



UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA

UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

**TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN
MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA”
DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO”**

AUTOR:

ANDRÉS VINICIO GANÁN TINOCO

TUTOR:

ING. LUIS MARIO MARIDUEÑA VILLENA, MBA

**MACHALA – EL ORO – ECUADOR
2016**

CESION DE DERECHO DE AUTOR

Yo, ANDRES VINICIO GANAN TINOCO, con C.I. 0704482710, estudiante de la carrera de ADMINISTRACION DE EMPRESAS de la UNIDAD ACADEMICA DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA, en calidad de Autor del siguiente trabajo de titulación "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL "SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA" DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO"

- Declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional. En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad del mismo y el cuidado al remitente a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto, asumiendo la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera EXCLUSIVA.

- Cedo a la UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA de forma NO EXCLUSIVA con referencia a la obra en formato digital los derechos de:
 - a. Incorporar la mencionada obra al repositorio digital institucional para su democratización a nivel mundial, respetando lo establecido por la Licencia Creative Commons Atribucion-NoComercial-Compatirigual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0), la ley de Propiedad Intelectual del Estado Ecuatoriano y el Reglamento Institucional.

 - b. Adecuarla a cualquier formato o tecnología de uso en internet, así como incorporar cualquier sistema de seguridad para documentos electrónicos, correspondientes como Autor la responsabilidad de velar por dichas adaptaciones con la finalidad de que no se desnaturalice el contenido o sentido de la misma.

Machala, 23 de Mayo 2016



ANDRES VINICIO GANAN TINOCO
C.I.0704482710

RESPON **AUTORIZACION**

En mi calidad de Director del Trabajo de Titulación Con resolución N° 1827 entregado con oficio N° 4298 de fecha 09 de Julio 2014 elaborado por el egresado **ANDRES VINICIO GANAN TINOCO**, cuyo tema es: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL "SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA" DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO**, manifiesto que una vez revisado el trabajo de investigación emito su aprobación para los fines pertinentes.



ING LUIS MARIO MARIDUEÑA VILLENA, MBA

TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

RESPONSABILIDAD DEL AUTOR

Las ideas, comentarios y criterios expuestos en el presente pre diseño de tesis de grado, son de absoluta responsabilidad del autor.



Andrés Vinicio Ganan Tinoco

C: 0704482710

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación a Dios, a mis padres a mi esposa e hija. A Dios por guiarme y brindarme la oportunidad de poder realizarme profesionalmente, siempre han estado conmigo a cada paso que doy, a mis padres y hermanos, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo incondicional en mis objetivos propuestos, a mi hija Emily fruto de mi vida y mi razón de existir, a mi esposa quien siempre me ha brindado todo su apoyo y amor incondicional, ellas son mi inspiración y motivo superación para brindarles un futuro mejor.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por las bendiciones recibidas en todo este tiempo, ya que con su infinito amor me ha dado la sabiduría suficiente para culminar mi carrera universitaria. Quiero expresar mi más sincero agradecimiento, y cariño a mis padres por todo el esfuerzo que hicieron para darme un futuro mejor y hacer de mí una persona de bien, gracias por los sacrificios y la paciencia que demostraron todos estos años; Gracias a mi hermano y hermanas, en los que he podido confiar y apoyarme para seguir adelante. Agradezco a la vida por haber puesto en mi camino a mi esposa Yuliana quien me dio el regalo más hermoso mi hija Emily quienes han sido mis amigas fieles y sinceras, con su paciencia, amor, y su apoyo incondicional me ayudan hacer posibles las metas a cumplir.

ÍNDICE

PORTADA.....	i
AUTORIZACION.....	ii
RESPONSABILIDAD DEL AUTOR.....	iii
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCION.....	3
CAPÍTULO I	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	5
1.1.1 CONTEXTUALIZACIÓN.....	5
1.1.2 ANÁLISIS CRÍTICO.....	6
1.1.3 PROGNÓISIS.....	7
1.1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	9
1.3 OBJETIVOS.....	11
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	11
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
CAPÍTULO II	12
2. MARCO TEÓRICO.....	12
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	12
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	14
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	15
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.....	15
.....	15
2.5 CONCEPTUALIZACIÓN DE CATEGORÍAS.....	16
2.5.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	16
2.5.2 FACTIBILIDAD.....	16
2.5.3 INVERSIÓN.....	17
2.5.4 PROYECTO.....	17
2.5.5 PRODUCCIÓN DE ALIÑO.....	18

2.5.6	PRODUCTO.....	18
2.5.7	PRODUCCIÓN.....	18
2.5.8	MICROEMPRESA.....	19
2.6	HIPÓTESIS.....	19
2.7	SEÑALAMIENTO DE VARIABLES E HIPÓTESIS.....	19
CAPÍTULO III	20
3.	METODOLOGÍA.....	20
3.1	ENFOQUE.....	20
3.2	MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	20
3.3	NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	20
3.4	POBLACIÓN O MUESTRA.....	21
3.4.1	POBLACIÓN.....	21
3.4.2	MUESTRA.....	21
3.5	OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....	23
3.5.1	VARIABLE DEPENDIENTE: Producción de Aliño.....	24
3.6	RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	25
CAPÍTULO IV	27
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	27
4.1	Entrevista realizada a los socios de la ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTÓN ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO.....	27
4.2	ENCUESTA REALIZADA A LAS AMAS DE CASA DEL CANTÓN ATAHUALPA.....	33
CAPÍTULO V	42
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	42
5.1	CONCLUSIONES.....	42
5.2	RECOMENDACIONES.....	43
CAPÍTULO VI	44
6.	LA PROPUESTA.....	44
6.1	NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	44
6.2	ANTECEDENTES.....	44
6.3	JUSTIFICACIÓN.....	45
6.4	OBJETIVOS.....	45
6.4.1	OBJETIVO GENERAL.....	45
6.4.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	45
6.5	DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	46

6.6	PLAN DE ACCIÓN.	46
6.6.1	ESTUDIO DE MERCADO.	46
6.6.2	ESTUDIO TÉCNICO.....	47
6.6.3	ESTUDIO ECONÓMICO	48
6.6.4	ESTUDIO FINANCIERO.....	48
6.6.5	ESTADOS FINANCIEROS	50
6.7	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.	57
6.8	RESULTADOS ESPERADOS.	57
6.9	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	58
	BIBLIOGRAFÍA.....	59
	ANEXOS	61

RESUMEN EJECUTIVO

CAPITULO I

El Capítulo I presenta su resumen de carácter analítico para que el leyente lo entienda rápido y comprenda la presentación del problema, lo cual se basa en los objetivos generales, específicos y sus preguntas directrices, los mismos que concretan la investigación; el planteamiento del problema y su problematización nos indica hacia qué y cómo se ha formulado este proyecto para su estudio.

CAPITULO II

El Capítulo II trata el marco teórico conceptual que determina los antecedentes investigativos, fundamentación filosófica, hipótesis y variables comprendido en la presentación de los conceptos referentes al tema presentado, tal es el caso del aliño, su mercado, comercialización, marcas, potencialidad en el mercado; el marco teórico contextual define la zona donde se está realizando la investigación y comprende en la reseña histórica generalizada.

CAPITULO III

El Capítulo III es uno de mayor importancia y sostenibilidad porque presenta la metodología su enfoque, la modalidad básica de la investigación, nivel o tipo de investigación, la operacionalización de las variables y la recolección de la información la cual nos permitirá conocer con precisión cada uno de los resultados.

CAPITULO IV

El capítulo IV, expone el análisis e interpretación de resultados, en este caso aplicados en los Cantón Atahualpa Provincia de el Oro respectivamente lo que permitirá detectar, analizar e interpretar los resultados obtenidos en la aplicación de la metodología utilizada en el campo de la investigación, o tipo de investigación, es decir los elementos de información a manejarse para ampliar una indagación que permitirá conocer con precisión la los resultados de la encuesta, la entrevista y la ficha de observación para su respectivo análisis general y tabulación de datos reales de manera clara y concisa.

CAPITULO V

En el Capítulo V se expresan las conclusiones y recomendaciones que son la base de las encuestas realizadas a los socios y amas de casa para determinar su factibilidad en el mercado.

CAPITULO VI

En el último capítulo VI determina la propuesta que conlleva antecedentes, justificación, objetivos, descripción de la propuesta, los resultados esperados y el cronograma de actividades, con la presentación favorable o contraproducente, seguida de las estrategias sugeridas para impulsar un nuevo producto en el mercado nacional, al culminar este capítulo la intención del mismo es llevar al mercado y lograr satisfacer una necesidad de calidad y preferencia culinaria.

INTRODUCCION

En la actualidad en Paccha Cantón Atahualpa no existen un número considerable de microempresas que elaboren diferentes tipos de productos para el consumo diario, esto obliga a que los habitantes busquen emprender en actividades que les permita desarrollarse de mejor manera.

En el Ecuador se han establecido, medianas y pequeñas microempresas; por ello, el Cantón Atahualpa no puede quedar al margen de este desarrollo, por tal motivo se plantea la creación de una microempresa dedicada a la comercialización y producción de Aliño, para lo cual se considera las numerosas técnicas administrativas, las cuales brindan mayores condiciones y amplitud de acciones, de tal forma que con una planificación adecuada, se logren los fines anhelados.

El interés principal es fortificar la producción y consumo local, puesto que la potencialidad del producto debe ser aprovechada, principalmente por sus operarios.

Su comercialización y producción se llevará a cabo en el Cantón Atahualpa Provincia del Oro, puesto que existen las condiciones adecuadas para el cultivo de sus especies. Posteriormente, la producción en estado primario será comercializada entre los negocios y empresas que constituyen el mercado potencial, quienes a su vez canalizan el producto hacia el consumidor final.

Por lo manifestado anteriormente y para el mejor desarrollo del proceso de conformación de una Micro Empresa, es indispensable la aplicación de un

mecanismo ágil y eficiente que proporcione los cambios necesarios para cumplir las metas propuestas.

Al desarrollar este tema se explican las técnicas y métodos para su elaboración, en donde se expone e indica de una manera minuciosa, a través de la investigación detallada del mercado, que permitan manifestar que la propuesta investigativa tiene un alto grado de factibilidad.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 TEMA DE INVESTIGACIÓN

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO.

1.1.1 CONTEXTUALIZACIÓN.

A nivel mundial se mira con mucho interés el desarrollo de actividades de emprendimiento que involucran asociaciones de pequeños productores con la finalidad de mejorar sus condiciones de vida aplicando a las actividades que han sido tradicionales, el objetivo es procurar el desarrollo económico con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas a nivel mundial. Tarea que lleva a cabo el Comité de Asuntos económicos y sociales de UNICEF, entidad que pertenece a la ONU, la misma que destina y apoya iniciativas de desarrollo a nivel mundial, fue creada en el año 1953, para favorecer las actividades productivas de los sectores sociales desamparados.

A nivel nacional el presente gobierno ha dado un contundente apoyo a esta tipo de actividades productivas la misma que se refleja de forma por demás evidente con la promulgación de la ley de Economía Popular y Solidaria, que promueve y financia emprendimientos de forma especial a sectores populares favoreciendo de esta forma estas iniciativas ya que cuenta con asesoría y financiamientos en la elaboración y ejecución de proyectos de desarrollo comunitarios o, de asociaciones y gremios.

Cerca del 90% de las actividades productivas es realizada a nivel nacional por microempresas que permiten la utilización de mano de obra no calificada, espacio en que se encuentran la mayoría de nuestros compatriotas que viven de la actividad agrícola a nivel rural, que a través del tiempo han sufrido todo tipo de vejaciones y maltratos de quienes hacen usufructo de su trabajo diario. En expuesto anteriormente radica el sustento de procurar la diversificación de actividades agrícolas para mejorar las condiciones de vida de quienes se dedican a este tipo de actividades, y aportan con su trabajo al desarrollo económico local y nacional. Pero a través de elaborar bienes con valor agregado que permitan al menos una incipientes transformación de la materia prima, para lograr incorporar la transformación en productos semi – elaborados que tengan un mejor precio en su comercialización.

1.1.2 ANÁLISIS CRÍTICO.

Es evidente la limitada variedad y oferta de productos de la Asociación Micro empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro para satisfacer la demanda, en la actualidad se haya limitada a la producción de un único producto que es maní molido y de forma esporádica de café, en ese sentido no logra posicionar la marca ni sus productos entre sus clientes.

A pesar de reiterados intentos de diversificar su producción, no consigue este propósito, ocasionando desmotivación entre sus socios, que ven como la microempresa no logra despegar en su desarrollo, causado por varios factores de carácter interno y externo.

A pesar de que no es por falta de emprendimiento de sus socios en la práctica no consigue desarrollar y diversificar su producción y más bien se ha encasillado como una producción local y muy reducida.

1.1.3 PROGNÓISIS.

En un periodo de tiempo corto o mediano, si la microempresa no logra revertir la situación actual se verá avocada a la posibilidad de fenecer, ya que no posee un sustento tanto económico como comercial para poder seguir subsistiendo, en función de su actividad.

Las alternativas de oferta de productos similares por parte de empresas que no son del Cantón Atahualpa en el corto plazo han copado los espacios para la producción local, esta amenaza se cierne cada vez con mayor insistencia para la permanencia de la actividad micro empresarial de la Asociación Solidaridad Fe y Esperanza.

1.1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

1.1.4.1 PROBLEMA PRINCIPAL.

¿Cómo influye el estudio de factibilidad Asociación Micro empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro, en la diversificación e incremento de la producción y comercialización de sus productos?

1.1.4.2 PROBLEMAS SECUNDARIOS.

¿Qué factores inciden en la reducida comercialización de productos de la Asociación Micro empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

¿Qué elementos inciden en la escasa diversificación de productos en la Asociación Micro empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

¿Qué ocasiona la reducida inversión para la producción en la Asociación Micro Empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

1.1.4.3 PREGUNTAS DIRECTRICES.

¿Qué factores generan la reducida comercialización de productos de la Asociación Micro empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

¿Cómo se logra la diversificación en la elaboración de productos en la Asociación Micro empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

¿Bajo qué parámetros se realiza una adecuada inversión para la producción en la Asociación Micro empresarial Solidaridad Fe y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

1.1.4.4 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN

Campo: Proyecto de Inversión.

Líneas temáticas dela investigación: Estudio de factibilidad.

Área de investigación: Diversificación de productos.

Aspecto: desarrollo de la producción y comercialización de mejorar la comercialización de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro.

Delimitación espacial: Cantón Atahualpa Provincia de El Oro

Delimitación temporal: Febrero – Abril 2014

Unidades de observación: Población del Cantón Atahualpa, Directivos y socios de la Asociación.

1.2 JUSTIFICACIÓN.

El presente proyecto de investigación posee un interés de La Asociación Micro empresarial de “Solidaridad, Fe y Esperanza”, se formó en el año 2002, el 10 de Febrero un grupo de agricultores en un numero de treinta, de los sectores de Cordoncillo, El Cristal, Loma Bonita, Huacas y de la ciudad de Paccha cabecera cantonal de Atahualpa, nace como una alternativa de emprendimiento de los pequeños agricultores de los sitios señalados para la producción y desarrollo de bienes de especiaría. Surge además como una propuesta de asociación para fortalecerse en lugar de estar disgregados y producir de forma individual.

La idea de constituir esta asociación es producto de la necesidad de que las personas que la integran puedan generar iniciativas de emprendimiento y de esta forma otorgar un valor agregado a los productos que se producen de forma artesanal y convertirlos en su fortaleza y, contribuir de alguna manera al mejoramiento de los estándares de vida de quienes la integran.

Por eso esta iniciativa emprendedora es derivada de los productos que tradicionalmente se cultivan y se dan en este sector de nuestra provincia esto es, café, maní, y aquellos que se utilizan para la elaboración de aliños, que son

de uso cotidiano por todos los hogares que habitan en esta tierra generosa. Como es de conocimiento general el producto tiene una muy buena aceptación ya que es elaborado con un componente 100% natural, lo que ha hecho que tenga un muy buen posicionamiento en las familias del cantón. Atahualpa.

En los años 2003 y 2004 como consecuencia de la muy buena aceptación se hizo necesario la adquisición, con el esfuerzo y sacrificio de todos sus socios, de maquinaria como: tostadoras, molino, y demás utensilios necesarios para una producción semi - industrial de sus mercancías.

Se trazó como meta de la expansión de su comercialización fuera de la provincia, específicamente en Guayaquil como fue el maní molido y el café tostado en presentaciones de una libra, así como también en la ciudad de Quito, pero dicho propósito se frenó al no contar con el registro sanitario.

Estos tropiezos y vicisitudes no han hecho sino fortalecer el espíritu emprendedor de los habitantes de Pacha y ahora se propone la producción y comercialización de aliño, para lo cual se formula en el presente proyecto de investigación un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO, con la finalidad de cumplir un anhelo de desarrollo y diversificación de su producción para consolidar a la microempresa como una organización sustentable y sostenible.

1.3 OBJETIVOS.

1.3.1 OBJETIVO GENERAL.

Realizar un Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de Aliño de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE1.- Desarrollo e incremento de comercialización de productos de la Asociación Micro empresarial Solidaridad y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro

OE2.- Diversificación en la elaboración de productos en la Asociación Micro empresarial Solidaridad y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro.

OE3.- Incremento de la inversión para la producción en la Asociación Micro empresarial Solidaridad y Esperanza del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

Con el propósito de elaborar el estudio de factibilidad se debe acudir a las fuentes investigativas como son las bibliotecas y de forma especial la de nuestra facultad de ciencias empresariales donde se logró identificar los siguientes trabajos que tiene relación con el tema de la presente investigación, que se detallan a continuación.

Autor: Moncada Vera Antonio Rodrigo

Tema: “Estudio de factibilidad para la instalación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de mango deshidratado a establecerse en la ciudad de Machala”.

Metodología: En la presente investigación se puso en práctica el método deductivo para la demostración teórica referencial; además de técnicas de investigación tales como la encuesta y entrevista.

Conclusiones:

De acuerdo a los resultados de la encuesta y la entrevista aplicada a los productos y profesionales del área de administración, una de las causas por el que se ocasiona el desinterés por industrializar la producción de mango en la provincia de el oro es la escases de proyectos de inversión lo cual contribuye al subdesarrollo agroindustrial.

Además una cantidad considerable de los productos de mango manifestaron que el aprovechamiento de la producción de mango en sus haciendas tenía un

nivel parcial generando a su vez ingresos estables y que el destino de la fruta es local.

Autor: Carol Josefina Martínez Ortega

Tema: “Estudio de factibilidad para la elaboración de té de damento para la exportación desde la ciudad de Machala”

Metodología: La actividad primordial de este tipo de empresa es la producción de bienes mediante la transformación y extracción de materias primas para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Conclusiones:

En relación a la demanda internacional del producto se ha establecido que el producto es conocido en el mercado debido a sus elevados porcentajes medicinales, que brinda un elevado nivel de prevención de cáncer, y que al consumirlo en forma cotidiana eleva el nivel de inmunización a enfermedades de diversos órganos del cuerpo humano, propiedad relevante del té de damento. En relación al proceso tecnológico, existen una series de máquinas, equipos y técnicas de elaboración de productos derivados a base de té, que se pueden utilizar, apoyados por el intercambio del conocimiento científico desarrollado por otros países y que se difunden para mejorar los sistemas de vida y salud de las personas de una localidad o nación.

Autor: Campoverde Zúñiga Klever Mauricio

Tema: “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa destinada a la producción y comercialización de licor de mandarina en el cantón Machala provincia de El Oro”.

Metodología: Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado, mediante la transformación y extracción de materias prima de la mandarina para satisfacer las necesidades de los consumidores.

Conclusiones:

Al verificar en base a observación directa y a datos obtenidos no existen empresas productoras de licor de mandarina, por la cual nuestra empresa tiene una gran oportunidad dentro del segmento hacia el cual se dirige, al ser pionera en la producción de licor en la ciudad, siendo esto una ventaja para ser una empresa líder en el mercado.

El personal de producción se encuentra capacitado, para el manejo de la maquinaria, ya que su proceso no es complejo y se encuentra bien definido, además se cuenta con la supervisión de un ingeniero en alimentos, lo que garantiza el buen desarrollo de todas las fases del proceso de producción, como también se dispone de la infraestructura, tecnología, vías de acceso, servicios básicos, materia prima y recursos financieros apropiados y necesarios para el éxito del proyecto.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

Se debe ubicar al presente trabajo de investigación como paradigmático ya que implica su aplicación el desarrollo de actividades productivas de quienes realizan labores agrícolas tradicionales pero que con una visión diferenciada desean modificar sus actividades y elaborar en base de la materia prima que producen, bienes de consumo con valor agregado.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

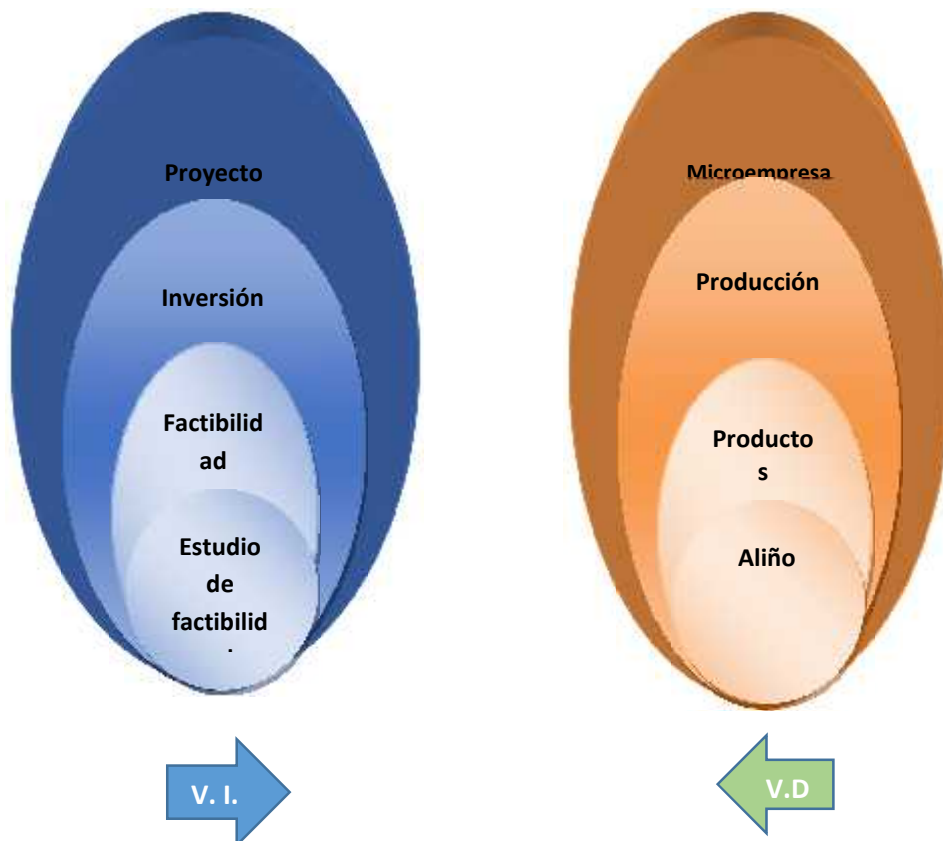
- CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Arts. 283; 309; 311; 319

- LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y EL SISTEMA FINANCIERO POPULAR Y SOLIDARIO.
- CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES.
- AGENDA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO

El mismo que en todos sus artículos determina y delimita el marco legal de las actividades productivas solidaria y popular en nuestro país.

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES.



Elaborado por: El Autor (Gráfico N°1) Subordinación de variables

2.5 CONCEPTUALIZACIÓN DE CATEGORÍAS.

2.5.1 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o, implementación.

La investigación de factibilidad en un proyecto, consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos (AGUIRRE CRUZ, s.f.).

2.5.2 FACTIBILIDAD.

(VARELA, 2003) Manifiesta que factibilidad se refiere a la posibilidad de desarrollarse algún proyecto. Es el estudio técnico que determina si el negocio o inversión tendrá una rentabilidad o ganancia aceptable.

Comprende básicamente tres ámbitos que se detallan a continuación:

a) Factibilidad Técnica:

Consiste en evaluar si es que el proyecto puede ejecutarse y mantenerse activo, ejecutando para ello la planificación adecuada, generando alternativas de solución a los problemas que se pudieran presentar en la ejecución del mismo para que pueda perdurar.

b) Factibilidad Económica:

Debe demostrar que el proyecto es autosustentable y que puede además generar ingresos adicionales producto de su implementación.

Además debe considerarse ejecutar su actividad en relación a los ingresos y gastos posibles que tendrá dicha inversión.

Costos: definido por medio de la relación de costos fijos y variables que tendrá el proyecto en mención

Ingresos: son los valores monetarios que se percibirán de cuando se ponga en marcha el proyecto, y determinará su viabilidad para poder cubrir los gastos ocasionados por la actividad y asimismo la ganancia o rentabilidad que se va a obtener. Debe considerarse presupuestos de ingresos de por lo menos de 1 año. De forma cómo fueron considerados en las estimaciones estadísticas, estudio de mercado, oferta y demanda, etc.

c) Factibilidad Financiera:

Se encuentran sintetizados en los aspectos relacionados con el plan de negocios que sustente la inversión en el proyecto previsto.

En tal sentido su ordenamiento debe ser cronológico para poder cubrir las obligaciones, como son: flujo de caja, retorno de capital, retorno de inversión, presupuesto de costos y gastos.

2.5.3 INVERSIÓN.

Para (COSS, R., 2003) la inversión la considera como el medio de incrementar el acervo de medios de trabajo con que funciona una sociedad, en este contexto se distinguen dos elementos, las masa de trabajadores que desarrollan sus actividades en las unidades y producción y, los recursos que tienen las unidades productivas para que los trabajadores desarrollen sus actividades.

2.5.4 PROYECTO.

Para (BACA URBINA, GABRIEL, 2001) un Proyecto es una técnica que busca recopilar, crear y analizar en forma sistemática un conjunto de antecedentes

económicos que permitan juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a una determinada iniciativa.

Es decir es un método racional que permite cuantificar las ventajas y desventajas que implica asignar recursos a una determinada iniciativa.

2.5.5 PRODUCCIÓN DE ALIÑO.

En el Ecuador como un rasgo cultural que identifica nuestra nacionalidad, es el uso de especias que dan el gusto adecuado a los platos tradicionales de nuestra cocina criolla, el aliño un producto que es la combinación de varios productos que se entremezclan para potenciar el aroma y sabor de los platos ecuatorianos, como son el ajo, sal, orégano cebolla colorada, comino, pimienta picante, apio y vinagre. Existen variaciones en los componentes y productos que lleva el aliño de acuerdo a la región o provincia.

2.5.6 PRODUCTO.

Desde el punto de vista de la mercadotecnia, un producto es una opción elegible, viable y repetible que la oferta pone a disposición de la demanda para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso y consumo. (KOTLER, 2002).

2.5.7 PRODUCCIÓN.

La palabra producción tiene varias acepciones, circulando a través de muchísimos ámbitos entre los que siempre predomina una característica: realizaciones materiales a partir de procesos de obtención, de fabricación o de transformación. El origen del término haya sido aportado desde una visión

industrial que la entiende como el proceso que deriva en la obtención de algún bien o servicio nuevo.

(CARLOS JAVIER ALVAREZ FERNANDEZ, 2011)

2.5.8 MICROEMPRESA

Se define como Micro Empresa o Pequeña Empresa a aquella sociedad que opera una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial, y que desarrolla cualquier tipo de actividad de producción o de comercialización de bienes, o de prestación de servicios.

(CERVANTES, J., 1998)

2.6 HIPÓTESIS.

La Asociación Micro empresarial “Solidaridad y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro tiene un bajo Estudio de Factibilidad para la Producción y Comercialización de Aliño, situación que conlleva a tener una escasa comercialización de sus productos, ocasiona que no exista una diversificación de productos que oferta, además causa una inversión reducida, aspectos limitantes de su desarrollo organizacional.

2.7 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES E HIPÓTESIS

Variable Independiente: Estudio de Factibilidad

Variable Dependiente: Producción de Aliño

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE.

En el presente proyecto de investigación se va a utilizar dos enfoques de forma básica: el cuantitativo ya que se va a desarrollar a partir de la recolección y análisis de información los mismos que permitirán la comprobación de la hipótesis planteada, por otra parte también consta del enfoque cualitativo ya que brindará un aporte valiosos a la investigación y permitirá desarrollar análisis críticos para viabilizar las soluciones al problema planteado.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación básica será la de campo, pues se realizaran entrevistas y encuestas en el Cantón Atahualpa con el objetivo de recopilar información que será procesad y aportará a las soluciones del problema planteado.

También es bibliográfica y documental por que se investigará en archivos, documentos y material bibliográfico para obtener información relacionada con la producción y comercialización de aliño en el cantón Atahualpa.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Esta investigación tendrá los siguientes niveles:

Exploratoria: Porque será manejable, entendible y no se utilizará una estructura específica, esto permitió el sondeo del problema sin plantear una posible solución.

Explicativa: En la Asociación Micro empresarial “Solidaridad y Esperanza” del Cantón Atahualpa en realidad no dispone de información de un estudio de mercado esto es, lo relacionado a oferta y demanda de mercado, para conocer su grado de insatisfacción en la oferta de productos de consumo diario como es el aliño

Asociación de variables: En este aspecto se determina la interrelación que existe entre la variable independiente y dependiente, entonces los cambios de una hará que la otra se altere, en este caso el estudio de mercado tiene un mal enfoque y no se dirige al mercado meta que desea satisfacer la organización para llegar con sus productos hasta los clientes.

3.4 POBLACIÓN O MUESTRA.

3.4.1 POBLACIÓN.

La investigación se realizará en el cantón Atahualpa, también a los socios de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad y Esperanza” del Cantón Atahualpa a las familias que allí habitan como mercado meta de la presente investigación de consumo de aliño.

3.4.2 MUESTRA.

La población del cantón Atahualpa es de 6248 personas por lo tanto de acuerdo al censo de población del año 2010, el promedio nacional de que cada familia consta de 3,8 miembros tenemos una muestra de 1644 amas de casa a encuestar.

$$T = \frac{N}{1 + (\sum A)^2 x}$$

DATOS:

T m = Tamaño de Muestra

1 = Valor constante

A = Error admisible (5%)

N = Población

% = Porcentaje

$$T = \frac{1}{1 + (0,0)^2 x}$$

$$T = \frac{1}{1 + (0,0)^2 x}$$

$$T = \frac{1}{5,1}$$

$$T = 3$$

Por lo tanto se encuestará a 321 amas de casa del cantón Atahualpa.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

3.5.1 VARIABLE INDEPENDIENTE: Estudio de Factibilidad

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o, implementación.</p> <p>La investigación de factibilidad en un proyecto, consiste en descubrir cuáles son los objetivos de la organización, luego determinar si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos</p>	Toma de decisiones	Oferta	¿Cuál es la oferta de aliño en el cantón Atahualpa?	Encuesta entrevista
		Demanda	¿Cuál es la demanda de aliño en el cantón Atahualpa?	Encuesta entrevista
		Viabilidad técnica	¿Existe el conocimiento y la destreza para la elaboración de aliño en el cantón Atahualpa?	Encuesta entrevista
		Viabilidad económica	¿Será rentable la elaboración de aliño en el cantón Atahualpa?	Encuesta entrevista
		Viabilidad financiera	¿Cuál es la rentabilidad de la elaboración de aliño en el cantón Atahualpa?	Encuesta entrevista

Elaborado por: El Autor

3.5.1 VARIABLE DEPENDIENTE: Producción de Aliño

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>En el Ecuador como un rasgo cultural que identifica nuestra nacionalidad, es el uso de especias que dan el gusto adecuado a los platos tradicionales de nuestra cocina criolla, el aliño un producto que es la combinación de varios productos que se entremezclan para potenciar el aroma y sabor de los platos ecuatorianos, como son el ajo, sal, orégano colorada, comino, pimienta picante, apio y vinagre. Existen variaciones en los componentes y productos que lleva el aliño de acuerdo a la región o provincia.</p>	Clientes	Precio	¿Cuál es el precio que está dispuesto a pagar por el aliño en el cantón Atahualpa?	Encuesta
		Presentación	¿Qué presentación debe tener el aliño en el cantón Atahualpa?	Encuesta
		Calidad	¿La calidad del aliño en el cantón Atahualpa es adecuada?	Encuesta
		Accesibilidad	¿Estará accesible el aliño en el cantón Atahualpa para su compra?	Encuesta

Elaborado por: El Autor

3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

En este ítem se detalla la metodología aplicada para la recolección de la información producto de la investigación de campo que se realizará en el cantón Atahualpa.

Luego de la aplicación de las encuestas y entrevistas relacionadas con la investigación en el presente proyecto el paso siguiente es su tabulación de forma cualitativa así como cuantitativa para posteriormente representarlos de manera gráfica, para que sea entendible a las personas quienes revisarán la investigación, con la interpretación y análisis se obtendrá una mejor comprensión de los hechos, todo esto se realizará de una manera eficaz con la ayuda del programa **SPSS Statistics Processor 20**.

La información tabulada y presentada en gráficos nos permitirá realizar las conclusiones y recomendaciones, para que como producto tengamos una propuesta de solución para la Asociación Micro empresarial “Solidaridad y Esperanza” del Cantón Atahualpa.

Posteriormente como base de la investigación la propuesta será esencial porque permitirá elaborar paso a paso su desarrollo que está dentro de nuestra función y por ende nos compete; la propuesta se enfoca en el tema de investigación y en el resultado positivo que se obtendrá al aplicar el proyecto de elaboración de aliño, y de esta forma la satisfacción de una demanda de la población del cantón Atahualpa, el incremento de sus ingresos, el desarrollo organizacional, y la diversificación de la producción de la microempresa.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Para verificar la viabilidad de esta investigación.
2. ¿De qué personas u objetos?	Asociados, familias de Atahualpa.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Indicadores
4. ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador
5. ¿Cuándo?	febrero – abril 2014
6. ¿Dónde?	Cantón Atahualpa
7. ¿Cuántas veces?	(prueba piloto y prueba definitiva)
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuestas, entrevistas.
9. ¿Con qué?	Instrumentos: cuestionario, entrevistas.
10. ¿En qué situación?	En situación favorable.

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Entrevista realizada a los socios de la ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTÓN ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO.

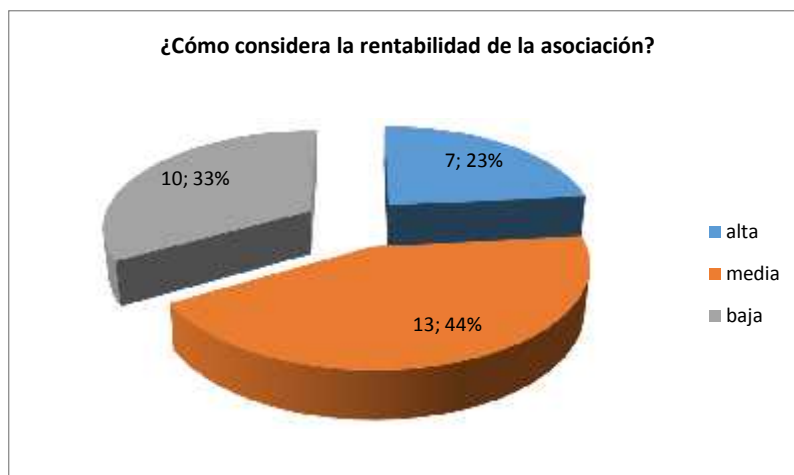
4.1.1. ¿A Criterio Personal Como Considera la rentabilidad de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

CUADRO N° 1

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALTA	7	23%
MEDIA	13	43%
BAJA	10	33%
TOTAL	30	100%

Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 1



Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

Cuando se preguntó a los socios sobre la rentabilidad es considerada media ya que así respondieron el 44% de los entrevistados, un 33% por otra parte la considera alta y, el 23% contestó que es baja.

4.1.1 ¿Piensa usted que los resultados de un estudio de mercado sirvan para tomar decisiones en la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

CUADRO N° 2

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TOTALMENTE	6	20%
PARCIALMENTE	15	50%
ESCASAMENTE	9	30%
TOTAL	30	100%

Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 2



Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

De acuerdo a la entrevista realizada a los socios consideran que parcialmente un estudio de mercado servirá para tomar decisiones así respondió el 50%, el 30% manifestó que es escasamente el aporte y la opción totalmente se ubicó en último lugar con el 20% de respuestas

4.1.2 ¿Considera Ud. que los datos de un estudio de mercado son confiables?

CUADRO N° 3

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	60%
NO	4	13%
PARCIALMENTE	8	27%
TOTAL	30	100%

Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 3



Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

En la respuesta de la presente pregunta el 60% o sea la mayoría de entrevistados supo manifestar que si son confiable los datos de un estudio de mercado, el 27% respondió que parcialmente, y no apenas el 13% de los socios.

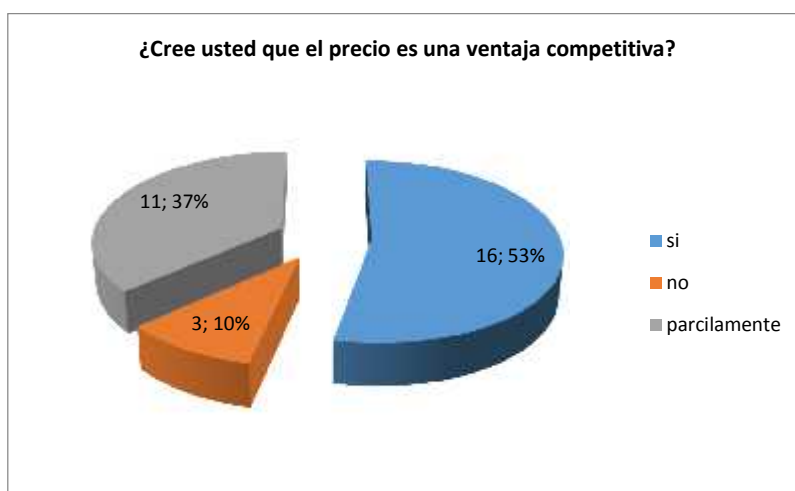
4.1.3 ¿Usted cree que los precios de los productos de la empresa pueden ser una ventaja competitiva?

CUADRO N° 4

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	53%
NO	3	10%
PARCIALMENTE	11	37%
TOTAL	30	100%

Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 4



Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

Definitivamente los precios de los productos si son una ventaja competitiva, en esta forma contestó el 53% de socios, quedando en segundo lugar la opción de parcialmente con el 37% y en tercer lugar se encuentra la alternativa del no con apenas el 10%.

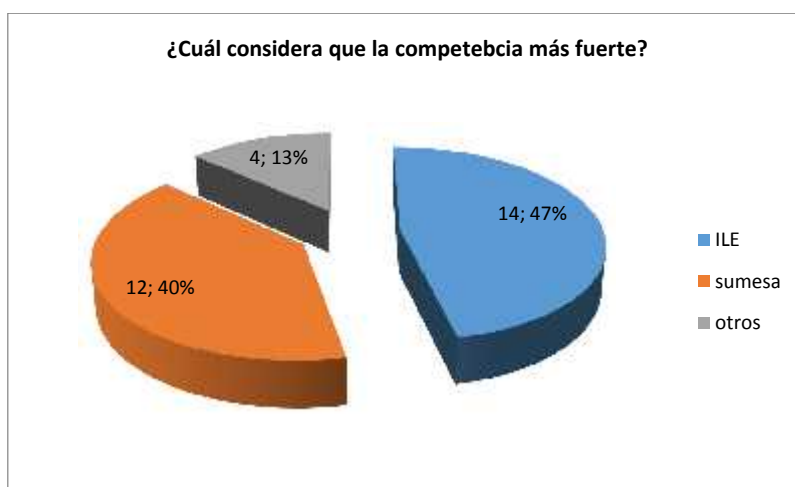
4.1.4 ¿Cuál considera que es la competencia más fuerte de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

CUADRO N° 5

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ILE	14	47%
SUMESA	12	40%
OTROS	4	13%
TOTAL	30	100%

Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 5



Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

La empresa lojana ILE y Sumesa se erigen como la competencia más fuerte con 47% y 40% respectivamente, considerando que son empresas que tienen más de tres décadas en el mercado, en tercera posición está otros sin precisar con 13%.

4.1.5 ¿Quiénes considera usted pueden ser los clientes potenciales de la microempresa?

CUADRO N° 6

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AMAS DE CASA	5	17%
RESTAURANTES	10	33%
ESCUELAS	7	23%
COLEGIOS	5	17%
HOTELES	3	10%
TOTAL	30	100%

Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 6



Fuente: entrevista a socios
Elaborado por: El Autor

Las escuelas en primer lugar, con el 33% los restaurantes con el 23%, las amas de casa y los colegios ambos con el 17% y por último los hoteles pueden ser los clientes potenciales del aliño de la Asociación de Micro empresarial.

4.2 ENCUESTA REALIZADA A LAS AMAS DE CASA DEL CANTÓN ATAHUALPA.

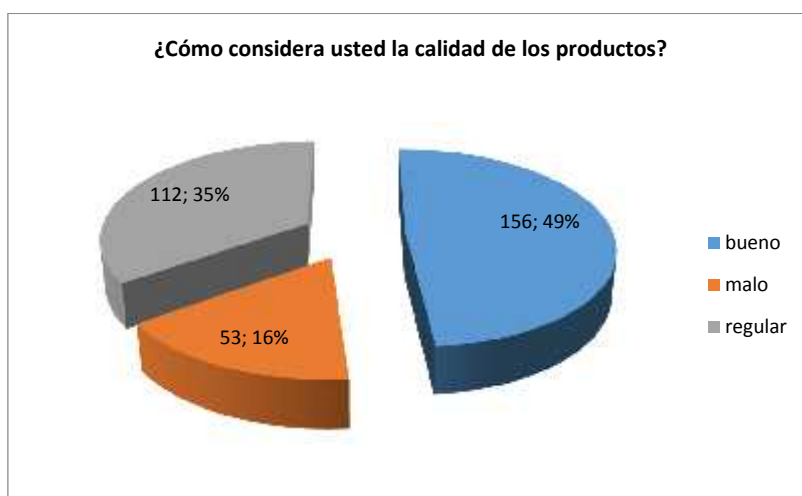
4.2.1 ¿Cómo considera usted la calidad de los productos la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

CUADRO N° 7

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUENO	156	49%
MALO	53	17%
REGULAR	112	35%
TOTAL	321	100%

Fuente: Encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 7



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

La percepción que se tiene sobre la calidad de los productos de la Asociación Micro empresarial es bueno, de esta manera respondieron el 49% las amas de casa de Atahualpa, regular alcanzó el 37% y malo con apenas 17%.

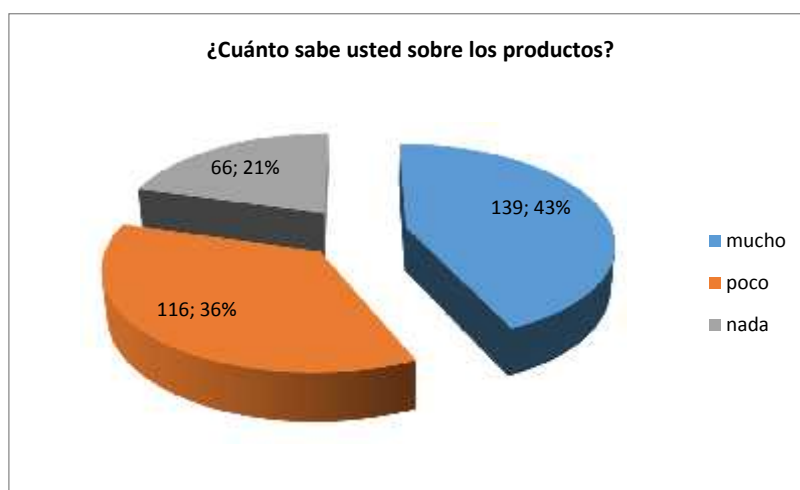
4.2.2 ¿Cuánto sabe usted sobre los productos que oferta la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

CUADRO N° 8

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUCHO	139	43%
POCO	116	36%
NADA	66	21%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 8



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

Existe en Atahualpa un elevado nivel de conocimiento de los productos de la Asociación Micro empresarial de Atahualpa, por cuanto el 43% de las amas de casa lo manifestaron, el 36% sabe poco y el 21% nada.

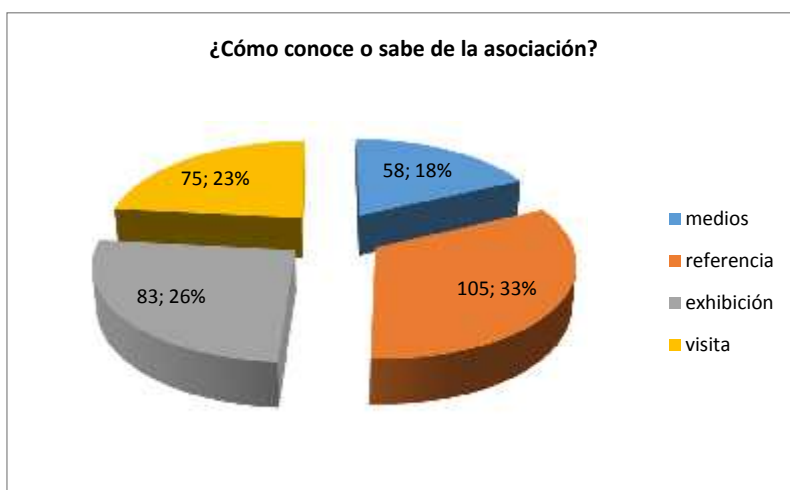
4.2.3 ¿Cómo conoce o sabe de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

CUADRO N° 9

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MEDIOS	58	18%
REFERENCIA	105	33%
EXHIBICIÓN	83	26%
VISITA	75	23%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 9



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

Las referencias personales son el primer factor de conocimiento de la Asociación Micro empresarial de Atahualpa con el 33% de respuestas, el 26% lo tiene la opción de exhibiciones, vistas a las instalaciones alcanzó el 23% y el 18% restante a través de los medios de comunicación locales o provinciales.

4.2.4 ¿Qué tipo de especias utiliza en su hogar?

CUADRO N° 10

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALIÑO	126	39%
ORÉGANO	64	20%
PIMIENTA	55	17%
COMINO	76	24%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 10



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

Cuando se preguntó a las amas de casa de Atahualpa que tipo de especia usan en la preparación de los alimentos diariamente respondieron que el aliño con el 39%, 24% usan comino, el 20% orégano y el 17% pimienta negra.

4.2.5 ¿Si le ofertaran aliño fabricado en el cantón Atahualpa usted lo compraría?

CUADRO N° 11

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	156	49%
NO	53	17%
TAL VEZ	112	35%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 11



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

La mayoría de las amas de casa del cantón Atahualpa estarían dispuestas a comprar el aliño producido en la propia ciudad respondieron que si el 49%, tal vez 35% y 17% que no.

4.2.6 ¿Qué características debe tener el producto?

CUADRO N° 12

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	110	34%
PRECIO	118	37%
ACCESIBILIDAD	93	29%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 12



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

El precio adecuado es el primer atributo que debe tener el aliño fabricado en el cantón Atahualpa, de esta forma respondió el 37%, le sigue muy de cerca la calidad con 34%, y la accesibilidad para adquirirlo 29%.

4.2.7 ¿Cuál es el precio que estaría dispuesta a pagar por el aliño?

CUADRO N° 13

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 0,60	79	25%
\$ 0,70	87	27%
\$ 0,80	106	33%
\$ 0,90	49	15%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 13



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa.
Elaborado por: El Autor

El precio por la compra de aliño en el cantón Atahualpa es de 0,80 centavos de dólar, de esta forma se expresó la mayoría de amas de casa encuestadas, la opción de 0,70 centavos de dólar se ubicó en segunda instancia, la de 0,60 centavos de dólar en tercer lugar

4.2.8 ¿Cuántas libras de aliño consume a la semana?

CUADRO N° 14

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 LIBRAS	155	48%
3 LIBRAS	112	35%
4 LIBRAS	54	17%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 14



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa.
Elaborado por: El Autor

Los hogares de Atahualpa consumen en promedio cinco libras de aliño a la semana, de esta forma respondió el 40% de encuestados, el 35% manifestó que consumía 4 libras y, en tercera ubicación está la opción de tres libras con el 17%.

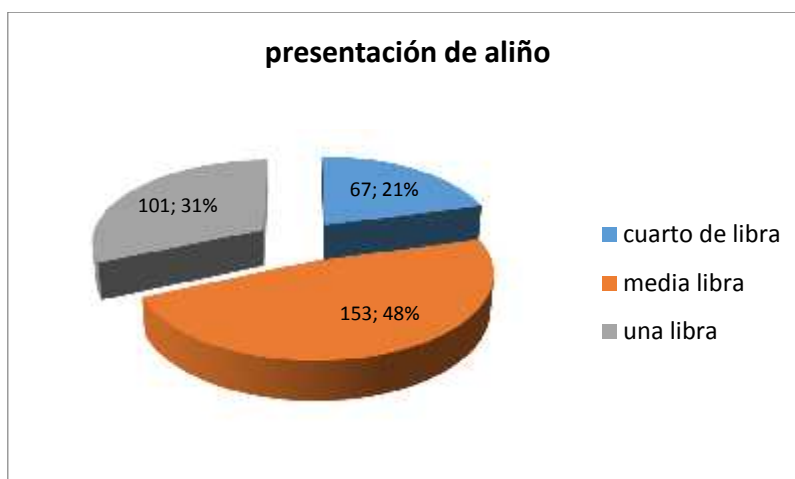
4.2.9 ¿En qué presentación desea que se oferte el aliño?

CUADRO N° 15

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CUARTO DE LIBRA	67	21%
MEDIA LIBRA	153	48%
UNA LIBRA	101	31%
TOTAL	321	100%

Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa.
Elaborado por: El Autor

GRÁFICO N° 15



Fuente: encuesta a las amas de casa de Atahualpa.
Elaborado por: El Autor

La presentación que prefieren las familias de Atahualpa es la de media libra así se expresó el 48% de encuestados, en segunda ubicación esta la presentación de una libra con el 31% y la de un cuarto de libra obtuvo el 21%.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES.

Al finalizar las investigaciones y comprobación de las variables se pueden determinar las conclusiones que se detallan a continuación:

- Existe la presencia de Micro empresas que elaboran especies y las comercializan a nivel nacional y local, que tienen una alta representación en el mercado cantonal y provincial y, lo han venido realizando desde hace varios años.
- Entre los clientes potenciales están las escuelas, colegios, amas de casa, restaurantes, hoteles ya que como es muy conocido la cocina de la parte alta de la provincia de El Oro usa como adobo esencial el aliño para preparar todo tipo de comidas.
- Por parte de la población del cantón Atahualpa existe una alta precepción de la buena calidad de los productos que elaboran.
- Un alto porcentaje de la población de Atahualpa estaría dispuesto a comprar el aliño fabricado en su propia tierra.

5.2 RECOMENDACIONES.

Es necesario mencionar que las recomendaciones permiten establecer las alternativas de solución para el problema planteado y se detallan a continuación:

- Con un adecuado plan de marketing se puede posicionar al producto de la Asociación Micro empresarial del cantón Atahualpa, a pesar de las amenazas presentes
- Hay que aprovechar el mercado cautivo de la población local para poder posicionar el aliño elaborado por Asociación Micro empresarial del cantón Atahualpa, considerando que existe una predisposición a consumir los productos locales.
- Una de las fortalezas del aliño es el apoyo de la ciudadanía del cantón con relación a los productos elaborados por las empresas locales.
- El mercado local responde de forma positiva con relación a productos que son elaborados en su propio cantón, de esta forma se asegura por cuestiones de tradición y cultura la respuesta positiva al aliño fabricado en Atahualpa.

CAPÍTULO VI

6. LA PROPUESTA.

6.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO

6.2 ANTECEDENTES.

Una de las características esenciales de la población de la parte alta de nuestra provincia es la cocina, que como conocemos es un tanto diferente a la parte baja, e indudablemente el ingrediente básico que marca esta diferencia es el aliño con que se preparan diversos platos de la gastronomía provincial, este aditamento añadido a las comidas le brinda un sabor espacial a todo plato que se sirve en los hogares y locales de venta de comida en esta región provincial.

Como una forma de preservar esta tradición ancestral la Microempresa SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, del cantón Atahualpa estudia la factibilidad de lanzar el producto elaborado en sus instalaciones, conocedores de las tradiciones de nuestros ancestros consideramos un acierto esta iniciativa, ya que permitirá usar como condimento diario un productos autóctono de la región, el mismo que ha preservado su existencia a pesar del modernismo de los tiempos actuales, en realidad son costumbres tan altamente arraigadas que es imposible concebir un palto de comida sin este adobo.

6.3 JUSTIFICACIÓN.

Como una iniciativa más de emprendimiento por parte de la Asociación Micro Empresarial SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, del cantón Atahualpa, y además como una manera de expandir sus actividades y diversificación de productos está en la mira la producción semi-industrial de aliño para el consumo de los hogares del cantón.

Sin lugar a dudas la elaboración de aliño permitirá a los hogares del cantón contar con un producto esencial en sus hogares, mantener viva una tradición ancestral del uso de este ingrediente en la cocina de los hogares del cantón Atahualpa.

Otra situación que se manifiesta como algo positivo es que por medio de la producción y comercialización de aliño la asociación tendrá lugar a mayores ingresos y de esta forma mejorar los beneficios económicos de esta actividad.

6.4 OBJETIVOS.

6.4.1 OBJETIVO GENERAL.

Determinar la Factibilidad para la elaboración de aliño por parte de la Asociación Micro empresarial SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, en el cantón Atahualpa.

6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Determinar los montos de inversión para la elaboración de aliño en el cantón Atahualpa.

- Estructurar la cadena de comercialización de aliño en el cantón Atahualpa.
- Estimar los montos de inversión para la elaboración de aliño

6.5 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

Para llevar a cabo la propuesta es necesario realizar las siguientes actividades:

- Estudio de mercado
- Factibilidad Técnica
- Factibilidad Económica
- Factibilidad Financiera

6.6 PLAN DE ACCIÓN.

6.6.1 ESTUDIO DE MERCADO.

6.6.1.1 Demanda.

De acuerdo a las investigaciones realizadas el promedio semanal de consumo por hogar en el cantón Atahualpa es de cuatro fundas de media libra de aliño, se detalla en el cuadro siguiente:

Hogares	Presentación	Consumo semanal/unidades	Consumo semanal/unidades	Consumo anual/unidades
321	Fundas de media libra	963	3852	46224

Elaborado por: El Autor

6.6.2.1 Oferta.

La propuesta es la elaboración de 47000 fundas de aliño de media libra, con la finalidad de satisfacer la demanda local en una primera instancia, ya que luego que se consolide el mercado local es necesario expandir el comercio hacia los cantones vecinos y de la parte baja de la provincia.

6.6.2 ESTUDIO TÉCNICO.

6.6.2.1 Elaboración de aliño

La preparación de aliño es un proceso sencillo, se usa cebolla colorada, sal al gusto, comino, comino, pimienta negra, ajo, orégano, apio, vinagre y agua que permite que se diluya el producto y no salga muy espeso.

6.6.2.2 Costos de Producción

Se ha establecido la producción de 300 quintales de aliño anualmente para lo cual en el cuadro que se muestra a continuación se explica los rubros y valores de estos montos.

PRODUCTO	CANTIDAD	PRESENTACIÓN	VALOR UNITARIO	COSTO ANUAL
CEBOLLA	140	quintales	10	1400,00
AJO	42	quintales	20	840,00
ORÉGANO	7	quintales	10	70,00
COMINO	7	quintales	10	70,00
SAL	28	quintales	20	560,00
GUAVIDUCA	5	quintales	10	50,00
Total				2.990,00

Elaborado por: El Autor

La producción de los insumos necesarios para la elaboración del aliño será cargo de la propia Asociación Micro empresarial SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, en el cantón Atahualpa, siendo una organización agrícola será la encargada de proveer los productos necesarios para el proceso de elaboración.

6.6.2.3 Localización del Proyecto.

El proyecto para la elaboración de aliño se lo realizará en la Asociación Micro empresarial SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, en el cantón Atahualpa, en sus instalaciones

6.6.3 ESTUDIO ECONÓMICO

6.6.3.1 Ingresos del Proyecto

Los ingresos proyectados para la elaboración de aliño por parte de la Asociación Micro empresarial SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, en el cantón Atahualpa se estiman en el cuadro siguiente:

AÑOS	RUBRO	UNIDADES/AÑO	PRECIO UNITARIO	TOTAL ANUAL
1	fundas 1/2 libra	60000	\$ 0,80	\$ 48.000,00
2	fundas 1/2 libra	63000	\$ 0,84	\$ 52.920,00
3	fundas 1/2 libra	66150	\$ 0,88	\$ 58.344,30
4	fundas 1/2 libra	69458	\$ 0,93	\$ 64.324,59
5	fundas 1/2 libra	72930	\$ 0,97	\$ 70.917,86

Elaborado por: El Autor

A partir del segundo año se realizará un incremento moderado del 5% anual para los cinco años.

6.6.4 ESTUDIO FINANCIERO

6.6.4.1 Capital de Trabajo

El capital de trabajo requerido para la puesta en marcha el proyecto de elaboración de aliño en el cantón Atahualpa se expresa en el cuadro siguiente:

DENOMINACION	TOTAL MES	TIEMPO EN MESES	TOTAL 2 MESES
MATERIA PRIMA	\$ 249,17	2	\$ 498,33
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 962,88	2	\$ 1.925,76
GASTOS DE VENTAS	\$ 1.161,44	2	\$ 2.322,88
FUNDAS PLÁSTICAS	\$ 133,33	2	\$ 266,66
PUBLICIDAD	\$ 100,00	2	\$ 200,00
SUBTOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 5.213,63

Elaborado por: El Autor

6.6.4.2 Fuentes de Financiamiento.

El valor requerido para la elaboración de aliño en el cantón Atahualpa será una aportación de la Asociación Micro empresarial SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, en un 100%.

INVERSIONISTA	CAPITAL	PORCENTAJE
ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA	\$ 5.213,63	100%

Elaborado por: El Autor

6.6.4.3 Mano de Obra Directa.

Este rubro estipulado como costo de producción es la cantidad de dinero que la Asociación debe cancelar al personal que labora en el departamento de producción de aliño.

CARGO	CANTIDAD	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MES	TOTAL AÑO
OPERADORES	2	\$ 354,00	\$ 127,44	\$ 962,88	\$ 11.554,56
SUBTOTAL					\$ 11.554,56
TOTAL MANO DE OBRA DIRECTA					\$ 11.554,56

Elaborado por: El Autor

6.6.4.4 Gastos de Ventas

Este valor representa el monto que se debe cancelar a los vendedores que realizaran la actividad de colocar el producto en los distintos lugares para su comercialización, tiendas, abastos, mercados.

SUELDO Y SALARIO DEL PERSONAL DE VENTAS					
CARGO	CANTIDAD	SUELDO	BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL MES	TOTAL AÑO
JEFE DE VENTAS	1	\$ 500,00	\$ 180,00	\$ 680,00	\$ 8.160,00
VENDEDOR	1	\$ 354,00	\$ 127,44	\$ 481,44	\$ 5.777,28
SUB TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				\$ 1.161,44	\$ 13.937,28

Elaborado por: El Autor

6.6.5 ESTADOS FINANCIEROS

6.6.5.2 Estados de Resultados

El estado de resultados nos permite conocer los beneficios de la elaboración de aliño, para el primer año de elaboración

ESTADO DE RESULTADOS

ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA

AÑO 2015

INGRESOS		\$ 48.000,00
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 17.344,56
MATERIA PRIMA	\$ 2.990,00	
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 11.554,56	
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 1.600,00	
PUBLICIDAD	\$ 1.200,00	
UTILIDAD EN VENTAS		\$ 30.655,44
MENOS GASTOS OPERACIONALES		13.937,28
GASTOS DE VENTAS	13.937,28	
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 16.718,16
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 2.507,72
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 14.210,44
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 3.126,30
UTILIDAD DEL EJERCICIO		<u>\$ 11.084,14</u>

6.6.5.3 Estado de Situación Financiera.

El estado situación financiera nos permite conocer la posición de la empresa luego de la culminación del periodo fiscal respectivo.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA
ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA
AÑO 2015

ACTIVO			
ACTIVO CORRIENTE			\$ 9.830,00
DISPONIBLE		<u>\$ 3.200,00</u>	
Caja	<u>\$ 3.200,00</u>		
Exigible		<u>\$ 3.870,00</u>	
Cuentas por cobrar	<u>\$ 3.870,00</u>		
Realizable		\$ 2.760,00	
Inventarios	<u>\$ 2.760,00</u>		
PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO			\$ 48.093,00
NO DEPRECIABLE		<u>\$ 8.000,00</u>	
Terrenos	<u>\$ 8.000,00</u>		
DEPRECIABLE			
Instalaciones	\$ 15.000,00	\$ 14.250,00	
(-) Deprec. acum. Edificios	<u>-\$ 750,00</u>		
Muebles y enseres	\$ 2.300,00	\$ 2.185,00	
(-) Deprec. acum. muebles y enseres	<u>-\$ 115,00</u>		
Equipos de computo	\$ 2.400,00	\$ 1.608,00	
(-) Deprec. acum. equipos de computo	<u>-\$ 792,00</u>		
Maquinaria y equipos	\$ 24.500,00	\$ 22.050,00	
(-) Deprec. acum. maquinarias y equipos	<u>-\$ 2.450,00</u>		
DIFERIDOS			\$ 2.240,00
AMORTIZABLES			
Marcas y patentes	\$ 600,00	\$ 480,00	
(-) amort. acum. gastos de constitución	<u>-\$ 120,00</u>		
Obtención de registro sanitario	\$ 300,00	\$ 240,00	
(-) Amort. acum. Patentes	<u>-\$ 60,00</u>		
Gastos de Abogado y Notario	\$ 400,00	\$ 320,00	
(-) Amort. acum. gastos de diseño	<u>-\$ 80,00</u>		
Estudio de Factibilidad	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	
(-) Amort. acum. estudio de factibilidad	<u>-\$ 300,00</u>		
TOTAL ACTIVO \$			<u><u>\$ 60.163,00</u></u>
PASIVO			
TOTAL PASIVO			8.520,00
PASIVO CORRIENTE		<u>8.520,00</u>	
PROVEEDORES	<u>8.520,00</u>		
PATRIMONIO			35.254,86
INVERSIONES			
Capital social		<u>35.254,86</u>	
UTILIDADES Y SUPERAVIT			16.388,14
UTILIDADES		<u>16.388,14</u>	
Utilidad del ejercicio	<u>16.388,14</u>		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO \$			<u><u>60.163,00</u></u>

6.6.5.4 Flujo de Caja Proyectado

Este estado financiero nos permite conocer los flujos de efectivo que va a tener la empresa con relación al proyecto propuesto.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO

ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
VENTAS	\$ 56.000,00	\$ 58.800,00	\$ 61.740,00	\$ 64.827,00	\$ 68.068,35
OTROS INGRESOS	\$ 4.307,00	\$ 4.431,65	\$ 4.567,07	\$ 4.713,56	\$ 4.871,48
TOTAL DE INGRESOS	\$ 60.307,00	\$ 63.231,65	\$ 66.307,07	\$ 69.540,56	\$ 72.939,83
EGRESOS	\$ 36.891,84	\$ 38.736,43	\$ 40.673,25	\$ 42.706,92	\$ 44.842,26
MATERIA PRIMA	\$ 8.600,00	\$ 9.030,00	\$ 9.481,50	\$ 9.955,58	\$ 10.453,35
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 11.554,56	\$ 12.132,29	\$ 12.738,90	\$ 13.375,85	\$ 14.044,64
GASTOS DE VENTAS	\$ 13.937,28	\$ 14.634,14	\$ 15.365,85	\$ 16.134,14	\$ 16.940,85
PUBLICIDAD	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	\$ 1.600,00	\$ 1.680,00	\$ 1.764,00	\$ 1.852,20	\$ 1.944,81
UTILIDAD BRUTA	\$ 23.415,16	\$ 24.585,92	\$ 25.815,21	\$ 27.105,97	\$ 28.461,27
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 23.415,16	\$ 24.585,92	\$ 25.815,21	\$ 27.105,97	\$ 28.461,27
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$ 3.512,27	\$ 3.687,89	\$ 3.872,28	\$ 4.065,90	\$ 4.269,19
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 19.902,89	\$ 20.898,03	\$ 21.942,93	\$ 23.040,08	\$ 24.192,08
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 4.378,63	\$ 4.388,59	\$ 4.388,59	\$ 4.377,61	\$ 4.354,57
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 15.524,25	\$ 16.509,44	\$ 17.554,35	\$ 18.662,46	\$ 19.837,51
SALDO INICIAL	\$ 3.400,00	\$ 3.570,00	\$ 3.748,50	\$ 3.935,93	\$ 4.132,72
MÁS DEPRECIACIONES	\$ 907,00	\$ 861,65	\$ 818,57	\$ 777,64	\$ 738,76

Elaborado por: El Autor

6.6.5.5 VAN

Es una técnica de valuación de proyectos de inversión y consiste en poner en el presente los valores que se generaran de los flujos de efectivo convencionales a una tasa dada 18%. Como costo de capital.

El Van para el presente proyecto es de \$ 7. 703,41 dólares americanos. (Anexos)

6.6.5.6 TIR.

También se la conoce como tasa interna de rentabilidad establece los porcentajes de rendimiento de las inversiones en proyectos. Para el presente proyecto la TIR es de 57% (anexos)

6.6.5.7 Análisis Económico.

- **Liquidez.**

Es la capacidad de la empresa para poder cubrir sus gastos o pasivos corrientes.

Se la obtiene luego de aplicar la fórmula:

$$L \quad C = \frac{A \quad C}{P \quad C}$$

$$L \quad C = \frac{9.830,00}{8.530,00}$$

$$L \quad C = 1,15$$

Es implica que por cada dólar que se debe como pasivo corriente, la asociación cuenta con 1,15 dólares de respaldo.

- **Rotación de inventarios**

$$R \text{ ónd } I_i = \frac{C \text{ d l c b } v}{I_i}$$

$$R \text{ ónd } I_i = \frac{17.344,56}{2.760,00}$$

$$R \text{ ónd } I_i = 6,28$$

Este resultado expresa que en el año el inventario rotará 6,28 veces, con relación a este índice mientras mayor rotación exista en la asociación mayores ventas se obtendrán

- **Periodo Promedio de Cobro**

$$P \text{ P } d C = \frac{C \text{ p } C}{V \text{ A } /365}$$

$$P \text{ P } d C = \frac{3.870,00}{56.000,00/365}$$

$$P \text{ P } d C = 25,22$$

La asociación cobra a sus clientes en 25 días como promedio desde la fecha de otorgamiento del crédito.

- **Periodo Promedio de Pago**

$$P = \frac{C}{A} \times \frac{P}{365}$$

$$P = \frac{8.520,00}{17.344,56/365}$$

$$P = 47,51$$

El promedio de pago a proveedores es de 47 días para la asociación.

- **Rotación de Activos Totales.**

$$R = \frac{V}{A} \times \frac{1}{T}$$

$$R = \frac{48.000,00}{60.163,00}$$

$$R = 0,79$$

El aporte de los activos para generar ventas es de 0,79 por cada dólar vendido

- **Índice de Endeudamiento**

$$\text{Índice de Endeudamiento} = \frac{TDA}{TDA + P}$$

$$\text{Índice de Endeudamiento} = \frac{8.520,00}{60.153,00}$$

$$\text{Índice de Endeudamiento} = 0,14$$

Es índice nos manifiesta que cada dólar de activo que tiene la empresa la deuda es de 0,14 centavos de dólar.

- **Margen de Utilidad**

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{U}{V}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = \frac{1.011}{4.000}$$

$$\text{Margen de Utilidad} = 0,2$$

Este margen de utilidad expresa que por cada dólar en ventas el margen de rentabilidad es de 26%

6.7 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

El aliño se comercializará de forma directa desde la planta de elaboración ubicada en la calle Juan 23 entrada al Asilo de Ancianos, hacia los locales de expendio como son tiendas, micro mercados, abarrotes, directamente hacia los lugares de consumo con son: escuelas, colegios, restaurantes.

De esta forma se hará una cobertura total de los sitios de venta de productos para la preparación de comidas que abarcará geográficamente el Cantón Atahualpa en una etapa inicial. Se espera que luego del primer año de puesta en marcha de la elaboración se logre acceder a otros cantones de la zona alta de la provincia. En un futuro además, se tiene previstos acceder a otros mercados de la provincia como son los cantones de la parte baja Pasaje, Machala, Santa Rosa y de esta manera hacer presencia con los productos en todos los cantones de la provincia.

6.8 RESULTADOS ESPERADOS.

Se espera que la ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA, lleve a cabo este proyecto y de esta forma lograr que la misma incremente su oferta de productos para el consumo para los habitantes del cantón Atahualpa, además lograr una diversificación de la cartera de productos.

Como se explica también este proyecto inicialmente está orientado al cantón Atahualpa, pero en el mediano plazo se espera que pueda incursionar con el aliño en los demás cantones de la provincia de El Oro y, que el pequeño agricultor pueda ver que el fruto de duro trabajo diario está siendo debidamente reconocido y que reciba el precio justo de su trabajo.

6.9 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

ACTIVIDAD	MESES					
	1	2	3	4	5	6
Estudio de mercado	■	■	■			
Lanzamiento de piloto del producto				■		
Inicio de Producción de aliño					■	
Lanzamiento del producto						■

BIBLIOGRAFÍA

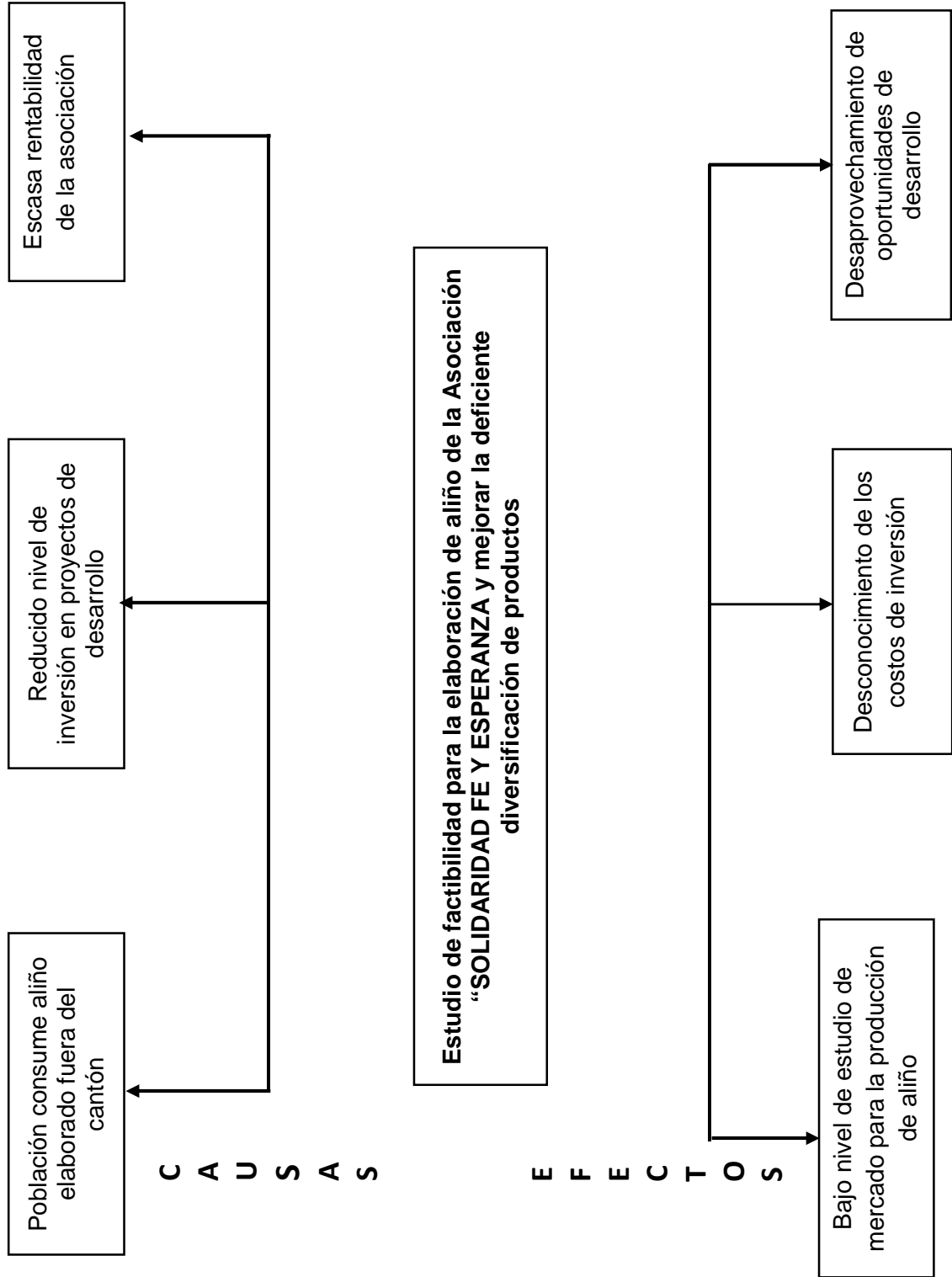
- ANZOLA, Servulo, Administración de Pequeñas Empresas, McGraw – Hill, Tercera Edición, México.
- CALDAS, Marcos Andres, Preparación y Evaluación de Proyectos, Publicaciones “H”, Quito 2000.
- COLOMA, F. Evaluación de Proyectos de Factibilidad de Mercado, 2002.
- COOKE, Helen; TATE, Karen, Curso de Gerencia de Proyectos, Mc Graw – Hill, 2005. 325 p.
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, 5ta Edición, 2001.
- LEVINE, Harvey A., Gerencia Práctica de Proyectos, Wiley, 2002. 378 p.
- LONGENECKER, Justin, MOORE, Carlos, PETTY, William, Administración de Pequeñas Empresas, 14ava Edición, Prentice Hall, 2009 México.
- ORTIZ VELASQUEZ, Samuel, La Inversión y su comportamiento en México 1940 – 2009, Eumed.Net, Enciclopedias virtuales, disponible por internet: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010e/810/Inversion%20y%20acervo%20de%20medios%20de%20trabajo.htm>
- RIVERA MARTINEZ, Francisco, Administración de Proyectos, Guía para el Aprendizaje, Pearson – Prentice Hall, 2010 México.
- SAPAG, Chain Nassir, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw - Hill Interamericana Chile Ltda., 2000.
- SCHMIDT, Terry, Gerencia Estratégica de Proyectos Simplificada, Wiley, 2009. 272 p.

- SHENHAR, Aaron J, DVIR, Dov, Reinventar la Gerencia de Proyectos, Harvard Business School Press, 2007, 276 p.
- BENASSINI MARCELA. Introducción a la Investigación de mercados, un enfoque para América Latina, México: Editorial Prentice Hall, 2001, 40 pág.
- FRANKLIN, BENJAMIN. Organización de empresas, Análisis, diseño y estructura, México: Editorial McGraw-Hill, 1998, 340 pág.
- BERNAL, CESAR. Metodología de la investigación para administración y economía, Colombia, Editorial Pearson Educación, 2000, 260 pág.
- ACEVEDO, Karen, Estudio de Factibilidad, Universidad de Atlántico, Marzo 2010.
- ALVAREZ, Edilberto; Preparación y Evaluación de Proyectos; QualityPrint Center; Quito; 2001
- BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos, 4ª Edición, McGraw-Hill 2001.
- CARRASQUERO, Domingo, El estudio del mercado, guía para estudios de factibilidad, 2004,
- FRED R. David, Conceptos de Administración Estratégica. 6ta. Edición, MacGrawHill, 2003.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Abraham, HERNÁNDEZ VILLALOBOS, Abraham, Formulación y evaluación de proyectos de Inversión, Pág. 70, México, 2001.

ANEXOS

ANEXO N. 1

ÁRBOL DEL PROBLEMA





ANEXO N. 2
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

TEMA “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO”

OBJETIVO: Descubrir de forma directa las opiniones de los asociados de la **ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO**

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS SOCIOS de la **ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO**

Tiempo De Asociado: _____

¿A Criterio Personal Como Considera La Rentabilidad de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

¿Piensa usted que los resultados de un estudio de mercado sirvan para tomar decisiones en la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

¿Considera Ud. que los datos de un estudio de mercado son totalmente confiables?

¿Usted cree que los precios de la empresa pueden ser una ventaja competitiva?

¿Cuál considera que es la competencia más fuerte de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

¿Quiénes considera usted pueden ser los clientes potenciales de la microempresa?

¿Cuánto ha incrementado las ventas en los últimos 2 años?

ANEXO N 3



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN



TEMA “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN MICROEMPRESARIAL “SOLIDARIDAD FE Y ESPERANZA” DEL CANTON ATAHUALPA PROVINCIA DE EL ORO”

GUIA DE ENCUESTA

OBJETIVO: comprobar el mercado actual en el cual se desarrolla la Asociación Microempresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro, su crecimiento y la posibilidad de diversificar sus productos.

ENCUESTA DIRIGIDA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN ATAHUALPA

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada aspecto, antes de escribir la respuesta.

No deje ninguna respuesta sin resolver.

1. ¿Cómo considera usted los productos la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Malo

2. ¿Cuánto sabe usted sobre los productos que oferta la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

- a. Mucho
- b. Poco
- c. Nada

3. ¿Por qué medios conoce o sabe de la Asociación Micro empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza” del Cantón Atahualpa Provincia de El Oro?

- a. Medios de comunicación
- b. Recomendación - Referencia
- c. Exhibición en Expo feria
- d. Visita
- e. Ninguno

4. ¿Qué tipo de especias utiliza en su hogar?

- a. aliño
- b. orégano
- c. comino
- d. pimienta negra

5. ¿Si le ofertaran aliño fabricado en el cantón Atahualpa usted lo compraría?

- a. si
- b. no
- c. quizás

7. ¿Qué características debe tener el producto?

- a. buena calidad
- b. precio razonable
- c. su accesibilidad

Fecha: _____

Encuestador _____

Gracias por su colaboración

ANEXO N. 4

Asociación Micro Empresarial “Solidaridad Fe y Esperanza”



MESA DE ACERO INOXIDABLE PARA LA SELECCIÓN DEL PRODUCTO.



BALANZA DIGITAL



CELLADORA DE FUNDAS



CARRITO PARA TRNSPORTAR LA MATERIA PRIMA



MOLINO PARA PROCESAR EL MANI



MOLINO PARA PROCESAR EL CAFE



PILADORA DE CAFE



PILADORA DE MANI EN CASCARA



List of sources Blocks

lmariduenaa (lmariduenaa) ▾

Document TESIS ANDRES GANAN 1.docx (D18323308)**Submitted** 2016-03-05 12:48 (-05:00)**Submitted by** andres_ea2011@hotmail.com**Receiver** lmariduenaa.utmac@analysis.orkund.com**Message** TESIS MODIFICADA [Show full message](#)

5% of this approx. 19 pages long document consists of text present in 4 sources.



Export



Share



50%

0 Warnings

Active Alerts

UNIVERSIDAD TECNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
EMPRESARIALES CARRERA DE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS
TRABAJO DE TITULACION PREVIO A LA
OBTENCION DEL TITULO DE INGENIERO
COMERCIAL MENCIÓN EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS TEMA:
"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
ALIÑO DE LA ASOCIACIÓN
MICROEMPRESARIAL "SOLIDARIDAD FE Y
ESPERANZA" DEL CANTON ATAHUALPA
PROVINCIA DE EL ORO" AUTOR: ANDRÉS
VINICIO GANÁN TINOCO TUTOR: ING.
LUIS MARIO MARIDUEÑA VILLENA, MBA
MACHALA - EL ORO - ECUADOR 2016

AUTORIZACION En mi calidad de Director
del Trabajo de Titulación Con resolución
Nº 1827 entregado con oficio Nº 4298 de
fecha 09 de Julio 2014 elaborado por el

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS
EMPRESARIALES ESCUELA DE
ADMINISTRACIÓN CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TESIS
DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL CON
MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TEMA: "ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA INCREMENTAR LA