolo gía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maquinaria</li> <li>• Plataformas Virtuales</li> <li>• Innovación + Desarrollo + Investigación</li> </ul>		Secundaria	Investigación páginas oficiales internet	Repositorio Universidades

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

Para el desarrollo del siguiente capítulo se debe conocer las directrices e indicadores que se va a desarrollar enfocándose en la creación de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos en el cantón de Ibarra.

## **2.9. Resumen del capítulo.**

En este capítulo, se logrará determinar la metodología de investigación que se aplicará al estudio, por lo cual, la investigación descriptiva y el método inductivo están alineados a la necesidad de la propuesta; para la recopilación de datos se realizará una encuesta dirigida a la población económicamente activa del cantón Ibarra y, además, mediante la observación se podrá distinguir la oferta del producto que se va a lanzar al mercado.

Por otro lado, se establece la matriz de relación diagnóstica, en base a la herramienta PEST, la cual ayudará al siguiente capítulo a desarrollarse mediante variables e indicadores, que ayudarán a fortalecer la presente investigación.

## **Capítulo III**

### **Diagnóstico**

#### **3.1.Introducción.**

Para iniciar con el diagnóstico de la creación de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos, se va a establecer variables que se ajuste al tema propuesto, por lo cual, se ha identificado indicadores que ayudarán y sustentarán al desarrollo de este capítulo.

Las variables que se ajustan al trabajo de investigación son normativa legal, aspectos económicos, factores sociales y tecnología, todos estos puntos son enfocados en la creación de la nueva unidad productiva y el entorno donde se va a instalar la microempresa.

Además, se podrá visualizar los diferentes sectores productivos que están siendo afectados por la pandemia, que actualmente se está viviendo en todo el mundo; como el país y las actividades económicas han bajado las ventas e incluso cierre de las mismas, principalmente a los emprendimientos y a microempresas; y que soluciones está dando el gobierno actual.

#### **3.2.Objetivo.**

- Diagnosticar la situación actual, legal, económica, social y tecnológica para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos donde se desarrollará la investigación, cantón Ibarra, provincia Imbabura.

#### **3.3.Objetivos específicos.**

- Verificar el sustento legal nacional acorde a la creación de nuevas unidades productivas.

- Determinar los aspectos económicos que involucran en el estudio.
- Establecer los factores sociales y el entorno en donde se desarrolla la investigación.
- Determinar la tecnología que involucra en el procesamiento de la mermelada de arándano.

### 3.4.Desarrollo de variables.

Las variables e indicadores que se han propuesto para el estudio son las siguientes:

**Tabla 8.**

*Variables e indicadores*

<b>Variable 1</b>	<b>Variable 2</b>	<b>Variable 3</b>	<b>Variable 4</b>
<b>Normativa Legal</b>	<b>Aspectos Económicos</b>	<b>Factores Sociales</b>	<b>Tecnología</b>
Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.	Inflación	Demografía	Maquinaria
Código orgánico de organización Territorial, Autonomía y Descentralización.	Canasta Familiar	Servicios básicos	Plataformas Virtuales
Ley de Régimen Tributario Interno			
Certificaciones y permisos para iniciar una actividad económica	Nivel de ingresos	Desempleo	Innovación + Desarrollo + Investigación
	Instituciones Financieras	Educación	

Elaborado por: La Autora

Fuente: Investigación directa

#### 3.4.1. *Variable 1 normativa legal.*

Para el desarrollo de cada variable de la normativa legal se enfocará en las leyes actuales que involucran en la creación de nuevas unidades productivas tanto a nivel



nacional como local; y para dar sustento a la investigación, es por ello que la máxima base es la carta magna del país, seguidamente de las leyes y códigos.

**Tabla 9.**

*Normativa legal*

Normativa Legal	Resumen
Constitución	El Art 66 literal 15 menciona que “El derecho a desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental.” (Ecuador, 2008), en donde se puede tener en cuenta que todo ciudadano ecuatoriano se tiene derecho a tener una fuente económica.
La Ley de Economía Popular y Solidaria	En el artículo 3 literal b dice “Potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas” (LOEPS, 2018) dan sustento para la investigación ya que el mayor objetivo es poder desarrollar la microempresa.
Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización	En el artículo 32, “Competencias exclusivas del gobierno autónomo descentralizado regional. Los gobiernos autónomos descentralizados regionales tendrán las siguientes competencias exclusivas, sin perjuicio de otras que se determinen... g) Fomentar las actividades productivas regionales productivas” (Territorial, 2017), por lo cual los municipios apoyan a la creación de emprendimientos que fortalezcan la dinamicidad local de la ciudad.

---

Ley de Régimen Tributario Interno

en el artículo 9.1 Exoneración de pago del Impuesto a la Renta para el desarrollo de inversiones nuevas y productivas [...] Para efectos de la aplicación de lo dispuesto en este artículo, las inversiones nuevas y productivas deberán realizarse fuera de las jurisdicciones urbanas del Cantón Quito o del Cantón Guayaquil, y dentro de los siguientes sectores económicos considerados prioritarios para el Estado: a. Producción de alimentos frescos, congelados e industrializados (Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno, 2011); es muy importante la ayuda del estado para que la población este incentivada en desarrollar y fortalecer la economía al no tener que pagar el impuesto a la renta el negocio podría invertir para el crecimiento del mismo y por ende estabilizar la microempresa.

---

Elaborado por: La autora

Fuente: (Territorial, 2017), (Ecuador, 2008), (LOEPS, 2018).

Para iniciar con una nueva unidad productiva en la ciudad de Ibarra se necesita de varios documentos legales que permita tener los permisos necesarios para poder operar acorde a las exigencias de los entes rectores, principalmente con el Ilustre Municipio de Ibarra.

### **3.4.2. Variable 2 aspectos económicos**

- ***Inflación.***

En la actualidad por efectos de la pandemia la inflación del país se ve afectada “El Instituto Nacional de Estadística y Censos, cumpliendo con su calendario estadístico, publicó en mayo 2021, el reporte de índices de precios al consumidor, correspondiente a

la variación mensual de abril 2021” (Censos, 2021), en donde se puede visualizar que en el sector de alimentos alineándose a la microempresa de mermelada de arándanos tiene una mínima afectación de la inflación en comparación con el año anterior. Como se puede observar en la siguiente figura.

**Figura 8.**

*Indices de precios al consumidor*



Fuente: (Cifras, 2020)

- **Canasta familiar**

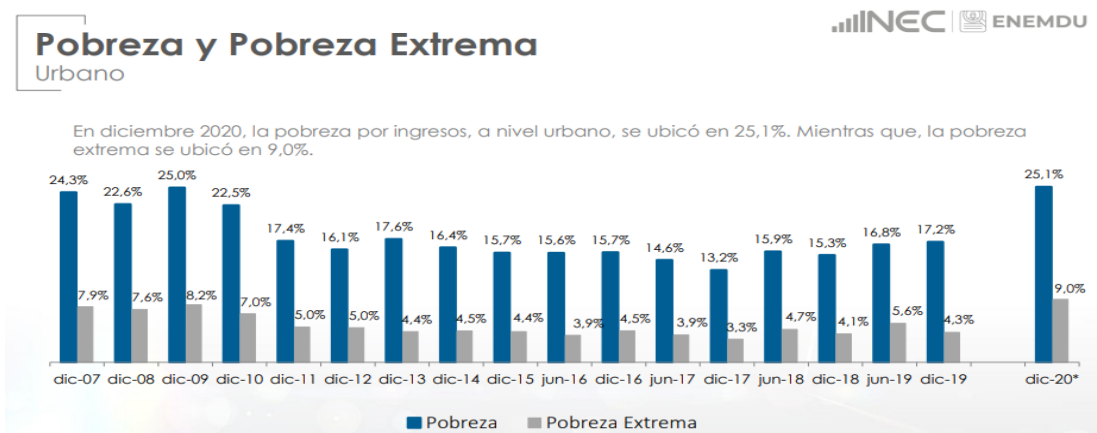
Para tener en claro la definición de canasta familiar el INEC menciona que “ Es un conjunto de bienes y servicios imprescindibles para satisfacer las necesidades básicas del hogar tipo compuesto por 4 miembros con 1,6 perceptores de ingresos que ganan la remuneración básica unificada” (Censos, 2021), es importante conocer la información de la canasta familiar y el nivel de ingresos que tiene las familias ecuatorianas que según el gobierno una canasta se cubre con \$711.18 pero es salario actual del país es de \$400, es por ello que es una parte en donde el consumidor prioriza el consumo es decir compra lo esencial en este caso la alimentación.

- **Nivel de ingresos**

Ingreso per cápita familiar. - Es una medida de bienestar económico que capta todos los ingresos corrientes disponibles del hogar y los asigna proporcionalmente para el número de miembros de la familia (Cifras, 2020).

**Figura 9.**

*Nivel de Ingresos*



Fuente: (Cifras, 2020)

En la figura 9, se observa el nivel de ingresos de las familias ecuatorianas en el año 2020, donde hay una decadencia y por ende la pobreza ha ido creciendo afectando la economía del país.

- **Instituciones financieras.**

Actualmente en épocas de pandemia el sector financiero está ofreciendo productos que ayudan a los microempresarios ofreciendo créditos factibles para poder reactivar la economía de país y dinamizar la economía, es por ello que a continuación se presenta los principales productos que están ofreciendo las instituciones financieras tanto públicas como privadas.

**Tabla 10.***Créditos para microempresas*

<b>Instituciones Financieras</b>	<b>Plan</b>	<b>Monto</b>	<b>Plazo</b>	<b>Interés</b>
<b>Banco Pacífico</b>	Reactívate Ecuador	Desde \$500	Hasta 36 meses	5% fijo
		Hasta \$30000		
<b>BanEcuador</b>	Crédito Productivo	Desde \$50	Hasta 10 años	11.25% variable
		hasta \$150000		
<b>Banco Solidario</b>	Microempresarios	Desde \$1000 hasta \$20000	Hasta 4 años	12.25% variable

Elaborado por: La autora

Fuente: (Banco del pacífico, 2021)

Para la microempresa se concidera el crédito productivo que ofrece BanEcuador, por su tasa de interés y por el montó que ofrece, además se considera la importancia de obtener un crédito para que inicie sus funciones de producción la organización.

### 3.4.3. *Variable 3 factores sociales*

- *Demografía.*

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la población actualmente en el país es de 17'000000 de ecuatorianos, por lo cual para la investigación se centrará en la población económicamente activa que actualmente se encuentra afectada por la pandemia tal como lo menciona el diario la primicia “Apenas el 33,2% de la población económicamente activa (PEA) de Ecuador o lo que equivale a 2,7 millones de personas tuvieron un empleo pleno, en febrero de 2021. Eso significa que desde que empezó el año 243.807 personas han perdido su trabajo formal” (Primicias, 2021).

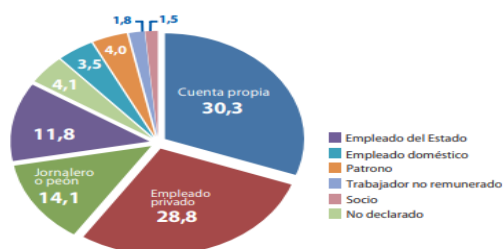
Para la investigación se debe conocer cuál es la población económicamente activa por lo cual en la provincia de Imbabura tiene en total 161.752 personas que trabajan tal como se puede visualizar en la siguiente figura.

**Figura 10.**

*PEA Imbabura*



**¿ EN QUÉ TRABAJAN LOS IMBABUREÑOS?**



Ocupación	Hombre	Mujer
Empleado privado	28.472	18.362
Cuenta propia	28.134	20.832
Jornalero o peón	19.451	3.412
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	10.355	8.689
No declarado	2.865	3.783
Empleada doméstica	241	5.361
Patrono	3.663	2.843
Trabajador no remunerado	1.528	1.344
Socio	1.614	803
<b>Total</b>	<b>96.323</b>	<b>65.429</b>

Fuente: (Cifras, 2020)

Es importante conocer la cantidad de personas que tienen trabajo en la provincia de Imbabura, para enfocarse en el desarrollo de la creación de la microempresa de mermelada de arándanos.

- **Desempleo.**

El desempleo en el país es alto por efectos de pandemia los pequeños y medianos comercios se vieron en la necesidad de cerrar por la baja en ventas y por consecuencia despedir al personal, así como lo menciona el siguiente artículo.

“En el primer trimestre de este año, de enero a marzo, existen 476.202 personas desempleadas en Ecuador, lo que hizo que la tasa de desempleo alcance el 5,8% a nivel

nacional, 7,3% en el área urbana y 2,8% en el área rural. Esta tasa estaba en el 5% (401.305) en diciembre del 2020 y pasó al 5,7% (477.412) en enero del 2021, es decir, 76.107 personas se sumaron al desempleo hasta ese mes” (Universo, 2021).

**Figura 11.**

*Desempleo Ecuador*



Fuente: (Cifras, 2020)

- **Educación.**

Actualmente la educación es otro sector afectado por la pandemia desde la educación inicial hasta la educación superior en donde niños y jóvenes están quedando con deficiencias en el aprendizaje o peor han dejado de estudiar y se han dedicado a realizar otras actividades dejando de lado el desarrollo del aprendizaje; en un futuro se verá los resultados generados por la falta de educación y un punto importante dejar de lado la investigación.

Pero se ha visto en la necesidad de adaptarse a una nueva realidad actualmente en el país se está manejando la educación virtual pero no todos los estudiantes tienen los

recursos y tecnología suficiente para poder tener clases así lo menciona en el siguiente artículo.

En este contexto, vale la pena preguntarse ¿acaso estábamos listos como país para asumir la responsabilidad de educar a nuestros niños, jóvenes y adultos por medio de clases a distancia? La respuesta ya era evidente antes de la pandemia. Según el Banco Mundial (2019) solo el 57.3% de la población del Ecuador tiene acceso a internet. Por su parte, según el Instituto Nacional de Estadísticas y censos (INEC, 2019) dijo que solo un 45,5% de familias tienen acceso a internet y esta cantidad baja al 21,6% de los hogares en áreas rurales (Universidad Tecnológica Particular de Loja, 2020).

Es importante conocer este punto para la investigación ya que la educación es una parte fundamental para el crecimiento económico y desarrollo del país.

#### **3.4.4. Variable 4 Tecnología**

- **Maquinaria.**

Para la producción de mermelada se necesita de maquinaria que ayudan al proceso de elaboración del producto, es por ello, que se requiere conocer sobre las diferentes maquinarias y equipo que implica para la optimización y calidad del producto:

- Lavador de frutas
- Dos cortadores de frutas
- Un tanque o tacho para escaldar
- Una despulpadora de frutas
- Un tacho de cocción y batidor para dulces
- Un equipo pasteurizador (Proemprender, 2018).

Además, se presenta los posibles proveedores que tienen este tipo de instrumentos para la creación de la microempresa de producción de arándanos.



**Tabla 11.***Proveedores de maquinaria*

<b>Proveedor</b>	<b>Dirección</b>
Metálicas Vaca	Velasco y Sánchez y Cifuentes
Bimetal	Natabuela E35
Metálicas FC	Av. Eugenio Espejo

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

- ***Plataformas Virtuales.***

La tecnología en los últimos tiempos ha sido una herramienta importante en lo que se refiere a comercio electrónico a continuación de presenta ventajas y desventajas de este medio de comercialización que actualmente está en auge.

**Tabla 12.***Ventajas y Desventajas plataformas virtuales*

<b>Ventajas</b>	<b>Desventajas</b>
Abierto las 24 horas	Alta competencia
Coste de mantenimiento barato.	Consumidores anticuados
Facilidad para mostrar los productos	Desconfianza en los pagos online
Optimización del tiempo	Posibles fallos técnicos
Ahorro del tiempo para el consumidor	Necesidad de poseer de un dispositivo electrónico

Elaborado por: La autora

Fuente: (A2publicidad, 2021).

- ***Innovación + Desarrollo + Investigación***

La investigación y desarrollo (I+D) es el proceso de investigación en conocimientos científicos y técnicos, con el objetivo de desarrollar tecnologías para obtener nuevos productos, materiales o procesos. Para ello, en las actividades de I+D, será fundamental que pueda apreciarse un importante nivel de creatividad o novedad. (López D. , 2016).

Para poder tener una visión de emprender, se necesita de conocer sobre las estrategias que han funcionado en el mundo de los negocios; cabe destacar que uno de ellos es la aplicación de I+D+I que son herramientas que ayudan al fortalecimiento de las unidades productivas siempre iniciando con una investigación de lo que se va a realizar y aprender del tema, desarrollar e invertir en nuevos materiales que faciliten el proceso de producción y la innovación de productos que estén en la necesidad del consumidor.

### **3.5. Análisis de la información**

Para un mejor resultado del análisis del diagnóstico se presenta a continuación la matriz de Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos, con la finalidad de conocer el entorno donde el negocio se implementará.

### 3.5.1. Matriz AOOD

**Tabla 13.**

*Matriz AOOD*

<b>Aliados</b>	<b>Oponentes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actual legislación del país que apoya a la creación de nuevas unidades productivas.</li> <li>• Productos financieros al alcance de los microempresarios.</li> <li>• Maquinaria fácil de adquirir.</li> <li>• Plataformas virtuales que puede ser un canal de comercialización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inflación en el país en aumento.</li> <li>• Desempleo latente en todo el país.</li> <li>• Población económicamente activa en reducción.</li> <li>• Canasta básica familiar en aumento.</li> <li>• Comerciantes minoristas y mayoristas de dulces.</li> <li>• Carencia de capital.</li> </ul>
<b>Oportunidades</b>	<b>Riesgos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear nuevas fuentes de ingresos a la familia.</li> <li>• Creación de fuentes de trabajo.</li> <li>• Intereses bajos en préstamos.</li> <li>• Desarrollar una nueva visualización de desarrollo + investigación + innovación, como una estrategia que sirve como un gran cimiento para el desarrollo de la microempresa</li> <li>• Aplicación del I+D+I</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ventas bajas por efectos de pandemia.</li> <li>• Educación en deterioro; no todos los estudiantes tienen las mismas condiciones y recursos para obtener el producto.</li> <li>• Ingresos bajos en la familia.</li> <li>• Alza de la tasa de desempleo.</li> <li>• Crisis económica por el COVID-19</li> </ul>

Elaborado por: La autora

Fuente: Diagnóstico

### **3.6. Resumen del capítulo**

Una vez analizado los indicadores de cada variable del diagnóstico se puede concluir que existen puntos estratégicos que apoyan a la creación de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos; que existen factores que ayudan al fortalecimiento del nuevo emprendimiento.

Se determina que en la ciudad de Ibarra es la mejor ubicación para implementar el proyecto, por sus aliados y principalmente por sus tradiciones en alimentos y el índice de turistas que llegan a la ciudad a adquirir este tipo de productos, por otro lado el mayor riesgo son los comerciantes minoristas y mayoristas que ofertan productos similares, sin embargo es el único producto de la zona con esta materia prima, y otro diferenciador es la implementación de maquinaria con calidad y con tecnología que facilitará los procesos para la industrialización, uno de los mayores riesgos es la pandemia, que afectó la economía en todos los sectores, a pesar de ello en este año, el implementó de nuevos productos han sido de acogida en toda la ciudad.

De tal manera se cree óptimo poner en marcha el negocio, permitiendo aumentar la oferta laboral y además de dinamizar la economía en la ciudad, se considera que si tendrá aceptación por los ciudadanos.

## **Capítulo IV**

### **Propuesta.**

#### **4.1. Introducción.**

En este capítulo se reflejará todo lo relacionado con la creación de la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos, iniciando con el estudio de mercado en donde se conocerá principalmente la demanda insatisfecha y las estrategias de mercado que se aplicará para el lanzamiento del producto. También se identificará la inversión total del proyecto tomando en cuenta los costos y gastos del emprendimiento. Mediante el estudio financiero se determinará si es factible la inversión mediante las herramientas financieras y por último el estudio organizacional donde se observará como se va a manejar la nueva unidad productiva.

#### **4.2. Objetivo.**

- Realizar la propuesta para determinar la factibilidad de la creación de la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos mediante el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y el estudio organizacional.

#### **4.3. Estudio de mercado**

##### **4.3.1. *Objetivo del estudio de mercado.***

- Identificar las variables e indicadores que se establecerán en el desarrollo del estudio de mercado.
- Establecer el mercado potencial y calcular la muestra que va dirigido la encuesta para determinar y conocer la demanda y oferta del producto.
- Realizar la recopilación de los datos obtenidos y tabular los resultados tanto como en la demanda y la oferta.
- Definir las estrategias de comercialización producto precio plaza y promoción.

#### 4.3.2. Variables de segmentación.

Para iniciar con el estudio de mercado se presenta las siguientes variables e indicadores a desarrollarse en la investigación referente a la creación de la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos en la ciudad de Ibarra.

**Tabla 14.**

*Variables e Indicadores del estudio de mercado*

<b>Variable 1</b>	<b>Variable 2</b>	<b>Variable 3</b>	<b>Variable 4</b>	<b>Variable 5</b>
<b>Producto</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Precios</b>	<b>Estrategias de comercialización</b>
Caracterización del producto	Frecuencia de consumo	Producto más vendido	Análisis de precios de la competencia	Las 4 P Producto, Precio, Plaza, Promoción
Normativa INEN para productos alimenticios	Frecuencia de compra	Proveedores		Plataformas Virtuales
Beneficios Nutricionales	Gustos y preferencias	Frecuencia de ventas		
Presentaciones	Envases			

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.3.3. Segmentación de mercado.

El segmento de mercado que se va a considerar en la investigación es el cantón Ibarra que está conformada por cinco parroquias urbanas: Sagrario, San Francisco, Caranqui, Priorato y Alpachaca; en donde se enfocará la encuesta tanto como en la demanda y la oferta; en donde serán aplicadas en la población económicamente activa y los locales de comercialización de productos alimenticios como minimarkets. tiendas,

abastos, etc. Es importante mencionar que por tiempo de pandemia las encuestas serán realizadas mediante plataformas virtuales.

#### **4.3.4. Mercado potencial (población).**

Como se pudo establecer en el capítulo II Metodología; la población o mercado potencial que se va a direccionar la investigación es la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra que está conformada por 123,377 habitantes según INEC. Ver Tabla 5.

#### **4.3.5. Cálculo de la muestra.**

Una vez investigado la población se procede a realizar cálculo de la muestra para posteriormente ejecutar las encuestas y recopilar información de la creación de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándano.

Para calcular la muestra se toma la siguiente fórmula:

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

Donde:

- **n**= el tamaño de la muestra.
- **N**= tamaño de la población.
- **σ**= desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.
- **Z** = valor obtenido mediante niveles de confianza. Su valor es una constante, por lo general se tienen dos valores dependiendo el grado de confianza que se desee siendo 99% el valor más alto (este valor equivale a 2.58) y 95% (1.96) el valor mínimo aceptado para considerar la investigación como confiable.

- $e$  = Límite aceptable de error muestral. Generalmente va del 1% (0.01) al 9% (0.09), siendo 5% (0.5) el valor estándar usado en las investigaciones. (López & Fachelli, 2017)

$$n = \frac{123377(0,5)^2 (1,96)^2}{((123377-1) (0,5)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2)}$$

$$n = 118491/30844$$

$$n = 384$$

Como resultado en el cálculo la muestra, 384 encuestas que se debe aplicar en el cantón Ibarra con el objetivo de reunir los datos suficientes para la realización del estudio de mercado del presente estudio.

#### ***4.3.6. Aplicación del instrumento, tabulación, análisis de resultados***

Para la aplicación de la encuesta se realizó de forma virtual, por lo cual, se compartió el link en las diferentes plataformas digitales por motivos de COVID-19, este instrumento de investigación fue direccionado a las familias del cantón Ibarra en las cinco parroquias urbanas que tiene la ciudad.

- Encuesta Demanda. (Anexo 1)
- Datos informativos
- Rango de Edad de los encuestados.

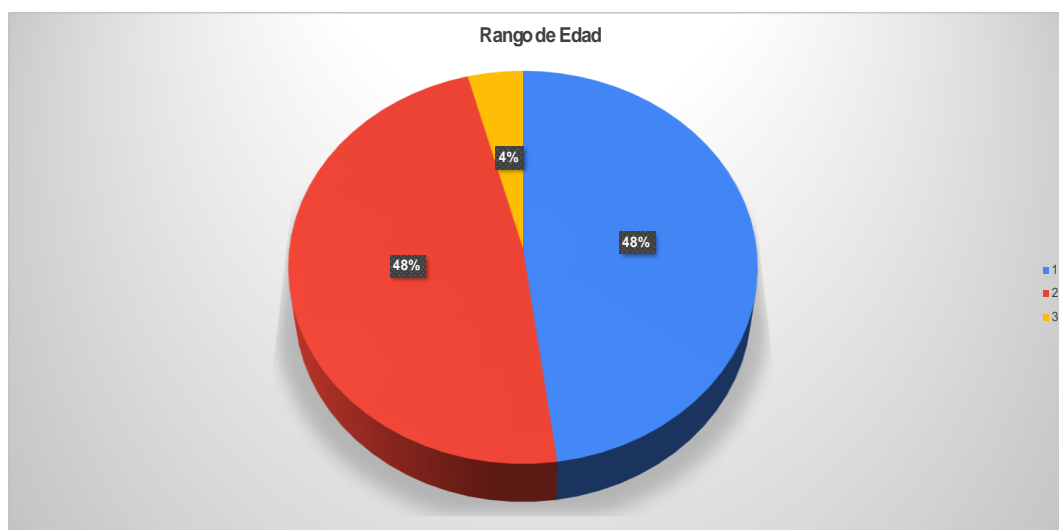


**Tabla 15.***Edad*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
16 a 30 años	184	48%
31 a 45 años	184	48%
46 años en adelante	16	4%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 12.***Edad*

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La encuesta está dirigida para las personas que realizan compras en el hogar, donde el rango de edad es entre 16 años y 45 años, el segmento poblacional en la ciudad de Ibarra, permitirá posicionar al negocio con estrategias de marketing que llamen la atención a este grupo de personas.

- **Género**

**Tabla 16.**

*Género*

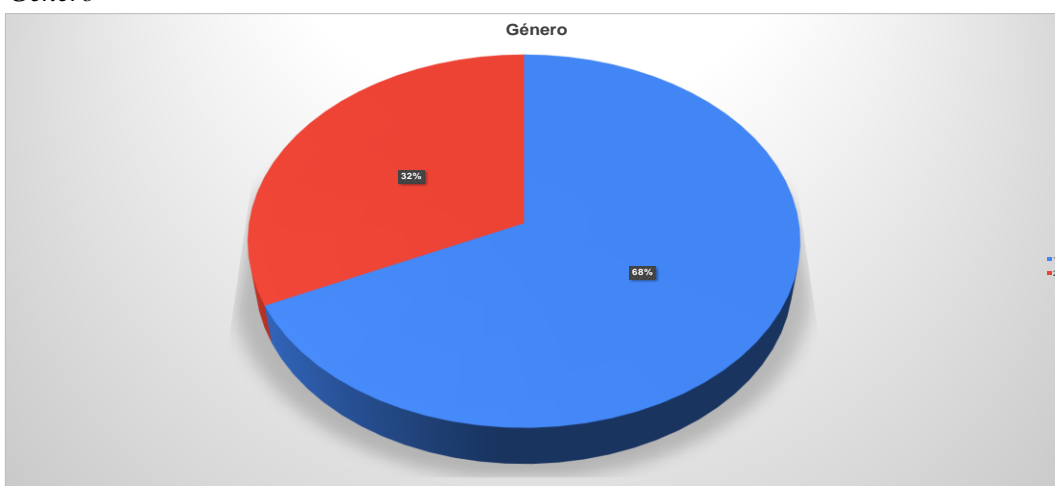
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mujer	261	68%
Hombre	123	32%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 13.**

*Género*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** De acuerdo a la encuesta efectuada en la ciudad de Ibarra, se determina que los clientes potenciales es el género femenino, pauta de que habrá una inclinación al acceso del producto por parte de ellas, por lo tanto ayuda a la investigación para enfocarse en la promoción del producto.

- **Parroquia donde reside**

**Tabla 17.**

*Parroquia*

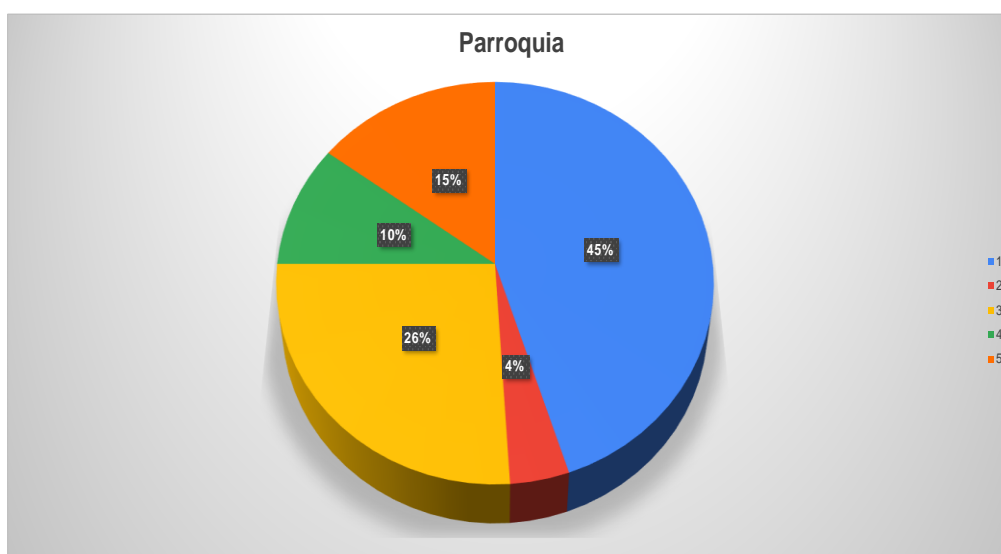
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sagrario	173	45%
Priorato	15	4%
San Francisco	100	26%
Alpachaca.	38	10%
Caranqui	58	15%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 14.**

*Parroquia de residencia*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Para confirmar si las personas que llenaron la encuesta son de la ciudad de Ibarra, se añade la opción de la parroquia, con este dato se puede verificar que pertenecen al cantón, además de considerar las parroquias donde hay mayor recurrencia de personas, para la implementación de comercialización en estos sectores.

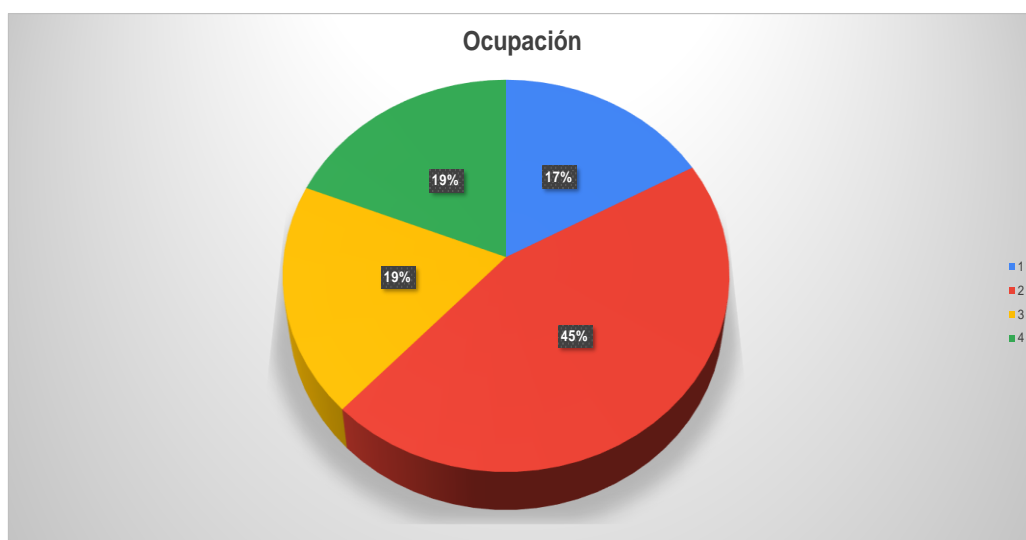
- **Ocupación**

**Tabla 18.***Ocupación*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Emprendedor	65	17%
Empleado	173	45%
Estudiante	73	19%
Ama de casa	73	19%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 15.***Ocupación*

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** En esta opción se confirma que la población de la ciudad de Ibarra en su mayor parte es empleada, ya sea en el sector privado o público, permitiendo descifrar que pocos son los emprendedores, siendo la implementación de este producto motivación para futuros ciudadanos.

## PREGUNTAS

### A. ¿Las comidas diarias que usted consume son?

**Tabla 19.**

*Comidas Diarias*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Cinco o más veces al día	65	17%
Tres veces al día	307	80%
Dos veces al día	12	3%
Una vez en el día	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 16.**

*Comidas Diarias*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Es importante conocer sobre la dieta que llevan las personas, la ciudadanía de Ibarra, tiene un hábito de alimentación normal, consumiendo tres veces al día alimentos, siendo el producto un aperitivo o como postre en su diario vivir que se lo implementaría.

## B. ¿La frecuencia con la que usted desayuna es?

**Tabla 20.**

*Frecuencia de desayuno*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Diario.	342	89%
De 6 a 5 días en la semana	15	4%
De 4 a 3 días en semana	27	7%
De 2 a 1 día en semana	0	0%
No desayuna	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 17.**

*Frecuencia de desayuno*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

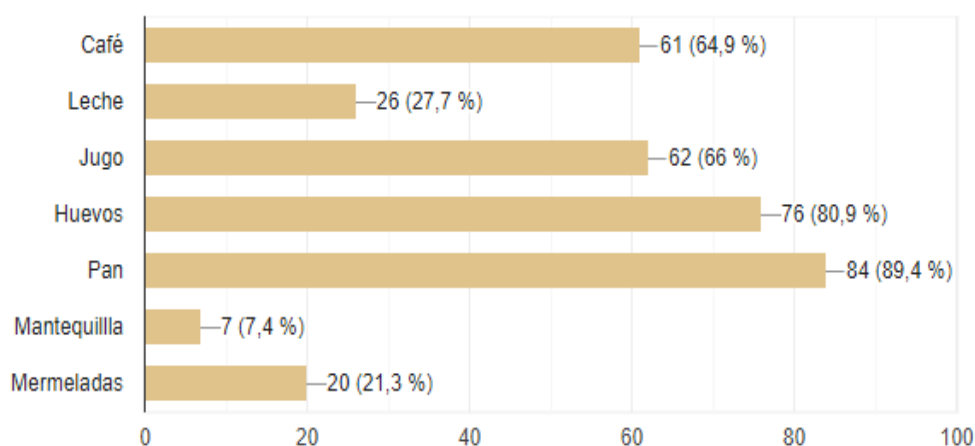
**Análisis:** Con la información recopilada en las encuestas, propicia conocer el grado de importancia que tiene el desayuno en la dieta diaria de una persona,

considerando que el producto puede ser implementado como aperitivo o parte del desayuno en la ciudadanía .

### C. ¿Los desayunos que usted consume, normalmente está compuesto de?

**Figura 18.**

*Composición del desayuno diario*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** El típico desayuno de la mayoría de las personas, está compuesto principalmente de pan, café y huevos, por lo cual, se puede evidenciar la falta de conocimiento de los beneficios que puede tener al consumir otros alimentos.

### D. ¿Usted conoce sobre los beneficios nutricionales que tienen las mermeladas?

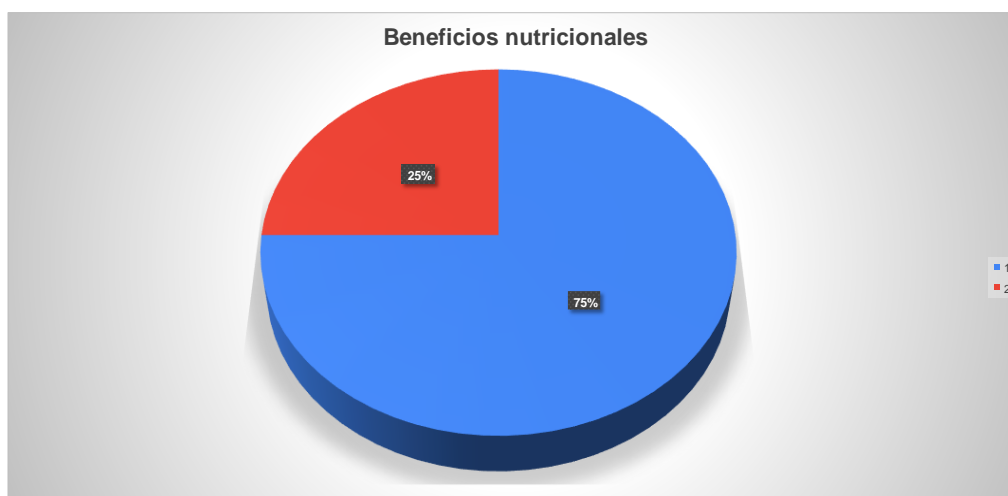
**Tabla 21.**

*Beneficios nutricionales*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
No	288	75%
Si	96	25%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 19.***Beneficios nutricionales*

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Se confirma que la ciudadanía de Ibarra, tiene un desconocimiento de los valores nutritivos que pueden tener las mermeladas en su dieta diaria, por lo cual, se considera que en el producto se debe añadir la información nutricional, ya sea en el empaque o en la promoción del mismo.

#### E. ¿Usted compra mermelada?

**Tabla 22.***Compra de mermelada*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	284	74%
No	100	26%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta



**Figura 20.***Compra de mermelada*

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** De las personas encuestadas, se determina que el producto al implementarse tendría una buena acogida por el consumidor, debido a que la mayoría de las personas si compran mermeladas, para el consumo diario o al menos semanal, convirtiendo el producto como parte de la canasta básica de una familia.

#### F. ¿Usted en qué lugar compra la mermelada?

**Tabla 23.***Lugar de compra*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	250	65%
Minimarket	27	7%
Tiendas locales	108	28%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

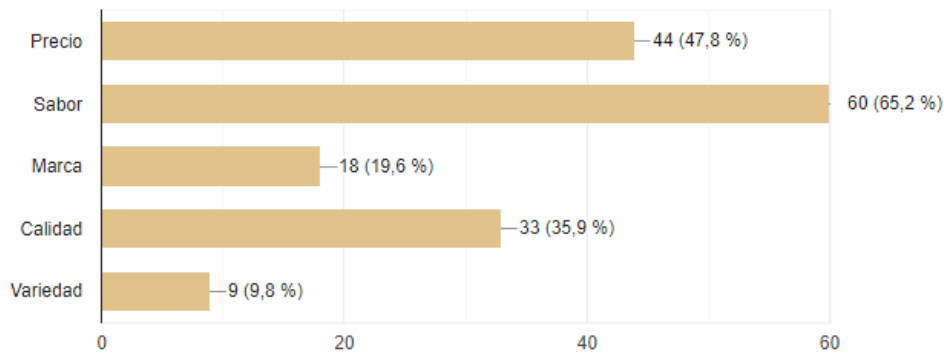
**Figura 21.***Lugar de compra*

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La comercialización del producto, de forma masiva se debe enfocar a llegar a ser un proveedor para los supermercados, dando a conocer a los mismos que el producto en las estanterías deben cumplir con todos los estándares de calidad que ofrecerá la microempresa.

**G. ¿Al momento de comprar una mermelada, usted que es lo que primero toma en cuenta?**

**Figura 22.***Compra de mermelada*

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La personas encuestadas toman en cuenta los parámetros de sabor y calidad, es decir en la producción del producto para llegar a la satisfacción del cliente, debe ser la parte prioritaria para el lanzamiento al mercado, además de implementar un precio accesible a todas las personas, siendo un diferenciador clave a comparación de otros competidores.

#### H. ¿Usted con qué frecuencia compra mermeladas?

**Tabla 24.**

*Frecuencia de compra*

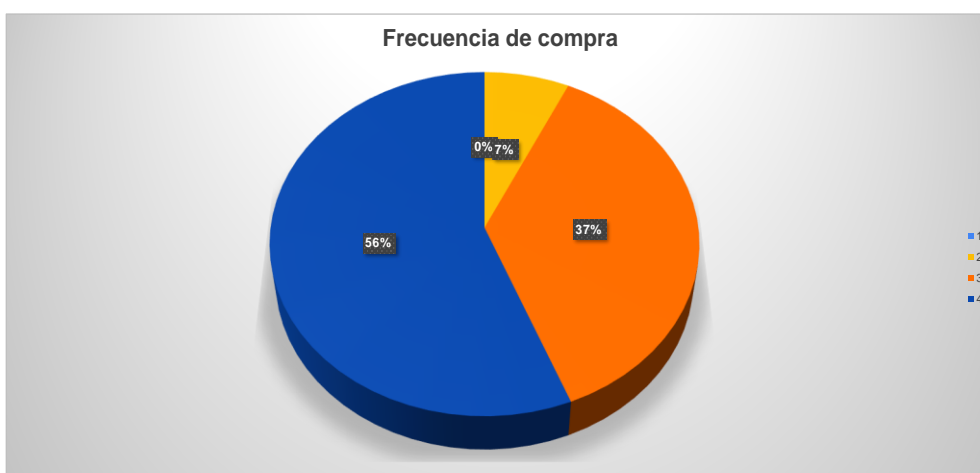
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	27	7%
Mensual	142	37%
Cada dos meses o más	215	56%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Tabla 25.**

*Frecuencia de compra*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La frecuencia de compra de mermeladas para el consumidor en promedio es de dos meses en la ciudad de Ibarra. Por lo cual, es un tiempo que se puede establecer para fortalecer el producto, que debe estar en el mercado e implementar promociones en temporadas clave, para promover el consumo de la mermelada.

### I. ¿Al momento de la compra cuantas mermeladas usted adquiere?

**Tabla 26.**

*Cantidad de mermeladas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 mermeladas	380	99%
De 4 a 6 mermeladas	4	1%
De 7 o más	0	0%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 23.**

*Cantidad de mermeladas*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La cantidad de mermeladas que el cliente consume es un dato importante para el negocio, ayudando a comprender la cantidad necesaria a producir y si abastece la capacidad instalada, en el caso de la ciudad de Ibarra los usuarios tienen el promedio de 3 mermeladas en el mes de consumo.

### J. ¿Qué tamaño de mermelada usted compra?

**Tabla 27.**

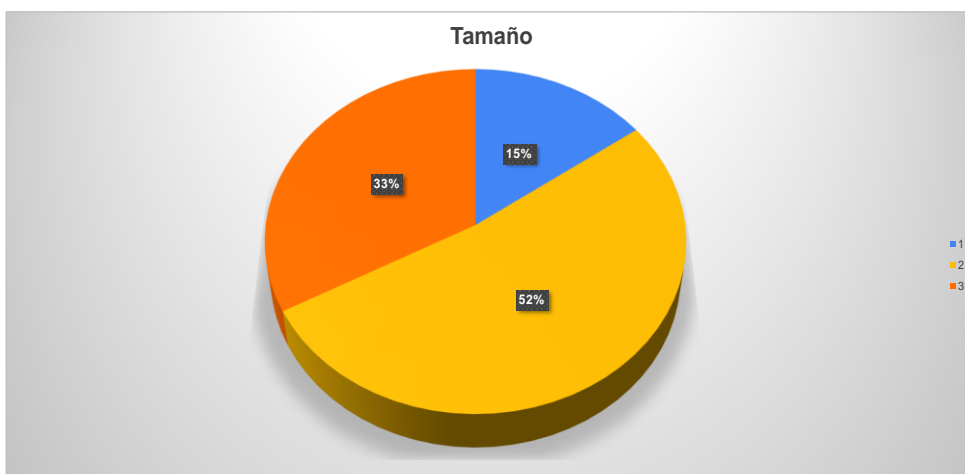
*Tamaño*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
500 gramos	58	15%
200 gramos	200	52%
100 gramos	127	33%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora  
Fuente: Encuesta

**Figura 24.**

*Tamaño*



Elaborado por: La autora  
Fuente: Encuesta

**Análisis:** Según los encuestados, la mermelada de mayor consumo es la de 100 a 200 g, en el negocio se debe considerar este tamaño para mayor producción, debido a que es una medida óptima para el consumo del hogar en su alimentación diaria.

**K. Para un envase de 200 gramos de mermelada, el rango de precio debería ubicarse en**

**Tabla 28.**

*Precio*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De 0.50ctvos a 1 dólar	81	21%
De 1 dólar a 2 dólares	280	73%
De 2 dólares o más	23	6%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 25.**

*Precio*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** De las personas encuestadas en la ciudad de Ibarra, accederían por un envase de 200 gramos de mermelada a pagar entre 1 a 2 dólares, por lo cual da una pauta al negocio que son los precios que se manejan en el mercado.

### L. ¿Qué sabor prefiere de mermelada?

**Tabla 29.**

*Sabor*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mora	196	51%
Fresa	100	26%
Arándanos	73	19%
Uvilla	15	4%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 26.**

*Sabor*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** El sabor es un factor primordial en lo referente a mermeladas, en los encuestados en la ciudad de Ibarra, se denota que aún se desconoce de otros tipos de

sabores a los cotidianos y su aporte alimenticio, siendo necesario en el negocio enfocarse en la promoción y comercialización, para implementar este nuevo sabor como es el del arándano.

**M. ¿Al momento de comprar la mermelada, que marca usted prefiere?**

**Tabla 30.**

*Marca*

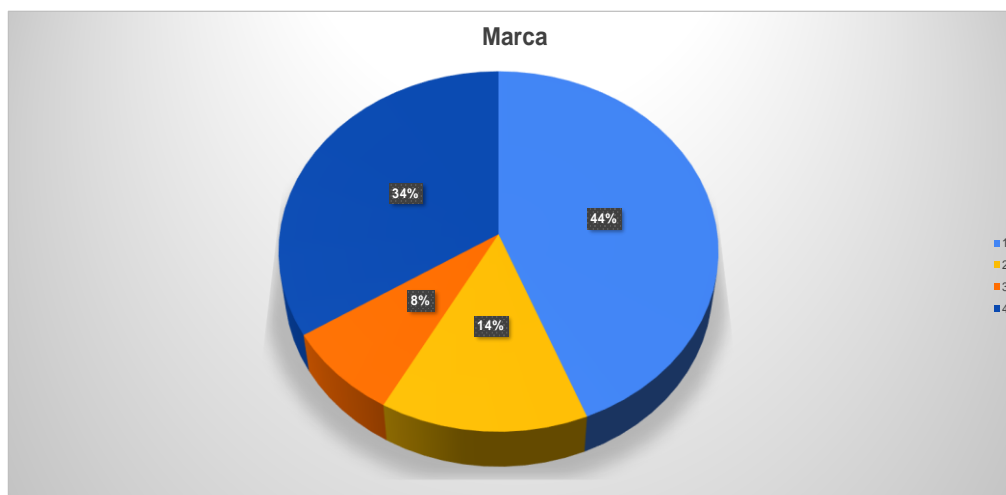
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Gustadina.	169	44%
Facundo	54	14%
San Jorge	31	8%
Caseras	131	34%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 27.**

*Marca*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** El mayor riesgo que tiene el negocio son las marcas grandes y ya implementadas en el mercado, se puede evidenciar la futura competencia, la empresa



Gustadina, es por ello que a mediano o largo plazo la producción de mermelada de arándanos debe superar a estas marcas ya reconocidas por el consumidor en la zona, añadiendo el valor agregado del precio más accesible y el sabor más tradicional, siendo un gran diferenciador de estas marcas.

#### N. ¿Qué tipo de envase le gusta para la mermelada?

**Tabla 31.**

*Envase*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Vidrio	257	67%
Sachet	96	25%
Plástico	0	0%
Total	384	92%

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 28.**

*Envase*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** De acuerdo a los encuestados, es importante el cuidado del medio ambiente, considerando el vidrio menos invasivo y con una mejor presentación,

correspondiendo la parte vital del producto, tener un excelente empaque y la conservación del mismo, se va tomar en cuenta el envase de preferencia de los consumidores al momento de producir la mermelada de arándanos.

**O. ¿Le gustaría probar mermelada de arándanos que aporte a su dieta diaria valores nutricionales?**

**Tabla 32.**

*Degustación*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	357	93%
No	27	7%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 29.**

*Degustación*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Las personas encuestadas, desean degustar el nuevo sabor de mermelada, por sus aportes nutritivos y por considerar de otras formas de consumir al

arándano, con ello se propone la implementación de la mermelada por su acogida, por parte de los consumidores.

#### **4.3.7. Conclusión general de los resultados.**

Mediante los datos obtenidos se puede analizar que la encuesta fue respondida en su mayoría por mujeres comprendidas entre la edad de 16 años y 45 años, en donde se observa la preferencia y los gustos con respecto a la mermelada, por lo que la frecuencia de compra del producto comprende en un periodo de dos meses, el tamaño por envase que compran es de 200 gramos y que sea de vidrio por la preferencia de cuidar el medio ambiente y su reutilización. Con respecto al precio oscila entre 1 dólar a 2 dólares por presentación. Finalmente se concluye que existe un mercado en donde se puede enfocar el producto cumpliendo con todos los factores en la producción y comercialización de la mermelada de arándanos siempre teniendo en cuenta la satisfacción del cliente.

#### **4.3.8. Determinación de la demanda potencial**

Para determinar la demanda potencial en los consumidores de mermeladas, los datos fueron tomados de la pregunta H frecuencia de compra, como se puede observar en la siguiente tabla.

**Tabla 33.**

*Demanda Potencial*

<b>Población Ibarra</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Porcentaje de frecuencia de compra del producto</b>	<b>Consumidor</b>	<b>Consumo promedio mensual de mermelada</b>	<b>Demanda mensual de mermeladas</b>	<b>Demanda anual de mermeladas</b>
	Diario	0%	0	0	0	0
123377	Semanal	7%	8636	0,08	691	8291
	Mensual	37%	45649	0,33	15064	180772

Cada dos meses o más	56%	69091	0,59	40764	489165
		123377			678228

Elaborado por: La autora  
Fuente: Encuesta

Una vez identificada la demanda potencial para este proyecto se toma en cuenta que la demanda actual del año en curso del consumo de mermelada en el cantón Ibarra es de 678228 envases de mermelada. Este dato es importante para la proyección y determinación de la demanda insatisfecha.

Para realizar el cálculo de la proyección de la demanda es importante conocer la tasa de crecimiento poblacional que según INEC es de 1.51% en el cantón Ibarra. Por lo cual se muestra a continuación la fórmula para determinar la demanda futura.

$$D_n = D_o (1+i)^n$$

Dónde:

- $D_n$ = Demanda Futura
- $D_o$ = 678228 Demanda actual
- $i$ = 1.51% Tasa de crecimiento poblacional
- $n$ = 5 Años Proyectados

**Tabla 34.**

*Proyección de la demanda*

<b>Año</b>	<b>Proyección Demanda</b>
2021	678228
2022	688469
2023	698865
2024	709418
2025	720130

Elaborado por: La autora  
Fuente: Encuesta

#### 4.3.9. *Identificación de la oferta.*

Para la identificación de la oferta se realizó quince encuestas en diferentes tiendas, minimarkets y supermercados de las diferentes parroquias urbanas del cantón Ibarra, para determinar la oferta de la creación de una microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos.

La encuesta de la oferta fue aplicada a los propietarios de negocios dedicados a la comercialización de productos de primera necesidad, tal como se puede observar en la tabla 35.

- *Datos de las personas encuestadas.*

**Tabla 35.**

*Datos personales de los encuestados*

<b>Nombre del Negocio</b>	<b>Nombre del propietario</b>	<b>Dirección</b>
Kisopmarket	Cristian Pantoja	Av. Fray Vacas Galindo y Uruguay
Minimarkets Gaby	Gabriela Pozo	Av. Fray Vacas Galindo y Brasil
La Tiendita	Abrahán Andrade	Brasil y Las Guayanas
Abastos López	Carmen López	Luis Felipe Borja y Honduras
Su tienda	Johanna Vinueza	Guayas 01-534 y 13 de abril
Tienda de Abarrotes	Aníbal Benavides	Caranqui 11-014 y Emperador Cacha
Tienda	Yolanda Fuertes	10 de agosto 1-049 y 1 de mayo
Mini tienda Estercita	Segundo Vásquez	Rio Guayllabamba 1-012 y Rio Blanco

---

Su tienda Nancy	Diana Yépez	Tobías Mena 18-037 y Secundino Peñafiel
Mini tienda	Zoila Ipiales	Calle s/n y San Cristóbal
Súper tienda	Anrrango Hiralda	Reinaldo Chávez Esquina.
Tienda Mi Veci	Marcia Pinto	Los Galeanos y Manuelita Saenz
Tienda de Víveres	Leonor Campos	Av. Víctor Manuel Guzmán 6-027 y Manuel Pasquel Monge
Tienda Céntrica	Jorge Colimba	Galo Plaza y Guallupe
Tienda	Pabón Vilma	Antonio Cordero 5-010 y Luis Toromoreno
Minimarket Pepita	Antonio Romo	Carlos Emilio Grijalva 9-027 y Calixto Miranda.
Tienda de Abarrotes	Valencia Nelly	Dr. Jorge Dávila Mesa 9-009 y Salvador Dalí
Supermercado el Retorno	María Trujillo	Av. El Retorno 18-073 y río Amazonas
Mío Supermercado	Delia Guamán	El Retorno 8-060 y Río Curaray
Supermercado "Atahualpa"	Dolores Lara	Av. Atahualpa 18-043 y Av. Ricardo Sánchez

---

Elaborado por: La autora  
Fuente: Catastro Municipal

Tabulación de los datos obtenidos en la encuesta de la oferta (Anexo 2)

### ¿Cuáles son los productos que más vende en su emprendimiento?

**Tabla 36.**

*Producto más vendido*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Productos de primera necesidad	8	53%
Productos de aseo	2	13%
Licores	3	20%
Snacks	2	13%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 30.**

*Producto más vendido*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Los pequeños comercios y la mayor parte de las ventas de los negocios encuestados, la obtienen de los productos de primera necesidad. Por lo cual la mermelada se encuentra dentro de este grupo de alimentos.

### A. ¿Cuál es su principal proveedor de los productos que venden en su negocio?

**Tabla 37.**

*Proveedor Principal*

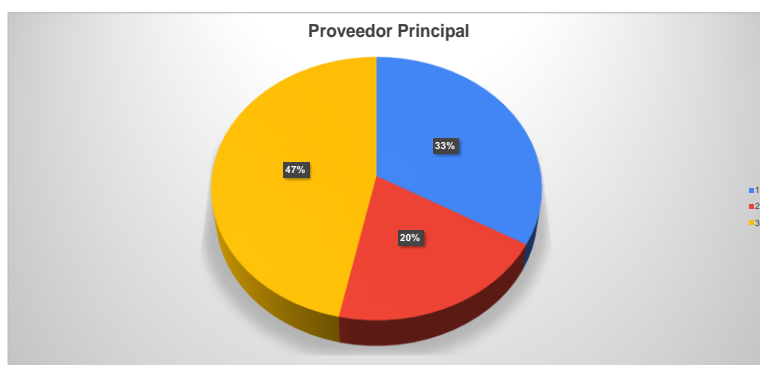
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Prodispro	5	33%
Supermercados	3	20%
Empresas de distribución	7	47%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 31.**

*Proveedor Principal*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** De acuerdo a los negocios encuestados, se enlistan los principales proveedores, siendo importante conocer sobre las empresas que distribuyen productos de toda clase, a las tiendas, minimarkets y supermercados de la ciudad de Ibarra, se establece que si existen otras empresas de distribución que se dedican a este negocio, pero ninguna distribuye mermelada de arándanos.



## B. ¿En lo referente a mermeladas, cual es el sabor que más vende?

**Tabla 38.**

*Preferencia de Sabor*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mora	6	40%
Fresa	4	27%
Piña	2	13%
Guayaba	3	20%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 32.**

*Preferencia de sabor*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La preferencia del consumidor con respecto al sabor de la mermelada es el de mora, seguido por el de fresa, guayaba y piña. En pocas palabras el sabor de mermelada de arándanos no es conocida por el comerciante ni por el cliente; esto da una pauta de que la comercialización y la publicidad del producto debe ser agresiva y un nuevo sabor en el mercado llamar la atención de los usuarios.

### C. ¿Cuál es el tamaño de mermelada que usted más vende?

**Tabla 39.**

*Tamaño del envase*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
500 gramos	2	13%
200 gramos	8	53%
100 gramos	5	33%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 33.**

*Tamaño de envase*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Para los negocios encuestados, el tamaño de envase preferido por el consumidor es el de 200 gramos como el más vendido, por ende, la microempresa iniciará con la producción de envases de mermelada de arándanos de este tamaño y luego se implementarán envases que abarquen mayores cantidades.

### D. ¿Cada que tiempo se provee de mermelada?

**Tabla 40 .**

*Frecuencia de adquisición de mermelada*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	0	0%
Semanal	2	13%
Mensual	8	53%
Cada dos meses o más	5	33%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 34.**

Adquisición de mermelada



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Según los propietarios de los locales comerciales encuestados se proveen de mermelada mensualmente la mayor parte, siendo un factor importante al momento de comercializar el producto a lanzarse al mercado del cantón Ibarra.

### E. ¿Cuántas unidades de mermelada adquiere en cada compra?

**Tabla 41.**

*Frecuencia de compra*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 mermeladas	2	13%
4 a 6 mermeladas	5	33%
7 o más	8	53%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 35.**

*Frecuencia de compra*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La cantidad de mermeladas que adquieren los locales comerciales oscilan entre 7 o más mermeladas al mes o dependiendo de las ventas que hayan obtenido durante un determinado periodo de tiempo. Se afirma que la venta de mermelada de arándano va a tener buena aceptación.

**F. ¿Qué características considera importante para ser proveedor de su negocio?**

**Tabla 42.**

*Característica del proveedor*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Puntualidad	2	13%
Calidad	3	20%
Precio	3	20%
Todos los anteriores	7	47%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 36.**

*Características del proveedor*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** Consideran los dueños de estos markerts, la puntualidad, calidad y precio las principales características que debe tener un proveedor para este tipo de negocios. Por ende, se debe tener presente estos indicadores, que sirven para tener en cuenta al momento de iniciar con el emprendimiento.

**G. ¿Si se creara una microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos, Ud. Estaría dispuesto a considerarlo como su proveedor?**

**Tabla 43.**

*Aceptación de proveedor*

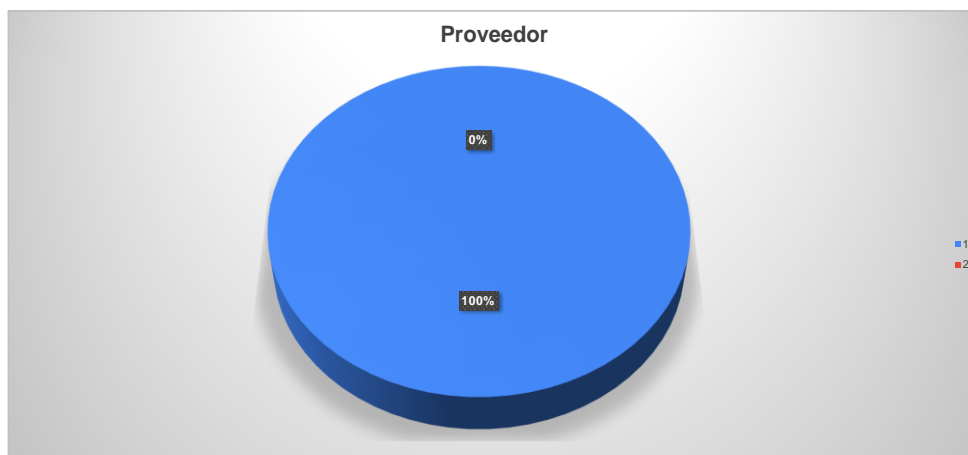
<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	15	100%
No	0	0%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Figura 37.**

*Aceptación de proveedor*



Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**Análisis:** La aceptación de la mermelada de arándanos en la población de cantón Ibarra es excelente, se refleja con un porcentaje del 100% de los locales comerciales de productos de primera necesidad, en donde se puede ofertar el producto que se va a sacar al mercado.

A continuación, se presenta el cálculo de la oferta anual de mermeladas con los datos obtenidos de la encuesta, los porcentajes fueron tomados de la pregunta E y la pregunta F.

**Tabla 44.**

*Cálculo Oferta*

<b>Población Ibarra</b>	<b>Alternativas</b>	<b>Porcentaje de frecuencia de venta del producto</b>	<b>Consumidor</b>	<b>Oferta promedio mensual de mermelada</b>	<b>Oferta mensual de mermeladas</b>	<b>Oferta anual de mermeladas</b>
123377	Diario	0%	0	0	0	0
	Semanal	13%	16039	0,23	3689	44268
	Mensual	57%	70325	0,52	36569	438827
	Cada dos meses o más	33%	40714	0,35	14250	171001
			127078			654096

Fuente: Encuesta

Al igual que en la demanda se utiliza la misma fórmula para el cálculo de la oferta futura y por consiguiente determinar la proyección a 5 años con el porcentaje de la tasa de crecimiento poblacional.

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

Dónde:

- $O_n$ = Oferta futura
- $O_i$ = 654096 Oferta actual
- $i$ = 1.51% Tasa de crecimiento poblacional
- $n$ = 5 Años Proyectados

**Tabla 45.***Proyección Oferta*

<b>Año</b>	<b>Proyección Oferta</b>
2021	654096
2022	663973
2023	673999
2024	684176
2025	694507

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

**4.3.10. Balance oferta – demanda (demanda insatisfecha).****Tabla 46.***Cálculo demanda insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Proyección Demanda</b>	<b>Proyección Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2021	678228	654096	24132
2022	688469	663973	24496
2023	698865	673999	24866
2024	709418	684176	25242
2025	720130	694507	25623

Elaborado por: La autora

Fuente: Encuesta

Una vez obtenido las proyecciones tanto de demanda como de oferta se proceden al balance, siendo la demanda insatisfecha del año en curso es de 24132 mermeladas anuales, por lo cual, la microempresa tendrá un mercado en donde pueda enfocarse.



#### **4.3.11. Análisis de precios**

Según los datos recopilados en la encuesta de la demanda con respecto al precio de las mermeladas que actualmente está establecido oscila entre 1 dólar y 2 dólares como se puede observar en la siguiente tabla:

**Tabla 47.**

*Análisis de precios*

<b>Producto</b>	<b>Precio actual por envase</b>	<b>Promedio del precio por envase</b>
Mermelada de 200 gramos	\$1 a 2\$	\$1.5

Elaborado por: La autora

#### **4.3.12. Estrategias de comercialización.**



#### **4.3.13. Producto.**

El producto que se va a producir y a comercializar la microempresa es mermelada de arándano, para el inicio se enfocará el elaborar productos de 200 gramos, envase de vidrio y presentación atractiva para el consumidor cumpliendo con todas las normas INEN 1334-3 que se establece para este tipo de alimento.

A continuación, se presenta la caracterización de la mermelada de arándanos.

Tabla 48.

## Caracterización del producto

Producto	Característica																																																	
Envase																																																		
Diseño																																																		
Valor Nutricional	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="4">Composición nutricional del arándano cada <b>142 gr.</b></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Calorías</td> <td>100 Kcal</td> <td>Zinc</td> <td>0.16 mg</td> </tr> <tr> <td>Proteínas</td> <td>0.97 gr</td> <td>Cobre</td> <td>0.09 mg</td> </tr> <tr> <td>Grasas</td> <td>1.0 gr</td> <td>Manganeso</td> <td>0.41 mg</td> </tr> <tr> <td>Carbohidratos</td> <td>20.5 gr</td> <td>Vitamina C</td> <td>18.9 mg</td> </tr> <tr> <td>Fibra</td> <td>3 gr</td> <td>Tiamina</td> <td>0.07 mg</td> </tr> <tr> <td>Calcio</td> <td>9.0 mg</td> <td>Rivoflavina</td> <td>0.07 mg</td> </tr> <tr> <td>Hierro</td> <td>0.24 mg</td> <td>Niacina</td> <td>0.25 mg</td> </tr> <tr> <td>Magnesio</td> <td>7.0 mg</td> <td>A. Pantoténico</td> <td>0.13 mg</td> </tr> <tr> <td>Fósforo</td> <td>15 mg</td> <td>Vitamina B6</td> <td>0.05 mg</td> </tr> <tr> <td>Potasio</td> <td>129 mg</td> <td>Folacina</td> <td>9.3 mg</td> </tr> <tr> <td>Sodio</td> <td>9 mg</td> <td>Vitamina A</td> <td>145.0 IU</td> </tr> </tbody> </table>		Composición nutricional del arándano cada <b>142 gr.</b>				Calorías	100 Kcal	Zinc	0.16 mg	Proteínas	0.97 gr	Cobre	0.09 mg	Grasas	1.0 gr	Manganeso	0.41 mg	Carbohidratos	20.5 gr	Vitamina C	18.9 mg	Fibra	3 gr	Tiamina	0.07 mg	Calcio	9.0 mg	Rivoflavina	0.07 mg	Hierro	0.24 mg	Niacina	0.25 mg	Magnesio	7.0 mg	A. Pantoténico	0.13 mg	Fósforo	15 mg	Vitamina B6	0.05 mg	Potasio	129 mg	Folacina	9.3 mg	Sodio	9 mg	Vitamina A	145.0 IU
Composición nutricional del arándano cada <b>142 gr.</b>																																																		
Calorías	100 Kcal	Zinc	0.16 mg																																															
Proteínas	0.97 gr	Cobre	0.09 mg																																															
Grasas	1.0 gr	Manganeso	0.41 mg																																															
Carbohidratos	20.5 gr	Vitamina C	18.9 mg																																															
Fibra	3 gr	Tiamina	0.07 mg																																															
Calcio	9.0 mg	Rivoflavina	0.07 mg																																															
Hierro	0.24 mg	Niacina	0.25 mg																																															
Magnesio	7.0 mg	A. Pantoténico	0.13 mg																																															
Fósforo	15 mg	Vitamina B6	0.05 mg																																															
Potasio	129 mg	Folacina	9.3 mg																																															
Sodio	9 mg	Vitamina A	145.0 IU																																															
Norma INEN 1334-1	<p>3.1.9 Alimento procesado. Es toda materia alimenticia, natural o artificial, que ha sido sometida a las operaciones tecnológicas necesarias que la transforma, modifica y conserva para el consumo</p>																																																	

---

humano, puesto a la venta en envases rotulados bajo marca de fábrica determinada.

Fuente:

**Ingredientes** Fruta arándanos azul, azúcar, preservantes y zumo de limón

---

Elaborado por: La autora

Fuente: (Norma Técnica Ecuatoriana, 2021)

#### **4.3.14. Precio.**

Para establecer el precio de la mermelada de arándanos se tomará en cuenta los tres elementos del costo como son: costo de materia prima directa, costo de mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación más el porcentaje de utilidad que oscilara entre 25% al 35%. Los cálculos se podrán visualizar en el estudio financiero del proyecto.

#### **4.3.15. Plaza.**

En relación con la plaza, la mermelada de arándanos se va a comercializar principalmente a los puntos de venta de productos de primera necesidad y público en general por lo cual, la microempresa tendrá un vendedor para distribuir el producto, por otro lado, se utilizará la herramienta que actualmente se está utilizando que es el comercio virtual por medio del internet y plataformas virtuales como Facebook, WhatsApp, Instagram para poder llegar finalmente al consumidor final.

#### **4.3.16. Promoción.**

Actualmente para promocionar un producto el canal principal son las plataformas virtuales del internet como se mencionó anteriormente, se realizará una página web para la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos en donde se mostrará el producto terminado, de esta manera. se pretende a largo plazo obtener clientes de otras provincias. Además, en la localidad se pretende realizar degustaciones en los

puntos de venta de productos de primera necesidad como son tiendas, minimarkets y supermercados de la ciudad de Ibarra.

#### ***4.3.17. Conclusiones del estudio de mercado.***

En este estudio de mercado se pudo definir que el segmento que debe enfocarse la microempresa de mermeladas de arándanos es la población económicamente activa de la ciudad de Ibarra que es de 123377 habitantes; para la recopilación de información se realizó encuestas para determinar la demanda y la oferta para este tipo de producto. La muestra que se calculó es de 384 encuestas que se aplicó en las cinco parroquias urbanas de la ciudad.

En cuanto a la demanda se identificó que los consumidores tienen preferencias y gustos ya establecidos para este tipo de producto, por lo cual el lanzamiento de la mermelada de arándanos va a tener una excelente acogida por el cliente, por otro lado, se calculó la demanda potencial para el año 2021 es de 678228 envases de mermelada y que la demanda insatisfecha para este mismo año es de 24132 de mermeladas, por tanto, la microempresa tiene que apuntar a cubrir un porcentaje de la esta cantidad.

En lo que se refiere a la oferta se realizó la encuesta a 15 locales comerciales de productos primera necesidad, conociendo que se abastecen mensualmente de mermeladas, que los proveedores deben cumplir con características de precio, calidad y puntualidad en los productos y que la oferta actual es de 654096 envases de mermelada.

Finalmente, en las estrategias de comercialización, se caracterizó el producto como tal, presentado el envase que va a ser de vidrio, diseño de etiqueta, cumplimiento de norma INEN 1334-1, valor nutricional e ingredientes. Con respecto al precio tomando

en cuenta el resultado de la encuesta puede ser de \$1,50 por envase de 200 gramos. Y que, en los puntos de plaza y promoción el factor principal a utilizarse es el Internet y las diferentes plataformas virtuales.

#### **4.4. Estudio Técnico**

##### **4.4.1. Introducción.**

En el presente estudio técnico, se verán reflejada la ingeniería de proyecto iniciando desde la localización de la microempresa, el detalle de los costos y gastos para el funcionamiento de esta, los activos que se necesitarán y el talento humano a requerirse. Con la finalidad de determinar la inversión total de proyecto, por lo cual tiene un valor de \$12.323,25 y que será financiado el 35% por la autora y el 65% por BANECUADOR.

##### **4.4.2. Objetivo del estudio técnico**

- Establecer los parámetros del proyecto como localización macro y micro, costos directos e indirectos, infraestructura, capacidad instalada y la inversión total para la creación de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos en el cantón Ibarra.

##### **4.4.3. Localización del proyecto.**

El proyecto de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos estará localizado en la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia el sagrario, al ser una localidad estratégica para la implementación del emprendimiento, ya que cumple con todos los requerimientos necesarios para poner en marcha en proyecto.

Para conocer más información sobre la localización se presenta la siguiente información que según (Mapasde, 2019) dice que:

La ciudad de Ibarra se encuentra situada en la provincia de Imbabura, esto pertenece a la Región Sierra Norte del Ecuador. Se emplaza sobre un valle amplio que se ubica a los pies del volcán Imbabura, lo que por supuesto afecta mucho toda su geografía. Su ubicación lo posiciona a una distancia de 125 km de Tulcán (hacia el sur), y de 115 km de Quito (hacia el noreste). El valle en el que se encuentra la ciudad de Ibarra, se ubica en la región norte del país, y se mantiene a una altitud promedio de 2.200 metros sobre el nivel del mar. El punto más alto se encuentra en la zona norte, este supera los 2.300 msnm; y el más bajo se haya en la región sur, aquí la altitud de la tierra es de 1.900 msnm aproximadamente. El clima de Ibarra se hace sentir con vientos secos y calientes por sus valles, estos se chocan con los vientos fríos que provienen de las montañas de los andes y las tierras más altas. La combinación de ellos forma un clima templado, muy agradable durante toda temporada del año.

#### **4.4.4. Macro localización**

La macro localización de la nueva unidad productiva es en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura.

#### **Figura 38.**

Mapa provincia Imbabura



Fuente: (Mapasde, 2019)

La macro localización de la productora y comercializadora de mermelada de arándanos es en la capital de la provincia de Imbabura.

#### 4.4.5. *Costos de factores de producción*

- *Costo de materias primas e insumos.*

Al ser Ibarra una ciudad que se encuentra ubicada geográficamente en un punto estratégico y parte central de la zona 1 del Ecuador, el acceso de los proveedores es manejable de la principal materia prima como es el arándano. A continuación, se presenta en la siguiente tabla de posibles distribuidores de la fruta.

**Tabla 49.**

*Proveedores de Arándanos*

<b>Proveedor</b>	<b>Ubicación</b>
Ana Aguilar (Biloxi)	Sangolquí
Arándanos San José	Carchi
María Fernanda Pabón	Imbabura

Elaborado por: La autora  
Fuente: Investigación directa

Con respecto a los insumos que se necesitarán para la creación de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos, en la ciudad de Ibarra cuenta con diversos locales comerciales que tiene la maquinaria e instrumentos industriales para la preparación del producto, como se pudo visualizar en la tabla 5 en el capítulo III.

- *Personal calificado*

En la localización de la microempresa existe una gran variedad de instituciones educativas que forman personal calificado ya sea para en el ámbito administrativo y

operativo, por lo cual, fácilmente se podrá encontrar con el talento humano necesario para el funcionamiento del negocio.

- ***Terreno e instalaciones***

Al ser una microempresa que recién va a iniciar, la instalación será en el domicilio de la autora de este trabajo, ya que cuenta con el suficiente espacio, tiene un área de terreno de 31m<sup>2</sup> que previamente está ya construido, por lo cual se necesitará de adecuaciones en la infraestructura.

- ***Servicios (agua, energía, teléfono, internet)***

En la ciudad de Ibarra donde se encontrará ubicada la microempresa cuenta con todos los servicios básicos necesarios para el funcionamiento de la misma, por lo que cuenta con diferentes empresas que ofrecen estos servicios.

**Tabla 50.**

*Servicios Básicos*

<b>Servicio Básico</b>	<b>Empresa</b>
Agua Potable	EMAPA-I
Energía Eléctrica	EMELNORTE
Teléfono	CNT
Internet	CNT, Claro, Punto Net, TVcable.

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

- ***Abastecimiento (combustible, materiales de limpieza, otros)***

Es importante conocer que para el abastecimiento de combustible que necesitará para el transporte de todos los materiales de la microempresa, existen en la ciudad de Ibarra diferentes estaciones de servicio suficientes para la movilización; además la ciudad



cuenta con locales comerciales que ofrecen todos los materiales que se requiere para el funcionamiento del negocio como es comerciales de electrodomésticos, supermercados, etc.

#### **4.4.6. Costos de transporte**

Los costos de transporte en lo referente a la materia prima principal la fruta de arándanos. en la lista de proveedores ofrece el servicio de dejar el producto en el domicilio donde se lo requiera, por lo cual, en el costo de transporte ya está incluido en precio de la materia prima. Además, en lo referente a los costos del producto terminado se podrá visualizar en el estudio financiero de este trabajo.

#### **4.4.7. Ubicación de la materia prima e insumos**

Como se menciona anteriormente tanto la materia prima e insumos se puede visualizar en la tabla 43 toda la información recopilada estará en base a la producción de la mermelada de arándanos.

#### **4.4.8. Infraestructura básica**

Para establecer la infraestructura de la microempresa se requerirá realizar remodelación de obra civil, con el objetivo de establecer estratégicamente la organización, para la producción de mermelada de arándanos.

A continuación, se observa la división por departamentos del emprendimiento.

**Figura 39.**

Infraestructura de la microempresa



Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### **4.4.9. Disponibilidad del terreno y local**

Como se refleja en la figura 38 la disponibilidad de terreno está ya determinada cumpliendo con las áreas de recepción, producción, empaque, cuarto frío y baño para cumplir con todos los procesos de producción para la elaboración de mermelada de arándanos.

#### **4.4.10. Riesgos de desastres e impactos ambientales**

Al ser un producto cuya principal materia prima es natural no existe ningún tipo de riesgo de desastre, ya que la maquinaria que se utilizará es de bajo peligro y se adecuará señalización de seguridad industrial y con respecto en la parte ambiental se implementará instrucciones de reciclaje.

#### **4.4.11. Micro localización:**

La microempresa estará instalada en la ciudad de Ibarra, parroquia Sagrario en las calles Miguel Endara y Virginia Pérez al ser la ubicación de donde se dispone de la infraestructura para la implantación del negocio

#### **4.4.12. Accesibilidad.**

Es importante conocer la accesibilidad en todo el entorno de la microempresa, al ser en el cantón Ibarra dispone de todos los puntos estratégicos para el desarrollo del negocio como es transporte, tecnología, materia prima, talento humano, cubriendo con lo primordial para el funcionamiento de esta.

#### **4.4.13. Costo de terreno o alquiler de local.**

El costo del terreno será conforme vaya la adecuación de la microempresa. Por lo cual se presenta la siguiente tabla.

**Tabla 51.**

*Costo de adecuación de infraestructura*

Área	M <sup>2</sup>	Costo unitario	Costo total
Administración	6	\$ 55,00	\$ 330,00
Producción	9	\$ 55,00	\$ 495,00
Empaque	6	\$ 55,00	\$ 330,00
Baños	4	\$ 55,00	\$ 220,00
Total	31 m <sup>2</sup>		\$ 1.375,00

Elaborado por: La autora

Fuente: Arq.Patricia Galeano

#### **4.4.14. Costo de servicios básicos.**

Con respecto al costo de los servicios básicos, dependerá de la capacidad instalada del proyecto y con el nivel de producción de esta, por ende, estos datos estarán calculados en el estudio financiero de la investigación

#### 4.4.15. Ubicación estratégica.

Para determinar la ubicación estratégica se valoró los siguientes aspectos de forma cuantitativa, dependiendo de los factores primordiales para establecer físicamente la microempresa.

**Tabla 52.**

*Matriz de la ubicación estratégica*

Factor	Porcentaje	Parroquia Sagrario		Parroquia Alpachaca		Parroquia Priorato	
		Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación	Puntaje	Ponderación
Transporte	15%	8	1,2	7	1,05	6	0,9
Servicios Básicos e internet	10%	8	0,8	8	0,8	7	0,7
Terreno e infraestructura	35%	9	3,15	2	0,7	3	1,05
Entorno industrial	20%	9	1,8	2	0,4	1	0,2
Accesibilidad de materia prima e insumos	20%	8	1,6	5	1	4	0,8
<b>Total</b>	100%	<b>42</b>	<b>8,55</b>	24	3,95	21	3,65

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

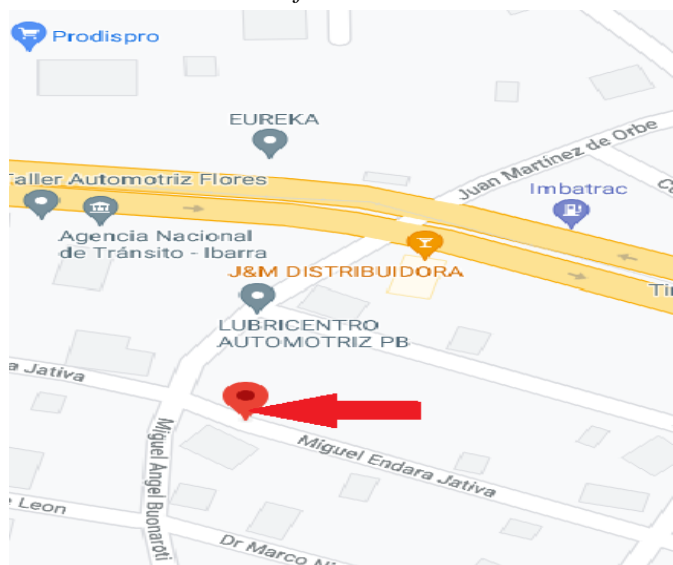
Se determina que la ubicación con más ponderación para la microempresa, se ubicara en la parroquia sagrario, sector parque industrial ya que cumple con todos los factores establecidos.

#### 4.4.16. Localización definitiva

Se presenta el mapa donde se encontrará la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos.

**Figura 40.**

*Localización definitiva*



Elaborado por: La autora  
Fuente: (Mapasde, 2019)

Al ser una zona industrial dispone de todos los requerimientos para el funcionamiento del negocio como vías de acceso, transporte, servicios básicos, acceso de materia prima e insumos y principalmente ya se cuenta con área para la infraestructura de la microempresa.

#### **4.4.17. Tamaño del proyecto**

#### **4.4.18. El Mercado (Demanda insatisfecha).**

En el estudio de mercado se pudo determinar que la demanda insatisfecha para el producto de la mermelada es de 24132 envases de mermelada de 200 gramos, por lo cual se podría visualizar que la microempresa podrá cubrir un gran porcentaje de la demanda no cubierta.

#### **4.4.19. La tecnología.**

Para la elaboración y producción de mermeladas de arándanos se necesita de la siguiente tecnología industrial, con la finalidad de obtener un producto de excelente calidad.

**Tabla 53.**

*Tecnología*

<b>Artículo</b>	<b>Presentación</b>
Cocina Industrial	

Licuadora Industrial



Balanza



PH metro



Refractómetro



---

Termómetro de alcohol



Ollas industriales



---

Elaborado por: La autora  
Fuente: (Proemprender, 2018)

#### ***4.4.20. Disponibilidad de recursos.***

#### ***4.4.21. El financiamiento.***

La entidad financiera que más conviene para la inversión de la propuesta es BANECUADOR con el plan reactiva Ecuador, por los siguientes aspectos, montos desde \$500 hasta \$ 30000 a una tasa de interés del 5% fijo y a un plazo de 3 años, por lo cual, el préstamo para la implementación de la microempresa se la realizará en esta institución bancaria.

#### ***4.4.22. Capacidad Instalada.***

Para medir la capacidad instalada del proyecto se requerirá de un operario de tiempo completo, es decir 8 horas trabajadas diarias por 20 días laborables; para producir



10 kilos de fruta, se estima y por experiencia propia se puede elaborar 55 envases de mermeladas de 200 gramos diarias, dando un total de 1100 envases del producto al mes y 13200 al año cubriendo el 54.70% de la demanda insatisfecha.

**Tabla 54.**

*Capacidad Instalada*

Proceso para elaborar 10 kilos de fruta	Horas necesarias para la producción	Producción unidades diarias	Producción semanal de mermelada	Producción mensual de mermelada	Producción Anual de mermelada	Porcentaje de demanda insatisfecha a cubrir
Selección de la fruta	1	55	275	1100	13200	54,70%
Pesado	0,5					
Lavado y desinfección	1					
Pelado y pulpeado	0,5					
Precocción de la fruta	1,5					
Licuada y Cocción	1,5					
Revisión	0,5					
Empaque	1					
Embalaje	0,5					
Tiempo total de fabricación	8					

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### **4.4.23. Ingeniería del proyecto.**

La distribución de la microempresa consta de cuatro áreas estratégicas tal como muestra la figura 32; área 1 recepción y administración, área 2 producción, área 3 empaque y área 4 almacenamiento. Cada área tiene actividades enfocadas al desempeño y funcionamiento de la microempresa.

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

##### Figura 41.

##### *Descripción de las áreas*

Áreas	Descripción
Área de recepción y administración	En este lugar se encargará de toda la documentación, recepción, contabilidad y atención al cliente, por lo cual es la parte medular de la microempresa
Área de producción	En este departamento es donde se elaborará el producto cumpliendo con los estándares, para la producción de mermelada como la selección de la fruta, pesado, limpieza y desinfección, pelado y pulpeado, pre cocción de la fruta y cocción final.
Área de empaque y etiquetado	En esta área se realiza el enfriado de la mermelada, empackado y etiquetado para obtener el producto terminado.
Área de almacenamiento	Para el acopio del producto terminado se ubicará en el cuarto de almacenamiento que se utiliza para la conservación de la mermelada.

Elaborado por: La autora



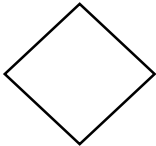


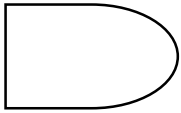
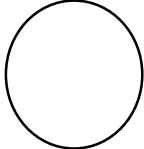
Fuente: Investigación directa

#### 4.4.25. Procesos.

A continuación, se presenta un flujograma con las actividades que se realiza en la producción de la mermelada hasta obtener el producto terminado.

**Tabla 55.**

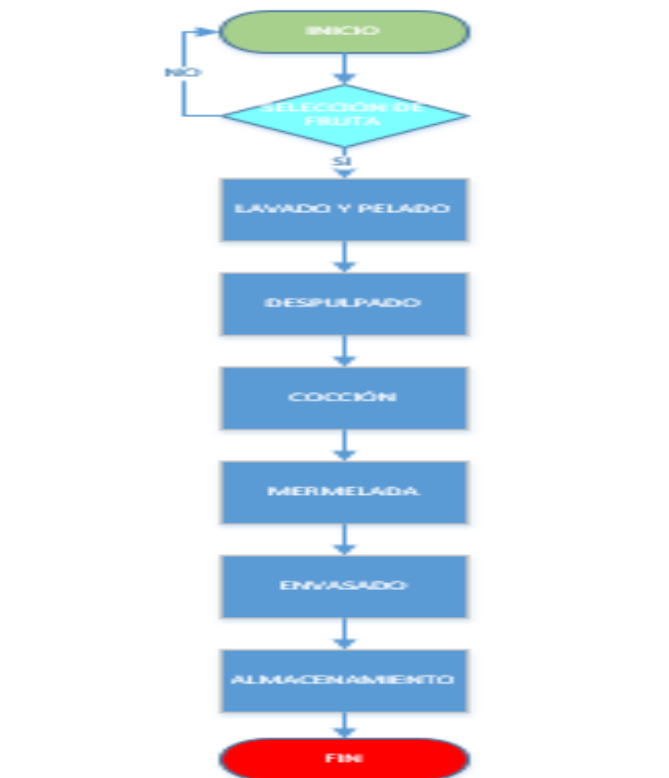
*Simbología flujograma*

<b>Símbolo</b>	<b>Descripción</b>
	Inicio y fin de proceso
	Indica cada actividad que se necesita ejecutar
	Toma de decisión
	Inicia la dirección del flujo
	Indica los documentos utilizados en el proceso
	Indica espera
	Indica que el flujograma continuo a partir de este punto a otro círculo

---

Elaborado por: La autora  
Fuente: (qualix, 2021)

**Figura 42.**  
*Flujograma de proceso*



#### **4.4.26. Inversión del Proyecto.**

Para determinar la inversión del proyecto se clasificará en dos partes inversiones tangibles y las inversiones intangibles.

#### **4.4.27. Inversión tangible.**

Para poner la marcha la microempresa necesitará determinar activos fijos que se requieran para el desarrollo del negocio, es importante mencionar que todos los activos fueron cotizados en los diferentes locales comerciales de la ciudad de Ibarra.

#### 4.4.28. Equipos de computación.

El equipo de computación se lo implementará en el área de administración ya que es la herramienta principal para realizar todo lo relacionado a la contabilidad de la microempresa.

**Tabla 56.**

*Equipo de computación*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Computadora LG Intel Core i5	1	\$ 950,50	\$ 950,50
Router	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Impresora Pixma G2110	1	\$ 179,00	\$ 179,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.189,50</b>	<b>\$ 1.189,50</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Computotal

#### 4.4.29. Muebles y enseres

Es importante implementar un lugar adecuado de trabajo, es por ello, que tendrá el talento humano todos los muebles y enseres necesarios para la producción de mermelada de arándanos.

**Tabla 57.**

*Muebles y enseres*

<b>Activo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Mesa de metal 3 x 1	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Mueble de madera para insumos y utensilios	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Mesa para empaque de metal 2x1	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Estantería de metal	2	\$ 125,00	\$ 250,00
Sillas platicas	4	\$ 2,50	\$ 10,00
Escritorio	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Sillón de oficina	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Archivador	1	\$ 95,00	\$ 95,00
<b>Total</b>			<b>\$ 1.035,00</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Ferrimetal

#### 4.4.30. Equipos de oficina.

La microempresa tendrá el siguiente equipo de oficina para el buen desempeño del talento humano, además, contará con la implantación de señalética de seguridad para el bienestar de todas las personas que van a trabajar en el nuevo emprendimiento.

**Tabla 58.**

*Equipo de Oficina*

<b>Activo</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>V. Total</b>
Teléfono LG	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Celular Redmi	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Equipo de sonido LG	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Cámaras de seguridad	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Señalética	4	\$ 2,00	\$ 8,00
<b>Total</b>			\$ 393,00

Elaborado por: La autora

Fuente: Importadora Estefanny

#### 4.4.31. Maquinaria y Equipos.

Actualmente la tecnología en maquina industrial ha ayudado a realizar un proceso de producción eficaz en la fabricación de cualquier producto; por lo cual, para la microempresa tendrá todo el equipo necesario para obtener un producto que satisfaga al cliente.

**Tabla 59.**

*Maquinaria y Equipos.*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Cocina Industrial	1	\$ 220,00	\$ 220,00
Licuada Industrial	1	\$ 115,00	\$ 115,00
Termómetro de alcohol	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Refractómetro	1	\$ 35,00	\$ 35,00
Ph metro	1	\$ 25,00	\$ 25,00

Ollas industriales	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Frigorífico de compresión	1	\$ 700,00	\$ 700,00
<b>Total</b>		<b>\$ 1.167,00</b>	<b>\$ 1.232,00</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Bimetal

#### **4.4.32. Resumen de inversión tangible.**

A continuación, se presenta una tabla resumen de la inversión tangible para poner en ejecución la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos en la ciudad de Ibarra.

**Tabla 60.**

*Resumen de inversión tangible.*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Obras civiles remodelación	\$ 1.375,00
Equipo de computación	\$ 1.189,50
Muebles y Enseres	\$ 1.035,00
Equipo de Oficina	\$ 393,00
Maquinaria y Equipo	\$ 1.232,00
<b>Total inversión fija</b>	<b>\$ 5.224,50</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### **4.4.33. Inversión intangible.**

Para la determinación de la inversión intangible del proyecto se presenta los gastos y costos que tendrá la microempresa, para ello, es indispensable conocer el incremento porcentual del salario mínimo vital de los últimos cuatro años, por lo cual, se calculará los datos de salario con el 2.19% y con una inflación actual que es del 1.94% según INEC que cerro el 2021.

#### 4.4.34. Gastos de constitución e instalación.

**Tabla 61.**

*Gastos de constitución*

<b>Requisitos</b>	<b>Valor</b>
Patente Municipal	\$ 50,00
Registro Sanitario	\$ 120,00
Permiso Bomberos	\$ 25,00
<b>Total</b>	<b>\$ 195,00</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

Es importante cumplir con todos los aspectos legales para iniciar con un negocio es por ello que, a continuación, se presenta los gastos de constitución, el trámite se los realiza en el Ilustre Municipio de Ibarra, Ministerio de Salud y el Cuerpo de Bomberos de Ibarra. Además, se podrá visualizar los gastos de instalación de la microempresa.

**Tabla 62.**

*Gastos de Instalación*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Pintura	\$ 75,00
Instalación eléctrica	\$ 265,00
Señalética de seguridad	\$ 20,00
<b>Total</b>	<b>\$ 360,00</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Sr. Antonio Pilataxi



#### 4.4.35. Resumen de los gastos de constitución e instalación.

Se visualiza que los gastos de constitución e instalación fue de \$555; es importante mencionar que los permisos para el funcionamiento de la microempresa serán cancelados anualmente.

**Tabla 63.**

*Resumen de los gastos de constitución e instalación.*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Gastos de Constitución	\$ 195,00
Gastos de instalación	\$ 360,00
<b>Total</b>	<b>\$ 555,00</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.4.36. Costos de producción.

Los costos de producción para la puesta en marcha de la microempresa serán calculados para un periodo mensual de producción de mermelada de arándanos, teniendo en cuenta que se elaborará 1100 unidades de 200 gramos. Cabe recalcar que para la inversión se realizará una proyección de valores bimensual.

**Tabla 64.**

*Materia prima directa*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor</b>	<b>Total</b>	<b>Bimensual</b>
Fruta arándano	Kilogramo	200	\$ 4,50	\$ 900,00	
Agua purificada	Litro	100	\$ 0,50	\$ 50,00	
Azúcar	Quintal	1	\$ 33,90	\$ 33,90	

Cítrico	Libras	5	\$ 1,25	\$ 6,25
<b>Total</b>			\$ 990,15	\$ 1.980,30

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

Para el cálculo de la mano de obra directa, se propone que la microempresa tendrá un operario ganando el sueldo básico actual del país, cumpliendo las 8 horas diarias y estará contratado bajo todos los aspectos legales, como afiliación al IESS y con los beneficios sociales

**Tabla 65.**

*Mano de Obra Directa.*

Descripción	1 operaria	Total, mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva 8.33%	Aporte patronal 12.15%	Total, bimensual	Total, Anual
<b>Valor</b>	\$ 425,00	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	-	\$ 51,64	\$ 1.130,36	\$ 6.782,15

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

- ***Costos indirectos de fabricación.***

Los CIF son todos los materiales que se incluyen indirectamente en la producción del producto, a continuación, se presenta en la tabla las herramientas a utilizar y los materiales para el envase y etiquetado de la mermelada de arándanos y el consumo de los servicios básicos.

**Tabla 66.***Herramientas y materiales indirectos*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>V. Unitario</b>	<b>Total</b>
Cernidores	4	\$ 2,80	\$ 11,20
Jarras	6	\$ 7,80	\$ 46,80
Baldes	6	\$ 5,60	\$ 33,60
Cucharas grandes	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Manteles	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Gas Industrial	1	\$ 43,50	\$ 43,50
Indumentaria para el personal	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Guantes	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Envases de vidrio	1100	\$ 0,180	\$ 162,00
Etiquetas	1100	\$ 0,020	\$ 18,00
<b>Total</b>			\$ 388,60
		<b>Bimensual</b>	\$ <b>777,20</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Importadora Gardenia

**Tabla 67.***Servicios básicos producción*

<b>Descripción</b>	<b>Total bimensual</b>
Energía Eléctrica	\$ 50,00
Agua Potable	\$ 30,00
Teléfono	\$ 36,00
Internet punto net	\$ 43,50
<b>Total</b>	\$ <b>159,5</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**Tabla 68.***Resumen de los costos indirectos de fabricación*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Herramientas y materiales indirectos	\$ 777.,20
Servicios Básicos	\$ 159,50
<b>Total CIF</b>	\$ <b>936,70</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### **4.4.37. Gastos Administrativos.**

Los gastos administrativos que tendrá la microempresa es todo lo relacionado a esta área y el sueldo del talento humano que va a laborar en este departamento gozando con todos los beneficios de ley; es la raíz en donde inicia todo el proceso para el desarrollo del negocio y la toma de decisiones.

#### **4.4.38. Servicios básicos**

**Tabla 69.**

*Servicio básicos administración*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Energía Eléctrica	\$ 10,00
Agua Potable	\$ 6,00
Teléfono	\$ 12,00
Internet punto net	\$ 17,50
<b>Total</b>	<b>\$ 45,50</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### **4.4.39. Remuneraciones del personal administrativo.**

El administrador estará bajo relación de dependencia es por ello, que estará afiliado al IESS y con todos los beneficios de ley, es importante mencionar que el sueldo se irá incrementando acorde al crecimiento de la microempresa y al desenvolvimiento del profesional que esté a cargo de esta área.

**Tabla 70.***Sueldo personal administrativo*

Descripción	sueldo	Total, mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte patronal	Total, bimensual	Total, Anual
<b>Sueldo</b>	425,00	425,00	35,42	35,42	17,71	-	47,39	1.121,86	6.731,15

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.4.40. Suministros y materiales de oficina.**

Para el buen desarrollo del área de administración se dotará de los implementos necesarios de oficina como se refleja en la siguiente tabla.

**Tabla 71.***Suministros y materiales de oficina*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Resmas de papel bond	2	\$ 2,90	\$ 5,80
Grapadora	1	\$ 1,25	\$ 1,25
Perforadora	1	\$ 1,10	\$ 1,10
Pisa papel	1	\$ 2,25	\$ 2,25
Sello	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Tinta impresora	1	\$ 3,75	\$ 3,75
Carpetas	10	\$ 0,25	\$ 2,50
Cinta de embalaje	2	\$ 0,75	\$ 1,50
Resaltador	2	\$ 0,65	\$ 1,30
Lápices	3	\$ 0,25	\$ 0,75
Esferos	3	\$ 0,35	\$ 1,05
Corrector	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Borrador	2	\$ 0,35	\$ 0,70
<b>Total</b>			<b>\$ 24,95</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Mi papelería

#### 4.4.41. Materiales de aseo y limpieza.

Actualmente la desinfección es un requisito importante para la salud del personal que va a trabajar en la microempresa, es por ello, que se implementará una zona para el aseo con todos los productos necesarios, como se puede visualizar en la tabla.

**Tabla 72.**

*Materiales de aseo*

<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Alcohol	1	\$ 6,00	\$ 6,00
Jabón líquido de manos	1	\$ 3,50	\$ 3,50
Jabón de platos	1	\$ 2,98	\$ 2,98
Desinfectante	1	\$ 2,45	\$ 2,45
Trapeador	2	\$ 2,25	\$ 4,50
Escobas	2	\$ 2,50	\$ 5,00
Basureros	4	\$ 4,50	\$ 18,00
Fundas de basura	1	\$ 0,75	\$ 0,75
Recogedor de basura	1	\$ 1,50	\$ 1,50
<b>Total</b>			<b>\$ 44,68</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Kiwi

En la siguiente tabla se presenta el resumen de los gastos administrativos que tendrá la microempresa, cabe recalcar que se incluye el valor de la depreciación, el cálculo se observará en el estudio financiero.

**Tabla 73.**

*Resumen gastos administrativos*

<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Personal Administrativo	\$ 1121,86
Suministros de oficina	\$ 24,95
Materiales de aseo	\$ 44,68
Depreciación	\$ 569,06
Servicios básicos	\$ 45,50
<b>Total</b>	<b>\$ 1.806,05</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.4.42. Gastos de ventas.

Para realizar las ventas de la mermelada de arándano, se dispone a tener un vendedor de medio tiempo que gozará de un salario acorde a las horas trabajadas más las comisiones por ventas ejecutadas; es el que se encargará de todo lo relacionado a la comercialización del producto.

#### 4.4.43. Remuneraciones del personal.

**Tabla 74.**

*Remuneración personal ventas*

<b>Descripción</b>	<b>Sueldo</b>	<b>Total bimensual</b>	<b>Total Anual</b>
Salario del vendedor	\$ 215,00	\$ 430,00	\$ 2.580,00

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.4.44. Gastos de publicidad.

Para captar la atención al cliente sobre el producto, se necesitará de varias formas de publicidad, la microempresa se enfocará en el comercio electrónico por medio de plataformas digitales que ampliaran el mercado, además se realizará un blog de la mermelada de arándano.

**Tabla 75.**

*Gasto publicidad*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Letrero	\$ 35,00
Comercio electrónico	\$ 55,00
Diseño de blog	\$ 80,00
<b>Total</b>	<b>\$ 170,00</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Agencia de publicidad

#### 4.4.45. Inversión en Capital de trabajo.

Todos los valores de los costos y gastos que se necesitará para poner en marcha la microempresa, están para un periodo de dos meses más el 10% por costo de contingencia, por lo cual, el capital de trabajo se puede observar en la siguiente tabla.

**Tabla 76.**

##### *Inversión capital de trabajo*

<b>Descripción</b>		<b>Bimensual</b>
Costos de producción		\$ 3.110,66
	Materia prima directa	\$ 1.980,30
	Mano de obra directa	\$ 1.130,36
Costos Indirectos de Fabricación		\$ 936,70
	Materia prima indirecta	\$ 777,20
	Servicios Básicos	\$ 159,50
Gastos de Administración		\$ 1.806,05
Gastos de Ventas		\$ 430,00
Gastos Publicitarios		\$ 170,00
Subtotal Capital de trabajo		\$ 6.453,41
Costos por contingencia	10% del subtotal	\$ 645,34
<b>Total de capital de trabajo</b>		<b>\$ 7.098,75</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.4.46. Inversión Total.

Una vez recopilada toda la información de los costos y gastos, activos fijos que se requerirá para el funcionamiento de la microempresa, la inversión total asciende a \$12.323,25 como se puede observar en la siguiente tabla.

**Tabla 77.**

##### *Inversión Total*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversión Fija	\$ 5.224,50
Inversión Variable	\$ 7.098,75
<b>Total, Inversión</b>	<b>\$ 12.323,25</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa



#### 4.4.47. *Financiamiento.*

El financiamiento del proyecto será el 35% por recursos económicos propio de la autora de este trabajo y el 65% será financiado por BANEQUADOR que es la institución que ofrece productos que se alinean a la necesidad de la microempresa.

**Tabla 78.**

*Financiamiento*

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Interno	\$ 4.313,14	35%
Externo	\$ 8.010,11	65%
<b>Total, Financiamiento</b>	<b>\$ 12.323,25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.5. **Conclusión del estudio técnico.**

En el estudio técnico se pudo establecer los diferentes rubros de costos y gastos tomando en cuenta la capacidad instalada del proyecto, la demanda insatisfecha, costos fijos, costos de producción, entre otros, con la finalidad de calcular la inversión total del proyecto, el cual está constituido de inversión fija y el capital de trabajo, el total es de \$12,323.25, que estará financiado por el 35% capital propio y 65% por BanEcuador.

#### 4.6. **Estudio Financiero**

##### 4.6.1. *Introducción.*

En el estudio financiero se observó y determino la factibilidad de la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos, mediante la realización de estados financieros donde se refleja que, la entidad en el primer año genera un rédito económico, teniendo en cuenta los ingresos y egresos anuales que tendrá el negocio.

Con respecto a la factibilidad de la microempresa se conoció que, mediante la aplicación de herramientas financieras como el cálculo del valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de la inversión y punto de equilibrio dieron como resultado positivo, por lo, cual es factible poner en marcha la actividad económica.

#### **4.6.2. Objetivo del estudio financiero.**

Determinar la factibilidad del proyecto mediante herramientas financieras y la elaboración de los estados financieros con las proyecciones de los ingresos y egresos que tendrá la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos.

#### **4.6.3. Presupuesto de la inversión.**

A continuación, se presenta el presupuesto de la inversión para la implementación de la microempresa. Que está compuesta por el 42% de inversión tangible y el 58% de capital de trabajo.

**Tabla 79.**

*Presupuesto de la inversión*

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Inversión Fija	\$ 5.224,50	42%
Capital de trabajo	\$ 7.098,75	58%
<b>Total, Inversión</b>	<b>\$12.323,25</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### **4.6.4. Ingresos**

Para determinar los ingresos que tendrá la microempresa se necesita establecer el precio del producto, como se mencionó anteriormente que para el precio de venta de la mermelada se calculará mediante los tres elementos del costo más el margen de utilidad.

**Tabla 80.***Precio mermelada de arándanos*

<b>Producto</b>	<b>Costo materia prima</b>	<b>Costos indirectos de fabricación</b>	<b>Costo de mano de obra directa</b>	<b>Costo total</b>	<b>Margen de utilidad 24%</b>	<b>Precio de venta</b>
Envase de mermelada de arándanos de 200 gramos	\$ 1,07	\$ 0,50	\$ 0,84	\$ 2,41	\$ 0,58	\$ 2,99

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.5. Proyección de Ingresos**

Para el cálculo de la proyección de ingresos se utiliza la cantidad de la demanda insatisfecha a cubrir, con la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.51% y para el precio la inflación actual del 1.94%, a un periodo de 5 años.

**Tabla 81.***Proyección de ingresos*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Envase de mermelada de arándanos de 200 gramos	13200	13399	13602	13807	14016
Precio	\$ 2,99	\$ 3,05	\$3,11	\$ 3,17	\$ 3,23
<b>Total</b>	<b>\$ 39.487,80</b>	<b>\$40.861,70</b>	<b>\$42.283,40</b>	<b>\$43.754,56</b>	<b>\$45.276,91</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.6. Costos y gastos proyectados**

A continuación, se presenta los costos de producción y los gastos de administración, gastos de ventas y gastos de publicidad proyectados en un periodo de cinco años utilizando los porcentajes antes mencionados, cabe destacar que los datos fueron tomados del estudio técnico de la propuesta.

#### 4.6.7. Costos de producción.

Es importante conocer los costos de producción para la elaboración de mermelada de arándanos, de este modo se puede establecer el precio de producto como se observó anteriormente. Y conocer la inversión a futuro para seguir con el desarrollo de la microempresa.

La proyección de los costos de producción fue realizada con los mismos porcentajes antes mencionados, a continuación, se presenta las tablas con las respectivas proyecciones para un periodo de cinco años.

**Tabla 82.**

*Proyección costo de materia prima directa*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Envase de mermelada de arándanos de 200 gramos	13200	13399	13602	13807	14016
Costo de materia prima	\$ 1,07	\$ 1,09	\$ 1,11	\$ 1,14	\$ 1,16
<b>Total</b>	<b>\$14.157,00</b>	<b>\$14.649,56</b>	<b>\$15.159,27</b>	<b>\$15.686,70</b>	<b>\$16.232,49</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**Tabla 83.**

*Proyección costo mano de obra directa*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Mano de obra directa	\$ 6.782,15	\$ 6.930,68	\$ 7.082,46	\$ 7.237,57	\$ 7.396,07

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**Tabla 84.**

*Proyección costos indirectos de fabricación*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia indirecta	\$2.355,10	\$2.406,68	\$2.459,38	\$2.513,24	\$2.568,28

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**Tabla 85.***Proyección servicios básicos producción*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Servicios básicos producción	\$ 957,00	\$ 977,96	\$ 999,38	\$ 1.021,26	\$ 1.043,63

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.8. Proyección de costos de producción.**

Se presenta una tabla resumen de los costos de producción como materia prima directa, mano de obra directa y los costos indirectos de fabricación; estos datos fueron proyectados anualmente.

**Tabla 86.***Proyección resumen costos de producción*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Materia prima directa	\$ 14.157,00	\$ 14.649,56	\$ 15.159,27	\$ 15.686,70	\$ 16.232,49
Mano de obra directa	\$ 6.782,15	\$ 6.930,68	\$ 7.082,46	\$ 7.237,57	\$ 7.396,07
Materia prima indirecta	\$ 2.355,10	\$ 2.406,68	\$ 2.459,38	\$ 2.513,24	\$ 2.568,28
Servicios básicos	\$ 957,00	\$ 977,96	\$ 999,38	\$ 1.021,26	\$ 1.043,63
<b>Total</b>	<b>\$ 24.251,25</b>	<b>\$ 24.964,88</b>	<b>\$ 25.700,48</b>	<b>\$ 26.458,77</b>	<b>\$ 27.240,47</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.9. Proyección de gastos administrativos y de ventas.**

Del mismo modo para la proyección de los gastos administrativos y de ventas se calculó con los siguientes datos, la tasa de crecimiento poblacional que es de 1.51% y para el precio la inflación actual del 1.94%, a un periodo de 5 años.

#### 4.6.10. Gastos Administrativos proyectados.

Para este punto se tendrá en cuenta la remuneración del personal administrativo, servicios básicos y materiales de oficina que serán utilizados para esta área.

#### 4.6.11. Remuneración del personal administrativo.

La remuneración del personal administrativo está fijada en \$425 mensuales más todos los beneficios de ley, es importante mencionar que en el primer año no se realiza el cálculo de los fondos de reserva.

**Tabla 87.**

*Proyección sueldo administrativo*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Administrador /contador	\$ 6.782,15	\$ 6.930,68	\$ 7.082,46	\$ 7.237,57	\$ 7.396,07
<b>Total</b>	<b>\$ 6.782,15</b>	<b>\$ 6.930,68</b>	<b>\$ 7.082,46</b>	<b>\$ 7.237,57</b>	<b>\$ 7.396,07</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.12. Servicios básicos

**Tabla 88.**

*Proyección servicios básico administración*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Servicios básicos administración	\$ 546,00	\$ 547,04	\$ 548,08	\$ 549,12	\$ 550,16

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.13. Suministros, materiales de oficina, materiales de aseo y limpieza.

**Tabla 89.**

*Proyección suministros y materiales de aseo*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Suministros de oficina	\$ 24,95	\$ 25,00	\$ 25,04	\$ 25,09	\$ 25,14
Útiles de limpieza	\$ 44,68	\$ 44,76	\$ 44,85	\$ 44,94	\$ 45,02
Total	\$ 69,63	\$ 69,76	\$ 69,89	\$ 70,03	\$ 70,16

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.14. Resumen gastos administrativos.

A continuación, se presenta una tabla resumen de los gastos administrativos proyectados en un periodo de cinco años, estos datos servirán para la realización del estado de resultados integrales de la microempresa.

**Tabla 90.**

*Resumen proyectados gastos administrativos*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Personal Administrativo	\$ 6.782,15	\$ 6.930,68	\$ 7.082,46	\$ 7.237,57	\$ 7.396,07
Servicios básicos administración	\$ 546,00	\$ 547,04	\$ 548,08	\$ 549,12	\$ 550,16
Suministros de oficina y aseo	\$ 69,63	\$ 69,76	\$ 69,89	\$ 70,03	\$ 70,16
Total	\$ 7.397,78	\$ 7.547,48	\$ 7.700,43	\$ 7.856,71	\$ 8.016,39

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.15. Gastos de Ventas proyectados.

Para la proyección de los gastos de ventas se incluye la publicidad de la mermelada y el salario del vendedor en un periodo de cinco años tomando en cuenta la inflación que actualmente está en el 1.94%.

#### 4.6.16. Gastos de publicidad y promoción.

Para la publicidad de producto se tomó en cuenta tres factores importantes, la realización de un letrero para la identificación del emprendimiento, diseño de comercio electrónico, estas pueden ser mediante fotografías y Diseño de un blog para darse a conocer por otro tipo de medio.

**Tabla 91.**

*Proyección gastos de publicidad*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gasto publicidad	\$ 170,00	\$ 173,72	\$ 177,53	\$ 181,42	\$185,39

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.17. Remuneración del personal de ventas.

Para el personal de ventas se fijó un salario de medio tiempo o las horas trabajadas se estima que se pagará de \$215 mensuales.

**Tabla 92.**

*Proyección sueldo vendedor*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Salario vendedor</b>	\$ 2.580,00	\$ 2.636,50	\$ 2.694,24	\$ 2.753,25	\$ 2.813,54

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.18. Depreciaciones

Para el cálculo de la depreciación de los activos de la microempresa se tomó en cuenta la información del capítulo I fundamentación teórica, en donde indica que para la depreciación de propiedad, planta y equipo según NIIF para PYMES existen diferentes



métodos, por lo cual para el proyecto se aplicará el método lineal y también se tomó en cuenta los porcentajes según LORTI<sup>1</sup> y los años de vida útil de cada activo.

---

<sup>1</sup> Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno

**Tabla 93.***Depreciación*

Activo	Años de vida útil	Valor	Valor rescate	% Depreciación	Importe depreciable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Depre. Acum.	Saldo en libros
Adecuaciones en infraestructura	20	\$1.375,00	\$68,75	5%	\$1.306,25	\$65,31	\$65,31	\$65,31	\$65,31	\$65,31	\$326,56	\$1.048,44
Muebles y enseres	10	\$1.035,00	\$103,50	10%	\$931,50	\$93,15	\$93,15	\$93,15	\$93,15	\$93,15	\$465,75	\$569,25
Equipo de computo	3	\$1.189,50	\$396,46	33%	\$793,04	\$264,35	\$264,35	\$264,35		\$-	\$793,04	\$396,46
Maquinaria y equipo	10	\$1.232,00	\$123,20	10%	\$1.108,80	\$110,88	\$110,88	\$110,88	\$110,88	\$110,88	\$554,40	\$677,60
Equipo de Oficina	10	\$393,00	\$39,30	10%	\$353,70	\$35,37	\$35,37	\$35,37	\$35,37	\$35,37	\$176,85	\$216,15
<b>Tota Inversión</b>		<b>\$5.224,50</b>	<b>\$731,21</b>			<b>\$569,06</b>	<b>\$569,06</b>	<b>\$569,06</b>	<b>\$304,71</b>	<b>\$304,71</b>	<b>\$2.316,60</b>	<b>\$2.907,90</b>
<b>Valor residual</b>	10%	<b>\$522,45</b>				<b>\$569,06</b>	<b>\$1.138,12</b>	<b>\$1.707,18</b>	<b>\$2.011,89</b>	<b>\$2.316,60</b>		

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.19. Gastos financieros.

Para poner la marcha el negocio se necesitará del financiamiento externo, en este caso se realizará un crédito para microempresas con BANECUADOR por un monto de \$8.010,11 a un plazo de 36 meses y con una tasa de interés anual de 9.76%.

Como se puede observar en las siguientes tablas, reflejaran los montos del capital, interés anual y la tabla de amortización de crédito

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

**Tabla 94.**

*Resumen de capital e interés anual*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Capital	\$ 2.415,06	\$ 2.661,62	\$ 2.933,33
Interés	\$ 675,64	\$ 429,08	\$ 133,52
<b>Total</b>	<b>\$ 3.090,70</b>	<b>\$ 3.090,70</b>	<b>\$ 3.066,85</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: BanEcuador

#### 4.6.21. Amortizaciones

**Tabla 95.**

*Tabla de amortización*

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
<b>Capital</b>	\$			8.010,11
<b>Interés</b>	9,76%			
<b>Meses</b>	36			
<b>Cuota</b>	\$257,56			
<b>Banco</b>	BanEcuador			
<b>Cuota</b>	<b>Saldo capital</b>	<b>Capital</b>	<b>Interés</b>	<b>Valor a pagar</b>
<b>0</b>	<b>\$ 8.010,00</b>			
<b>1</b>	\$ 7.817,59	\$ 192,41	\$ 65,15	\$ 257,56
<b>2</b>	\$ 7.625,18	\$ 193,98	\$ 63,58	\$ 257,56
<b>3</b>	\$ 7.431,20	\$ 195,55	\$ 62,01	\$ 257,56
<b>4</b>	\$ 7.235,65	\$ 197,14	\$ 60,41	\$ 257,55
<b>5</b>	\$ 7.038,51	\$ 198,75	\$ 58,81	\$ 257,56
<b>6</b>	\$ 6.839,76	\$ 200,36	\$ 57,19	\$ 257,55
<b>7</b>	\$ 6.639,40	\$ 201,99	\$ 55,57	\$ 257,56

8	\$ 6.437,41	\$ 203,64	\$ 53,92	\$ 257,56
9	\$ 6.233,77	\$ 205,29	\$ 52,27	\$ 257,56
10	\$ 6.028,48	\$ 206,96	\$ 50,60	\$ 257,56
11	\$ 5.821,52	\$ 208,65	\$ 48,91	\$ 257,56
12	\$ 5.612,87	\$ 210,34	\$ 47,22	\$ 257,56
		\$ 2.415,06	\$ <b>675,64</b>	\$ 3.090,70
13	\$ 5.402,53	\$ 212,05	\$ 45,51	\$ 257,56
14	\$ 5.190,48	\$ 213,78	\$ 43,78	\$ 257,56
15	\$ 4.976,70	\$ 215,52	\$ 42,04	\$ 257,56
16	\$ 4.761,18	\$ 217,27	\$ 40,29	\$ 257,56
17	\$ 4.543,91	\$ 219,04	\$ 38,52	\$ 257,56
18	\$ 4.324,87	\$ 220,82	\$ 36,74	\$ 257,56
19	\$ 4.104,05	\$ 222,61	\$ 34,94	\$ 257,55
20	\$ 3.881,44	\$ 224,42	\$ 33,13	\$ 257,55
21	\$ 3.657,02	\$ 226,25	\$ 31,31	\$ 257,56
22	\$ 3.430,77	\$ 228,09	\$ 29,47	\$ 257,56
23	\$ 3.202,68	\$ 229,95	\$ 27,61	\$ 257,56
24	\$ 2.972,73	\$ 231,82	\$ 25,74	\$ 257,56
		\$ 2.661,62	\$ <b>429,08</b>	\$ 3.090,70
25	\$ 2.739,03	\$ 233,70	\$ 23,85	\$ 257,55
26	\$ 2.503,43	\$ 235,60	\$ 21,96	\$ 257,56
27	\$ 2.265,91	\$ 237,52	\$ 20,04	\$ 257,56
28	\$ 2.026,46	\$ 239,45	\$ 18,11	\$ 257,56
29	\$ 1.783,10	\$ 241,40	\$ 16,16	\$ 257,56
30	\$ 1.537,76	\$ 243,36	\$ 14,20	\$ 257,56
31	\$ 1.290,42	\$ 245,34	\$ 12,22	\$ 257,56
32	\$ 1.041,07	\$ 247,34	\$ 10,22	\$ 257,56
33	\$ 789,70	\$ 249,35	\$ 8,21	\$ 257,56
34	\$ 536,28	\$ 251,37	\$ 6,18	\$ 257,55
35	\$ 280,80	\$ 253,42	\$ 4,14	\$ 257,56
36	\$ 27,38	\$ 255,48	\$ 2,08	\$ 257,56
		\$ 2.933,33	\$ <b>133,52</b>	

Elaborado por: La autora

Fuente: BanEcuador

#### 4.6.22. Resumen de costos y gastos.

A continuación, se presenta una tabla resumen de los costos y gastos proyectados en un periodo de cinco años, estos datos se aplicarán posteriormente para el cálculo de los estados financiero de la microempresa y para la aplicación de la evaluación financiera.

**Tabla 96.***Resumen de costos y gastos proyectados*

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Costos de producción	\$ 24.251,25	\$24.964,88	\$25.700,48	\$26.458,77	\$27.240,47
Gastos Administrativos	\$ 7.397,78	\$ 7.558,25	\$ 7.722,21	\$ 7.889,73	\$ 8.060,88
Gastos ventas	\$ 2.580,00	\$ 2.636,50	\$ 2.694,24	\$ 2.753,25	\$ 2.813,54
Gasto publicidad	\$ 170,00	\$ 173,72	\$ 177,53	\$ 181,42	\$ 185,39
Gasto Financiero	\$ 675,64	\$ 429,08	\$ 133,52	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ 35.074,67</b>	<b>\$35.762,44</b>	<b>\$36.427,98</b>	<b>\$37.283,16</b>	<b>\$38.300,28</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

Es importante decir que en el tercer año la microempresa terminará de pagar los gastos financieros, ya que se estableció un crédito a corto plazo.

#### **4.6.23. Estados Financieros Presupuestados.**

A continuación, se presenta los estados financieros que serán elaborados bajo las Normas Internacionales Financieras (NIC 1). El estado de situación financiera será proyectado para cinco años de la microempresa; sirve para visualizar los activos actuales, las obligaciones y el patrimonio con la que va a iniciar la nueva actividad comercial.

**Tabla 97.***Estado de Situación Financiera*

NUTRIMER						
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
EXPRESADO EN DOLARES AMERICANOS						
ACTIVOS	INVERSIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos corrientes						
Efectivo y equivalente de efectivo						
Efectivo	\$ 6.543,75	\$ 6.715,85	\$ 6.892,47	\$ 7.073,75	\$ 7.259,79	\$ 7.450,72
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>\$6.543,75</b>	<b>\$ 6.715,85</b>	<b>\$ 6.892,47</b>	<b>\$ 7.073,75</b>	<b>\$ 7.259,79</b>	<b>\$ 7.450,72</b>
Activos no corrientes						

Propiedad planta y equipo						
Muebles y enseres	\$1.035,00	\$1.062,22	\$1.090,16	\$1.118,83	\$1.148,25	\$1.178,45
Equipo de computo	\$1.189,50	\$1.220,78	\$1.252,89	\$1.285,84	\$1.319,66	\$1.354,37
Maquinaria y equipo	\$1.232,00	\$1.264,40	\$1.297,66	\$1.331,78	\$1.366,81	\$1.402,76
Equipo de Oficina	\$393,00	\$403,34	\$413,94	\$424,83	\$436,00	\$447,47
(-) Depreciación acumulada ppe		-\$569,06	-\$569,06	-\$569,06	-\$304,71	-\$304,71
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$3.849,50</b>	<b>\$3.381,68</b>	<b>\$3.485,59</b>	<b>\$3.592,22</b>	<b>\$3.966,01</b>	<b>\$4.078,33</b>
Activos tangibles						
Constitución	\$555,00	\$569,60	\$584,58	\$599,95	\$615,73	\$631,92
Adecuación	\$1.375,00	\$1.411,16	\$1.448,28	\$1.486,37	\$1.525,46	\$1.565,58
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$1.930,00</b>	<b>\$1.980,76</b>	<b>\$2.032,85</b>	<b>\$2.086,32</b>	<b>\$2.141,19</b>	<b>\$2.197,50</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>\$12.323,25</b>	<b>\$12.078,29</b>	<b>\$12.410,91</b>	<b>\$12.752,29</b>	<b>\$13.366,99</b>	<b>\$13.726,55</b>
<b>PASIVOS</b>						
Pasivos corrientes						
Préstamo a mediano y largo plazo	\$ 8.010,11	\$7.651,72	\$7.867,92	\$8.089,82	\$8.581,89	\$8.815,61
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 8.010,11</b>	<b>\$ 7.651,72</b>	<b>\$ 7.867,92</b>	<b>\$ 8.089,82</b>	<b>\$ 8.581,89</b>	<b>\$ 8.815,61</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital social	\$ 4.313,14	\$4.426,57	\$ 4.542,99	\$ 4.662,47	\$ 4.785,09	\$ 4.910,94
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 4.313,14</b>	<b>\$ 4.426,57</b>	<b>\$ 4.542,99</b>	<b>\$ 4.662,47</b>	<b>\$ 4.785,09</b>	<b>\$ 4.910,94</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$12.323,25</b>	<b>\$12.078,29</b>	<b>\$12.410,91</b>	<b>\$12.752,29</b>	<b>\$13.366,99</b>	<b>\$13.726,55</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### **4.6.24. Estado de Resultados proyectado.**

Para el siguiente estado, se presenta una proyección para un periodo de tiempo de 5 años en donde se puede observar que el rédito de la microempresa va en desarrollo año tras año.

**Tabla 98.***Estado de Resultados Integrales*

<b>NUTRIMER</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES</b>					
<b>EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS</b>					
<b>Descripción</b>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Proyectadas	\$ 39.487,80	\$40.861,70	\$42.283,40	\$ 43.754,56	\$ 45.276,91
(-) Costo de Producción	\$ 24.251,25	\$24.964,88	\$ 25.700,48	\$ 26.458,77	\$27.240,47
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 15.236,55</b>	<b>\$ 15.896,82</b>	<b>\$16.582,91</b>	<b>\$ 17.295,79</b>	<b>\$ 18.036,44</b>
(-) Gastos de Administración	\$ 7.807,24	\$ 7.966,44	\$8.129,14	\$ 8.031,09	\$ 8.201,04
Sueldo Administrativos	\$ 6.782,15	\$ 6.930,68	\$7.082,46	\$7.237,57	\$ 7.396,07
Útiles de Oficina	\$ 24,95	\$ 25,43	\$ 25,93	\$ 26,43	\$26,94
Materiales de Limpieza	\$ 44,68	\$ 45,55	\$ 46,43	\$ 47,33	\$ 48,25
Servicios básicos	\$ 191,40	\$195,59	\$ 199,88	\$ 204,25	\$ 208,73
Depreciación	\$569,06	\$ 569,06	\$ 569,06	\$ 304,71	\$ 304,71
Gastos de Constitución	\$ 195,00	\$ 200,13	\$ 205,39	\$ 210,79	\$ 216,34
(-) Gastos de Ventas	\$ 2.750,00	\$ 2.810,23	\$2.871,77	\$2.934,66	\$ 2.998,93
Salario	\$ 2.580,00	\$2.636,50	\$2.694,24	\$ 2.753,25	\$ 2.813,54
Publicidad	\$ 170,00	\$ 173,72	\$ 177,53	\$ 181,42	\$ 185,39
<b>(=) Utilidad operacional</b>	<b>\$ 4.679,31</b>	<b>\$5.120,15</b>	<b>\$ 5.582,00</b>	<b>\$ 6.330,04</b>	<b>\$ 6.836,47</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 675,64	\$ 429,08	\$ 133,52	\$	\$
Interés Pagado	\$ 675,64	\$ 429,08	\$ 133,52	-	-
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 4.003,67</b>	<b>\$ 4.691,07</b>	<b>\$ 5.448,48</b>	<b>\$ 6.330,04</b>	<b>\$6.836,47</b>
Impuesto a la renta RIMPE	\$ 360,00	\$ 369,47	\$ 369,47	\$ 369,47	\$369,47
<b>(=) Utilidad neta del ejercicio</b>	<b>\$ 3.643,67</b>	<b>\$ 4.321,61</b>	<b>\$ 5.079,01</b>	<b>\$ 5.960,57</b>	<b>\$ 6.467,01</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

Se actualizó al nuevo régimen tributario, al superar los \$20.000 de ingresos brutos anuales se cataloga como RIMPE<sup>2</sup> emprendedor, por lo cual se va a realizar la declaración del impuesto a la renta de una tabla ya establecida.

<sup>2</sup> Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares

#### 4.6.25. Estado de Flujo de Efectivo.

De igual manera, el estado de flujo de efectivo está proyectado para cinco años, y ayuda a visualizar el movimiento de efectivo que mantiene la microempresa, por lo cual es una herramienta que sirve para la toma de decisiones.

**Tabla 99.**

*Flujo de Efectivo*

<b>NUTRIMER</b>						
<b>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO</b>						
<b>EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS</b>						
<b>Cuentas</b>	<b>Inversión</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas proyectadas		\$39.487,80	\$40.861,70	\$42.283,40	\$43.754,56	\$45.276,91
<b>Total de ingresos</b>		<b>\$39.487,80</b>	<b>\$40.861,70</b>	<b>\$42.283,40</b>	<b>\$43.754,56</b>	<b>\$45.276,91</b>
Costos de producción		\$24.251,25	\$24.964,88	\$25.700,48	\$26.458,77	\$27.240,47
Gastos administrativos		\$ 7.807,24	\$ 7.966,44	\$8.129,14	\$ 8.031,09	\$ 8.201,04
Gastos de ventas		\$ 2.750,00	\$ 2.810,23	\$2.871,77	\$2.934,66	\$ 2.998,93
Gasto financiero (intereses)		\$ 675,64	\$ 429,08	\$ 133,52		
<b>(- Total egresos)</b>		<b>\$35.484,13</b>	<b>\$36.170,63</b>	<b>\$36.834,91</b>	<b>\$37.424,52</b>	<b>\$38.44,44</b>
(-) Utilidad neta antes de imp.		\$4.003,67	\$4.691,07	\$5.448,49	\$6.330,04	\$6.836,47
15% participación de trabajadores		\$600,55	\$703,66	\$817,27	\$949,51	\$1.025,47
<b>(Utilidad neta antes de part. de trabajadores)</b>		<b>\$3.403,12</b>	<b>\$3.987,41</b>	<b>\$4.631,22</b>	<b>\$5.380,53</b>	<b>\$5.811,00</b>
(-) Impuesto a la renta		\$ 360,00	\$ 369,47	\$ 369,47	\$ 369,47	\$369,47
<b>(=) Utilidad neta</b>		<b>\$ 3.043,12</b>	<b>\$ 3.617,94</b>	<b>\$4.261,75</b>	<b>\$5.011,06</b>	<b>\$5.811,06</b>
<b>(+) Depreciaciones amortizaciones de actv.</b>		\$569,06	\$ 569,06	\$ 569,06	\$ 304,71	\$ 304,71
(-) Amortización del préstamo		\$ 675,64	\$ 429,08	\$ 133,52		
Crédito	\$ 8.010,00					
Capital de trabajo	\$ 4.313,14					
<b>(=) Flujo de caja</b>	<b>-\$12.323,14</b>	<b>\$2936,54</b>	<b>\$3.757,92</b>	<b>\$4.697,29</b>	<b>\$5.315,77</b>	<b>\$6115,77</b>

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa



#### 4.6.26. Evaluación Financiera.

En este punto se procede al cálculo del costo capital, tasa de rendimiento medio, valor actual neto, tasa interna de retorno, costo beneficio, periodo de recuperación de la inversión y el punto de equilibrio con la finalidad de establecer si el proyecto es factible.

#### 4.6.27. Costo de capital (Ck)

El financiamiento del proyecto será el 35% por recursos propios a una tasa pasiva del 5,5% y el 65% será una deuda a corto plazo por BANECUADOR con una tasa activa del 9,76%. El Costo capital de la inversión será del 8,28% por lo que se evidencia que es factible.

**Tabla 100.**

*Costo Capital*

<b>Financiamiento</b>	<b>Valor</b>		<b>Porcentaje</b>	<b>Tasas A y P</b>	<b>Costo de Capital</b>
Interno	\$	4.313,14	35%	5,5%	1,93%
Externo	\$	8.010,11	65%	9,76%	6,34%
Total, Financiamiento	\$	12.323,25	100%		8,28%

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

#### 4.6.28. Tasa de Rendimiento Medio (TRM).

Una vez encontrado el costo beneficio se procede a calcular mediante fórmula la tasa de rendimiento medio, por lo cual para el proyecto es de 8,48% siendo mayor al CK<sup>3</sup> es factible.

<sup>3</sup> Costo Capital

**Tabla 101.***Tasa de rendimiento medio*

<b>Datos</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>CK=</b>	8,28%
<b>IF=</b>	0,19%
<b>TRM=</b>	$((1+CK) (1+IF))-1$
<b>TRM=</b>	$((1+8,70%) (1+0.19%))-1$
<b>TRM=</b>	8,48%

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.29. Valor Actual Neto (VAN)**

Para la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos, se puede visualizar que el VAN es factible ya que mediante el cálculo respectivo da un resultado mayor a 0.

**Tabla 102.***Valor Actual Neto*

<b>AÑO</b>	<b>Flujo de Efectivo</b>	<b>Fórmula</b>	<b>Flujo actual</b>
		$(1+i)^n$	$F.E/(1+i)^n$
1	\$ 3.732,09	1,085	\$ 3.440,29
2	\$ 4.661,71	1,177	\$ 3.961,25
3	\$ 5.719,94	1,277	\$ 4.480,45
4	\$ 6.476,08	1,385	\$ 4.676,12
5	\$ 7.719,27	1,502	\$ 5.137,99
		<b>Total</b>	\$ 21.696,11
		<b>(-) Inversión Inicial</b>	\$ 12.323,25
		<b>VPN</b>	\$ 9.372,86

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.30. Tasa Interna de Retorno (TIR).**

Como se puede observar en la siguiente tabla que la tasa interna de retorno del proyecto es positiva por lo cual se puede decir que la inversión es factible.

**Tabla 103.***Tasa interna de retorno*

<b>Año</b>	<b>Flujo de efectivo</b>	
<b>Inversión</b>	\$	<b>-12.323,25</b>
1	\$	3.732,09
2	\$	4.661,71
3	\$	5.719,94
4	\$	6.476,08
5	\$	7.719,27
<b>TIR</b>	<b>31%</b>	

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.31. Relación Costo Beneficio**

El costo beneficio del proyecto es que por cada dólar invertido tiene un rédito de 0.76 ctvs., por lo cual la inversión desde este punto es factible.

**Tabla 104.***Costo Beneficio*

<u>Valor presente</u>	
Inversión inicial	
21696,11	<b>=1,76</b>
12323,25	

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.32. Periodo de recuperación de la Inversión (PRI).**

Como se puede observar en la siguiente tabla el periodo de recuperación de la inversión de la microempresa será de 2 años, 10 meses y 3 días. Es un corto tiempo, que da a lugar, que la microempresa pueda tener una estabilidad financiera.

**Tabla 105.***Periodo de recuperación de la inversión*

<b>Fórmula</b>		
PRI= a+(b-c) /d		
Datos		
a		1 año
b	\$ 12.323,25	Inversión inicial
c	\$ 3.732,09	Flujo de efectivo primer año
d	\$ 4.661,71	
<b>Aplicación de la fórmula</b>		
PRI= 1+(12,323,25-3,732,09)/4,661,71		
PRI=	2,842917781	2 años
PRI=	0,842917781	Se resta 2
PRI=	10,11501337	10 meses
PRI=	0,115013371	Se resta 10
PRI=	3,450401132	3 días

Elaborado por: La autora

Fuente: Investigación directa

**4.6.33. Punto de Equilibrio (PE).**

Para el cálculo del punto de equilibrio, se recopiló todos los datos de ventas, gastos y costos que se requiere para la producción del producto, en la cual mediante la aplicación siguiente fórmula  $PE=CF/1-CV/V$ , se puede calcular que el punto de equilibrio es de 28.050,51 es decir en donde la microempresa no gana ni pierde.

**Tabla 106.***Punto de equilibrio*

<b>Ingresos</b>	<b>Valores</b>
Ventas	<b>\$39.487,80</b>
Gastos Fijos	
Gastos Administrativos	\$ 7.397,78
Gastos ventas	\$ 2.580,00
Gasto publicidad	\$ 170,00
Gasto Financiero	\$ 675,64

Total gastos fijos	<b>\$10.823,42</b>
Costos variables	
Costo de Producción	\$24.251,25
Total Costos Variables	<b>\$24.251,25</b>
<b>Punto de equilibrio</b>	<b>\$28.050,51</b>

Elaborado por: La autora  
Fuente: Investigación directa

#### **4.6.34. Resumen de la evaluación financiera.**

Para mejor comprensión se presenta una tabla resumen de la evaluación financiera del proyecto en la cual en todos los indicadores da una respuesta positiva, por lo cual se puede decir que la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos es factible.

**Tabla 107.**

*Resumen de evaluación financiera*

<b>Indicadores Financieros</b>	<b>Resultados</b>	<b>Medición</b>
<b>TRM=</b>	8,48%	Factible
<b>VPN</b>	\$ 9.372,86	Factible
<b>TIR=</b>	30,95%	Factible
<b>CB=</b>	\$ 1,76	Factible
<b>PRI=</b>	2,84	Factible
<b>PE=</b>	\$28.050,51	Factible

Elaborado por: La autora  
Fuente: Investigación directa

#### **4.6.35. Conclusiones de la evaluación financiera.**

Se conoció que mediante la aplicación de la evaluación financiera para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de mermelada de

arándanos dio como resultado factible desde todas las aristas económicas que encierran el proyecto, tomando en cuenta que la utilidad va creciendo año tras año por lo cual el emprendimiento tiene una vista favor

#### **4.7. Estudio Organizacional**

##### **4.7.1. Introducción.**

En este capítulo se presenta la estructura organizacional de la microempresa NUTRIMER, teniendo en cuenta principalmente la visión, la misión, objetivos del emprendimiento, desde ahí se iniciara con todos los requerimientos legales para poner en marcha la actividad económica.

##### **4.7.2. Objetivo.**

Determinar la organización administrativa y operativa mediante la realización de una planificación estratégica para la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos.

##### **4.7.3. La Empresa.**

Al ser un emprendimiento que requiere de menos de 10 personas, se puede decir que es una microempresa, por lo cual se alineara todos los requerimientos legales que se necesita para poner en funcionamiento la unidad productiva.

##### **4.7.4. Nombre de la Empresa o Razón Social.**

El nombre de la microempresa será NUTRIMER, se escogió este nombre por la gran variedad de nutrientes que tiene la mermelada de arándanos y a la vez llamativo para el consumidor.

#### 4.7.5. Logotipo

**Figura 43.** Logotipo Nutrimer



#### 4.7.6. Slogan.

***“EL NÉCTAR EN TU PALADAR”***

#### 4.7.7. Misión.

La microempresa NUTRIMER está dedicada a proveer una deliciosa mermelada de arándanos únicos a nivel local y con valor agregado, capaces de satisfacer las exigencias del paladar del consumidor.

#### 4.7.8. Visión

Para el 2026 la microempresa NUTRIMER será el referente local con altos estándares de calidad utilizando procesos óptimos de manufactura. Fundamentado en el principio de la mejora continua.

#### 4.7.9. Objetivos estratégicos.

- El talento humano de Nutrimer y el cliente son la fuente de incentivación de la microempresa.
- Crear un ambiente de trabajo excelente para obtener un producto de alta calidad.

- Cumplir con todas las actividades establecidas en los puestos de trabajo administrativo, operativo y ventas.
- Comercializar el producto siempre pensando en la satisfacción del cliente.

#### ***4.7.10. Valores corporativos.***

- Puntualidad. Todo personal de Nutrimer ingresará al área de trabajo 10 minutos antes de la hora establecida.
- Responsabilidad. Tener una relación adecuada y respeto mutuo entre el personal, proveedores y clientes, para mantener una estabilidad en la microempresa.
- Compromiso. Nutrimer se compromete en siempre pensar en cubrir la necesidad del cliente y del personal que labora en la microempresa
- Honestidad. Presentar un producto natural al consumidor.

#### ***4.7.11. Políticas empresariales.***

Contratación del personal. El talento humano que trabajará para Nutrimer deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia de cédula de identidad
- Ser mayor de 18 años
- Certificados de honorabilidad
- Certificados de experiencia.

Todo trabajador que ingrese a Nutrimer por primera vez firmara un contrato de plazo indefinido con periodo de prueba por 90 días y cumplir con todo lo establecido en el código de trabajo actual.

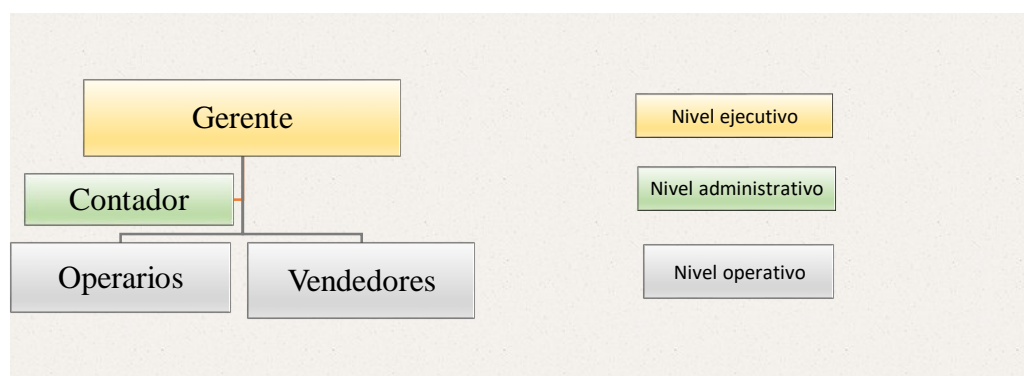


- Se deberá laborar dentro de la jornada de trabajo establecida de 8 horas diarias cumpliendo las 40 horas semanales y con una hora de almuerzo tal como lo señala el código de trabajo.
- En caso de ausencia del trabajador por calamidad doméstica o enfermedad deberá tener la autorización del administrador de la microempresa.
- Obligaciones del empleador: Proporcionar al trabajador los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la producción del producto.
- Pagar la cantidad acordada con el trabajador y los términos del contrato el inscribir al trabajador al IESS desde el primer día de labores.
- Obligaciones del trabajador. Cumplir con las actividades designadas en el puesto de trabajo, cumplir el horario establecido y guardar disciplina, honradez y respeto en el desempeño del trabajo y con todas las personas del entorno.

#### 4.7.12. Organigrama estructural.

Nutrimer presenta la estructura organizacional de la microempresa cumpliendo con los niveles jerárquicos.

**Figura 44.** Organigrama estructural



Elaborado por: La autora

#### **4.7.13. Niveles administrativos.**

La microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos Nutrimer está conformada por dos niveles.

**Nivel Ejecutivo.** Conformado por el gerente general de la empresa, tiene la función principal de dirigir, tomar decisiones velando la dirección y el rumbo de la entidad

**Nivel Administrativo.** Su principal función es el desarrollo de la microempresa, se encargará en el desarrollaro de planificaciones y el control financiero de los procesos, además, se cumplirá como todo lo estableció en las leyes vigentes de contratación del personal.

**Nivel Operativo.** Es la parte medular de la microempresa pues es en donde se elaborará el producto desde la materia prima hasta obtener el producto terminado etiquetado, empacado y comercializado, además, se deberá cumplir con las políticas internas de la microempresa.

#### **4.7.14. Manuales de funciones.**

El manual de funciones de Nutrimer estará compuesto por tres áreas: administrativa, operativa y ventas; se podrá observar el perfil del personal, el objetivo y las actividades a realizarse en el puesto de trabajo.

**Figura 45.***Manual de funciones- Gerente*

 <p><b>Manual de funciones Microempresa Nutrimer</b></p>	
<b>Nivel: Ejecutivo</b>	<b>Cargo: Gerente</b>

**Objetivo**

Dirigir la microempresa mediante la aplicación de los procesos administrativos: planificación, organización, dirección y control. Para el crecimiento y fortalecimiento de esta.

**Perfil**

- Tener título de tercer nivel en contabilidad o administración o carreras afines.
- Conocimiento en áreas administrativas y contables.
- Manejo de talento humano.
- Conocimiento de la industria alimentaria.

**Actividades**

- Representar legalmente a la microempresa ante todos los organismos de control.
- Establecer y ejecutar los objetivos empresariales que se plantean al inicio del período.

- 
- Aprobar contrataciones de empleados, y a su vez destitución de estos, controlando el cumplimiento de sus actividades.
  - Motivar a los empleados al cumplimiento de las metas establecidas diariamente, con incentivos monetarios.
  - Dialogar con inversores y posibles distribuidores de la marca, adquiriendo más cartera de clientes.
- 

### **Capacidades**

- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Poseer valores y principios personales.
- Habilidad para solucionar problemas, tomar decisiones y negociar.
- Capacidad de diálogo.
- Capacidad de delegar funciones

---

Elaborado por: La autora

**Figura 46.***Manual de funciones contador*

<b>Manual de funciones Microempresa Nutrimer</b> 	
<b>Nivel: Administrativo</b>	<b>Cargo: Contador</b>

**Objetivo**

Contribuir en la organización, y administrar los recursos de la entidad, en base a los principios de contabilidad y normativa vigente

**Perfil**

- Tener título de tercer nivel en contabilidad, finanzas y carreras afines.
- Conocimiento en áreas contables y financieras.
- Manejo de las normas contables vigentes.

**Actividades**

- 
- Registrar y controlar la información contable de ingresos y gastos de la microempresa de manera oportuna.
  - Apegarse a la normativa vigente contable para la declaración de impuestos, velando con la integridad de la microempresa
  - Apoyar en la elaboración de la planificación anual en gerencia, presupuestando las necesidades de la microempresa.
  - Digitalizar la información de ventas, roles de pagos e informes de las áreas.
  - Evaluar y dar de baja al inventario, con una constatación física mensualizada de las áreas operativas y de ventas.
  - Desarrollar plantillas de pago del personal en las plataformas del SRI y del IESS.
  - Informar los pagos de proveedores a gerencia y luego realizar los mismos.
- 

### **Capacidades**

- Liderazgo y trabajo en equipo.
- Poseer valores y principios personales.
- Integridad y lealtad con la información.
- Capacidad de diálogo.

**Figura 47.***Manual de funciones - Operario*

<b>Manual de funciones</b> <b>Microempresa Nutrimer</b>		
<b>Nivel: Operativo</b>	<b>Cargo: Operario</b>	

**Objetivo**

Realizar todo el proceso productivo de la mermelada de arándano desde la materia prima hasta el producto terminado.

**Perfil**

- Bachiller o estudiante mayor de 18 años.
- Conocimiento de la producción de mermelada.
- Experiencia de por lo menos 6 meses en producción.

**Actividades**

- 
- Revisar y ejecutar las fichas de producción diariamente, controlando de esta manera la producción.
  - Control de materia prima, insumos y herramientas que estén en óptimas condiciones, cumpliendo los requerimientos de calidad de la microempresa.
  - Envasar y etiquetar el producto terminado, seguidamente mandarlo al área de ventas para su comercialización.
  - Limpiar el puesto de trabajo, con la finalidad que los procesos se ejecuten adecuadamente.
  - Limpiar y escoger la materia prima, desechando e informando los arándanos que no cumplan con la calidad requerida
  - Coordinar los pedidos con el área de ventas, para su distribución adecuada.
- 

### **Capacidades**

- Colaboración y trabajo en equipo.
- Proactividad
- Responsabilidad
- Puntualidad
- Compromiso



**Figura 48.***Manual de funciones- Ventas*

<p><b>Manual de funciones</b> <b>Microempresa Nutrimer</b></p> 	
<b>Nivel: Operario</b>	<b>Cargo: Personal de Ventas</b>

**Objetivo**

Establecer los métodos de marketing para la comercialización del producto.

**Perfil**

- Bachiller o estudios universitarios incompletos en carreras afines a las ventas.
  - Experiencia de ventas por menos 6 meses.
  - Manejo de canales electrónicos.
- Conocimiento de facturación

---

**Actividades**

- Visitar tiendas, minimarkets y supermercados, diariamente para la entrega de los productos y oferta de las promociones.
- Realizar la venta del producto sea virtual o personal, en el local y domicilio, captando mayor cartera de clientes.
- Acaparar clientes importantes, en ferias o realizando degustación en las calles del cantón.
- Control de stock del producto e informar en producción si es necesario implementar más stock o desechar los que no cumplen con la calidad.
- Realizar puntualmente los pedidos y entrega o envío del producto.
- Elaborar informes de las ventas diariamente y enviar oportunamente a gerencia.
- Entregar facturas a los clientes y registrar en el sistema las ventas diarias.

---

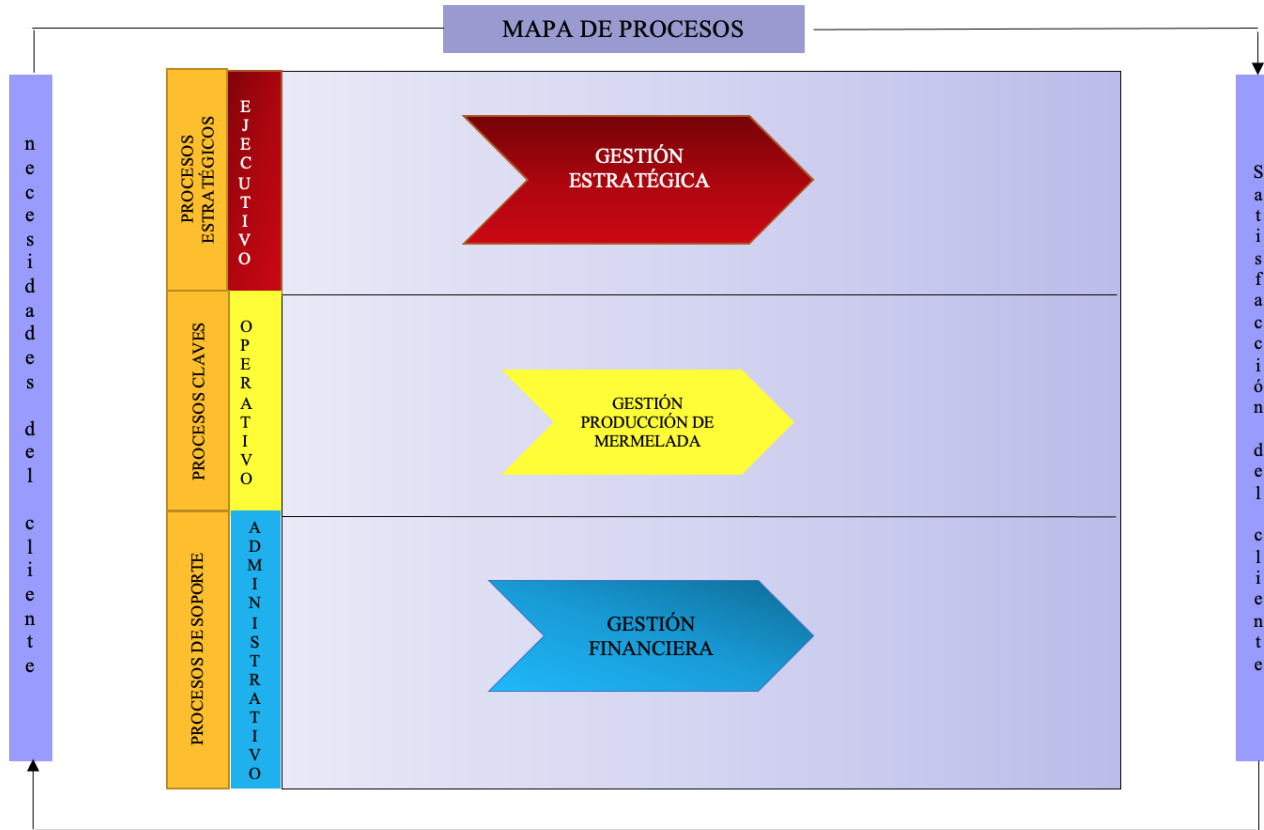
**Capacidades**

- Comunicación efectiva.
- Trabajar en equipo y colaborar con los compañeros.
- Ser dinámico y tener en cuenta la satisfacción de cliente.
- Responsable en las actividades de trabajo.

4.7.15. Mapa de Procesos.

Figura 49.

Mapa de procesos.



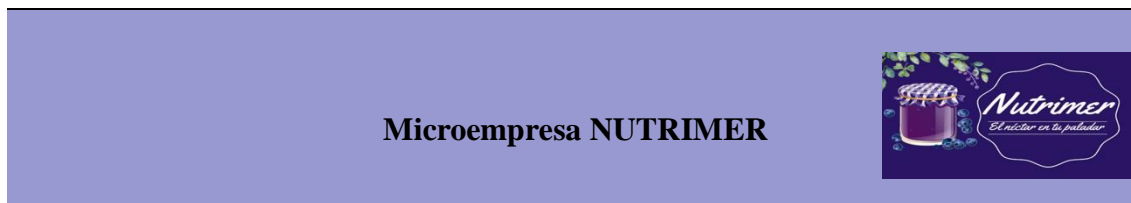
Elaborado por: La autor

#### 4.7.16. Manual de procesos.

El manual de procesos permitirá asignar las actividades y responsabilidades de cada área, respectivamente con sus tablas y flujogramas para una mayor comprensión.

**Tabla 108.**

*Gestión estratégica*



**Proceso:** Gestión estratégica

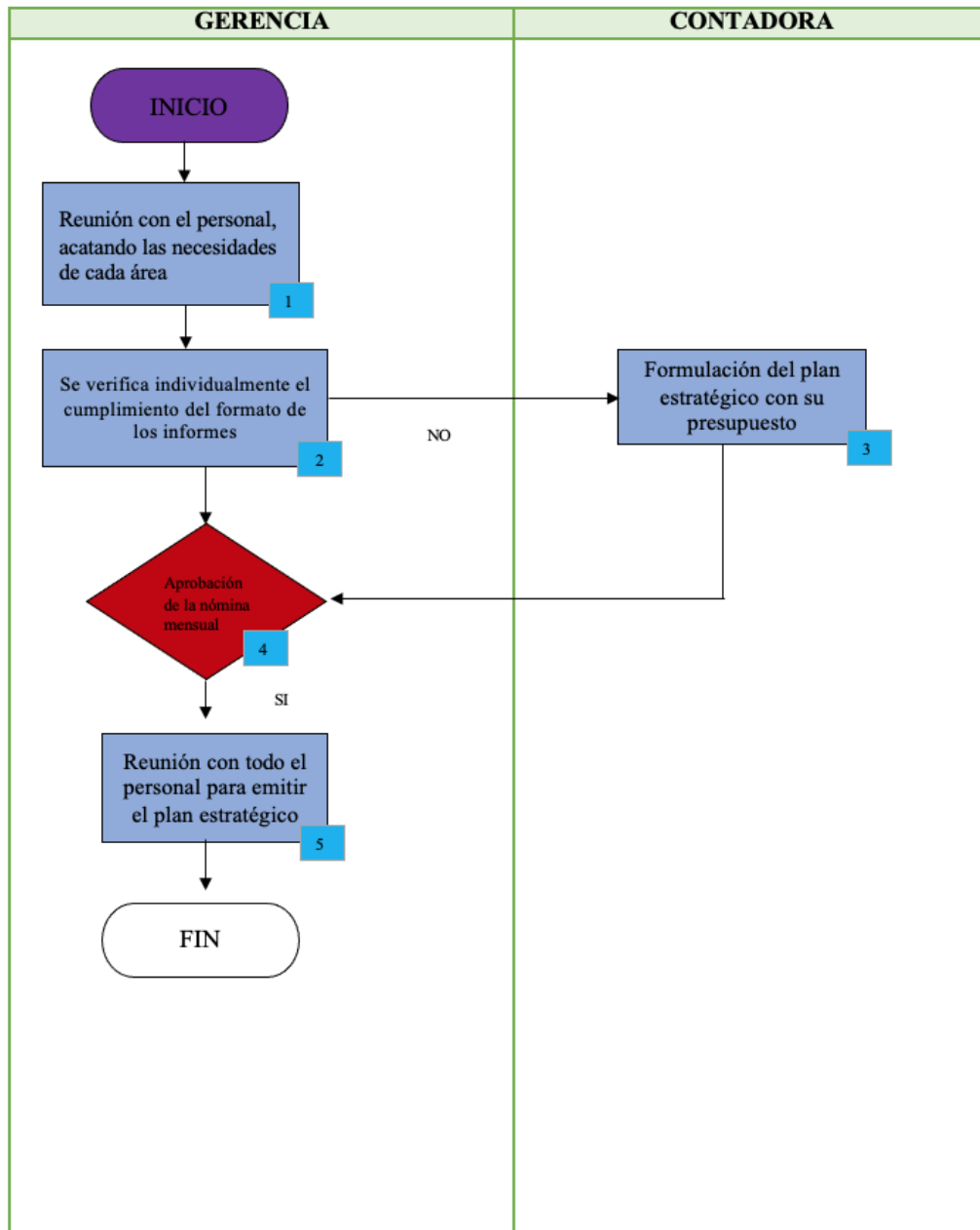
**Área encargada:** Nivel Ejecutivo

**Alcance:** Diseño de un plan estratégico que cubra con las necesidades de la microempresa.

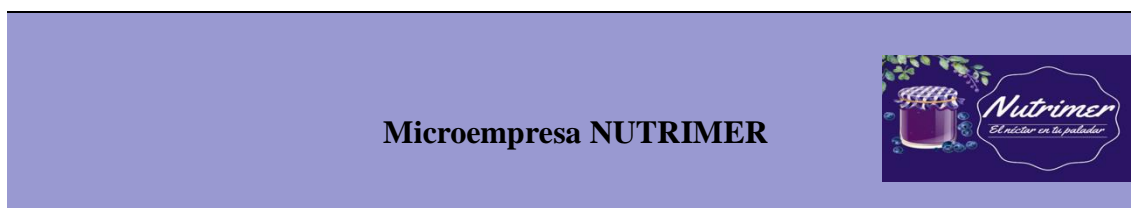
<b>Nro</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>
1	Reunión con el personal, acatando las necesidades de cada área	Gerencia
2	Se verifica individualmente el cumplimiento del formato de los informes	Gerencia
3	Formulación del plan estratégico con su presupuesto	Contadora
4	Aprobación del plan estratégico y presupuesto	Gerencia
5	Reunión con todo el personal para emitir el plan estratégico	Gerencia

Figura 50.

Flujograma gestión estratégica



Elaborado por: La autora

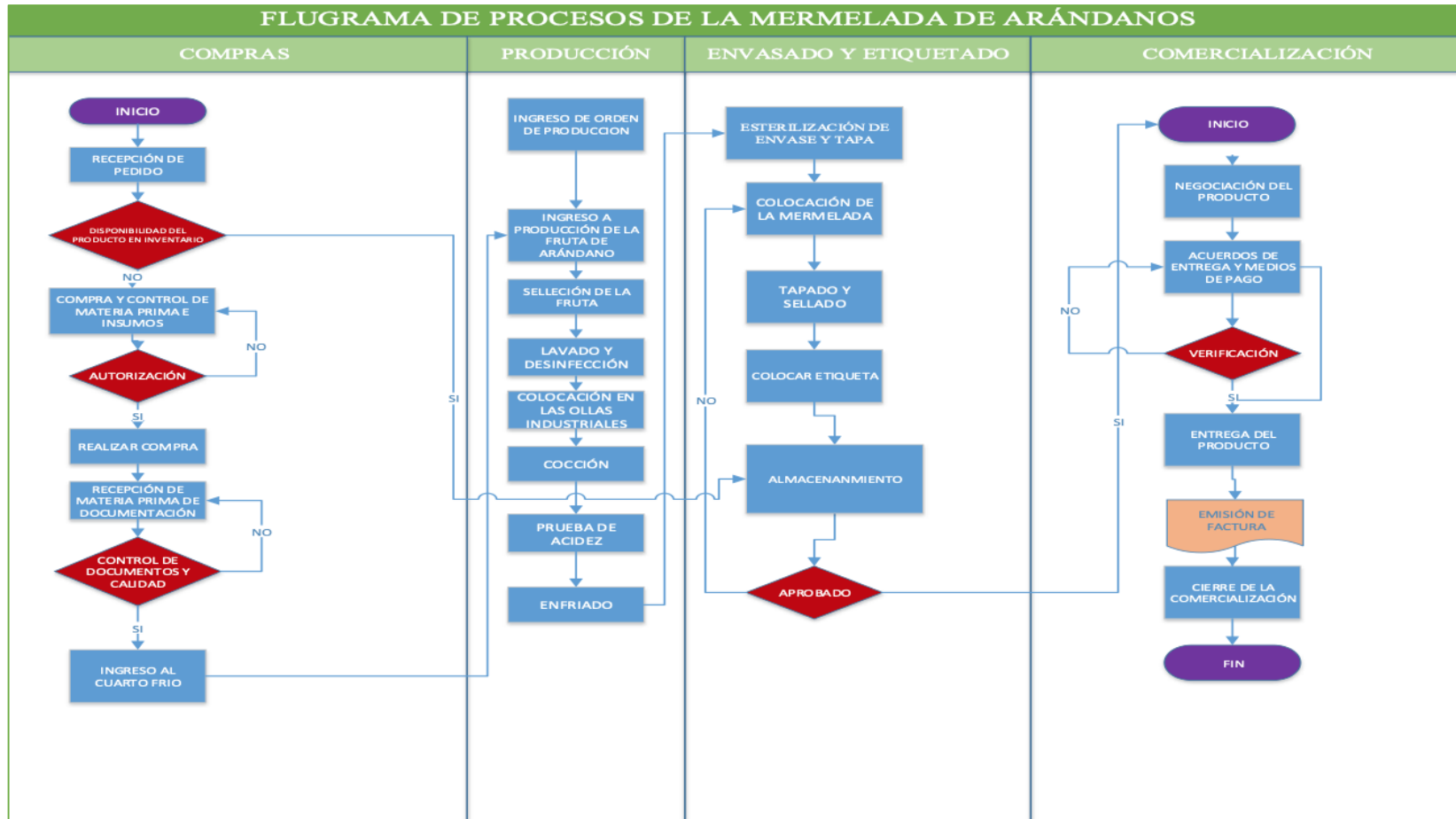
**Tabla 109.***Gestión producción de mermelada***Proceso:** Gestión producción de mermelada**Área encargada:** Nivel Operativo**Alcance:** Elaboración de la mermelada de arándanos

<b>Nro</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>
<b>1</b>	Recepción del pedido de proveedores la materia prima	Contadora
<b>2</b>	Ingreso a producción el arándano	Operativos
<b>3</b>	Selección de fruta, lavado y desinfección	Operativos
<b>4</b>	Colocación de la fruta en las ollas industriales	Operativos
<b>5</b>	Prueba de acidez y enfriamiento de la mermelada	Operativos
<b>6</b>	Esterilización de las tapas y los envases	Operativos
<b>7</b>	Colocación de la mermelada en los envases, tapado y sellado de los mismos	Operativos
<b>8</b>	Envía a comercialización y se entrega a los clientes el producto.	Ventas

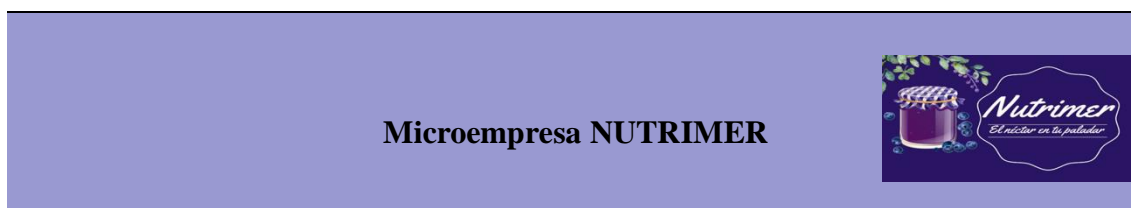
Elaborado por la autora

Figura 51.

Flujograma gestión de proceso de mermelada



Elaborado por: La autora

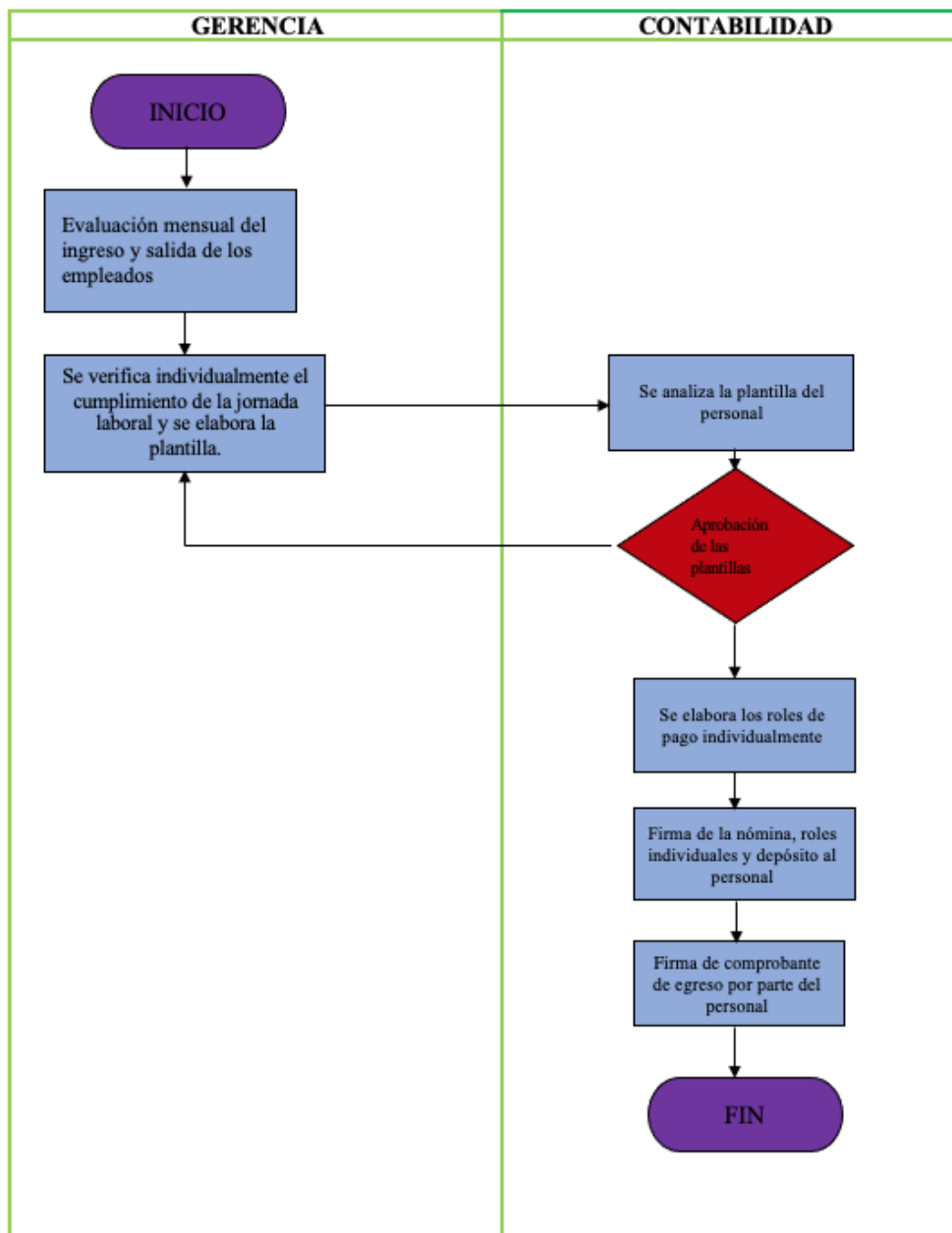
**Tabla 110.***Gestión financiera***Proceso:** Gestión financiera**Área encargada:** Nivel Administrativo**Alcance:** Pago de las remuneraciones de los empleados de la microempresa Nutrimer

<b>Nro</b>	<b>Actividades</b>	<b>Responsable</b>
<b>1</b>	Evaluación mensual de la plantilla de los empleados, nuevas contrataciones y despidos	Gerencia
<b>2</b>	Se verifica el cumplimiento de la jornada y sus actividades mensuales	Gerencia
<b>3</b>	Se comprueba las jornadas y se aprueba las plantillas del personal	Contadora
<b>4</b>	Se realiza el rol de pagos individual de cada empleado de la microempresa	Contadora
<b>5</b>	Se firma las nóminas y posteriormente el depósito de las remuneraciones a los empleados	Contadora
<b>6</b>	Firma a los empleados, como comprobante del pago de sus remuneraciones	Contadora

Elaborado por: La autora



Figura 52.

*Gestión financiera*

Elaborado por: La autora

#### **4.7.17. Constitución Jurídica**

Nutrimer está formada por una persona, por lo cual estará constituida como una actividad económica de una persona natural no obligada a llevar contabilidad por ende cumplirá con lo establecido en ley.

#### **4.7.18. Figura Jurídica.**

La figura jurídica que tendrá la microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos será de persona natural no obligada a llevar contabilidad ya que los ingresos anuales no superan los \$100.000,00.

#### **4.7.19. Domicilio.**

La microempresa estará ubicada en el cantón Ibarra, parroquia sagrario, domicilio Miguel Endara 7-32 y Virginia Pérez, sector parque industrial.

#### **4.7.20. Requisitos legales y tributarios para el Funcionamiento.**

A continuación, se presenta los requisitos legales para poner en marcha Nutrimer.

#### **4.7.21. Registro Patronal**

##### **Tabla 111.**

*Procedimiento registro patronal*

---

#### **Procedimiento para el registro patronal**

---

Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).

Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.

Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).

Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.

---

---

Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.

---

Elaborado por: La autora

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social , 2021)

#### **4.7.22. RIMPE.**

Actualmente, está vigente el nuevo régimen tributario, en donde menciona que se establece un nuevo régimen que está divididos en dos subgrupos que son negocios populares, que pueden ser personas naturales donde, los ingresos brutos van de \$0 a \$20.000 al 31 de diciembre del año anterior, y Emprendedores que pueden ser personas naturales o jurídicas, donde los ingresos brutos anuales van de \$20.000 a \$300.000 al 31 de diciembre del año anterior.

#### **Tabla 112.**

*Requisitos para el SRI*

---

#### **Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea**

---

Número de identificación del contribuyente

Clave de acceso a servicios en línea

Solicitud de inscripción de RIMPE

Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente

Calificación artesanal emitida por el organismo competente.

---

Elaborado por: La autora

Fuente: (Servicio de Rentas Internas, 2021)

#### **4.8. Conclusión del estudio Organizacional.**

Por todo lo establecido, se puede decir que el estudio organizacional de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándano ayuda a definir el estado del negocio, una de ellas es el nombre del emprendimiento, NUTRIMER “el néctar en tu paladar”, la misión y la visión son factores importantes al momento de iniciar

con una idea. Tener en claro los procesos y actividades, que cada talento humano que tiene la microempresa sea capaz de satisfacer la necesidad del cliente, se debe destacar que los lineamientos del manual de funciones están enfocados en obtener un producto de calidad. Y que la microempresa siempre está con el cumplimiento de todas las leyes vigentes del país.

## Capítulo V

### Validación

#### 5.1.Introducción.

En este capítulo se observará la validación de la creación de la microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos, mediante factores que se investigaron a lo largo del desarrollo de este trabajo, por lo cual se validarán los resultados obtenidos de la propuesta, como es el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y finalmente el estudio organizacional.

#### 5.2.Objetivo.

- Realizar la validación del resultado la investigación, en la creación de la microempresa de producción y comercialización de mermelada de arándanos cantón Ibarra, provincia Imbabura.

#### 5.3.Equipo de Trabajo.

A continuación, se presenta el equipo de trabajo que aportó al desarrollo de la investigación.

**Tabla 113.**

*Equipo de trabajo*

Nombre	Cargo
Mgs. Villegas Cristina	Director de Tesis
Srta. Fernández Gallegos Yolanda Nathaly	Tesisista

#### 5.4. Metodología de verificación.

El método de verificación para el proyecto será de forma cuantitativa mediante la presentación de una matriz, en donde tendrán como indicadores los temas del capítulo de la propuesta, en donde cada ítem tendrá un valor porcentual al cumplimiento de los objetivos propuestos. Esta matriz será evaluada por el equipo de trabajo y posteriormente la elaboración de los resultados.

#### 5.5. Factores para validar.

Los factores para validar que constarán en la matriz son los temas principales de la propuesta del estudio, como son estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y el estudio organizacional, cada una de estos ítems contendrá indicadores que serán valorados.

**Tabla 114.**

*Factores para validar*

<b>Propuesta</b>	<b>Indicadores</b>
Estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Demanda</li> <li>• Oferta</li> <li>• Demanda insatisfecha</li> <li>• Análisis de las cuatro P</li> </ul>
Estudio técnico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingeniería del proyecto.</li> <li>• Capacidad Instalada</li> <li>• Inversión tangible e intangible</li> <li>• Inversión total</li> <li>• Financiamiento</li> </ul>
Estudio financiero	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyecciones de ingresos y egresos.</li> <li>• Estados financieros</li> <li>• Evaluación financiera</li> </ul>
Estudio organizacional	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación estratégica.</li> <li>• Requisitos legales</li> </ul>

### 5.6.Método de calificación.

El método de calificación será a criterio de cada uno de los integrantes del equipo de trabajo, mediante un rango de cumplimiento de cada uno de los ítems, en donde uno es una baja ejecución y cinco el rango más alto.

### 5.7.Rango de interpretación

A continuación, se presenta el valor porcentual para la interpretación de cada ítem.

**Tabla 115 .**

*Rango de interpretación*

<b>Propuesta</b>	<b>Porcentaje</b>
Estudio de mercado	• 25%
Estudio técnico	• 25%
Estudio financiero	• 25%
Estudio organizacional	• 25%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### 5.8.Resultados

La matriz de valoración es evaluada por cada uno de los docentes que apoyaron al desarrollo de la investigación como el director de tesis, oponente 1 y oponente 2, para lo cual, se deberá asignar la calificación cuantitativa de los indicadores. Y posteriormente emitir la interpretación.

**Tabla 116.***Matriz de validación*

<b>Matriz de valoración</b>					
Creación de una microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos					
Validado por:	Mgs. Cristina Villegas- director de tesis				
Propuesta	Factor a validar	Valor porcentual	Calificación	Resultado	Observación
	Estudio de mercado	25%			
	Estudio técnico	25%			
	Estudio financiero	25%			
	Estudio organizacional	25%			



## Conclusiones

- Se determinó la terminología importante que se encuentra en el desarrollo del trabajo, sustentado de bases bibliográficas y de trabajos citados de varios autores, para dar una mejor comprensión lectora a los usuarios de esta investigación.
- Se aplicó diferentes métodos de investigación para la recopilación de datos como son: la encuesta y la observación, para lo cual, con los resultados obtenidos se pudo conocer la población y la muestra, que se enfocó para creación de la microempresa.
- En el diagnóstico se conoció que, existen diferentes factores que intervienen y ayudan en la creación de nuevas unidades productivas, para lo cual, se establecieron indicadores que sustenten el conocimiento científico del trabajo de investigación; estos fueron: normativa legal, aspectos económicos, factores sociales y tecnología; teniendo como resultado la elaboración de la matriz AOOD.
- El desarrollo de la propuesta permite determinar que, en el estudio de mercado, la demanda y la oferta para este tipo de productos, y tras la aplicación de las encuestas el resultado final fue que la demanda insatisfecha se cubrirá con 24132 mermeladas anuales. En el estudio técnico se determinó que la inversión total de \$ 12.323,25. En el estudio financiero mediante el cálculo de los estados financieros reflejan que la microempresa tendrá una utilidad en el primer año de \$3.643,67 y mediante el cálculo de los indicadores financieros da como resultado que el proyecto es factible. En el estudio organizacional se determinó la visión y la misión de la microempresa NUTRIMER junto a ello el logotipo y el slogan que

ayudará a la comercialización del producto y también se conocieron los requisitos legales que se debe cumplir para la ejecución del emprendimiento.

- Finalmente, se realizó la matriz de validación de proyecto, para lo cual, se enfocará en los cuatro ítems de la propuesta; valores cuantitativos consignados por los docentes que ayudaron a este trabajo investigativo.

### **Recomendaciones**

- Se recomienda que todos los trabajos de investigación deben tener bases bibliográficas para dar sustento y fortalecimiento al estudio que se realiza, para lo cual, existen diferentes revistas científicas que ayudan a obtener información.
- Para saber que metodología se debe seguir en una investigación se recomienda que en los trabajos la mejor manera de recopilar datos es la aplicación de la herramienta de la encuesta, por cual se obtiene resultados directos de la opinión de las personas.
- Es importante saber que el diagnóstico es la parte medular de una investigación, por lo cual, se recomienda analizar variables como: la normativa legal, aspectos económicos, tecnología y social todos enfocados en el tema del trabajo.
- Todos los procesos y la información de la propuesta para la creación de la microempresa de mermelada de arándanos se pueden aplicar para otros estudios de factibilidad.
- El aporte de los docentes, directores y oponentes es vital para el desarrollo de los proyectos de investigación, por tanto, es imprescindible el acompañamiento desde el inicio hasta la culminación del trabajo.

### Referencias bibliográficas

Monteros, E., & Pineda, M. (2017). *Gestión microempresarial*. Ibarra: Universidad Técnica del Norte.

Alamada, A. (2015). *Microemprendedores*. Madrid: Piramide.

Martins, N. (26 de Diciembre de 2020). *Oberlo*. Obtenido de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>

Líderes. (2018). El arándano, un fruto de reciente producción en el país. *Líderes*. Recuperado el Diciembre de 17 de 2020, de <https://www.revistalideres.ec/lideres/arandano-fruto-reciente-produccion-ecuador.html>

Lavanguardia. (23 de Marzo de 2019). *Lavanguardia*. Recuperado el 19 de diciembre de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/comer/materia-prima/20180710/45783544503/arandanos-frutas-propiedades-beneficios-valor-nutricional.html>

Escuela Politécnica Nacional. (2017). *Ciecfie*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2020, de <http://ciecfie.epn.edu.ec/wss/virtualdirectories/80/Automatizaci%C3%B3n-Instrumentacion/Laboratorios/procesos/anterior/PROYECTO%20CONTROL/mermelada.htm>

Ibero. (18 de mayo de 2020). *Ibero*. Recuperado el 19 de diciembre de 2020, de <https://blog.posgrados.ibero.mx/metodologia-de-investigacion/>

Questionpro. (2019). *Questionpro*. Recuperado el 17 de diciembre de 2020, de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Arrieta, E. (2018). *Diferenciador*. Obtenido de <https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>

Instituto Europeo de Posgrados. (2018). *Instituto Europeo de Posgrados*. Obtenido de <https://www.iep.edu.es/herramientas-para-realizar-una-investigacion-de-mercados/>

Gonzalez, P. (2017). *Billin*. Recuperado el 20 de diciembre de 2020, de <https://www.billin.net/glosario/definicion-actividad-economica/#:~:text=La%20Actividad%20Econ%C3%B3mica%20es%20el,del%20mismo%20y%20el%20consumo.>

Caballero, F. (2019). *Economipedia*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/industria.html>

Sánchez, L. (2015). *Scielo*. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-885X2015000300015](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-885X2015000300015)

Sevilla, A. (2019). *Economipedia*. Recuperado el 21 de diciembre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>

Quiroa, M. (2020). *Economipedia*. Recuperado el 20 de diciembre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/produccion.html>

Inspirativa. (2015). *Inspirativa*. Obtenido de <https://inspirativa.org/2015/02/27/que-tipo-de-aliado-estrategico-necesitas/#:~:text=Una%20definici%C3%B3n%20de%20E2%80%9Caliado%20estrat%C3%A9gico,de%20construcci%C3%B3n%20de%20nuevos%20negocios.>

EALDE. (21 de octubre de 2020). *EALDE*. Recuperado el 22 de diciembre de 2020, de <https://www.ealde.es/gestionar-riesgos-estrategicos/#:~:text=El%20riesgo%20estrat%C3%A9gico%20es%20el,los%20cambios%20de%20la%20industria.>

Definiciónabc. (2017). *Definiciónabc*. Recuperado el 22 de diciembre de 2020, de <https://www.definicionabc.com/general/opponente.php>

Marketing XXI. (2019). *Marketing XXI*. Recuperado el 21 de diciembre de 2020, de <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

Thompson, I. (2017). *Promonegocios*. Recuperado el 23 de diciembre de 2020, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmento-mercado-definicion-concepto.htm>

Unknown. (4 de septiembre de 2017). *Unknown*. Obtenido de [http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Tamayo%20y%20Tamayo%20\(2006\)%2C,176.](http://investigacionmetodologicaderojas.blogspot.com/2017/09/poblacion-y-muestra.html#:~:text=Tamayo%20y%20Tamayo%20(2006)%2C,176.)

Danel, O. (noviembre de 2015). *Researchgate*. Recuperado el 23 de diciembre de 2022, de

[https://www.researchgate.net/publication/283486298\\_Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion\\_Poblacion\\_y\\_muestra](https://www.researchgate.net/publication/283486298_Metodologia_de_la_investigacion_Poblacion_y_muestra)

Banrepcultural. (2017). *Banrepcultural*. Obtenido de [https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferata\\_y\\_demanda](https://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferata_y_demanda)

Fuentes, R. (21 de noviembre de 2018). *Aprende ingeniería*. Recuperado el 23 de enero de 2020, de [https://aprendeingenieria.com/marketing-parte3/#.X\\_in\\_9hKgdV](https://aprendeingenieria.com/marketing-parte3/#.X_in_9hKgdV)

Corvo, H. (2018). *Lifeder*. Recuperado el 3 de enero de 2021, de <https://www.lifeder.com/microlocalizacion-proyecto-empresa/>

Salazar, B. (18 de agosto de 2017). *Abcfinanzas*. Recuperado el 3 de enero de 2021, de <https://abcfinanzas.com/administracion-financiera/elementos-del-costos/>

Salazar, B. (23 de noviembre de 2016). *Abcfinanzas*. Recuperado el 3 de enero de 2021, de <https://abcfinanzas.com/administracion-financiera/estados-financieros/>

Salazar, B. (24 de noviembre de 2017). *Abcfinanzas*. Recuperado el 4 de enero de 2021, de <https://abcfinanzas.com/administracion-financiera/capital-de-trabajo/>

Jara, L. (3 de noviembre de 2015). *Observatorio economico social UNR*. Recuperado el 4 de enero de 2021, de <https://observatorio.unr.edu.ar/utilizacion-de-la-capacidad-instalada-en-la-industria-2/>

Pacheco, J. (6 de mayo de 2019). *Web y empresas*. Recuperado el 6 de enero de 2021, de <https://www.webyempresas.com/sueldo-y-salario/>

Raffino, M. (23 de septiembre de 2020). *Concepto.de*. Recuperado el 6 de enero de 2021, de <https://concepto.de/mision-y-vision/#ixzz6izEIBcGA>

Ortega, J. (2018). *Sities*. Recuperado el 7 de enero de 2021, de <https://sites.google.com/site/jorgeortega618/evaluacion-de-proyectos>

Ortega, J. (2017). Recuperado el 11 de enero de 2021, de [http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2072-92942017000200008&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2072-92942017000200008&script=sci_arttext&tlng=pt)

Neill, D., & Cortéz, L. (2018). *Procesos y fundamentos de la investigación científica*. Machala: UTMACH.

López, P., & Fachelli, S. (2017). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Obtenido de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua\\_cap2-4a2017.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2017/185163/metinvsocua_cap2-4a2017.pdf)

Martín, J. (15 de mayo de 2017). *Cerem*. Recuperado el 11 de enero de 2021, de <https://www.cerem.ec/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>

Ecuador, C. d. (2008). Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

LOEPS. (2018). Obtenido de <https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>

Primicias. (2021). Obtenido de : <https://www.primicias.ec/noticias/economia/primeros-meses-perdida-empleo-adecuado/>

Universo, E. (23 de Abril de 2021). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/en-primeros-tres-meses-del-ano-casi-75000-personas-se-sumaron-al-desempleo-nota/#:~:text=En%20el%20primer%20trimestre%20de,8%25%20en%20marzo%20del%202021.>

López, D. (24 de octubre de 2016). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-desarrollo-id.html>

Proemprender. (2018). Obtenido de <https://proemprender.wordpress.com/2008/12/06/maquinas-equipos-mermeladas/>

Mapasde. (2019). Obtenido de <https://www.mapade.org/ibarra.html>

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social . (15 de Septiembre de 2021). Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>

Servicio de Rentas Internas. (18 de Septiembre de 2021). Obtenido de <https://www.gob.ec/sri/tramites/actualizacion-medios-contacto-acceder-servicios-transaccionales-sri-linea-persona-natural-claves>

Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2011). Quito.

Busineses School. (4 de Diciembre de 2015). *Busineses School*. Obtenido de <https://retos-directivos.eae.es/cuales-son-los-elementos-que-definen-a-una-microempresa/>

Robben, X. (2015). *La cadena de valor de Michael Porter*. 50 minutos.



Tpc Group. (14 de diciembre de 2020). *Aplicación de las niif*. Obtenido de <https://tpcgroup-int.com/blog/niif/aplicacion-de-las-niif-en-ecuador/>

NICNIIF. (2016). Obtenido de <https://www.nicniif.org/home/normas/niif-para-las-pymes.html#:~:text=Las%20NIIF%20establecen%20los%20requerimientos,con%20prop%C3%B3sito%20de%20informaci%C3%B3n%20general.>

Gerencie. (2021). Obtenido de <https://www.gerencie.com/metodos-de-depreciacion.html>

Norma Internacional de Contabilidad 16 . (2006). Obtenido de [//efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.mef.gob.pe%2Fcontenidos%2Fconta\\_publicaciones%2Fcon\\_normas%2Fno\\_oficializadas%2FES\\_GVT\\_IAS16\\_2015.pdf&clen=99061&chunk=true](http://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html?pdfurl=https%3A%2F%2Fwww.mef.gob.pe%2Fcontenidos%2Fconta_publicaciones%2Fcon_normas%2Fno_oficializadas%2FES_GVT_IAS16_2015.pdf&clen=99061&chunk=true)

Territorial, C. O. (2017). Obtenido de <https://www.cpcs.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/COOTAD.pdf>

Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno. (2011). Obtenido de [https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/ley\\_regimen\\_tribut\\_cod.pdf](https://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/ley_regimen_tribut_cod.pdf)

Descentralizado-Ibarra, G. A. (2021). Obtenido de <https://www.ibarra.gob.ec/site/blog/2019/05/28/requisitos-de-tramites/>

Censos, I. N. (2021). Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Abril-2021/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_abr2021.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2021/Abril-2021/01%20ipc%20Presentacion_IPC_abr2021.pdf)

Universidad Tecnológica Particular de Loja. (2020). Obtenido de <https://noticias.utpl.edu.ec/el-reto-de-la-excelencia-educativa-en-tiempos-de-pandemia>

qualiex. (2021). Obtenido de <https://blogdelocalidad.com/diagrama-de-flujo-flujograma-de-proceso/>

Norma Técnica Ecuatoriana. (2021). Obtenido de [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ec.nte\\_.1334.1.2011.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/07/ec.nte_.1334.1.2011.pdf)

A2publicidad. (2021). Obtenido de <https://www.a2publicidad.es/blog/36-internet/256-ventajas-y-desventajas-del-comercio-electronico>

Cifras, E. e. (2020). Obtenido de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Inflacion/2021/Abril-2021/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_abr2021.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Inflacion/2021/Abril-2021/01%20ipc%20Presentacion_IPC_abr2021.pdf)

Banco del pacífico. (2021). Obtenido de <https://www.bancodelpacifico.com/personas/creditos/creditos/reactivate-ecuador>

Carpio, F. C. (2012). *Contabilidad la base para las decisiones gerenciales*. RedContable.


Guajardo, C. (2005). *Fundamentos de contabilidad*. México: McGraw.

Romero, A. J. (2018). *Principios de contabilidad*. McGraw.

Rodríguez, P. (2010). *Metodología de la investigación*. edicionesdelaU.

## Anexos

## Anexo 1 Encuesta demanda



**ENCUESTA**

Objetivo: Identificar la frecuencia de consumo de las diferentes variedades de mermelada que existe en el mercado del cantón Ibarra, para conocer los gustos y preferencias del cliente; con la finalidad de crear una microempresa procesadora y comercializadora de mermelada de arándanos.

Rango de edad

16 a 30 años

31 a 45 años

46 años en adelante

Género:

Mujer

Hombre

Parroquia donde reside:

Sagrario

Priorato

San Francisco

## Anexo 2 Base de datos encuesta de la demanda

Autoguardado ENCUESTA (respuestas).xlsx - Solo lectura

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Formato condicional Dar formato como tabla Estilos de celda Insertar Eliminar Formato Celdas Ordenar y filtrar Buscar y seleccionar Analizar datos

B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Edad	Género	Parroquia donde reside	Ocupación	A. ¿Las comidas diarias que consume son saludables?	B. ¿La frecuencia con la que consume frutas y verduras es suficiente?	C. ¿Los desayunos que consume son saludables?	D. ¿Usted conoce sobre nutrición?	E. ¿Usted compra alimentos saludables?	F. ¿Usted, en qué lugar compra los alimentos?	G. ¿Al momento de comprar los alimentos, usted toma en cuenta el precio?	H. ¿Usted toma en cuenta la calidad de los alimentos?	I. ¿Usted toma en cuenta la variedad de los alimentos?
21 a 45 años	Mujer	San Francisco	Ama de casa	Cinco o más veces al día	Diario	Café, Huevos, Pan, Mant	No	Sí	Tiendas locales	Precio, Sabor	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	San Francisco	Ama de casa	Cinco o más veces al día	Diario	Café, Jugo, Pan	No	No	Tiendas locales	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	San Francisco	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Huevos, Pan, Merr	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Sagrario	Estudiante	Tres veces al día	De 6 a 8 días en la semana	Leche, Jugo, Pan, Merr	No	Sí	Supermercado	Sabor, Marca, Calidad	Semanal	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Alpachaca	Estudiante	Tres veces al día	Diario	Café, Leche, Jugo, Huevos	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Marca	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
21 a 45 años	Hombr	San Francisco	Empleado	Tres veces al día	Diario	Leche, Jugo, Huevos, Pa	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Marca	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
21 a 45 años	Mujer	Emprendedor	Cinco o más veces al día	De 6 a 8 días en la semana	Diario	Café, Huevos, Pan	No	Sí	Tiendas locales	Sabor, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Alpachaca	Ama de casa	Cinco o más veces al día	Diario	Café, Huevos, Pan	Sí	Sí	Supermercado	Sabor, Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	San Francisco	Empleado	Tres veces al día	Diario	Leche, Jugo, Huevos, Pa	Sí	Sí	Minimarket	Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Alpachaca	Ama de casa	Tres veces al día	Diario	Café, Pan	No	Sí	Supermercado	Precio	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
21 a 45 años	Hombr	Sagrario	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Jugo, Huevos, Pan	No	Sí	Tiendas locales	Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Empleado	Tres veces al día	Diario	Diario	Café, Jugo, Huevos, Pan	No	No	Tiendas locales	Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Priorato	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Huevos, Pan, Mant	Sí	Sí	Tiendas locales	Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Priorato	Emprendedor	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos, Pan, Merr	Sí	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Sagrario	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Jugo, Huevos, Pan	Sí	No	Supermercado	Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	San Francisco	Estudiante	Cinco o más veces al día	De 6 a 8 días en la semana	Café, Leche, Jugo, Huevos	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
21 a 45 años	Mujer	Alpachaca	Ama de casa	Tres veces al día	Diario	Leche, Jugo, Huevos, Pa	Sí	Sí	Supermercado	Sabor	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Sagrario	Empleado	Tres veces al día	De 4 a 3 días en semana	Huevos, Pan	No	Sí	Supermercado	Sabor, Calidad, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Caranqui	Empleado	Tres veces al día	Diario	Jugo	No	Sí	Tiendas locales	Marca	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Priorato	Empleado	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos, Pan	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Alpachaca	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Pan	No	No	Tiendas locales	Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Alpachaca	Ama de casa	Dos veces al día	Diario	Café, Huevos, Pan	No	Sí	Supermercado	Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	San Francisco	Estudiante	Tres veces al día	De 4 a 3 días en semana	Café, Leche, Jugo, Huevos	Sí	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad, Variedad	Semanal	De 4 a 6 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Sagrario	Estudiante	Cinco o más veces al día	De 4 a 3 días en semana	Café, Leche, Jugo, Huevos	Sí	Sí	Supermercado	Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Sagrario	Estudiante	Tres veces al día	Diario	Café, Pan	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Caranqui	Empleado	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos	No	Sí	Tiendas locales	Precio, Sabor	Semanal	De 1 a 3 mermeladas
21 a 45 años	Mujer	San Francisco	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Jugo, Huevos, Pan	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Caranqui	Empleado	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
21 a 45 años	Mujer	San Francisco	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Jugo, Huevos, Pan	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Caranqui	Estudiante	Tres veces al día	Diario	Leche, Jugo, Huevos	No	No	Supermercado	Marca, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Caranqui	Estudiante	Tres veces al día	Diario	Jugo, Jugo, Huevos	No	No	Supermercado	Marca, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	San Francisco	Ama de casa	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos	Sí	Sí	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Alpachaca	Estudiante	Dos veces al día	No desayuna	Café, Huevos, Pan	No	No	Supermercado	Precio, Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
21 a 45 años	Hombr	Sagrario	Empleado	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos, Pan	No	Sí	Minimarket	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Sagrario	Estudiante	Tres veces al día	Diario	Café, Pan	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Caranqui	Empleado	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos	No	Sí	Tiendas locales	Precio, Sabor	Semanal	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	San Francisco	Empleado	Tres veces al día	Diario	Café, Jugo, Huevos, Pan	No	Sí	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Caranqui	Estudiante	Tres veces al día	Diario	Leche, Jugo, Huevos	No	No	Supermercado	Marca, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	San Francisco	Ama de casa	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos	Sí	Sí	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Mujer	Alpachaca	Estudiante	Dos veces al día	No desayuna	Café, Huevos, Pan	No	No	Supermercado	Precio, Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas
16 a 30 años	Hombr	Sagrario	Empleado	Tres veces al día	Diario	Jugo, Huevos, Pan	No	Sí	Minimarket	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas

Respuestas de formulario 1 Graficos Demanda potencial oferta demanda insatisfecha Área de trazado

### Anexo 3 Oferta

ENCUESTA (respuestas).xlsx - Solo lectura

Buscar (Alt-Q)

Archivo Inicio Insertar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda

Compartir Comentarios

Portapapeles Fuente Alineación Número Estilos Celdas Edición Análisis

	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T									
1	C	¿Los desayunos que usted consume son saludables?	U	¿Usted conoce sobre el producto?	E	¿Usted compra mermelada?	F	¿Usted, en qué lugar compra mermelada?	G	¿Al momento de comprar mermelada, qué marca prefiere?	H	¿Usted con qué frecuencia compra mermelada?	I	¿Al momento de comprar mermelada, qué tamaño de empaque prefiere?	J	¿Qué tipo de empaque prefiere?	K	¿Para un envase de 200 gramos, qué sabor prefiere?	L	¿Al momento de comprar mermelada, qué tipo de empaque prefiere?	M	¿Le gustaría probar mermelada?
347	Café, Huevo, Pan, Mantequilla	No	Si	No	Tiendas locales	Precio, Sabor	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	500 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
348	Café, Jugo, Pan	No	No	No	Supermercado	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Gustadina	Sachet	Si								
349	Café, Huevo, Pan, Mantequilla	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Uvilla	Caseras	Yidiro	Si								
350	Leche, Jugo, Pan, Mantequilla	No	Si	Si	Supermercado	Sabor, Marca, Calidad	Semanal	De 1 a 3 mermeladas	500 gramos	De 160lar a 2 dólares	Arlandanos	Caseras	Yidiro	Si								
351	Café, Leche, Jugo, Huevo	No	Si	Si	Supermercado	Sabor, Marca, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Gustadina	Yidiro	Si								
352	Leche, Jugo, Huevo, Pa	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor, Marca	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Gustadina	Yidiro	Si								
353	Café, Huevo, Pan	No	Si	Si	Tiendas locales	Sabor, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Arlandanos	Caseras	Yidiro	Si								
354	Café, Huevo, Pan	Si	Si	Si	Supermercado	Sabor, Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Fresa	Caseras	Sachet	No								
355	Leche, Jugo, Huevo, Pa	Si	Si	Si	Minimarket	Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
356	Pan	No	Si	Si	Supermercado	Precio	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 0.50litros a 1 dólar	Mora	Gustadina	Sachet	Si								
357	Café, Jugo, Huevo, Pan	No	Si	Si	Tiendas locales	Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 0.50litros a 1 dólar	Arlandanos	Facundo	Plástico	Si								
358	Café, Jugo, Huevo, Pan	No	No	No	Tiendas locales	Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Fresa	Caseras	Yidiro	Si								
359	Café, Huevo, Pan, Mantequilla	Si	Si	Si	Tiendas locales	Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Uvilla	Caseras	Sachet	Si								
360	Jugo, Huevo, Pan, Mantequilla	Si	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Facundo	Yidiro	Si								
361	Café, Jugo, Huevo, Pan	Si	No	No	Supermercado	Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Uvilla	Caseras	Yidiro	Si								
362	Café, Leche, Jugo, Huevo	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 0.50litros a 1 dólar	Fresa	Gustadina	Yidiro	Si								
363	Leche, Jugo, Huevo, Pa	Si	Si	Si	Supermercado	Sabor	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	500 gramos	De 160lar a 2 dólares	Arlandanos	Caseras	Yidiro	Si								
364	Huevo, Pan	No	Si	Si	Supermercado	Sabor, Calidad, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Gustadina	Yidiro	Si								
365	Jugo	No	Si	Si	Tiendas locales	Marca	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Arlandanos	Gustadina	Sachet	Si								
366	Jugo, Huevo, Pan	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Gustadina	Yidiro	Si								
367	Café, Pan	No	No	No	Tiendas locales	Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	500 gramos	De 0.50litros a 1 dólar	Mora	Gustadina	Yidiro	Si								
368	Café, Huevo, Pan	No	Si	Si	Supermercado	Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 0.50litros a 1 dólar	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
369	Café, Leche, Jugo, Huevo	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad, Variedad	Semanal	De 4 a 6 mermeladas	500 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Facundo	Sachet	Si								
370	Café, Leche, Jugo, Huevo	Si	Si	Si	Supermercado	Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	500 gramos	De 160lar a 2 dólares	Arlandanos	Facundo	Yidiro	Si								
371	Café, Pan	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Fresa	Gustadina	Sachet	No								
372	Jugo, Huevo	No	Si	Si	Tiendas locales	Precio, Sabor	Semanal	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 2 dólares o más	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
373	Café, Jugo, Huevo, Pan	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 2 dólares o más	Mora	Gustadina	Yidiro	Si								
374	Leche, Jugo, Huevo	No	No	No	Supermercado	Marca, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Arlandanos	Caseras	Yidiro	Si								
375	Jugo, Huevo	Si	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
376	Café, Huevo, Pan	No	No	No	Supermercado	Precio, Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Fresa	Caseras	Sachet	Si								
377	Jugo, Huevo, Pan	No	Si	Si	Minimarket	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 0.50litros a 1 dólar	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
378	Café, Pan	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Fresa	Gustadina	Sachet	No								
379	Jugo, Huevo	No	Si	Si	Tiendas locales	Precio, Sabor	Semanal	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 2 dólares o más	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
380	Café, Jugo, Huevo, Pan	No	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor, Calidad	Mensual	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 2 dólares o más	Mora	Gustadina	Yidiro	Si								
381	Leche, Jugo, Huevo	No	No	No	Supermercado	Marca, Variedad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Arlandanos	Caseras	Yidiro	Si								
382	Jugo, Huevo	Si	Si	Si	Supermercado	Precio, Sabor	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 160lar a 2 dólares	Mora	Caseras	Yidiro	Si								
383	Café, Huevo, Pan	No	No	No	Supermercado	Precio, Calidad	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	100 gramos	De 160lar a 2 dólares	Fresa	Caseras	Sachet	Si								
384	Jugo, Huevo, Pan	No	Si	Si	Minimarket	Precio, Sabor, Marca	Cada dos meses o más	De 1 a 3 mermeladas	200 gramos	De 0.50litros a 1 dólar	Mora	Caseras	Yidiro	Si								



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y**  
**AUDITORÍA**

**Objetivo:** Identificar los diferentes locales comerciales (minimarkets, tiendas, abastos) de productos alimenticios en la ciudad de Ibarra, para determinar la oferta de la creación de una microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos.

**ENCUESTA (oferta)**

**Datos informativos:**

Nombre del negocio. Kisapmarket

Nombre del Propietario. Cristina Pantiga

Dirección: Av Fray Marcos Saludo y Uruguay

Actividad Comercial. Venta de productos alimenticios

**Preguntas.**

**A. ¿Cuáles son los productos que más vende en su emprendimiento?**

- 1 Productos de primera necesidad
- 2 Productos de aseo
- 3 Licores
- 4 Snacks
- 5 Otros

**B. ¿Cuál es su principal proveedor de los productos que venden en su negocio?**

- 1 Prodispro
- 2 Supermercados
- 3 Otros Empresas de distribución

**C. ¿En lo referente a mermeladas, cual es el sabor que más vende?**

- 1 Mora
- 2 Fresa
- 3 Piña
- 4 Guayaba
- 5 Otros

**D. ¿Cuál es el tamaño de mermelada que usted más vende?**

- 1 500 gramos

13-8-21 13:12

2 200 gramos

3 100 gramos

**E. ¿Cada que tiempo se provee de mermelada?**

1 Diario

2 Semanal

3 Mensual

4 Cada dos meses o mas

**F. ¿Cuántas unidades de mermelada adquiere en cada compra?**

1 De 1 a 3 mermeladas

2 De 4 a 6 mermeladas

3 De 7 o más

**G. ¿Qué características considera importante para ser proveedor de su negocio?**

1 Puntualidad

2 Calidad

3 Precio

4 Todos los anteriores

**H. ¿Si se creara una microempresa productora y comercializadora de mermelada de arándanos, Ud. Estaría dispuesto a considerarlo como su proveedor?**

1 Si

2 No

13-8-21 13:12