



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Finanzas

**Estudio de factibilidad para la creación de una
microempresa de producción y comercialización de panela
en bloque y granulada en la ciudad de Yantzaza.**

**Trabajo de Integración Curricular previo a
la obtención del título de Licenciada en Finanzas**

AUTORA:

Maura Mireya Morocho Aguilar

DIRECTOR:

Econ. Ricardo Miguel Luna Torres, Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2024

Certificación del Trabajo de Integración Curricular

Loja 22 de mayo de 2024

Eco. Ricardo Miguel Luna Torres, Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR O DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada en la ciudad de Yantzaza**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Finanzas**, de la autoría de la estudiante **Maura Mireya Morocho Aguilar**, con cédula de identidad Nro. **1900871326**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Eco. Ricardo Miguel Luna Torres, Mg. Sc.

DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Maura Mireya Morocho Aguilar**, declaro ser autor del presente trabajo de integración curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi trabajo de integración curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1900871326

Fecha: 22 de mayo de 2024

Correo electrónico: maura.morocho@unl.edu.ec

Teléfono: 0967970031

Carta de autorización por parte de la autora, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular.

Yo, **Maura Mireya Morocho Aguilar**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular titulado “**Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada en la ciudad de Yantzaza**” como requisito para optar el título de **Licenciada en Finanzas** y autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de integración curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 22 días de mayo del dos mil veinticuatro.

Firma:

Autora: Maura Mireya Morocho Aguilar

Cédula: 1900871326

Dirección: Av. Lateral de Paso Angel F. Rojas. Motupe.

Correo electrónico: maura.morocho@unl.edu.ec

Teléfono: 0967970031

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular

Eco. Ricardo Miguel Luna Torres, Mg. Sc.

Dedicatoria

El presente Trabajo de Integración Curricular primeramente se lo dedico a Dios y la Virgen Santísima, por bendecirme con la salud, sabiduría y sobre todo guiarme en cada etapa de mi vida para lograr mis metas. Así mismo a mis padres Luis Morocho y Fredes Aguilar, por brindarme el apoyo, incondicional en aquellos momentos que sentía que no podía más, de la misma manera de forma especial a mi hermana por siempre estar pendiente de mí, con cada consejo, motivándome a seguir y no rendirme, a mis hermanos que de alguna manera u otra manera estuvieron presentes en el transcurso de mi formación académica. Finalmente, a toda mi familia y amigos que Dios puso en mi camino que han contribuido a mi vida de forma positiva, no solo en el ámbito académico sino en el personal, enseñándome que con constancia, dedicación y esfuerzo todo se logra.

Maura Mireya Morocho Aguilar

Agradecimiento

Expreso mi más sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a su Facultad Jurídica, Social y Administrativa y a la Carrera de Finanzas, por haberme abierto sus puertas a sus aulas y permitirme continuar con mi preparación académica, de igual manera a la planta docente que conforma la carrera, por compartir sus conocimientos, mostrando dedicación, compromiso, paciencia con la finalidad de formar profesionales de calidad para la sociedad. Un especial agradecimiento para el Econ. Ricardo Miguel Luna Torres, Mg. Sc., quien, con su correcto asesoramiento, me permitió culminar de forma exitosa la presente investigación. Para finalizar, a todas esas personas maravillosas que estuvieron presentes de forma directa e indirecta con su apoyo y motivación incondicional en el transcurso de mi etapa universitaria.

Maura Mireya Morocho Aguilar

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Tablas	xii
Índice de Figuras.....	xiv
Índice de Anexos.....	xiv
1. Título	1
2. Resumen	2
Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Fundamentación empírica.....	6
1.1.1. <i>Evidencia Internacional</i>	6
1.1.2. <i>Evidencia Regional</i>	6
1.1.3. <i>Evidencia Nacional</i>	7
4.2. Fundamentación Conceptual	7
1.2.1. <i>Microempresa</i>	7
4.2.1.1. Importancia de la microempresa.....	7
1.2.2. <i>Etapas del proyecto de inversión</i>	7
4.2.2.1. Estudio de mercado	8
4.2.2.2. Segmentación de mercado.....	8
4.2.2.2.1. Variables para la segmentación de mercado	8
4.2.2.3. Demanda.....	8
4.2.2.3.1. Demanda potencial.	9
4.2.2.3.2. Demanda real.	9
4.2.2.3.3. Demanda efectiva.	9
4.2.2.3.4. Demanda insatisfecha.....	9
4.2.2.3.5. Demanda satisfecha.....	9
4.2.2.4. Oferta	9
4.2.2.5. Análisis de la oferta.....	9
4.2.2.6. Proyección de la oferta.	9
4.2.2.7. Plan de comercialización.	9

4.2.2.7.1.	Producto	9
4.2.2.7.2.	Precio.....	10
4.2.2.7.3.	Canal de distribución.....	10
4.2.2.7.4.	Promoción	10
4.2.2.7.5.	Publicidad.....	10
4.2.2.7.6.	Promoción de ventas.....	10
4.2.2.8.	Estudio Técnico.	10
4.2.2.8.1.	Tamaño óptimo.....	10
4.2.2.8.2.	Capacidad instalada.....	10
4.2.2.8.3.	Capacidad utilizada.....	11
4.2.2.8.4.	Localización.....	11
1.1.1.1.1	Factores de localización.....	11
4.2.2.9.	Ingeniería del proyecto	11
4.2.2.9.1.	Distribución de planta.....	11
4.2.2.9.2.	Proceso de producción.	11
4.2.2.10.	Estudio Administrativo Organizacional.	12
4.2.2.10.1.	Base Legal.....	12
4.2.2.10.2.	Acta constitutiva.	12
4.2.2.10.3.	Razón social o denominación.	12
4.2.2.10.4.	Domicilio.....	12
4.2.2.10.5.	Objeto de la sociedad.	12
4.2.2.10.6.	Tiempo de duración de la sociedad.....	12
4.2.2.10.7.	Administradores.	12
4.2.2.10.8.	Organigramas.....	12
4.2.2.10.9.	Proceso organizativo.....	13
4.2.2.10.10.	Manual de organización y función.	13
4.2.2.10.11.	Presupuestos de operación.....	13
4.2.2.11.	Evaluación Financiera.....	13
4.2.2.11.1.	Valor actual neto (VAN).	13
4.2.2.11.2.	Tasa interna de retorno (TIR).	14
4.2.2.11.3.	Relación beneficio – costo	14
4.2.2.11.4.	Periodo de recuperación del capital	15
4.2.2.11.5.	Análisis de sensibilidad	15
5.	Metodología	16
5.1.	Área de investigación.....	16
5.2.	Enfoque de investigación	16
5.3.	Alcance y tipo de investigación.....	17

5.4.	Método de investigación	17
1.4.1.	<i>Método deductivo</i>	17
1.4.2.	<i>Método inductivo</i>	17
1.4.3.	<i>Método analítico – sintético</i>	17
5.5.	Diseño de la investigación	18
5.6.	Técnicas de investigación	18
1.6.1.	<i>Encuestas</i>	18
1.6.2.	<i>Entrevistas</i>	18
1.6.3.	<i>Observación</i>	18
1.6.4.	<i>Técnicas de recolección de datos</i>	18
1.6.5.	<i>Técnicas bibliográficas</i>	19
1.6.6.	<i>Técnicas estadísticas</i>	19
5.7.	Recursos y materiales.....	19
5.8.	Población y muestra.....	19
5.9.	Procesamiento y análisis de datos	21
6.	Resultados	22
6.1.	Objetivo 1: Determinar la viabilidad comercial y económica, mediante un estudio de mercado que permita identificar las características y necesidades del consumidor..	22
1.1.1.	<i>Resultados de las encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Yantzaza</i>	22
1.1.2.	<i>Estudio de mercado</i>	31
6.1.2.1.	Demanda potencial	31
6.1.2.2.	Demanda real.....	31
6.1.2.3.	Demanda Efectiva.....	32
6.1.2.4.	Demanda Total.....	33
1.1.3.	<i>Oferta total</i>	36
6.1.3.1.	Tasa de crecimiento de la demanda.	38
6.1.3.2.	Tasa de crecimiento de la oferta	38
6.1.3.3.	Proyección de la demanda total, oferta y demanda insatisfecha.	38
6.1.3.4.	Estrategias de Comercialización	40
6.1.3.5.	Producto.....	40
6.1.3.6.	Precio.....	41
6.1.3.7.	Plaza	41
6.1.3.8.	Promoción	41
6.1.3.9.	Publicidad.....	41
6.2.	Objetivo 2: Diseñar la función de producción óptima mediante un estudio técnico que optimice los recursos disponibles y necesarios para la producción y comercialización de panela en bloque y granulada.	43

1.2.1. Estudio Técnico.....	43
6.2.1.1. Tamaño	43
6.2.1.1.1. Capacidad diseñada.....	43
6.2.1.1.2. Capacidad instalada.....	44
6.2.1.1.3. Capacidad utilizada	45
6.2.1.2. Razón social del negocio: slogan de la empresa y el logotipo.	46
6.2.1.3. Localización	47
6.2.1.3.1. Macro localización.....	47
6.2.1.3.2. Micro localización	47
6.2.1.3.3. Factores de localización.....	49
6.2.1.3.4. Proceso de producción	49
6.2.1.3.5. Distribución de la planta.....	52
1.2.2. Ingeniería del proyecto.....	52
6.2.2.1. Componente tecnológico	52
1.2.3. Estudio Organizacional y Administrativo	54
6.2.3.1. Filosofía empresarial. Misión.....	54
6.2.3.2. Tipo legal de la sociedad	55
6.2.3.3. Niveles Jerárquicos.....	64
6.2.3.4. Organigramas	64
6.2.3.4.1. Organigrama Estructural.....	64
6.2.3.4.2. Organigrama Funcional.....	65
6.2.3.4.3. Organigrama de Posición.....	65
6.2.3.5. Manual de Funciones.....	66
6.3. Objetivo 3: Evaluar la viabilidad financiera que conlleve a la toma de decisiones sobre la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de panela en bloque y granulada, en la provincia de Zamora Chinchipe, ciudad de Yantzaza..	72
1.3.1. Estudio Económico.....	72
6.3.1.1. Inversión Inicial	72
6.3.1.1.1. Inversión de Activos Fijos	72
6.3.1.1.2. Inversión de activos diferidos.....	76
6.3.1.1.3. Inversión de activos circulantes	77
6.3.1.2. Inversión Total.....	82
6.3.1.3. Depreciaciones	84
6.3.1.4. Costo total	84
6.3.1.5. Estado de pérdidas y ganancias	82
6.3.1.6. Estado de Flujo de caja.	83
1.3.2. Evaluación financiera	83

6.3.2.1.	Valor actual neto	84
6.3.2.2.	Relación beneficio costo	84
6.3.2.3.	Tasa Interna de Retorno	86
6.3.2.4.	Análisis de sensibilidad.....	87
7.	Discusión	89
8.	Conclusiones	91
9.	Recomendaciones.....	91
10.	Bibliografía.....	93
11.	Anexos.....	97

Índice de Tablas

Tabla 1. Nomenclatura y valores aplicables para proyectar la población	19
Tabla 2. Nomenclatura y valores aplicables al tamaño de la muestra	20
Tabla 3. Consumo de panela en bloque	33
Tabla 4. Consumo total de panela en bloque	33
Tabla 5. Consumo de panela granulada	34
Tabla 6. Consumo total de panela granulada	34
Tabla 7. Frecuencia de compra de panela en bloque.....	34
Tabla 8. Frecuencia total de compra de panela en bloque.....	35
Tabla 9. Cantidad de panela en bloque demandada por año	35
Tabla 10. Frecuencia de compra de panela granulada	35
Tabla 11. Frecuencia total de compra de panela granulada	36
Tabla 12. Cantidad de panela granulada demandada por año	36
Tabla 13. Oferta total por año de panela en bloque	37
Tabla 14. Oferta total por año de panela granulada	37
Tabla 15. Tasa de crecimiento	38
Tabla 16. Crecimiento de la industria panelera	38
Tabla 17. Proyección de la panela en bloque	39
Tabla 18. Proyección de la panela granulada.....	39
Tabla 19. Estudio del tipo de mercado al que se enfrenta el proyecto	40
Tabla 20. Presupuesto de la publicidad	42
Tabla 21. Capacidad para producir panela en bloque	43
Tabla 22. Capacidad para producir panela granulada.....	44
Tabla 23.. Capacidad Instalada para la producción de panela en bloque	44
Tabla 24. Capacidad Instalada para producir panela granulada.....	44
Tabla 25. Capacidad Utilizada para la producción de panela en bloque	45
Tabla 26. Capacidad Utilizada para la producción de panela granulada	46
Tabla 27. Proceso sol de la organización	46
Tabla 28. Matriz Ponderada	48
Tabla 29. Proceso para la producción de panela	50
Tabla 30. Maquinaria y herramientas.....	52
Tabla 31. Presupuesto de infraestructura	72
Tabla 32. Presupuesto del terreno	73
Tabla 33. Presupuesto de maquinaria	73
Tabla 34. Presupuesto de vehículo.....	73
Tabla 35. <i>Presupuesto de herramientas</i>	73
Tabla 36. Presupuesto de mobiliario	74

Tabla 37. <i>Presupuesto e equipos de oficina</i>	74
Tabla 38. Presupuesto de equipos de computación.....	75
Tabla 39. Presupuesto de equipos de seguridad	75
Tabla 40. Presupuesto total de Activos fijos necesarios	75
Tabla 41. Presupuesto de gastos de constitución y permisos	76
Tabla 42. Presupuesto de estudios para la ejecución del proyecto	76
Tabla 43. Presupuesto total de Activos Diferidos	77
Tabla 44. Presupuesto de Materia prima directa	77
Tabla 45. Presupuesto de Materia prima indirecta	77
Tabla 46. Presupuesto de Mano de obra directa.....	78
Tabla 47. <i>Presupuesto de Mano de obra indirecta</i>	78
Tabla 48. Presupuesto de Sueldos y salarios.....	79
Tabla 49. <i>Presupuesto del personal de ventas</i>	79
Tabla 50. Presupuesto de insumos de oficina	80
Tabla 51. <i>Presupuesto de insumos de limpieza</i>	80
Tabla 52. Presupuesto de Materiales de trabajo	81
Tabla 53. Presupuesto de Servicios básicos	81
Tabla 54. Presupuesto de publicidad y propaganda.....	81
Tabla 55. <i>Presupuesto de Lubricante y combustible</i>	82
Tabla 56. Presupuesto de Activos circulantes	82
Tabla 57. <i>Presupuesto de inversión inicial</i>	82
Tabla 58. Financiamiento de la microempresa	83
Tabla 59. <i>Depreciación de activos fijos</i>	84
Tabla 60. <i>Estructura de los costos en los que incurrirá la microempresa anualmente</i>	84
Tabla 61. <i>Estructura de los costos en los que incurrirá la microempresa anualmente</i>	85
Tabla 62. Costo total proyectado.....	79
Tabla 63. Presupuesto de ingresos proyectados.....	80
Tabla 64. Balance general de la microempresa.....	81
Tabla 65. Estado de pérdidas y ganancias con proyección para 10 años	82
Tabla 66. Flujo de caja y proyección.....	83
Tabla 67. Valor Actual Neto.....	84
Tabla 68. Relación costo beneficio	85
Tabla 69. Tasa Interna de Retorno con la tasa menor y tasa mayor	86
Tabla 70. Análisis de sensibilidad con incremento de los costos.....	87
Tabla 71. Análisis de sensibilidad con disminución de los ingresos	88
Tabla 72. Ficha metodológica para realizar el estudio de mercado.....	98
Tabla 73. Ficha metodológica para el estudio técnico.....	99

Tabla 74. Ficha metodológica para evaluar la viabilidad financiera.....	100
--	-----

Índice de Figuras

Figura 1. Consumo de panela.....	22
Figura 2. Presentación de la panela	23
Figura 3. Frecuencia de compra de panela en bloque.....	23
Figura 4. Frecuencia de compra de panela granulada.....	24
Figura 5. Cantidad de consumo de panela en bloque mensual.....	24
Figura 6. Cantidad de consumo de panela granulada mensual.....	25
Figura 7. Accesibilidad de precios en el mercado	25
Figura 8. Adquisición del producto.....	26
Figura 9. Razón de compra.....	26
Figura 10. Usos que le da al producto	27
Figura 11. Aceptación de la nueva microempresa	27
Figura 12. Precio a pagar por cada unidad de panela en bloque	28
Figura 13. Precio a pagar por cada funda de panela granulada.....	29
Figura 14. Empaque de la panela.....	29
Figura 15. Promoción	30
Figura 16. Publicidad.....	30
Figura 17. Beneficiarios de la nueva microempresa	31
Figura 18. Población con respecto al consumo de panela.....	32
Figura 19. Aceptación de la nueva microempresa	32
Figura 20. Medios publicitarios	42
Figura 21. Macro localización	47
Figura 22. Micro localización.....	48
Figura 23. Distribución de la microempresa	52

Índice de Anexos

Anexo 1. Certificado de traducción del Abstract.....	97
Anexo 2. Ficha Metodológica.....	98
Anexo 3. Encuesta	101

1. Título

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada en la ciudad de Yantzaza.

2. Resumen

A nivel mundial los productos naturales gozan de gran popularidad debido a los beneficios que aportan a la salud. Entre los emprendimientos destacados en zonas rurales, se encuentra la producción y comercialización de panela. La presente investigación tiene como objetivo general llevar a cabo un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de panela en bloque y granulada en la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe. La meta es instalar una microempresa rentable y que tenga mercado al ofrecer productos de calidad, y así fomentar el consumo de productos locales, brindando a los productores una oportunidad de generar ingresos adicionales a través de la venta de panela en sus diversas presentaciones. Para realizar el estudio se utilizó una metodología mixta, exploratoria descriptiva con eje transversal con la finalidad de recopilar información sobre las preferencias de los habitantes de la ciudad de Yantzaza en relación a productos similares, Entre los resultados, el análisis de mercado, técnico y económico reveló una gran acogida y aceptación hacia la implementación de la microempresa. En cuanto a la Evaluación Financiera el Valor Actual Neto (VAN) es positivo \$ 50.651,70; la Tasa Interna de Retorno (TIR) tiene un porcentaje de 26,50%. La relación beneficio costo, que obtendrá la microempresa es que, por cada dólar invertido se obtiene un beneficio de 0,23 ctvs., y un Análisis de sensibilidad ante el incremento de costos de 0,99% y 0,99% ante la disminución de ingresos, siendo este el punto de quiebre o el límite que el proyecto podría soportar ante algún cambio. Finalmente, una vez que se ha aplicado las herramientas financieras se concluye que la creación de la microempresa es financieramente viable y presenta una oportunidad de negocio rentable.

Palabras claves: edulcorante, empleo, industria, ingresos, tecnología.

Abstract

Natural products are trendy worldwide due to their health benefits. Among the outstanding enterprises in rural areas is the production and commercialization of panela. The general objective of this research is to carry out a feasibility study for the implementation of a microenterprise dedicated to the production and commercialization of block and granulated panela in the city of Yantzaza, province of Zamora Chinchipe. The goal is to install a profitable microenterprise with a market by offering quality products, thus promoting the consumption of local products and providing producers with an opportunity to generate additional income through the sale of panela in its various presentations. To carry out the study, a mixed, exploratory and descriptive methodology was used with a transversal axis in order to gather information on the preferences of the inhabitants of the city of Yantzaza in relation to similar products. Among the results, the market, technical and economic analysis revealed a great acceptance and acceptance towards the implementation of the microenterprise. Regarding the Financial Evaluation, the Net Present Value (NPV) is positive \$ 50.651,70; the Internal Rate of Return (IRR) has a percentage of 26,50%. The benefit-cost ratio is \$ 1,23, which means that for every dollar invested, a benefit of 0,23 ctvs. is obtained, and a sensitivity analysis of 0.99% for the increase in costs and 0.99% for the decrease in income, this being the break point or the limit that the project could withstand in the event of any change. Finally, once the financial tools have been applied, it is concluded that the creation of the microenterprise is financially viable and presents a profitable business opportunity.

Key words: endulcorant, employment, industry, income, technology.

3. Introducción

En la provincia de Zamora Chinchipe, ciudad de Yantzaza, uno de los productos agropecuarios que se cultivan es la caña de azúcar, siendo la materia prima para la elaboración de panela y otros derivados como: la miel, guarapo, melaza, alcohol. En la actualidad es importante ir mejorando la calidad de la panela mediante la aplicación de la tecnología, de manera que se pueda obtener un producto con mejores estándares de calidad, esta actividad también contribuye en la generación de nuevas fuentes de empleo para la ciudadanía, lo cual ayuda a dinamizar la economía del sector y por ende a mejorar la calidad de vida.

Considerando la necesidad de dar un valor agregado a la caña de azúcar y generar fuentes de empleo para los ciudadanos de la ciudad de Yantzaza, surgió la idea de producir y comercializar panela en bloque y granulada. Esto debido a que la panela es un edulcorante 100% natural a diferencia de la azúcar, contiene glucosa, minerales, vitaminas como: el ácido ascórbico y complejo B, lo cual la hace más beneficiosa que el azúcar, a más de todo el suplemento vitamínico que contiene es bueno para la salud. Por otro lado, es necesario tomar en consideración la importancia de realizar estudios de mercado antes de establecer microempresas u empresas, ya que es crucial para tomar decisiones fundamentadas, reducir riesgos, identificar oportunidades y optimizar recursos.

Es por ello que el presente trabajo de investigación titulado “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada en la ciudad de Yantzaza”, para lo cual se planteó como objetivos específicos: a) Determinar la viabilidad comercial y económica, mediante un estudio de mercado que permita identificar las características y necesidades del consumidor; b) Diseñar la función de producción óptima mediante un estudio técnico que optimice los recursos disponibles y necesarios para la producción y comercialización de panela bloque y granulada; c) Evaluar la viabilidad financiera que conlleve a la toma de decisiones sobre la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de panela en bloque y granulada, en la provincia de Zamora Chinchipe, ciudad de Yantzaza.

Todo esto con la finalidad de generar nuevas fuentes de trabajo, así como también buscar alternativas de productos elaborados en la localidad contribuyendo a la ciudadanía yantzacense.

El informe final del trabajo de integración curricular abarca los lineamientos establecidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, que son: un **Título** que describa el tema y el alcance del estudio, un **Resumen** del estudio realizado en español e inglés incluyendo las palabras clave más relevantes, agrando un preámbulo que refleje el desarrollo del estudio, un **Marco Teórico**, en el cual se describe todos los contenidos teóricos relacionados con la investigación, como es la fundamentación

empírica, el marco conceptual, y la base legal, seguidamente se tiene la **Metodología**, en la que se detallan los métodos, técnicas y procedimientos que se utilizaron para llevar a cabo la investigación, de modo que nos permita obtener información verídica y valiosa.

En cuanto a los **Resultados** obtenidos en la realización del estudio de mercado, se encuentran todos los gráficos con su respectivo análisis de las encuestas aplicadas a las familias demandantes de la ciudad de Yantzaza. De la misma manera se encuentra la discusión, la cual consiste en realizar los estudios de los que está compuesto un proyecto de factibilidad.

Dentro del estudio de mercado se realiza un análisis de cómo es la situación actual del mercado que existe de panela, determinando de esa manera la demanda potencial, real y efectiva, así mismo se realiza el respectivo análisis de la oferta con la finalidad de determinar la demanda insatisfecha de modo que se pueda proceder con el desarrollo del plan de comercialización para el producto.

Luego se encuentra el estudio técnico, en el cual se determina el tamaño, la localización, ingeniería del proyecto, la distribución de la planta, las herramientas y maquinarias que serán necesarias para la producción. Seguidamente se puede apreciar el estudio administrativo en el que consta de todos los trámites necesarios que se debe realizar para poder iniciar con las operaciones, del mismo modo todo lo relacionado con los organigramas y los manuales de funciones que contendrá la microempresa.

Finalmente se encuentra el estudio financiero en el que se detalla el presupuesto inicial que será necesario para poner en marcha la microempresa, las fuentes de financiamiento, presupuesto sobre los costos y gastos en los que se incurrirá, los estados financieros, luego se procede a aplicar las herramientas financieras, como es el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio-Costo, Recuperación del capital y el análisis de sensibilidad con la finalidad de poder conocer si es viable la ejecución del proyecto de inversión. **Discusión** en el cual se analiza de forma concreta el antes y después de la ejecución del proyecto.

Para concluir se realiza las **Conclusiones** y **Recomendaciones** que se hacen en relación a la información obtenida, mediante la investigación realizada y por último se detalla la **Bibliografía** de donde se pudo recabar información valiosa, las cuales fueron de utilizadas para el desarrollo del trabajo, para terminar los **Anexos** donde se presentan las herramientas, técnicas complementarias y documentos de soporte de la investigación.

4. Marco Teórico

4.1. Fundamentación empírica

1.1.1. Evidencia Internacional

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), son un componente fundamental del tejido empresarial en América Latina, por su participación en la creación de empleo. La alta contribución al empleo, combinada con la baja contribución a la producción, refleja brechas de productividad mayores, entre unidades productivas de diferente tamaño. La estructura productiva heterogénea y la especialización en producto de bajo valor agregado, que caracterizan a América Latina, influyen de manera decisiva sobre el desempeño de estas empresas y se manifiestan en la brecha de productividad mencionada y en una baja participación en las exportaciones (Dini y Stumpo, 2020).

Existen varias críticas sobre la importancia de las microempresas en la economía, desde un punto de vista economicista, hay quienes manifiestan que las microempresas no son necesarias en la sociedad y en los sistemas productivos. Sin embargo, quienes afirman el apartado anterior, no toman en cuenta que a pesar que las microempresas tienen una baja aportación en el Producto Interno Bruto (PIB), estas participan activamente en la economía y el desarrollo del país a través de la generación de empleo y cuentan con un alto potencial de inserción en el mercado por su característica flexibilidad, así como su capacidad de adaptarse al entorno inmediato (Peñañiel et al., 2019).

1.1.2. Evidencia Regional

La producción de panela es una de las agroindustrias rurales de mayor tradición en América Latina y el Caribe, por ende, la elaboración de este tipo de productos, sin refinar, con sacarosa, glucosa, fructosa, diversos minerales, grasas, compuestos proteicos y vitaminas hacen que la panela sea más rica que el azúcar, desde el punto de vista nutricional. La agroindustria rural (AIR) en la región, por su carácter de encadenamiento y articulación a las cadenas de producción, constituye un elemento clave en las posibilidades de las pequeñas unidades productivas agrícolas para mantener o aumentar su participación en los mercados de una manera más dinámica, sostenible y rentable, mediante la realización de actividades de transformación y agregación de valor de las materias agrícolas (Betancourt, 2019).

Pinta y Pinta (2018), manifiestan que en la actualidad la producción y comercialización de panela representa una de las principales actividades que dinamiza la economía en Colombia, sin embargo, su crecimiento se ha visto estancado y en algunos periodos ha tenido que enfrentar verdaderas crisis por diversas razones que afectan a dicho sector. Por otro lado, la disminución sostenida del consumo per cápita y los bajos precios de comercialización genera que los productores ni siquiera tengan retorno de la inversión que realizan para producir el producto, por ende, no perciben ingresos para sus hogares.

1.1.3. Evidencia Nacional

Los autores Sumba y Satistevan (2018), mencionan que las microempresas son de gran importancia para Ecuador, América Latina y el mundo, por su capacidad de generar fuentes de empleo e ingresos, de ese modo, contribuyen al apartado productivo nacional y dinamizan la economía. En el Ecuador las tres cuartas partes de la población se involucran en la producción de bienes y servicios, en definitiva, incluyen un gran campo laboral en diferentes ámbitos, entre las que se puede mencionar están, las de alimentos, confecciones, cuero y calzado, gráfico, madera, materiales de construcción, hotelería y turismo, servicios profesionales y generales entre otros. Por ende, es necesario tener control de los niveles de producción y de esa manera poder corregir las debilidades para garantizar una mejor participación en el mercado respecto a las demás empresas.

Es importante indicar que cultivar la caña de azúcar para la producción de panela en bloque y granulada contribuye a dinamizar la economía y el desarrollo local de los pequeños y medianos agricultores que tradicionalmente han vivido y viven de la elaboración y comercio de este producto, lo que les permite a estas familias mantener una economía de subsistencia, ya que debido a una inexistente o inadecuada orientación y falta de apoyo por parte del gobierno central y de los Gobiernos Autónomos Descentralizados provincial, cantonales y parroquiales, no les han permitido mejorar y optimizar sus procesos de fabricación y promoción de este producto a nivel local y nacional.

La producción de caña de azúcar en nuestro país es destinada en mayor proporción a los ingenios azucareros para la elaboración de azúcar refinada, así tenemos en la costa, el 93% se la destina a la industria azucarera para la producción de azúcar, mientras que en la región sierra un poco más de la mitad de su producción se la destina a la elaboración de azúcar y otros productos derivados como la azúcar morena y la panela (Navarrete, 2022).

4.2. Fundamentación Conceptual

1.2.1. Microempresa

La microempresa es aquella que posee una plantilla de empleados inferior a otros tipos de empresa, de la misma manera el volumen de facturación es inferior. Sin embargo, es capaz de desarrollar cualquier tipo de actividad ya sea de: producción, comercialización y prestación de servicios (Coll, 2021).

4.2.1.1. Importancia de la microempresa. Es de vital importancia en la sociedad al ser propulsoras de empleo y producción en la sociedad, contribuye a incrementar el ingreso nacional, por eso es necesario apoyarlas a través de políticas públicas apropiadas, que les permitan capacitación permanente en técnicas gerenciales (Sumba, 2018).

1.2.2. Etapas del proyecto de inversión

En el siguiente apartado se va a abordar las etapas necesarias que se deben tomar en consideración en un proyecto de inversión.

4.2.2.1. Estudio de mercado. Baca (2012), menciona que se denomina estudio de mercado a la primera parte de la investigación formal del estudio. Este estudio consta de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda puede obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de fuentes primarias, ya que proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de introducir el producto en el mercado.

El investigador luego de un estudio de mercado bien realizado, podrá palpar o sentir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un producto nuevo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Por otro lado, el estudio de mercado también es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto.

4.2.2.2. Segmentación de mercado. Bustamante et al. (2021), expresan que la segmentación de mercado es esencial para competir en un mercado cada vez más saturado, por ello es necesario llevar a cabo una labor de identificación, valoración y determinación de las estrategias para poder dividir el mercado en piezas y estudiarlo con detenimiento, con el objetivo de acatar las áreas que más convengan, una vez determinada la importancia de cada una de ellas. En otras palabras, la segmentación de mercado no es más que el proceso de reunir a los consumidores en subgrupos de acuerdo a sus características o puntos que tienen en común. Estas características pueden ir desde la edad, ubicación geográfica o ingresos económicos, hasta sus necesidades, deseos, estilo de vida y valores.

4.2.2.2.1. Variables para la segmentación de mercado. Con respecto a las variables de segmentación de mercado existentes se señala las siguientes:

➤ Geográfica: Se trata de dividir el mercado en base a su localización, es decir el lugar donde va a operar la microempresa tomando en cuenta algunas consideraciones como el clima de la zona y la densidad poblacional.

➤ Demográfica: Se basa en la suposición de que los consumidores en el mismo grupo demográfico tendrán necesidades similares.

➤ Psicográfica: Esta variable se basa en agrupar a individuos en base a su estilo o su personalidad, esta segmentación trata sobre estados mentales como las motivaciones intrínsecas, las actitudes, opiniones, valores, modo de vida, intereses y personalidad.

4.2.2.3. Demanda. Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (Charles et al., 2020).

4.2.2.3.1. Demanda potencial. Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en el mercado en determinado tiempo, puede ser expresado en unidades de producción o unidades monetarias.

4.2.2.3.2. Demanda real. Por medio de la demanda real se determina la cantidad de bienes y servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir.

4.2.2.3.3. Demanda efectiva. Se refiere a la disposición que tienen los consumidores de adquirir el producto o servicio, a un determinado precio y cuentan con la capacidad adquisitiva.

4.2.2.3.4. Demanda insatisfecha. Se refiere a que la producción o cantidad de producto ofrecido en el mercado no es suficiente para cubrir con las necesidades de la población.

4.2.2.3.5. Demanda satisfecha. Cuando la cantidad producida es exactamente lo que quiere el mercado para satisfacer una necesidad (Baca, 2012).

4.2.2.4. Oferta. Es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer o poner a disposición del mercado y el precio al que cotizan en el momento presente (García et al., 2019).

4.2.2.5. Análisis de la oferta. Baca (2012), señala que el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios del producto en el mercado, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. En la investigación de campo que se haga se deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en el que se desarrollará el proyecto.

4.2.2.6. Proyección de la oferta. Gamboa (2023), expresa que al igual que en la demanda, aquí es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las tres variables analizadas, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para analizar la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno.

4.2.2.7. Plan de comercialización. Consiste en un plan estratégico que la empresa llevará a cabo, este caso el plan de marketing integrará el plan que se utilizará, esto permitirá alcanzar los objetivos establecidos por la organización.

4.2.2.7.1. Producto. Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que comprenden (empaques, color, precio, calidad, marca, servicios) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) capaces de satisfacer sus necesidades o deseos (Jaramillo, 2020).

4.2.2.7.2. Precio. Es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado en términos monetarios u otros elementos de utilidad, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios que resultan de tener o usar el producto o servicio (Ahuanari, 2022).

4.2.2.7.3. Canal de distribución. Representa cada una de las etapas que componen el recorrido del producto o servicio desde el fabricante hasta el cliente. Es decir, el canal de distribución está constituido por un grupo de personas u organizaciones que facilitan la circulación del producto hasta que llegan los clientes o consumidores (Sumba et al., 2021).

4.2.2.7.4. Promoción. Es una herramienta que busca influir en el comportamiento y las actitudes de las personas a favor del producto o servicio ofrecido, en otras palabras, la promoción sirve para darle fuerza al producto o servicio que se brinda (Solís, 2022).

4.2.2.7.5. Publicidad. Es un conjunto de estrategias de comunicación diseñadas para compartir una solución comercial, con un público o posibles consumidores, mediante recursos visuales, sonoros o textuales. La publicidad busca atraer y captar la atención de las audiencias y convencerlas de adquirir un producto o servicio (Moran et al., 2020).

4.2.2.7.6. Promoción de ventas. Es todo aquello que se utiliza para estimular o fomentar la compra o venta de un producto o servicio mediante incentivos a corto plazo. De esa manera se complementa las acciones de publicidad y se facilita la venta personal (Moran et al., 2020).

4.2.2.8. Estudio Técnico. Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir bienes y servicios que se requieren, además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, maquinaria, materias primas y las instalaciones necesarias para la ejecución de un proyecto de la misma manera los costos de inversión requeridos para la operación y el capital de trabajo necesario (Andrade, 2023).

Este estudio tiene por objetivo proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

4.2.2.8.1. Tamaño óptimo. Es la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica (Rodríguez y Calvo, 2022).

4.2.2.8.2. Capacidad instalada. Es el potencial de producción y volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección puede lograr durante un periodo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos (Gómez, 2022).

4.2.2.8.3. Capacidad utilizada. Se indica y explica el porcentaje de utilización de la capacidad instalada, tomando en cuenta la demanda, disponibilidad de materia prima, mano de obra entre otros (Ramírez et al., 2023).

4.2.2.8.4. Localización. Permite determinar geográficamente el lugar donde se instalará la planta productiva, para ello es necesario analizar ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación, algunos factores están relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

➤ Macro localización: La macro localización tiene relación con la ubicación de la microempresa dentro del mercado, es decir a nivel local, regional, nacional e internacional. Para su representación se puede utilizar mapas geográficos y políticos.

➤ Micro localización: En la micro localización se indica el punto exacto donde se construirán las instalaciones de la microempresa dentro de un mercado local.

1.1.1.1.1 Factores de localización. Se refiere a todos los aspectos que permitirán el normal y adecuado funcionamiento de la microempresa entre los cuales están: medios y costos de transporte, disponibilidad y costo de la mano de obra idónea y cercanía de las fuentes de abastecimiento de materia prima.

4.2.2.9. Ingeniería del proyecto. Determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en las que puedan combinarse los factores productivos, identificando los costos y los ingresos de operación asociados a cada una de las alternativas de producción, mediante la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital. De la selección del proceso productivo óptimo se derivarán las necesidades de equipos de oficina y maquinaria; la determinación de su disposición en planta y del estudio de los requerimientos del personal que los operen, así como la movilidad, podrían definirse las necesidades de espacio y de obras físicas.

4.2.2.9.1. Distribución de planta. Es el fundamento de la industria donde se determina la eficiencia y supervivencia de una empresa independientemente de la actividad que se dedique, en definitiva, la distribución adecuada de la planta productiva implica una ordenación física de elementos, la cual incluye los espacios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores, actividades, servicios, incluido el mantenimiento (Euroinova Business School, 2022).

4.2.2.9.2. Proceso de producción. Se refiere a la transformación de una serie de insumos en productos de consumo mediante la participación de una tecnología (combinación óptima de maquinaria y procedimientos de operación entre otros). También se define como un conjunto de operaciones unitarias aplicadas a la transformación de materias primas en productos aptos para el consumo (Sapag et al., 2008).

4.2.2.10. Estudio Administrativo Organizacional. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que define el rumbo y las acciones que se debe realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, de la misma manera se definen otras herramientas importantes como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir con la alineación del logro de las metas planteadas. Por último, muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones. (López et al., 2018).

4.2.2.10.1. Base Legal. Los requisitos necesarios que se debe cumplir para la libre operación de una microempresa, difieren, según el tipo de compañía. Básicamente se considera el nombre, la solicitud de aprobación, número mínimo y máximo de socios, el capital mínimo para el inicio de sus funciones, el objeto social, origen de la inversión entre otros aspectos importantes para la constitución de la microempresa.

4.2.2.10.2. Acta constitutiva. Es un documento obligatorio que da constancia y legalidad a la constitución de una sociedad al momento de crear una empresa, por ende, es un componente de suma importancia para la gerencia de proyectos, en especial en las fases de inicio y planificación.

4.2.2.10.3. Razón social o denominación. Es el nombre oficial con el que opera la microempresa, el cual se emplea para usos formales, jurídicos y administrativos.

4.2.2.10.4. Domicilio. Se deberá indicar de manera clara la dirección donde se ubicará la microempresa en el caso de que los clientes o alguna persona en el plano jurídico lo requieran.

4.2.2.10.5. Objeto de la sociedad. Se refiere a la actividad que la sociedad constituye que va a realizar ya sea producir o comercializar bienes o servicios, lo cual tiene que estar bien definido, adicional a eso se debe indicar el sector en el que se desarrollará la actividad.

4.2.2.10.6. Tiempo de duración de la sociedad. Toda sociedad que se dedique a una actividad comercial tiene un tiempo de vida, para la cual se planifica y sobre todo se evalúa, para poder medir los resultados obtenidos frente a los esperados en el transcurso de su funcionamiento, estos resultados permitirán indicar que tiempo o plazo operará la organización.

4.2.2.10.7. Administradores. Personas que se ocupan de realizar la tarea administrativa por medio de la planificación, organización, dirección y control adecuado de todas las tareas dentro de un grupo social o de una organización para lograr los objetivos mediante el uso eficiente de los recursos (Quiroa, 2020).

4.2.2.10.8. Organigramas. Consiste en recuadros que representan los puestos de una organización y los niveles jerárquicos mediante líneas, canales de autoridad y

responsabilidad. Una vez que se tiene un organigrama se deben definir los puestos que existirán con la ejecución del proyecto.

4.2.2.10.9. Proceso organizativo. Se refiere a la secuencia de tareas, es decir un proceso racional que comprende cuatro etapas fundamentales:

- Identificación y clasificación de las actividades a realizar
- Agrupamiento de las actividades de acuerdo a los objetivos planteados.
- Definición de los niveles organizacionales y las relaciones de autoridad y responsabilidad.
- Determinación de flujos de coordinación horizontal y vertical (Campoverde, 2018).

4.2.2.10.10. Manual de organización y función. Documento en el que consten detalladamente las funciones precisas de lo que debe realizarse en cada área de trabajo dentro de la organización.

4.2.2.10.11. Presupuestos de operación. Es una herramienta de planificación y control muy utilizada en las empresas por los cantadores, directores financieros y gerentes, es ideal para tomar decisiones en función de los diferentes escenarios que se puedan dar. Además, permite identificar oportunidades de mejora en determinadas partidas de gastos, su objetivo es facilitar la realización de las operaciones de la empresa, para cumplir con su finalidad, este debe tener en cuenta todos los ingresos y gastos necesarios para que la empresa pueda llevar a cabo su actividad productiva o comercial (Ramón, 2023).

4.2.2.11. Evaluación Financiera. Es aquella que se encarga de medirla rentabilidad de un proyecto mediante un análisis que permite identificar, medir y valorar la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad obtenida por la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., con la finalidad determinar con exactitud la rentabilidad y tomar una decisión si es conveniente invertir o no en el proyecto.

4.2.2.11.1. Valor actual neto (VAN). Santaella (2023), enfatiza que el valor actual neto es una herramienta financiera que se utiliza para evaluar proyectos de inversión comparando el valor actual de los flujos de caja futuros con la inversión inicial.

Para calcular el valor actual neto se puede utilizar la siguiente ecuación:

$$VAN = \sum \text{flujos_actualizados} - \text{inversión}$$

- Si el VAN es > a 0, se acepta el proyecto, ya que significa que generará utilidad o beneficios.
- Si el VAN es = a 0, la inversión queda a criterio del inversionista, ya que no generará pérdidas, ni beneficios, es decir la empresa durante su vida útil mantiene el valor de las inversiones en términos de valor adquisitivo.
- Si el VAN es < que 0, se rechaza el proyecto, ya que solo generará pérdidas.

4.2.2.11.2. Tasa interna de retorno (TIR). Es un indicador de rentabilidad de proyectos o inversiones, de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad, el cálculo de esta tasa de rentabilidad facilita la toma de decisiones sobre la inversión a realizar.

La tasa interna de retorno puede calcularse aplicando la siguiente ecuación:

$$TIR = \sum_{t=0}^n \frac{F_n}{(1+i)^n} = 0$$

En donde:

F_n = Flujo de caja en el período n.

n = número de períodos.

I = valor de la inversión inicial.

- Si la TIR es $>$ a 0, se acepta el proyecto, ya que su rentabilidad es mayor que la rentabilidad mínima requerida o coste de oportunidad, es decir, se ganaría utilidades.
- Si la TIR es $=$ a 0, en este caso la inversión queda a criterio del inversionista, ya que en este caso ni se gana ni se pierde.
- Si la TIR es $<$ a 0 se rechaza el proyecto, puesto que en este caso el proyecto da una rentabilidad menor a la rentabilidad mínima requerida (Ramón, 2021).

4.2.2.11.3. Relación beneficio – costo. Esta relación ayuda a determinar la viabilidad del proyecto porque con esta relación se puede identificar si el beneficio obtenido es mayor al costo o viceversa. Sin embargo, el uso de este método no siempre aplica para todos los proyectos debido a que solo se podría implementar en forma cuantitativa más no en forma cualitativa, ya que es posible determinar la relación beneficio/costo (B/C) (Macneil, 2022).

Para calcular la relación costo – beneficio se utiliza la siguiente fórmula:

$$RB/C = \frac{\sum \text{Ingresos_actualizados}}{\sum \text{costos_actualizados}}$$

- Si la relación beneficio – costo es mayor 1, indica que los beneficios superan a los costos, es decir, el proyecto es rentable.
- Si la relación beneficio – costo es igual a 1, indica que el proyecto es indiferente, ya que aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costos.
- Si la relación beneficio – costo es menor que 1, muestra que los costos son mayores que los beneficios, es decir el proyecto no es rentable.

4.2.2.11.4. Periodo de recuperación del capital. Herrera (2020), indica que el período de recuperación de capital permite determinar el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultado que se compara con el número de períodos aceptables por la empresa.

$$PRC = \text{Año anterior a cubrir la inversión} + \frac{\text{Suma de flujos que supere la inversión} - \text{Inversión}}{\text{Flujo neto año que supere la inversión}}$$

4.2.2.11.5. Análisis de sensibilidad. Pujota y Flores (2021), denominan al análisis de sensibilidad como el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto afecta a la tasa interna de retorno (TIR), es decir, que tan sensible es la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto.

Para calcular la sensibilidad que podrá soportar el proyecto tenemos dos fórmulas la primera con incremento de los costos y la segunda con la disminución de los ingresos las cuales se expresan de la siguiente manera:

$$NTIR = tm + Dt * \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = tm + Dt * \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

Los criterios de decisión basados en el análisis de sensibilidad son los siguientes:

- Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, ante cambios que se puedan originar, estos reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, esto quiere decir que los cambios que surjan no afectan a la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay ningún efecto sobre el proyecto.

5. Metodología

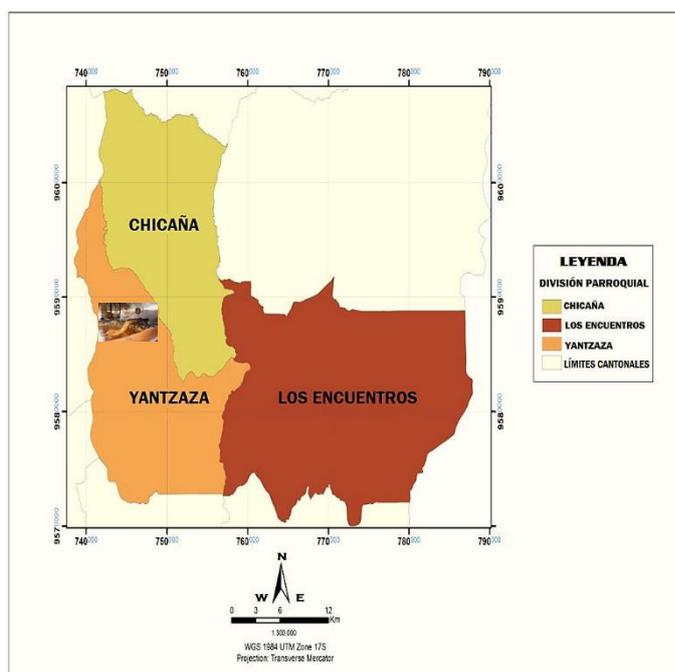
La metodología abarca todo lo relacionado a métodos, técnicas y procedimientos que se utilizan para llevar a cabo una investigación. Es decir, es la forma en que se planifica, organiza y ejecuta un trabajo investigativo, con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos de manera sistemática y eficiente.

5.1. Área de investigación

La investigación se desarrolló en la Ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, y estuvo dirigida a todos los ciudadanos. Se recolectaron datos y se utilizó una muestra estratificada para llegar a las respectivas conclusiones.

Figura 1

Cantón Yantzaza de la provincia de Zamora Chinchipe



Nota. Obtenida de Google: <https://n9.cl/89hmp>

5.2. Enfoque de investigación

Surge como consecuencia de la necesidad de afrontar la complejidad de los problemas de investigación planteados en todas las ciencias y de enfocarlos de una manera holística. Aquí el investigador utiliza técnicas de los enfoques cuantitativos y cualitativos. Para Hernández et al. (2010), la investigación mixta no tiene como meta reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

La investigación se sustentó en un enfoque mixto (cuantitativo y cualitativo) con el fin de cumplir los objetivos de la investigación. Se inició con la recolección de información mediante la aplicación de encuestas, las cuales permitieron profundizar en la comprensión de resultados y obtener información valiosa. Este enfoque ayudó a realizar conclusiones más

sólidas y fundamentadas con respecto al trabajo de investigación realizado.

5.3. Alcance y tipo de investigación

El tipo de estudio exploratorio se caracteriza por ser más flexible en su metodología en comparación con otros estudios descriptivos o explicativos, y son más amplios y dispersos. Asimismo, implican mayor riesgo y se requiere de gran paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador.

El tipo de estudio para la presente investigación fue exploratorio ya que se evaluó la viabilidad financiera para la creación de una microempresa en la ciudad de Yantzaza. Así mismo fue descriptiva, puesto que permitió describir las propiedades más importantes sobre las preferencias de los habitantes de la ciudad de Yantzaza.

5.4. Método de investigación

Los métodos de investigación se los puede definir como un conjunto de procedimientos ordenados que permiten orientar la agudeza de la mente para descubrir y explicar una verdad, así mismo se relaciona con las estrategias y procesos utilizados en la recolección de datos o de evidencias para el análisis de la información recolectada (Aguilera, 2023).

1.4.1. Método deductivo

Es un proceso para la obtención de conocimiento que consiste en la elaboración de hipótesis a partir de teorías existentes, este método va de lo general a lo particular, se utiliza el razonamiento descendente, se lo puede emplear de dos maneras directa e indirecta (Narváez, 2022).

Este método permite evaluar de manera rigurosa y sistemática los diferentes aspectos que influyen en la viabilidad de un proyecto, de modo que se pueden identificar posibles obstáculos, riesgos y oportunidades que ayudarán a tomar decisiones informadas y fundamentadas. Este método fue utilizado para organizar y analizar la información de manera lógica y coherente, lo que permite evaluar con mayor precisión si el proyecto es viable o no.

1.4.2. Método inductivo

Para Rivas (2019), este método consiste en la generalización de hechos, prácticas, situaciones y costumbres observadas a partir de casos particulares. Tiene la ventaja de impulsar al investigador y ponerlo en contacto con el objeto de investigación.

El método inductivo es una herramienta valiosa en la investigación de mercado, ya que permite obtener información relevante a partir de la observación y análisis de los datos recopilados. En este caso, se utilizó este método para identificar las preferencias de los consumidores en cuanto a la adquisición de productos similares.

1.4.3. Método analítico – sintético

Se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad, el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades en múltiples relaciones, propiedades y componentes, permite

estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad (Rodríguez y Pérez, 2017).

El método analítico ayudó a encontrar evidencia sobre estudios de factibilidad realizados anteriormente que fueron de gran importancia para relacionarlos con el estudio que se realizó para la creación de una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada. Mientras que el método sintético permitió realizar una recopilación de información breve y ordenada de forma resumida con el fin de comprender de manera clara todo lo relacionado al estudio de factibilidad.

5.5. Diseño de la investigación

En la investigación se aplicó el diseño transversal, debido a la manipulación de variables y la recolección de datos mediante la aplicación de encuestas a los habitantes de la ciudad de Yantzaza para poder determinar estrategias.

5.6. Técnicas de investigación

1.6.1. Encuestas

Se aplicó las encuestas a los habitantes de la ciudad de Yantzaza, económicamente activos, para lo cual se aplicó un cierto número de encuestas de manera presencial y digital mediante la aplicación Google forms.

1.6.2. Entrevistas

Este método fue aplicado para las personas que ofertan el mismo producto que se propone en este proyecto, para aplicar esta técnica, se les solicitó la colaboración a las personas que se dedican a la producción y comercialización de panela, donde se aplicó unas preguntas relacionadas con el tipo de actividad a la que se dedican, las respuestas obtenidas en la entrevista fueron analizadas.

1.6.3. Observación

Para la aplicación de esta de técnica se investigó a los competidores que en la actualidad se dedican a la producción y comercialización del producto, con la finalidad de conocer el proceso de producción que ellos realizan, así mismo las consideraciones que se debe tomar en cuenta, para seleccionar el producto de manera correcta ya sea para la elaboración de la panela en bloque o granulada, de la misma manera otros aspectos relacionados con el precio y las promociones que brindan entre otros.

1.6.4. Técnicas de recolección de datos

La técnica con la que se realizó la recolección de datos fue mediante la aplicación de encuestas, esto debido a que para realizar un estudio de factibilidad se necesita información actual, de modo que la utilización de esta técnica permitirá obtener datos actuales, esto ayudó a tener una idea clara sobre los requerimientos del mercado.

1.6.5. Técnicas bibliográficas

Para la elaboración del proyecto de investigación se utilizó fuentes secundarias de información la cual permitió realizar una revisión bibliográfica coherente, ordenada de la evidencia empírica encontrada y los principales conceptos.

1.6.6. Técnicas estadísticas

Esta técnica permitió manipular y analizar los datos recolectados mediante la aplicación de encuestas hasta transformarlos en información útil, para el proyecto mediante la aplicación de la estadística descriptiva.

5.7. Recursos y materiales

Bases de datos con información estadística financiera obtenida de portales web, repositorios universitarios, bases de datos científicas como Google académico, recursos electrónicos los cuales fueron utilizados para recolectar, analizar y procesar datos necesarios para el cumplimiento de la investigación y recursos de oficina.

5.8. Población y muestra

La población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos) que participan en el fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema. La población tiene la característica de ser estudiada, medida y cuantificada.

Para Tamayo (2006), la muestra es el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de diferentes caracteres en totalidad de una población universo, o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada

Para el presente trabajo de investigación la población de estudio fue, todos los habitantes de la ciudad de Yantzaza, la cual según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) en el censo realizado en el año 2010, cuenta con una población de 9.199 habitantes. Dado que esta cifra no es actual, se realizó una proyección, con la finalidad de obtener el número de habitantes de la ciudad para el año 2023, utilizando la siguiente fórmula:

$$P_f = P_a(1 + i)^n$$

En donde:

Tabla 1

Nomenclatura y valores aplicables para proyectar la población

Nomenclatura	Interpretación	Valor
P_f	Población futura	-
P_a	Población actual	9.199
1	Constante	1
i	Tasa de crecimiento	2,77%
n	Años proyectados	13

Nota. Esta tabla muestra la interpretación y valor de las variables de la fórmula utilizada.

A continuación, se procedió a reemplazar los datos en la fórmula planeada con la finalidad de obtener datos de la población de la ciudad de Yantzaza en el año 2023.

$$P_f = P_a(1 + i)^n$$

$$P_f = 9.199(1 + 2,77\%)^{13}$$

$$P_f = 13.122 \text{ habitantes}$$

Para realizar la proyección se tomará en consideración la tasa del crecimiento del cantón que es de 2,77%, dato que fue obtenido del INEC, con la finalidad de poder obtener la población para el 2023. Luego de haber realizado la proyección correspondiente de la población de la ciudad de Yantzaza, se obtuvo como resultado que para el año 2023, tendrá 13.122 habitantes, siendo esta la población objeto de estudio, seguidamente se procedió a calcular la muestra, aplicando la siguiente fórmula:

En donde:

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

Tabla 2
Nomenclatura y valores aplicables al tamaño de la muestra

Nomenclatura	Interpretación	Valor
N	Tamaño de la población	-
Z	Nivel de confianza (95%)	1,96
P	Probabilidad de éxito, o proporción esperada	0,50
Q	Probabilidad de fracaso	0,50
D	Error máximo admisible	0,05
n	Tamaño de muestra	-

Nota. Esta tabla muestra la interpretación y valor de las variables de la fórmula utilizada.

De esta manera se reemplaza los valores en la fórmula planteada para obtener la muestra del número de habitantes a los que se les aplicó la encuesta para obtener con la finalidad de obtener información pertinente.

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

$$n = \frac{1,96^2 * 0,50 * 0,50 * 13.122}{0,05^2 * (13.122 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = 373 \text{ encuestas}$$

El resultado obtenido después de haber reemplazado datos en la fórmula antes planteada arroja que el tamaño de la muestra es de 373 personas, siendo el número de encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Yantzaza.

5.9. Procesamiento y análisis de datos

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados primeramente se inició con la elaboración del instrumento de recolección de información, en este caso la encuesta, seguidamente se procedió a la aplicación de la misma a las familias de la ciudad de Yantzaza, luego de haber recolectado la información requerida, se continuó con el respectivo análisis de cada una de las preguntas planteadas en la encuesta, esto ayudó a conocer los gustos y preferencias de las familias de la ciudad a más de eso, la información recabada fue utilizada para el estudio de mercado, eso como parte inicial para un estudio de factibilidad. De la misma manera se realizó el estudio técnico esto con la finalidad de conocer todo lo relacionado a los costos y gastos en los que va a incurrir la microempresa, partiendo de la elaboración de un presupuesto en lo que respecta a la adquisición de activos fijos, activos diferidos, activos circulantes, a más de eso todo lo relacionado con los sueldos y salarios que se estima pagarles a cada uno de las personas que colaboren en la microempresa, adicionalmente los gastos de constitución con los que se debe cumplir para poder iniciar con las operaciones.

Para el cumplimiento del tercer objetivo, el cual consistió en evaluar la viabilidad financiera de la microempresa, con el propósito de conocer si es viable la creación de la misma, para lo cual se realizó las proyecciones correspondientes en cuanto al presupuesto de ingresos todo con una proyección a largo plazo, es decir para 10 años, luego se procede a tomar en consideración lo que son los costos fijos y variables con el propósito de poder conocer el punto de equilibrio de la microempresa todo esto con la finalidad saber cuánto es la cantidad de panela que deberá producir y los ingresos que debe generar para que no se generen pérdidas, seguidamente se continúa con la elaboración del estado de pérdidas y ganancias, flujo de caja. Para proceder con la evaluación financiera se debe obtener la tasa de descuento la cual consiste, en el porcentaje que se utilizó, para iniciar con el cálculo del Valor Actual Neto, Relación beneficio-costos, periodo de recuperación de capital. Finalmente se obtiene la Tasa Interna de Retorno y el análisis de sensibilidad una vez realizado el cálculo de todas las herramientas financieras antes mencionadas se puede dar por terminado un estudio de factibilidad y por ende conocer si la implementación de la microempresa es viable para el mercado al que va a estar dirigida.

6. Resultados

Para obtener los datos se elaboró una encuesta, seguidamente se procedió a validar la encuesta, esto mediante la aprobación por parte del experto asignado para el desarrollo del presente trabajo de investigación, contribuyendo con sus conocimientos en el área a tratar.

En base a la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Yantzaza en el presente apartado se emiten los resultados obtenidos de la investigación, de acuerdo con los objetivos planteados, en este caso la encuesta refiere a los resultados presentados, los cuales ayudaron a determinar el estudio de mercado y de esa manera dar cumplimiento al objetivo 1

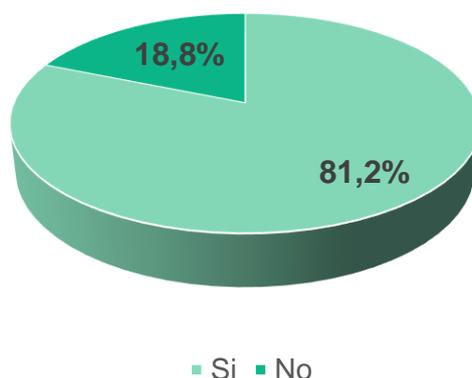
6.1. Objetivo 1: Determinar la viabilidad comercial y económica, mediante un estudio de mercado que permita identificar las características y necesidades del consumidor.

1.1.1. Resultados de las encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Yantzaza.

Es importante conocer los beneficios de la panela, puesto que el consumo de este producto ayuda a prevenir las caries y fortalecer nuestros huesos, a más de eso es un edulcorante natural que se lo obtiene directamente de la caña de azúcar, es por eso que se puede evidenciar en la figura 1, que el 81,4% menciona que, si consumen panela, esta información es interesante debido a que ayuda a tener un panorama claro sobre la acogida que tiene el producto en el mercado.

Figura 1

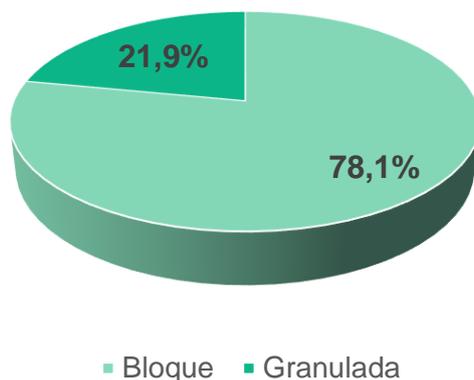
Consumo de panela



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

La figura muestra la presentación en la que más adquieren la panela las familias de Yantzaza, de acuerdo con la información recolectada se deduce que el 78,1% de las familias adquieren panela en bloque, esto debido a que es más seguro y sencillo conservarla, sea en lugares húmedos o secos y no pierde su consistencia y sabor y el 21,9% adquiere panela granulada.

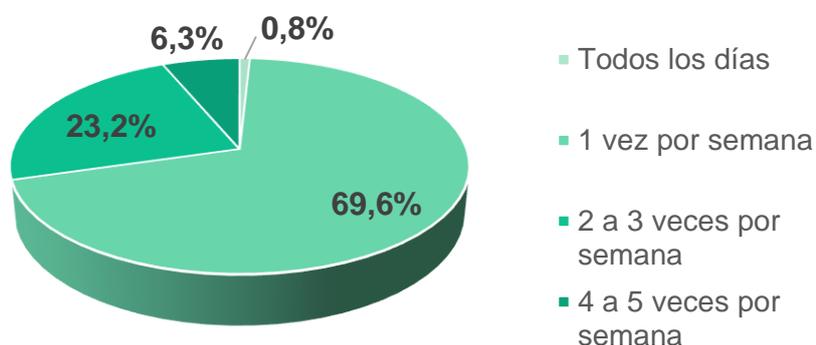
Figura 2
Presentación de la panela



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

La figura 3 muestra la información recolectada, mediante la cual se pudo evidenciar que el 69,6% de las familias de la ciudad de Yantzaza, compran panela en bloque 1 vez por semana, esto debido a que este producto es 100% natural, por ende se conserva todos los beneficios de la caña de azúcar, a más de eso hoy en día las personas han decidido cambiar sus hábitos de consumo e inclinarse por algo más natural, es decir edulcorantes sin refinar, pues como se conoce en la actualidad lo endulzantes refinados están originando repercusiones en la salud.

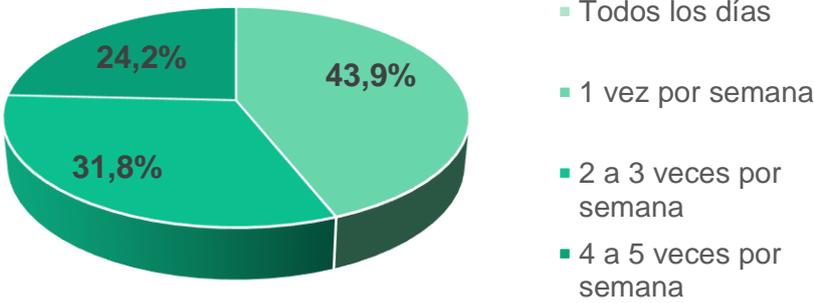
Figura 3
Frecuencia de compra de panela en bloque



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

La figura 4 presenta los datos recopilados sobre la panela granulada, revelando que el 43,9% de las familias de la ciudad de Yantzaza, manifiesta que compra el producto de 1 vez por semana, se asume que esto se debe a que la panela granulada puede ser utilizada como sustituto del azúcar, ya que se disuelve de manera similar, por ende, permite preparar bebidas al instante.

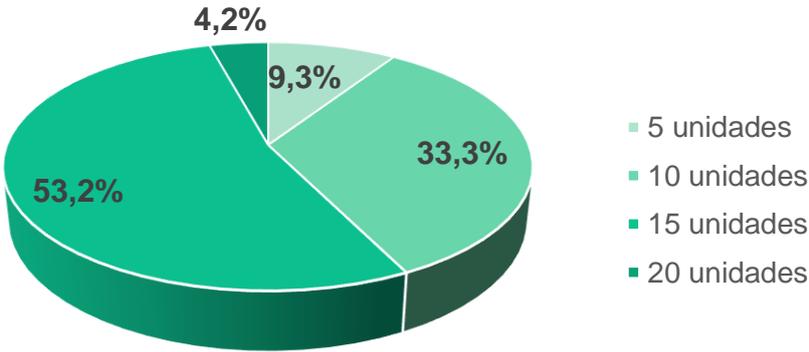
Figura 4
Frecuencia de compra de panela granulada



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

En la figura 5 se observa el consumo de panela de las familias de la ciudad de Yantzaza. Se resalta que el 53,2% de las familias indicó consumir 15 unidades de panela al mes, esto se debe a que el nivel de consumo puede estar relacionado con el tamaño de la panela, ya que, al ser grande, el producto tiene mayor duración y, por lo tanto, genera un mayor rendimiento. Además, es importante tener en cuenta el número de integrantes de cada familia, ya que esto puede influir en la cantidad de consumo.

Figura 5
Cantidad de consumo de panela en bloque mensual

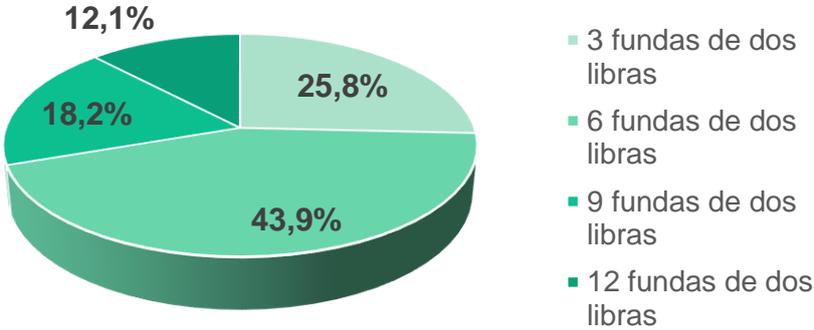


Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

En la figura 6, se muestra la cantidad de consumo mensual de panela granulada de las familias de la ciudad de Yantzaza, destacando que el 43,9% menciona consumir 6 fundas de dos libras, lo que equivale a 12 libras al mes. Esto se atribuye al hecho de que una pequeña cantidad de panela es suficiente para endulzar una bebida. Por otro lado, se considera que el consumo de panela también está influenciado por el número de integrantes de cada familia y

sus hábitos de consumo. Por ende, se asume que el 12,1% de las familias manifestó que consume 12 fundas al mes, lo que indica un mayor consumo debido al uso del producto en diversas preparaciones.

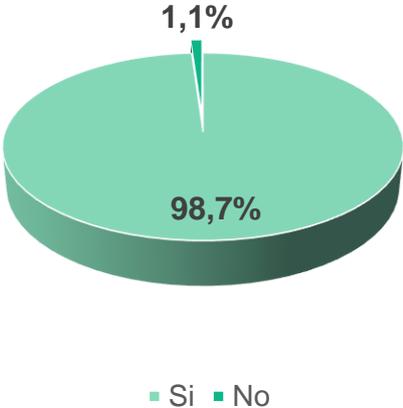
Figura 6
Cantidad de consumo de panela granulada mensual



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

En base de la información recolectada se puede mostrar en la figura 7, que las familias consideran que los precios establecidos en el mercado para adquirir el producto son accesibles, lo que significa que todo el público en general puede acceder al producto, ya que cuenta con un precio módico el cual está al alcance del bolsillo de las personas, esto es bueno debido a que aparte de ser accesible es muy bueno para la salud por su aporte de nutrientes que son necesarios para el organismo.

Figura 7
Accesibilidad de precios en el mercado

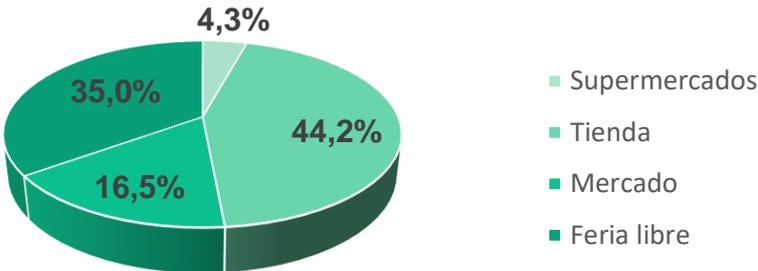


Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

En relación al lugar de compra de la panela, la figura 8 muestra que el 44,2% de las familias adquieren el producto en tiendas, esto se debe a que las tiendas brindan sus servicios

todos los días, lo que permite a las familias comprar panela en el momento que deseen, a más de eso pueden acceder a varios productos que consideren necesarios. Por otro lado, se destaca un porcentaje significativo del 35,0% que menciona comprar la panela en la feria libre, este tipo de elección se debe a que en este tipo de lugares la panela tiende a ser más económica, de la misma manera se puede encontrar productos para el hogar como: productos de primera necesidad, frutas y verduras. Sin embargo, una limitante de las ferias libres es que solo se realizan los fines de semana. Es decir, la elección del lugar de compra de la panela está influenciada por la disponibilidad y conveniencia del lugar.

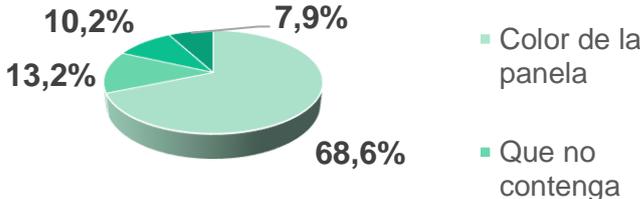
Figura 8
Adquisición del producto



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

En la figura 9 se puede evidenciar que la mayor parte de las familias con un 68,6% respondieron que, al momento de comprar la panela toman en cuenta mucho el aspecto y tonalidad del color, esto tiene mucho que ver con algunas opiniones vertidas por parte de las familias de la ciudad de Yantzaza las cuales manifestaron que mientras más clara es la tonalidad de la panela existe la posibilidad, de que posea algún clarificante químico, lo cual es perjudicial para la salud. Por otro lado, mientras más oscuro sea el color significa que no posee ningún tipo de clarificante, este aspecto es importante y se debe considerar al momento de producir la panela ya que hoy en día las personas están optando por productos más naturales.

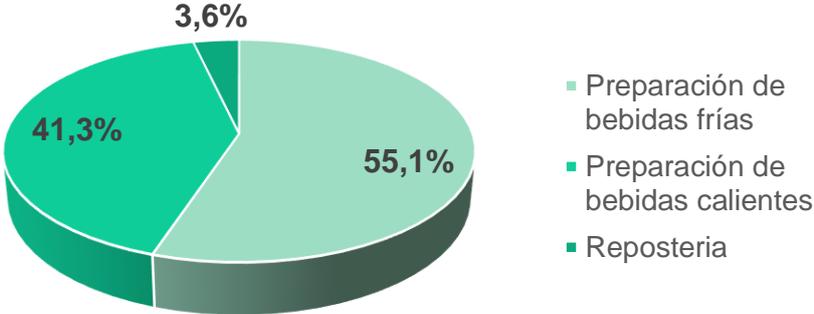
Figura 9
Razón de compra



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

En la figura 10 se puede apreciar el principal uso que le dan a la panela las familias de la ciudad de Yantzaza, se evidencia que el mayor uso que le dan al producto es en la preparación de bebidas frías, representando un 55,1% de las respuestas. Esto se debe a que la panela puede ser utilizada como sustituto de otros endulzantes en diversas presentaciones. De esta manera la panela es versátil y puede ser empleada en la elaboración de bebidas tanto frías como calientes, ya que aporta un sabor, color y textura agradable.

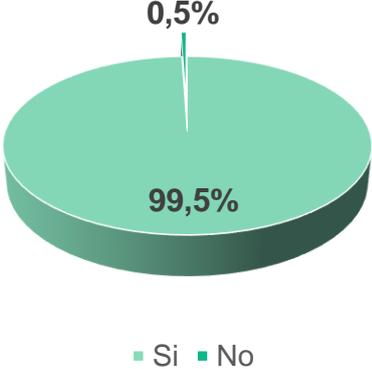
Figura 10
Usos que le da al producto



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

Es importante conocer si la nueva unidad de productiva de panela tendrá acogida por parte de los consumidores, es por eso que la figura 11 muestra, que de la información recolectada el 99,7% de las familias menciona que si compraría los productos que la nueva entidad va a brindar a la ciudadanía en general, esto ayuda a tener una idea clara de la aceptación que se tendrá en el mercado.

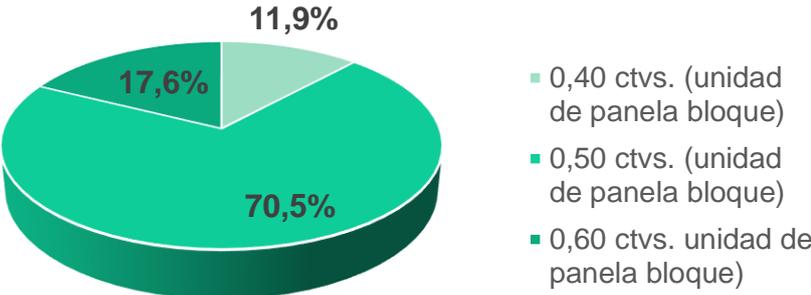
Figura 11
Aceptación de la nueva microempresa



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

Es relevante conocer el valor que las familias de la ciudad de Yantzaza estarían dispuestas a pagar por cada unidad de panela en bloque. En este sentido, la figura 12 muestra que el 70,5% de las familias considera un precio adecuado de 0,50 ctvs., por cada unidad de panela, Así mismo, el 17,6% estaría dispuesto a pagar 0,60 ctvs., mientras que el 11,9% indicó que pagaría 0,40 ctvs. En base en esta información se puede deducir que el precio óptimo para la panela en bloque sería de 0,50 ctvs., tomando en consideración los costos asociados a la producción. Este precio es respaldado por la alta aceptación que tendría en el mercado, considerando la preferencia de la mayoría de las familias.

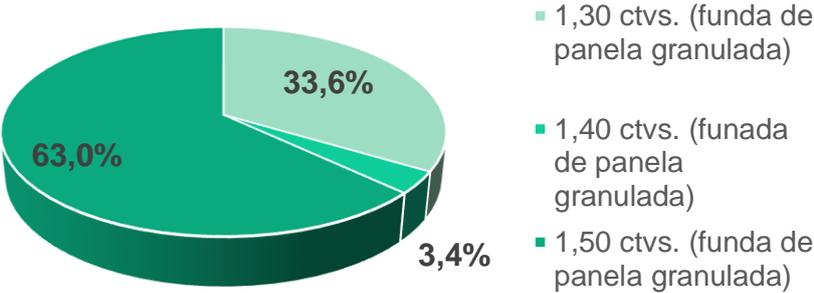
Figura 12
Precio a pagar por cada unidad de panela en bloque



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

La figura 13 muestra que el 63,0% de las familias de la ciudad de Yantzaza, consideran que 1,50 ctvs., sería un precio adecuado para adquirir cada funda de panela granulada, el 33,6% estarían dispuestos a pagar 1,30 ctvs., y el 3,4% pagarían 1,40 ctvs. En base a estos resultados, se concluye que el precio que tendría mejor aceptación en el mercado, de acuerdo con las respuestas obtenidas en la encuesta, es de 1,50 ctvs. Esto se debe a que es el precio que la mayoría de las familias considera adecuado y estaría dispuesta a pagar. Además, se menciona que esta cantidad está al alcance del bolsillo de las familias de la ciudad de Yantzaza.

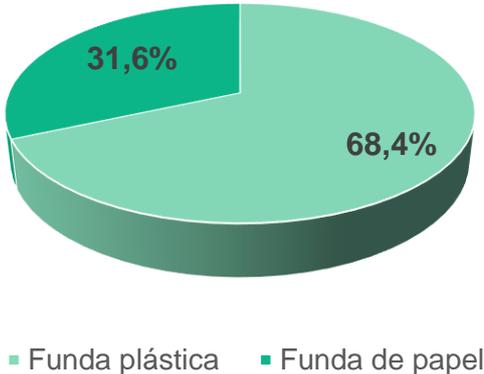
Figura 13
Precio a pagar por cada funda de panela granulada



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

Es muy importante conocer en qué tipo de empaque prefieren obtener el producto las familias de Yantzaza, es por eso que en la figura 14 se puede apreciar que el 68,4% respondieron que les gustaría conseguir el producto en una funda plástica, debido a que mediante este tipo de empaque se puede observar la tonalidad de la panela, a más de eso es seguro al momento de movilizar el producto, mientras que el 31,6% menciona que les gustaría que el empaque sea en una funda de papel.

Figura 14
Empaque de la panela

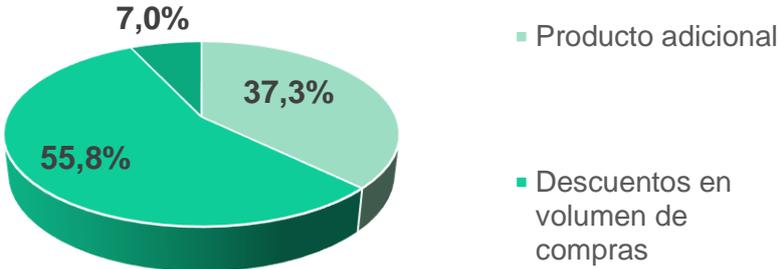


Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

Los valores más representativos que se puede apreciar en la figura 15 es que el 55,4% de las familias mencionan, que la promoción que les gustaría recibir sería, descuentos en volumen de compras, mientras que el 37,6% considera que la promoción podría ser brindar un producto adicional de acuerdo al monto o cantidad de compra, y el 7,0% les gustaría recibir gorras o camisetas con el logotipo de la microempresa, brindar promociones en una entidad es bueno, ya que ayuda a captar clientes y por ende aumentan las ventas, este caso si la

microempresa decide brindar algún tipo de promoción a sus clientes por sus compras, según la información obtenida lo más óptimo es brindarles un descuento en volumen de compras.

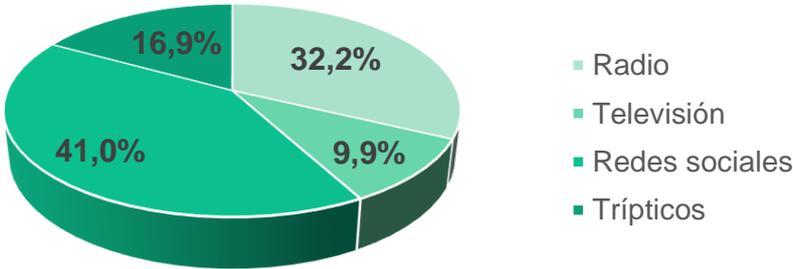
Figura 15
Promoción



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

Todos los medios publicitarios son válidos a la hora de realizar publicidad para dar a conocer nuevos establecimientos que brinden algún producto o servicio en el mercado, en este caso se toma en consideración la opinión de las familias de la ciudad de Yantzaza, en la figura 16 se puede evidenciar que el 40,5% menciona que les gustaría enterarse de los productos que ofrece la microempresa mediante las redes sociales, debido a que hoy en día la sociedad en general hace uso de este medio para mantenerse en contacto con las demás personas. Así mismo el 32,4% manifiestan que les gustaría enterarse por medio de la radio ya que este les permite estar todo el tiempo comunicados.

Figura 16
Publicidad

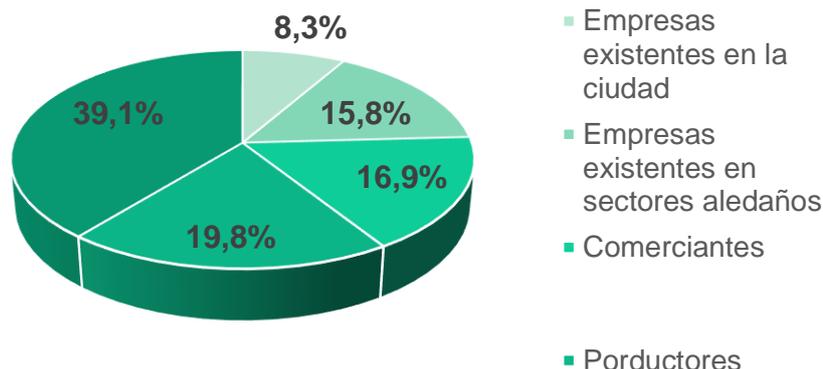


Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

En la figura 17 se puede apreciar que las familias de la ciudad de Yantzaza consideran que los posibles beneficiarios de la creación de la nueva microempresa, es el público en general con el 38,6%, seguido de un 20,0% que mencionan que los que se benefician son las personas que se dedican a la producción, de modo que les ayuda a mejorar la economía de sus familias.

Figura 17

Beneficiarios de la nueva microempresa



Nota. Información de las familias de Yantzaza sobre el consumo de panela.

1.1.2. Estudio de mercado

Es un proceso organizado que implica la recopilación y análisis de datos e información relacionada con los clientes, competidores y el mercado en general. Este estudio tiene múltiples usos, como ayudar a la creación de un plan de negocios, el lanzamiento de nuevos productos o servicios al mercado, la mejora de los productos o servicios existentes y la expansión a nuevos mercados.

De acuerdo con los resultados obtenidos, luego de haber realizado el trabajo de campo se pudo apreciar que existe un número bastante significativo de familias que consumen el producto.

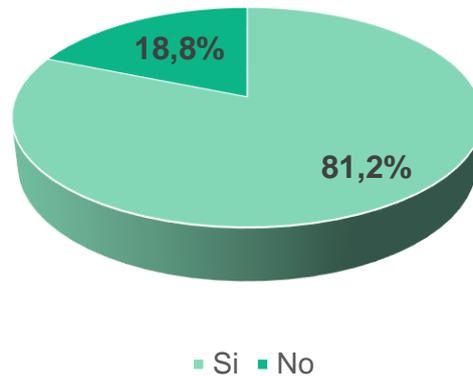
6.1.2.1. Demanda potencial. Representa a los usuarios o consumidores potenciales del producto que la microempresa pretende ofrecer. Generalmente esta demanda es definida el momento de caracterizar a la POE, salvo el caso de los proyectos en los que no, sea posible cuantificar la demanda, sino con una investigación de campo (una pregunta en la encuesta)

En el caso de mi idea de negocio, la demanda potencial está representada por la POE (población objeto de estudio) que en este caso son 3280 familias.

6.1.2.2. Demanda real. Hace referencia a todas las familias que contestaron en la encuesta aplicada a la ciudad de Yantzaza, que actualmente si son consumidores del producto.

Figura 18

Población con respecto al consumo de panela



Nota. Datos tomados de la tabla 1.

El 81,2% contestó afirmativamente.

El 18,8% contestó negativamente.

➤ Cálculo de la demanda Real

Demanda real = POE * % de respuestas afirmativas

Demanda real = 3280 * 81,2%

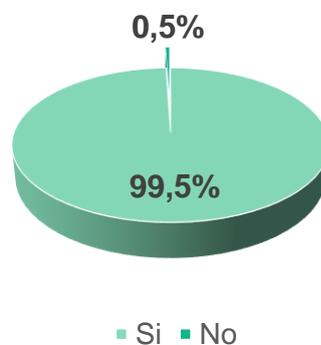
Demanda real = 2663 familias

Por lo tanto, si la población objeto de estudio (POE) consta de 3280 familias en la ciudad de Yantzaza, la demanda real sería de 2663 familias.

6.1.2.3. Demanda Efectiva. Incluye a todas las personas encuestadas que contestaron que comprarían nuestro producto, a través del porcentaje obtenido, se puede inferir en la demanda real.

Figura 19

Aceptación de la nueva microempresa



Nota. Datos tomados de la tabla 11.

El 99,5% contestó afirmativamente.

El 0,5% contestó negativamente.

➤ **Cálculo de la demanda efectiva**

Demanda efectiva = demanda real * % de respuestas afirmativas

Demanda efectiva = 2663 * 99,5%

Demanda efectiva = 2649 familias

Considerando que la demanda real es de 2663 familias y un 99,5% respondió afirmativamente en la encuesta realizada a los habitantes de Yantzaza, por ende, la demanda efectiva se estimaría en 2649 familias.

6.1.2.4. Demanda Total. Se refiere a que, si el producto es de uso o consumo regular, para ello es necesario incorporar preguntas tales como:

- Cantidad de consumo de panela en bloque mensual
- 5 unidades (9,3%)
 - 10 unidades (33,3%)
 - 15 unidades (53,2%)
 - 20 unidades (4,2%)

Tabla 3
Consumo de panela en bloque

Rangos	Frecuencia	Porcentaje
1 a 5	22	9%
6 a 10	79	33%
11 a 15	126	53%
16 a 20	10	4%
Total	237	100%

Nota. En la tabla 3 se puede apreciar la cantidad de consumo de panela en bloque.

Tabla 4
Consumo total de panela en bloque

Rangos	Frecuencia	Promedio de rangos	Promedio * Frecuencia
1 a 5	22	3	66
6 a 10	79	8	632
11 a 15	126	13	1638
16 a 20	10	18	180
Total	237	42	2516

Nota. En la tabla 4 se puede apreciar la cantidad de consumo de panela en bloque

➤ **Cálculo de la compra promedio**

$$\text{Compra promedio} = \frac{\text{Total compra}}{\text{Muestra afectada}}$$

$$\text{Compra promedio} = \frac{2516}{237}$$

$$\text{Compra promedio} = 10,62 \text{ unidades de panela en bloque}$$

- Cantidad de consumo de panela granulada mensual
 - 3 fundas de 2 libras (25,8%)
 - 6 fundas de 2 libras (43,9%)
 - 9 fundas de 2 libras (18,2%)
 - 12 fundas de 2 libras (12,1%)

Tabla 5
Consumo de panela granulada

Rangos	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3	17	26%
4 a 6	29	44%
7 a 9	12	18%
10 a 12	8	12%
Total	66	100%

Nota. En la tabla 5 se puede apreciar la cantidad de consumo de panela granulada

Tabla 6
Consumo total de panela granulada

Rangos	Frecuencia	Promedio de rangos	Promedio * Frecuencia
1 a 3	17	2	34
4 a 6	29	5	145
7 a 9	12	8	96
10 a 12	8	11	88
Total	66	26	363

Nota. En la tabla 6 se puede apreciar la cantidad de consumo de panela granulada.

➤ **Cálculo de la compra promedio**

$$\text{Compra promedio} = \frac{\text{Total compra}}{\text{Muestra afectada}}$$

$$\text{Compra promedio} = \frac{363}{66}$$

$$\text{Compra promedio} = 5,5 \text{ libras de panela granulada}$$

- Frecuencia de compra de panela en bloque de las familias de la ciudad de Yantzaza.

Tabla 7
Frecuencia de compra de panela en bloque

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Todos los días	2	1%
1 vez a la semana	165	70%
2 a 3 veces a la semana	55	23%
4 a 5 veces a la semana	15	6%
Total	237,00	100%

Nota. En la tabla 7 puede apreciar la frecuencia de compra de panela por parte de los consumidores.

Tabla 8*Frecuencia total de compra de panela en bloque*

Opciones	Veces al mes	Compra promedio	Promedio * frecuencia	Frecuencia	Total
Todos los días	30	10,6	318	2	637
1 vez a la semana	4,3	10,6	45	165	7507
2 a 3 veces a la semana	10	10,6	106	55	5839
4 a 5 veces a la semana	18	10,6	191	15	2866
Total	62,29	42,46	661,23	237	16849,16

Nota. En la tabla 8 se puede apreciar la frecuencia total de compra del producto

➤ **Cálculo de la compra total por mes**

$$\text{Compra total promedio mensual} = \frac{\text{Total compra}}{\text{Muestra afectada}}$$

$$\text{Compra total promedio mensual} = \frac{16849,16}{237}$$

$$\text{Compra total promedio mensual} = 71,09$$

$$\text{Compra total promedio anual} = 71,09 * 12 = 853 \text{ panelas.}$$

Tabla 9*Cantidad de panela en bloque demandada al año*

	Demanda total al año
Demanda potencial o POE	3280 familias
Demanda real	2663 familias
Demanda efectiva	2649 familias
	= 2649* 853
Demanda total	= 2259597 unidades de panela al año

Nota. En la tabla 9 se puede apreciar la demanda total de panela al año.

- Frecuencia de compra de panela granulada de las familias de la ciudad de Yantzaza.

Tabla 10*Frecuencia de compra de panela granulada*

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 vez a la semana	42	64%
2 a 3 veces a la semana	16	24%
4 a 5 veces a la semana	8	12%
Total	66,00	100%

Nota. En la tabla 10 puede apreciar la frecuencia de compra de panela por parte de los consumidores.

Tabla 11

Frecuencia total de compra de panela granulada

Opciones	Veces al mes	Compra promedio	Promedio * frecuencia	Frecuencia	Total
1 vez a la semana	4,3	5,5	24	42	990
2 a 3 veces a la semana	10	5,5	55	16	880
4 a 5 veces a la semana	18	5,5	99	8	792
Total	62,29	22,00	342,57	66	2662,00

Nota. En la tabla 11 se puede apreciar la frecuencia total de compra por parte de los consumidores del producto

➤ **Cálculo de la compra total por mes**

$$\text{Compra total promedio mensual} = \frac{\text{Total compra}}{\text{Muestra afectada}}$$

$$\text{Compra total promedio mensual} = \frac{2662}{66}$$

$$\text{Compra total promedio mensual} = 40,33$$

$$\text{Compra total promedio anual} = 40,33 * 12 = 484 \text{ libras de panela granulada}$$

Tabla 12

Cantidad de panela granulada demandada al año

	Demanda total al año
Demanda potencial o POE	3280 familias
Demanda real	2663 familias
Demanda efectiva	2649 familias
	= 2649 * 484
Demanda total	= 1282116 libras de panela al año

Nota. En la tabla 12 se puede apreciar la demanda total al año de panela granulada

1.1.3. Oferta total

Para llevar a cabo el análisis de la oferta, es esencial recolectar información de los proveedores respecto a las cantidades de producto que ponen a disposición del mercado. La aproximación óptima sería examinar a todos los oferentes y establecer las cantidades específicas que cada uno introduce al mercado. No obstante, es posible que no todos estén dispuestos a compartir dicha información. En tales casos, una alternativa viable es realizar una inferencia comparativa basada en datos de otros proveedores.

Tabla 13

Oferta total por año de panela en bloque

N°	Oferente	Unidades producidas (día, mes año, etc.)	Cantidad de personal	Número de máquinas	Proporción frente a los demás oferentes	Total de oferta
1	Familia Chalán	1000 unidades	6	1	1,22 veces más que el oferente 2	1.000,00
2	Familia Juela	820 unidades	6	1	0,82 veces menos que el oferente 1	820,00
3	Familia Sapia	630 unidades	6	1	0,63 veces más que el oferente 1	630,00
4	Familia Ayala	470 unidades	6	1	0,75 veces menos que el oferente 3	470,00
Total de unidades ofertadas del proyecto semanal (unidades de panela semanal)						2.920,00
Total de unidades ofertadas del proyecto mensual (unidades de panela mensual)						12.556,00
Total de unidades ofertadas del proyecto anual (unidades anuales)						150.672,00

Nota. En la tabla 13 se muestra la oferta total por parte de los productores que se dedican a la producción de panela en la ciudad de Yantzaza.

Demanda Insatisfecha = Demanda Total – Oferta Total

Demanda Insatisfecha = 2259597 - 150672

Demanda Insatisfecha = 2108925 unidades anuales

Tabla 14

Oferta total por año de panela granulada

N°	Oferente	Unidades producidas (día, mes año, etc.)	Cantidad de personal	Número de máquinas	Proporción frente a los demás oferentes	Total de oferta
1	Familia Chalán	500 libras	6	1	1,67 veces más que el oferente 2	500,00
2	Familia Juela	300 libras	6	1	0,60 veces menos que el oferente 1	300,00
3	Familia Sapia	400 libras	6	1	0,80 veces más que el oferente 1	400,00
4	Familia Ayala	350 libras	6	1	0,88 veces menos que el oferente 3	350,00
Total de unidades ofertadas del proyecto semanal (libras de panela semanal)						1.550,00
Total de unidades ofertadas del proyecto mensual (libras de panela mensual)						6.665,00
Total de unidades ofertadas del proyecto anual (libras anuales)						79.980,00

Nota. En la tabla 14 se muestra la oferta total al año de panela por parte de las familias que se dedican a la producción de panela.

Demanda Insatisfecha = Demanda Total – Oferta Total

Demanda Insatisfecha = 1282116 - 79980

Demanda Insatisfecha = 1202136 libras anuales

6.1.3.1. Tasa de crecimiento de la demanda.

Tabla 15

Tasa de crecimiento

Tasa de crecimiento de la demanda	
Tasa de crecimiento de la categoría (Usuario * Familias)	2,77%
Tasa de crecimiento de la demanda	2,77%

Nota. En la tabla 15 se puede apreciar el porcentaje de crecimiento de la demanda en la ciudad de Yantzaza.

Para proyectar la demanda se utilizará una tasa de crecimiento que evidencie el crecimiento anual de la categoría usuarios, ya que en el caso del presente proyecto los usuarios demandantes son las familias, presentando un crecimiento anual de 2,77% según las estadísticas emitidas por el INEC y el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Yantzaza.

6.1.3.2. Tasa de crecimiento de la oferta. Para proyectar la tasa de crecimiento de la oferta se utilizó una tasa de crecimiento del incremento anual de la industria que es del 2%, más 1,10% que es la tasa de expansión promedio de las empresas objeto de estudio, dando como resultado una tasa de 3,10%

Tabla 16

Crecimiento de la industria panelera

Tasa de crecimiento de la oferta	
Tasa de crecimiento de la industria	2,00%
Tasa de crecimiento de los oferentes (promedio)	1,10%
Familia Chalán	2,2%
Familia Juela	0,7%
Familia Sapia	0,5%
Familia Ayala	1,0%
Tasa de crecimiento de la oferta	3,10%

Nota. En la tabla 16 se puede apreciar la tasa de crecimiento de la oferta.

6.1.3.3. Proyección de la demanda total, oferta y demanda insatisfecha. Para realizar la proyección se hizo uso de la siguiente fórmula:

$$M = C * (1 + i)^n$$

Donde:

C= Cantidad (demandada u oferta)

i = Tasa de crecimiento (demanda u oferta)

n = Período proyectado

La tabla 17 muestra la proyección de la demanda total, oferta total, demanda insatisfecha, con una visualización de 10 años.

Tabla 17
Proyección de la panela en bloque

AÑO	DEMANDA TOTAL	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	2.259.597,00	150.672,00	2.108.925,00
1	2.322.187,84	155.342,83	2.166.845,00
2	2.386.512,44	160.158,46	2.226.353,98
3	2.452.618,83	165.123,37	2.287.495,46
4	2.520.556,38	170.242,20	2.350.314,18
5	2.590.375,79	175.519,70	2.414.856,08
6	2.662.129,20	180.960,82	2.481.168,38
7	2.735.870,18	186.570,60	2.549.299,58
8	2.811.653,78	192.354,29	2.619.299,49
9	2.889.536,59	198.317,27	2.691.219,32
10	2.969.576,75	204.465,11	2.765.111,65

Nota. La tabla muestra la proyección para 10 años realizada a la demanda total, oferta total y demanda insatisfecha de la panela en bloque.

En la tabla 18 se aprecia la proyección de la panela granulada, con una estimación de 10 años, todo esto con el fin de conocer cómo crecerá la demanda en el transcurso de los años.

Tabla 18
Proyección de la panela granulada

AÑO	DEMANDA TOTAL	OFERTA TOTAL	DEMANDA INSATISFECHA
0	1.282.116,00	79.980,00	1.202.136,00
1	1.317.630,61	82.459,38	1.235.171,23
2	1.354.128,98	85.015,62	1.269.113,36
3	1.391.638,35	87.651,11	1.303.987,25
4	1.430.186,74	90.368,29	1.339.818,45
5	1.469.802,91	93.169,71	1.376.633,20
6	1.510.516,45	96.057,97	1.414.458,48
7	1.552.357,76	99.035,76	1.453.321,99
8	1.595.358,07	102.105,87	1.493.252,19
9	1.639.549,48	105.271,15	1.534.278,33
10	1.684.965,00	108.534,56	1.576.430,44

Nota. La tabla muestra la proyección para 10 años realizada a la demanda total, oferta total y demanda insatisfecha de la panela granulada.

En la tabla 19 se muestra que el presente proyecto afronta un mercado de competencia perfecta, esto debido a que en la localidad donde se va a implementar la microempresa existen varios oferentes que se dedican a la producción y comercialización de panela en bloque y granulada, pero así mismo existe un gran número de consumidores.

Tabla 19*Estudio del tipo de mercado al que se enfrenta el proyecto*

Tipo de Mercado	Competencia Perfecta
Características	<ul style="list-style-type: none"> • Libre concurrencia: Los competidores tienen una participación de mercado similar. • Condiciones de igualdad: Hay muchos compradores y vendedores, y los precios reflejan la oferta y la demanda. • Empresas precio – aceptantes: Las empresas deben vender al precio de equilibrio, en otras palabras, cuando la oferta y la demanda se alinean. • Productos homogéneos: Los competidores venden productos similares. • Información perfecta: Cuando el cliente sabe que la empresa vende el mismo producto a un precio más bajo a más de eso conoce la calidad del producto. • Sin barreras de entrada o salida: Las empresas pueden entrar y salir del mercado con un coste reducido.
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Los vendedores no tienen ningún poder de monopolio de fijación de precios, es decir no pueden influir en el precio del producto. • El consumidor obtiene un producto estandarizado • Los productos son homogéneos es por eso que la empresa tiene muy poco gasto de publicidad.

6.1.3.4. Estrategias de Comercialización. El marketing implica facilitar el acceso de un producto o servicio a los consumidores o usuarios, centrándose en las 5P del mercado: producto, precio, plaza, promoción y publicidad. Su objetivo principal es lanzar el producto al mercado de manera efectiva y satisfacer las necesidades de los consumidores.

6.1.3.5. Producto. La panela es un producto derivado de la caña de azúcar y posee algunas características:

➤ **Origen natural:** La panela es un producto que se lo obtiene de la evaporación y concentración del jugo de caña de azúcar, sin pasar por algún proceso de refinamiento.

➤ **Color y textura:** Suele tener un color oscuro que varía desde el marrón claro hasta el oscuro, y su textura es dependiendo de cómo se realice el proceso de producción.

- **Sabor característico:** La panela tiene un sabor variable, con notas de caramelo o melaza debido a la retención de los componentes naturales durante el proceso de fabricación.
- **Nutrientes:** A diferencia de otros productos como el azúcar blanco refinado, la panela tiene nutrientes como vitaminas y minerales.
- **Endulzante natural:** Se la utiliza como endulzante en diversas preparaciones culinarias y bebidas, debido a que proporciona un dulzor natural.
- **Textura versátil:** Es versátil ya que se la puede encontrar en diferentes presentaciones, ya sea en bloques solidos como en gránulos, la que hace que sea fácil su uso.
- **Ausencia de químicos:** La panela es pura, no contiene productos químicos, debido a que se produce de manera artesanal y natural.
- **Sostenibilidad:** La producción de panela tiende a ser más sostenible en comparación con el azúcar, debido a que requiere menos procesamientos y esto hace que conserve más nutrientes.

6.1.3.6. Precio. Para la estimación del precio del producto en sus dos presentaciones se tomó en consideración las respuestas obtenidas de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Yantzaza. Es decir, el precio que tuvo mayor aceptación para la presentación de panela en bloque es de 0,50 ctvs. y para la panela granulada es de 1,50 ctvs. los cuales serían precios que se tomaría en consideración a la hora de fijar el precio al producto.

6.1.3.7. Plaza. En la microempresa se implementará un canal de distribución directo con los clientes, los cuales serán los minoristas y los consumidores finales, la microempresa ofrecerá la venta directa, es decir, se realizarán visitas físicas a los clientes para ofrecerles el producto, adicional a eso se les facilitará el contacto telefónico de la entidad.



La plaza para la distribución del producto son las ferias libres y tiendas.

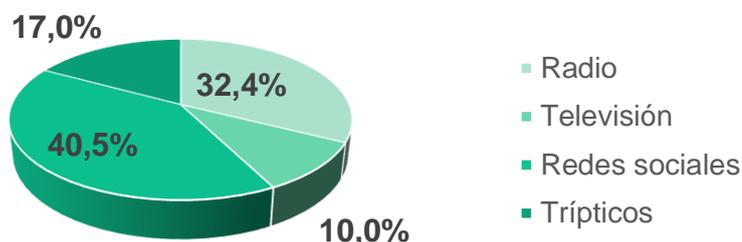
6.1.3.8. Promoción. Para incentivar a nuestros clientes a elegir nuestro producto, se ha diseñado una estrategia promocional, la cual se basa en atractivos descuentos por volumen de compras. Esta iniciativa no solo busca beneficiar a nuestros clientes, sino también fomentar relaciones a largo plazo, ofreciendo un incentivo para aquellos que optan por elegir nuestro producto.

6.1.3.9. Publicidad. La difusión del producto puede realizarse a través de diversos medios de comunicación, que incluyen las redes sociales, la radio, materiales impresos como trípticos, y también se puede manifestar cuando un cliente satisfecho con el producto comparte su experiencia positiva con amigos y conocidos.

En la figura 20 se puede apreciar los medios publicitarios por los cuales se cree

conveniente, hacer conocer el producto para los habitantes de la ciudad de Yantzaza, según la información que brinda la figura se considera que el medio más idóneo sería las redes sociales, sin embargo, se realizará publicidad por medio de todos los medios que se pueden observar, pero haciendo énfasis en las redes sociales y la radio.

Figura 20
Medios publicitarios



Nota. Datos obtenidos de la figura 16.

Para lograr una amplia visibilidad, se prevé aprovechar plataformas como Facebook e Instagram, donde se creará un perfil empresarial destinado a compartir información relevante sobre el producto. Asimismo, se planea emplear cuñas publicitarias en la radio “La cariñosa”, reconocida a nivel cantonal y provincial, para asegurar una amplia cobertura. Estas cuñas se transmitirán a lo largo del día y la noche, para maximizar su impacto. Adicionalmente, se planea difundir la existencia de la microempresa mediante hojas volantes, con el propósito de que la totalidad de la población de la ciudad conozca este emocionante nuevo proyecto.

Tabla 20
Presupuesto de la publicidad

Publicidad	Descripción	Valor		
		Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Redes Sociales	Por pago de asesoría de publicidad en redes sociales	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 20,00
Radio	La publicidad será en la radio tres veces al día, efectuándose cuatro días a la semana (lunes, miércoles, viernes y domingo), en el mes serían 60 cuñas en distintos horarios. El precio de la cuña fue consultado al gerente de la radio.	\$ 12,00	\$ 576,00	\$ 6.912,00
Trípticos	Se realizarán 1000 trípticos para entregar a la localidad el primer mes por inauguración.	\$ 0,30	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL		\$ 22,30	\$ 886,00	\$ 7.232,00

Nota. Estimación del presupuesto necesario para la contratación de medios publicitarios.

6.2. Objetivo 2: Diseñar la función de producción óptima mediante un estudio técnico que optimice los recursos disponibles y necesarios para la producción y comercialización de panela en bloque y granulada.

1.2.1. Estudio Técnico

Este estudio constituye la segunda etapa de los proyectos de inversión y abarca los aspectos operativos necesarios para utilizar de manera eficiente los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio. En esta parte, se analizan elementos como la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, la localización, las instalaciones, requerimiento de materia prima, maquinaria y equipo, de la misma manera la organización requerida para iniciar con las operaciones.

Por lo tanto, realizar este estudio es importante porque permite una evaluación precisa o aproximada de los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto. Además, proporciona información útil para el estudio económico – financiero.

6.2.1.1. Tamaño. Es importante definir el tamaño que tendrá el proyecto, ya que esto permitirá tener un panorama claro sobre el nivel de inversión y sobre todo la maquinaria necesaria, para de esa manera poder determinar el nivel de operación del proyecto.

6.2.1.1.1. Capacidad diseñada. Capacidad o volumen de producción que puede llegar a tener la maquinaria implementada.

La capacidad diseñada de la microempresa productora y comercializadora “Morocho” será en condiciones del 100%, se trabajará 250 días en el año, 8 horas diarias y con toda la maquinaria funcionando con toda su capacidad de rendimiento.

Para calcular la producción diseñada se tomará en cuenta que se va a contar con un trapiche con una capacidad de 1200 unidades de panela en bloque. Por ende, anualmente se obtendrá una producción total de 57600 panelas en bloque en los primeros años ya que luego conforme se vaya estabilizando la entidad se pretende adquirir otro trapiche y potenciar la producción de panela.

Tabla 21

Capacidad para producir panela en bloque

Número de Trapiches	Capacidad del trapiche cada semana (unidad de panela)	Producción Anual (unidad de panela)
Trapiche 1	1200	57600
TOTAL	1200	57600

Nota. La tabla muestra la capacidad que tiene la maquinaria implementada de producir panela en bloque.

En lo que respecta a la capacidad diseñada para producir panela granulada se dispondrá con un trapiche que operará a su máxima capacidad. Este trapiche tiene la capacidad de producir 700 libras de panela en cada ciclo. Por lo tanto, se totaliza una producción de 33600 libras de panela granulada anualmente.

Tabla 22*Capacidad para producir panela granulada*

Número de Trapiches	Capacidad del trapiche cada semana (libras de panela)	Producción Anual (libras de panela)
Trapiche 1	700	33600
TOTAL	700	33600

Nota. La tabla muestra la capacidad que tiene la materia maquinaria para producir panela granulada.

6.2.1.1.2. Capacidad instalada. Para determinar la capacidad instalada se debe considerar la infraestructura, las condiciones climáticas, la capacidad de la maquinaria instalada y la cantidad de panela en bloque o granulada que se puedan producir.

La capacidad instalada del proyecto será un trapiche, con una capacidad de producir 1000 unidades de panela en bloque, menos el 5% de interrupciones causadas por las condiciones climáticas dando un total de 950 panelas. Por consiguiente, se tendrá una producción total de 45600 panelas anualmente.

Tabla 23*Capacidad Instalada para la producción de panela en bloque*

Número de Trapiches	Capacidad del trapiche cada semana (unidad de panela)	Capacidad del trapiche con una probabilidad (condiciones climáticas) 5%	Producción Anual (unidad de panela)
Trapiche 1	1000	950	45600
TOTAL	1000	950	45600

Nota. Unidades de panela en bloque a producir por año.

La capacidad instalada para la producción de panela granulada será de un trapiche, con una capacidad para producir 600 libras de panela, menos el 5% debido a factores climáticos que pueden impedir que se pueda producir al 100% con la maquinaria instalada, es por este motivo que se producirán 570 libras de panela por cada trapiche, obteniendo así un total de 27360 libras de panela granulada al año para la venta.

Tabla 24*Capacidad Instalada para producir panela granulada*

Número de Trapiches	Capacidad del trapiche cada semana (libras de panela)	Capacidad del trapiche con una probabilidad (condiciones climáticas) 5%	Producción Anual (unidad de panela)
Trapiche 1	600	570	27360
TOTAL	600	570	27360

Nota. Unidades de panela en bloque a producir por año.

6.2.1.1.3. Capacidad utilizada. Radica en la eficiencia y aprovechamiento de los recursos de una empresa o proyecto. Si la capacidad utilizada es baja, podría indicar una subutilización de los recursos y una oportunidad para aumentar la producción sin necesidad de invertir en capacidad adicional. Por otro lado, es esencial monitorear y ajustar la capacidad utilizada en función de la demanda del mercado y la eficiencia operativa, con el objetivo de maximizar la productividad y optimizar los costos.

En este caso la planificación para la producción de panela, se la ha realizado considerando la capacidad de instalación de la microempresa. Además, es importante destacar que el proyecto tiene una vida estimada de 10 años. Sin embargo, dado que todo proceso productivo requiere un proceso inicial en el cual influyen diversos factores como la apertura de mercado, la selección de distribuidores, el acoplamiento al proceso productivo y la capacidad del personal, es por eso que no será posible comenzar a producir al máximo de la capacidad desde el inicio. Por esta razón, se ha planificado iniciar las actividades utilizando el 75% de la capacidad instalada, es por eso que en el primer año se producirán 34.200 unidades de panela en bloque. En tal sentido, a medida que el proyecto avance, se prevé llegar al 100% de la capacidad instalada, para el último año de operación.

Tabla 25

Capacidad Utilizada para la producción de panela en bloque

CAPACIDAD UTILIZADA VS CAPACIDAD INSTALADA			
Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
1	45.600,00	75%	34.200,00
2	45.600,00	78%	35.568,00
3	45.600,00	81%	36.936,00
4	45.600,00	83%	37.848,00
5	45.600,00	86%	39.216,00
6	45.600,00	89%	40.584,00
7	45.600,00	92%	41.952,00
8	45.600,00	94%	42.864,00
9	45.600,00	97%	44.232,00
10	45.600,00	100%	45.600,00

Nota. En la tabla 25 se puede apreciar la capacidad que se va a utilizar al iniciar con las operaciones, en la producción de panela en bloque.

De la misma manera para la producción de panela granulada se iniciará con el 75% de la capacidad instalada obteniendo una producción de 41040 libras de panela granulada en el primer año, esto debido a que toda microempresa que inicia sus actividades, debe ir incrementando su producción de manera prolongada hasta llegar al 100% de la capacidad de producción.

Tabla 26*Capacidad Utilizada para la producción de panela granulada*

CAPACIDAD UTILIZADA VS CAPACIDAD INSTALADA			
Año	Capacidad Instalada	Porcentaje	Capacidad Utilizada
1	27.360,00	75%	20.520,00
2	27.360,00	78%	21.340,80
3	27.360,00	81%	22.161,60
4	27.360,00	83%	22.708,80
5	27.360,00	86%	23.529,60
6	27.360,00	89%	24.350,40
7	27.360,00	92%	25.171,20
8	27.360,00	94%	25.718,40
9	27.360,00	97%	26.539,20
10	27.360,00	100%	27.360,00

Nota. La tabla 26 muestra la capacidad que se va a utilizar para iniciar con las operaciones en la producción de panela en bloque.

6.2.1.2. Razón social del negocio: slogan de la empresa y el logotipo.

RAZÓN SOCIAL	LOGOTIPO	
Productora y Comercializadora "Morocho"		
SLOGAN DE LA MICROEMPRESA		
"El sabor natural de la caña"		

El proceso SOL ocupa un lugar central en la operación de la microempresa, por lo que resulta esencial identificar con precisión este proceso para determinar el tamaño del proyecto. Paralelamente se deben identificar los procesos secundarios de la organización y entre más importante sean los procesos secundarios, para el proceso SOL, más cerca deben orbitar del mismo.

Tabla 27*Proceso sol de la organización*

Implementación de una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada		
Proceso SOL	Procesos secundarios cercanos	Procesos secundarios lejanos
	Compra de caña	Contactar proveedores de caña
	Transporte de la caña	Limpieza de instalaciones
	Círculo de producción	Logística del trapiche

Proceso de producción de panela	Limpieza y molida	Verificación del trapiche
	Cocción del guarapo	Contabilidad
	Miel en estado óptimo	Seguridad integral
	Moldes	Cobranzas
	Elaboración	Contactar con los puntos de venta
	Retiro del molde y empaque	Órdenes de compra
	Entrega a los consumidores	Pago de sueldos a trabajadores

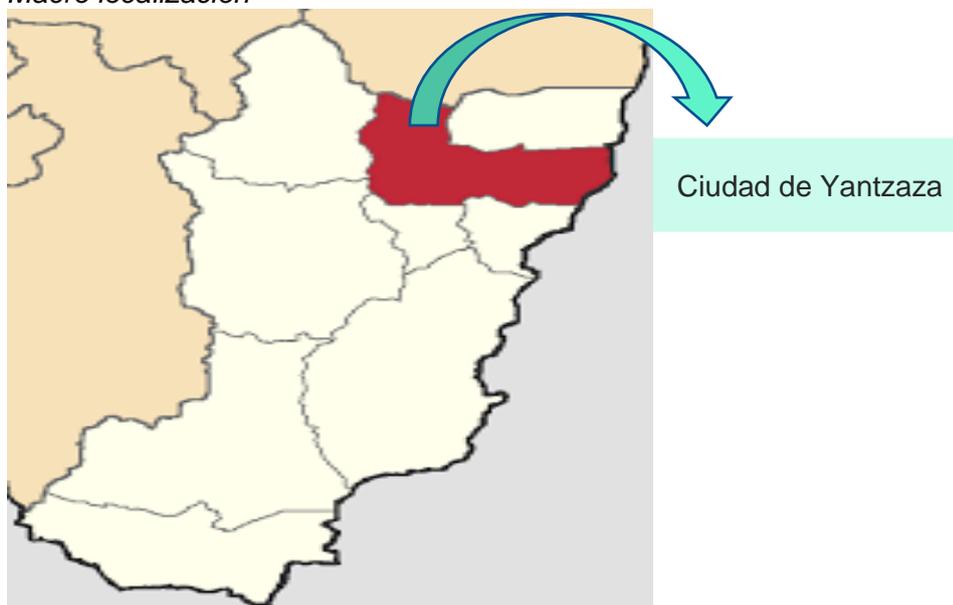
Nota. En la tabla 21 se puede apreciar el proceso SOL de la microempresa, es decir, el proceso necesario que se debe realizar para una adecuada operación.

6.2.1.3. Localización. De acuerdo con la localización del proyecto se define en dos ámbitos: mediante la macro localización y la micro localización con la finalidad de determinar el lugar exacto donde se va a instalar la microempresa.

6.2.1.3.1. Macro localización. El desarrollo del proyecto se llevará a cabo en la provincia de Zamora Chinchipe, específicamente en el cantón Yantzaza en el Barrio La Molienda. El cual se encuentra ubicado en la Zona 7 del Ecuador, al Sur del país.

La figura 21 muestra el sitio donde se ubicará la microempresa.

Figura 21
Macro localización



Nota. Ubicación en dónde se implantará la microempresa.

6.2.1.3.2. Micro localización. La ciudad de Yantzaza pertenece a la provincia de Zamora Chinchipe, ubicada a 41 Km al noroeste de la capital provincial, Zamora. Es considerado hoy en día como la capital económica de la provincia por sus importantes movimientos productivos como la ganadería, piscicultura, agricultura y criaderos de ranas comestibles.

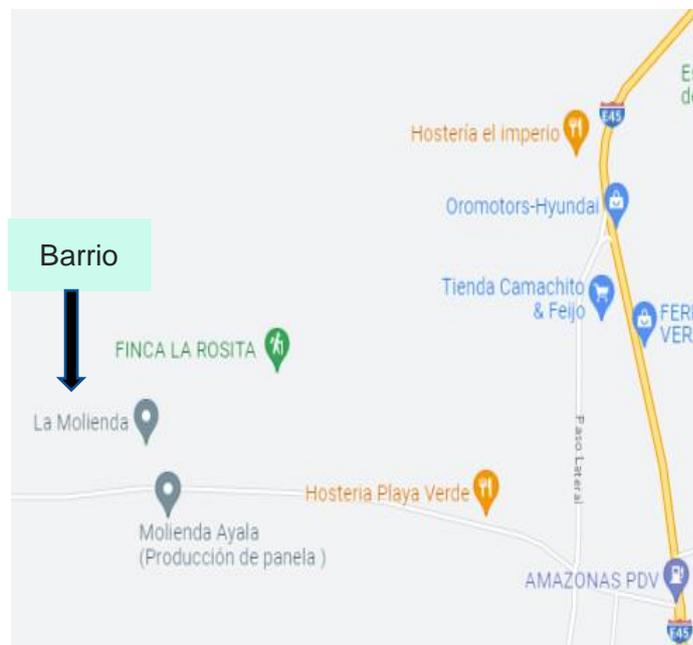
Límites:

- **Norte:** con la provincia de Morona Santiago y el cantón El Pangui
- **Sur:** con el cantón Centinela del Cóndor
- **Este:** con el Perú
- **Oeste:** con el cantón Yacuambi y el cantón Zamora

Tabla 28
Matriz Ponderada

N°	FACTORES DE COMPARACIÓN	PESO O PONDERACIÓN	ALTERNATIVA 1: Yantzaza		ALTERNATIVA 2: Chicaña		ALTERNATIVA 3: Los Encuentros	
			Calificación	Puntaje	CALIFICACIÓN	PUNTAJE	CALIFICACIÓN	PUNTAJE
1	Accesibilidad	0,30	6	1,80	4	1,20	6	1,80
2	Disponibilidad de herramientas	0,17	6	1,02	6	1,02	5	0,85
3	Mano de obra disponible	0,10	5	0,50	4	0,40	4	0,40
4	Existencia de proveedores	0,15	3	0,45	3	0,45	3	0,45
5	Demanda existente	0,12	5	0,60	6	0,72	5	0,60
6	Capacidad tecnológica	0,08	4	0,32	5	0,40	4	0,32
7	Infraestructura disponible	0,08	5	0,40	4	0,32	6	0,48
	TOTAL	1,00		5,09		4,51		4,09

Figura 22
Micro localización



Nota. Obtenido de Google Maps

La figura 22 muestra el lugar específico en donde se ubicará la microempresa, la cual se encontrará ubicada en la ciudad de Yantzaza, en el barrio la molienda ubicado a 4,1 kilómetros al oeste del centro de la ciudad.

6.2.1.3.3. Factores de localización. Se optó por ubicar la microempresa en este lugar debido que reúne todos los factores de localización para el adecuado funcionamiento, dichos factores se detallan a continuación:

➤ **Materia prima como determinante de la macro localización:** En lo que respecta a la panela, existe la facilidad de adquirir la caña, esto debido a que se cuenta con vías de comunicación en buen estado, lo cual facilita adquirir la caña, siendo los posibles proveedores de la materia prima, los productores de la ciudad.

➤ **Mano de obra:** de acuerdo con el lugar donde se va a implementar la microempresa, se cuenta con el personal necesario y sobre todo cuenta con conocimientos en el área de producción, habilidades y destrezas los cuales están dispuestos a prestar sus servicios.

➤ **Disponibilidad de maquinarias y herramientas:** Para una mejor producción de panela, si se requiere la implementación de la tecnología, por ende, se necesitará las siguientes máquinas y herramientas: Trapiche, evaporadora grande, evaporadora pequeña, descachasadera grande, descachasaderas pequeñas, moldes, cuchara de palo, cedazo, balanza, fundas, espátulas entre otras.

➤ **Mercado al que se desea atender:** La microempresa estará a 15 minutos de la ciudad de Yantzaza, esto quiere decir que el mercado potencial está cerca del nuevo plantel de producción.

➤ **Transporte y accesibilidad como determinante de la macro localización:** Las vías que conducen a la microempresa están en muy buen estado y permiten la movilización sin restricción alguna, por ende, facilita la adquisición de la materia prima e insumos, así mismo la comercialización del producto.

➤ **Regulaciones legales:** En cuanto a este aspecto no existe impedimento alguno para la ejecución del presente proyecto de inversión.

➤ **Clima:** En la ciudad de Yantzaza existe un clima cálido húmedo el mismo que permite una buena producción de caña.

6.2.1.3.4. Proceso de producción. Para la elaboración de la panela en bloque y granulada se debe seguir las siguientes etapas:

Tabla 29*Proceso para la producción de panela*

Ilustración		Descripción
	Adquisición de materia prima	La adquisición de materia prima es un paso clave en el proceso de producción. Los materiales necesarios se obtienen de proveedores externos o de existencias internas, y se asegura su disponibilidad en el momento adecuado.
	Preparación de la materia prima	Consiste en limpiar todas las impurezas que puede poseer la caña, es por eso que luego de que llega la materia prima al área de producción se procede a lavar la caña para que de esa manera sea óptima para poderla pasar por el trapiche y extraer el jugo de la caña.
	Extracción del jugo de caña	Una vez que la caña ha sido limpiada adecuadamente, se pasa la pasa a través del trapiche, una máquina diseñada para moler la caña y extraer su jugo. La obtención del jugo de caña es el punto de partida para la producción de panela
	Extracción de impurezas	Consiste en la utilización de un cedazo el cual tiene que ser de acero inoxidable y de cerdas bien pequeñas para poder extraer hasta la más mínima impureza, de modo que el jugo de caña quede adecuado para la producción de la panela, y así mismo la panela tenga mejor calidad y tonalidad.
	Cocción del jugo de caña	Una vez extraída todas las impurezas, se procede a cocinar el jugo de la caña en bandejas de acero, mientras se cocina se tiene que ir sacando una espuma que se genera la cual se la conoce con el nombre de cachaza, esto se hace para que la miel tenga mejor tonalidad, se cocina la miel hasta que llegue a un punto óptimo para la elaboración de la panela en bloque. Mientras tanto para la elaboración de la panela en granulada se debe dejar que se consuma un poco más la miel.
	Moldar	Cuando la miel ya está en su punto óptimo se procede a poner la miel en los moldes de cuadro para dar diseño a la panela, luego de eso se deja reposar por media hora y de esa manera se logra obtener la panela en bloque
	Panela granulada	Se puede apreciar la terminación de la elaboración de la panela granulada, para obtener la panela en esta presentación se deja que se consuma un poco más la miel, luego que se obtenga el punto óptimo de cocción se procede a triturar y es así como se obtiene la panela granulada.



Envasado

Consiste en retirar los moldes del producto y proseguir con debido empaque de la panela en fundas plásticas, en el caso de la panela en bloque se la puede empaclar por unidades, o también por grupo de 5 unidades por empaque, por otro lado, para el empaque de la panela granulada se debe pesar 2 libras por funda.



Almacenamiento

Se procede a trasladar el producto final hasta la bodega de productos terminados dentro de la microempresa, el cual debe ser un lugar apto para conservar el producto y así poner inicio con el proceso de distribución y venta.

Nota. Ilustraciones obtenidas de Google.

La tabla 29 muestra el proceso productivo que se va a llevar a cabo dentro de la microempresa, llevar un proceso adecuado es primordial en la operación de una planta de producción ya que de esa manera se podrá operar de forma eficiente y se puede aprovechar todos los recursos.

Tabla 29

Flujograma de proceso productivo de panela en bloque.

N°	Actividades	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenamiento	Tiempo
1	Materia prima					★	2 horas
2	Preparación de la materia prima	★					1 horas
3	Extracción del jugo de caña	★					1 horas
4	Extracción de las impurezas del jugo de caña	★					1 horas
5	Cocción del jugo de caña		★				1 horas
6	Moldar				★		1 horas
7	Almacenado					★	1 horas
TOTAL							8 horas

Nota. Tiempo empleado cada proceso de producción.

Tabla 30

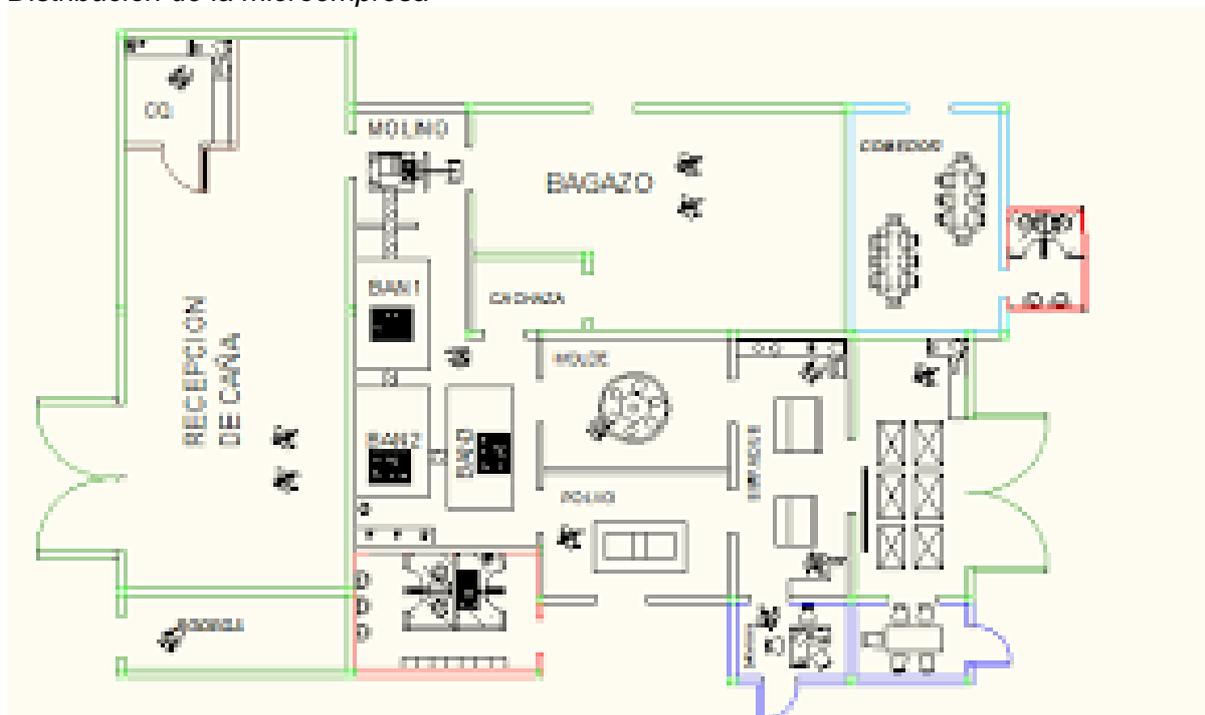
Flujograma de proceso productivo de panela granulada.

N°	Actividades	Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenamiento	Tiempo
1	Materia prima					★	2 horas
2	Preparación de la materia prima	★					1 horas
3	Extracción del jugo de caña	★					1 horas
4	Extracción de las impurezas del jugo de caña	★					1 horas
5	Cocción del jugo de caña		★				1 horas
6	Raspar				★		1 horas
7	Almacenado					★	1 horas
TOTAL							8 horas

6.2.1.3.5. Distribución de la planta. La planta de distribución de la microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada contará con diferentes áreas adecuadas para operar de forma adecuada.

La figura 23 muestra la distribución de la microempresa, la cual cuenta con una distribución equitativa ya sea en el área de producción, como para el área administrativa.

Figura 23
Distribución de la microempresa



Nota. Imagen tomada de Google imágenes.

1.2.2. Ingeniería del proyecto

Para dar inicio a las operaciones de la microempresa se necesitará la caña de azúcar, maquinaria y equipos de acuerdo a los requerimientos del proceso productivo, estos son los siguientes.

6.2.2.1. Componente tecnológico. Para la producción de la panela en bloque y granulada se requiere de los siguientes componentes:

Tabla 30
Maquinaria y herramientas

Ilustración	Descripción
 <p data-bbox="539 1868 659 1899">Trapiche</p>	<p data-bbox="722 1756 887 1787">Marca: Th - 6</p> <p data-bbox="722 1787 906 1818">Características</p> <p data-bbox="722 1818 1046 1850">Equipo de alto rendimiento</p> <ul data-bbox="722 1850 1366 2002" style="list-style-type: none"> • Se utiliza en la extracción del jugo de la caña para la elaboración de mieles y panela. • Se garantiza la extracción del 60% de la caña. • Pueden ser accionados con motores eléctricos o motores diésel de bajas revoluciones.

Ilustración		Descripción
	Escoba	<p>Marca: Hojas de propileno BP</p> <p>Características:</p> <p>Hoja del rastrillo construida en propileno de alta resistencia a la flexibilidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este rastrillo es muy ligero y maniobrable. • Rastrillo de jardín multifuncional fácil de utilizar entre arbustos, flores y huertos. • La combinación de 30 dientes te permite barrer fácil y eficientemente
	Basureros	<p>Marca: HDPE</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El volumen 240L • Material Aprobado el 100% de materias primas • El tamaño 480*400*360mm • El peso 11, 8kg. • Logotipos y colores puede ser personalizado
	Focos	<p>Marca: GC LED</p> <p>Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bajo consumo y emisión de calor. • Se puede utilizar con cubierta plástica tipo campana. • Encendido instantáneo, Temperatura de 6500K. • Voltaje de 90-260V, Potencia de 50W. • Alta luminosidad, larga vida útil. • Luz blanca, Base E27
	Molde de panela en bloque	<p>Características</p> <ul style="list-style-type: none"> • Molde de madera • Cuadrado • Alta resistencia • Óptimo para moldar la panela en bloque, con un modelo cuadrado.
	Balanza	<p>Marca: CAMRY</p> <p>Características</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 kg/66lb • 200 horas de duración de batería • Plataforma de acero inoxidable
	Espátula	<p>Características</p> <ul style="list-style-type: none"> • Madera • Grande apta para mover la miel • Resistente y duradera
	Fundas	<p>Marca: Nacho</p> <p>Características</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transparentes • Medida 8*15 • Dobles y resistentes
	Cocina	<p>Características</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apta para cocinar el jugo de caña para producir panela • Acero inoxidable • Tamaño óptimo para producir una buena cantidad de panela por cocción

Nota. La información que contiene la tabla es de Google.

➤ **Mobiliario:** Escritorio, archivadores, sillas de escritorio, sillas de espera, mesa de madera.

➤ **Equipos de oficina y computación:** Calculadora, grapadora, perforadora, tijeras computadora, impresora y teléfonos.

➤ **Equipos de seguridad:** Cámaras de seguridad, extintor y señaléticas.

➤ **Personal:** El personal que formará parte de la microempresa será:

Ayudantes de producción

Empacador

Jefe de producción

Gerente

Contador

Vendedor

1.2.3. Estudio Organizacional y Administrativo

6.2.3.1. Filosofía empresarial. Misión

Proveer a nuestros clientes con panela de la más alta calidad, producida de manera sostenible y artesanal, contribuyendo de esa manera al bienestar de la localidad y sobre todo respetando el medio ambiente. Nos esforzaremos por ser reconocidos como un referente de excelencia en la producción de panela, asegurando la satisfacción de nuestros clientes.

Visión

Ser líderes en la producción de panela, destacando por nuestra innovación, compromiso con la calidad y responsabilidad social, aspiramos ser una microempresa exitosa, reconocida por su contribución al desarrollo sostenible.

Estrategia Empresarial

Nuestra estratégica se centra en la integración de prácticas agrícolas sostenibles, métodos de producción eficientes, buscamos diversificar nuestra oferta, explorando mercados locales y regionales, estableciendo alianzas estratégicas con productores locales. La eficiencia operativa, la innovación continua y la adaptabilidad a las demandas del mercado son los pilares fundamentales plantados en nuestra estrategia.

Principios

➤ **Sostenibilidad:** comprometernos a practicar una agricultura sostenible, minimizando nuestro impacto ambiental y promoviendo la biodiversidad en nuestras áreas de cultivo.

➤ **Calidad:** buscamos la excelencia en cada etapa de producción para ofrecer a nuestros clientes panela de alta calidad, preservando sus propiedades nutricionales y su sabor autentico.

Valores

➤ **Integridad:** actuaremos con honestidad y transparencia en todas nuestras operaciones y relaciones comerciales.

➤ Compromiso social: contribuimos al bienestar de la comunidad mediante la generación de empleo justo y la participación activa en proyectos sociales y ambientales.

➤ Innovación: buscaremos maneras de mejorar nuestros procesos y productos, adoptando nuevas tecnologías y prácticas que beneficien a nuestros clientes.

6.2.3.2. Tipo legal de la sociedad. Sociedad por Acciones Simplificadas S.A.S., se escogido este tipo de sociedad debido a que ofrece más posibilidades a la hora de constituir, también por la flexibilidad en cuanto al número de accionistas ya que puede ser desde un accionista sin limitación de asociarse con más accionistas.

6.2.3.3. Minuta y Reglamentos. Para constitución operación y regulación de las Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S., se debe contar con el Acta de constitución de la sociedad, de la misma manera con los reglamentos de la entidad.

ACTO UNILATERAL CONSTITUTIVO DE LA SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Conste por el presente documento, celebrado en la ciudad de: Yantzaza, el 05 de abril del año dos mil veinte y cuatro, la constitución de una Sociedad por Acciones Simplificada, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - COMPARECIENTES. -

Intervienen en el otorgamiento de este acto constitutivo de Sociedad por Acciones Simplificada:

Accionistas	No. Cédula	Correo electrónico	Domicilio	Nacionalidad
MAURA	1900871326	mauramorcho68@gmail.com	Yantzaza	Ecuatoriana
MIREYA				
MOROCHO				
AGUILAR				

Capas ante la ley, hábil en derecho para contratar y contraer obligaciones, quien comparece de manera libre y voluntaria al tenor de las siguientes cláusulas:

SEGUNDA. - DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. -

La compareciente declara bajo juramento su voluntad de constituir, como en efecto lo hace, una Sociedad por Acciones Simplificada, que se someterá a las disposiciones de los presentes estatutos y demás normativa aplicable.

TERCERA. - ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA. -

Título Primero (I). De la denominación, domicilio, objeto y plazo.

Artículo 1. - Nombre. - La denominación de la compañía que se constituye es PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA MOROCHO S.A.S.

Artículo 2. - Domicilio. -El domicilio principal de la compañía es en el cantón YANTZAZA de la provincia de ZAMORA CHINCHIPE. La compañía podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3. - Objeto. -La compañía tendrá como objeto social la Producción y Comercialización de panela, en bloque y granulada, así mismo podrá realizar cualquier actividad mercantil o civil, lícita.

Artículo 4. - Plazo. - El plazo de duración de la compañía es indefinido, contados desde la fecha de inscripción de este acto constitutivo en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Título Segundo (II). Del Capital.

Artículo 5. - Capital y de las acciones. - El Capital Suscrito es de (USD \$400,00) cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América, dividido en cuatrocientas (400) acciones indivisibles, ordinarias y nominativas, de UN dólar de los Estados Unidos de América de valor nominal cada una.

Título Tercero (III). Marco Legal. Del gobierno y de la administración.

Artículo 6. - Marco Legal. - Esta sociedad se regirá por las disposiciones contenidas en la sección innumerada agregada a continuación del artículo 317 de la Ley de Compañías, y en lo no previsto en dicha sección, se regirá por el presente estatuto, por las normas que rigen a las sociedades anónimas y, en su defecto, por las que rigen a las sociedades mercantiles según la Ley de Compañías, en cuanto estas últimas no fueren contradictorias con aquellas.

Artículo 7. - Norma general. - El gobierno de la compañía corresponde a la Asamblea de Accionistas, y su administración al Gerente General y al presidente, mismos que serán designados en este acto constitutivo.

Artículo 8. — De la Asamblea de accionistas. - La Asamblea de Accionistas es el órgano supremo de la compañía. Sus decisiones obligan a todos los accionistas, salvo el derecho de oposición que deberá ejercitarse en los casos y en las formas señaladas en la Ley de Compañías.

Artículo 9. — Convocatorias. - La Asamblea de Accionistas podrá reunirse en el domicilio principal de la Sociedad por Acciones Simplificada o fuera de él, aunque no esté presente un

quórum universal, con concurrencia del o de los accionistas, en persona o por representante.

La Asamblea de Accionistas también podrá instalarse, sesionar y resolver válidamente cualquier asunto de su competencia, a través de la comparecencia de todos los accionistas mediante videoconferencia o cualquier otro medio digital o tecnológico. En las asambleas telemáticas, se deberá verificar, fehacientemente, la presencia virtual de los accionistas, el mantenimiento del quórum y el procedimiento de votación de los asistentes.

Las Asambleas de Accionistas serán convocadas por correo electrónico, con cinco días de anticipación, por lo menos, al fijado por la reunión. Todos los accionistas tienen la obligación de comunicar al Representante Legal la dirección de correo electrónico en la que recibirán las convocatorias. Es obligación del Representante Legal de la Compañía mantener el registro de dichos correos.

Artículo 10. — Presidirá las sesiones de Asamblea de Accionistas el presidente de la Compañía; en su falta, actuará el accionista designado para el efecto por la Asamblea de Accionistas. Actuará como secretario el Gerente General de la Compañía o la persona designada por los accionistas concurrentes.

Artículo 11. — Atribuciones de la Asamblea de Accionistas: Son atribuciones de la Asamblea de Accionistas: a) Designar y remover a los administradores; b) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores; c) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades; d) Consentir en la transferencia de acciones y en la admisión de nuevos accionistas; e) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social; f) Resolver sobre el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía; g) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía; h) Acordar la exclusión del accionista por las causales previstas en el Art. 82 de la Ley de Compañías; i) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores.

Artículo 12. — Representación legal, judicial y extrajudicial: La representación legal, judicial y extrajudicial le corresponderá al Gerente General en forma INDIVIDUAL. En los casos de falta, ausencia temporal o definitiva, o impedimento para actuar del Gerente General, renuncia, remoción, separación o reemplazo, será reemplazado por el presidente. El periodo de duración de los cargos asignados será de TRES años, contados desde la fecha de inscripción del respectivo nombramiento en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, pudiendo ser reelegidos indefinidamente.

Artículo 13. — Facultades, deberes y prohibiciones de los administradores. - El Gerente General ejercerá todas las atribuciones previstas para los administradores, en las normas de

la Ley de Compañías, que rigen para las Sociedades por Acciones Simplificadas.

Artículo 14. - Reparto de utilidades. — La distribución de utilidades se realizará conforme a lo establecido en la Ley de Compañías para las Sociedades Anónimas,

Artículo 15. - Norma general. - La compañía se disolverá y se liquidará conforme se establece a la sección correspondiente a la Disolución, Liquidación, Reactivación y Cancelación de las Sociedades por Acciones Simplificadas de la Ley de Compañías.

CUARTA. - APORTES. - CUADRO DE SUSCRIPCIÓN Y PAGO DEL CAPITAL SOCIAL.

Accionistas	Capital Suscrito	Capital por Pagar	No. De Acciones	Porcentaje
1	400	0	400	100%
TOTAL	400		400	100%

QUINTA. — La compareciente declara que, una vez constituida la compañía, pagarán los montos indicados en el cuadro de suscripción y pago del capital social, en la cuenta que la compañía abra en una institución bancaria. En todo caso, el capital pagado deberá ser cubierto íntegramente, en un plazo máximo de veinticuatro meses contados a partir de la fecha de inscripción del presente documento.

SEXTA. - Asimismo la compareciente declara bajo juramento que asumen la responsabilidad sobre la veracidad y autenticidad de la información aquí contenida, así como de la documentación de soporte proporcionada en este proceso de constitución, el cual se ha realizado con apego a la ley.

SÉPTIMA. - NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES. -Para los períodos señalados en el artículo 12 del estatuto, se designa como GERENTE GENERAL de la compañía a la Señora Maura Mireya Morocho Aguilar y como PRESIDENTE de la compañía a la Señora Selena Maribel Morocho Aguilar.

OCTAVA. - DECLARACIÓN JURADA DE LICITUD Y ORIGEN DE FONDOS, - Los comparecientes, DECLARAN BAJO JURAMENTO, que los fondos y valores que se utilizan para la presente constitución de Sociedad de Acciones Simplificada provienen de actividades lícitas.

Atentamente,

MAURA MIREYA MOROCHO AGUILAR

GERENTE

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA COMPAÑÍA “PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA MOROCHO S.A.S”

CAPÍTULO I

Normas Preliminares

ART. 1. - La Compañía Productora y Comercializadora Morocho, en cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 64 del Código de Trabajo vigente, y con el fin de regular en forma armoniosa las relaciones Laborales, la Unidad, por medio de su Gerente, dicta el presente Reglamento Interno de Trabajo, que se aplicará en la Compañía, el mismo que debidamente aprobado se constituye en norma obligatoria para el empleador y trabajadores.

ART. 2. - Para conocimiento de sus Trabajadores, la Compañía de Producción y Comercialización, mantendrá en permanente exhibición un ejemplar del reglamento, en un lugar visible en el lugar de trabajo, o si a juicio del Empleador estimare conveniente hará imprimir un folleto el mismo que será repartido a todos los trabajadores, consecuentemente su desconocimiento no excusa ni exceptúa a trabajador alguno.

Queda establecido que los empleados y trabajadores conocen las actividades de producción que realiza la Compañía de Producción y Comercialización Morocho S.A.S, por lo tanto, se comprometen a colaborar para el éxito de estas actividades y el buen nombre y prestigio de la misma.

ART. 3.- La Compañía de Producción y Comercializadora Morocho. Tiene como actividad la Producción y Comercialización de panela en bloque de 450 gramos, y/o granulada.

Tiene su domicilio principal en el cantón Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, y este reglamento tendrá aplicación para la Compañía.

El señor Gerente General ejerce la representación legal de la Compañía y la administración de la misma, por lo tanto, es quién determinará las políticas de trabajo, prioridades y procedimientos internos-.

ART. 4.-Todos los trabajadores de la Compañía quedan obligados estrictamente al cumplimiento de las disposiciones constantes en el presente reglamento.

CAPÍTULO II

REQUISITOS A LOS QUE DEBEN SUJETARSE LOS TRABAJADORES

ART. 5.- Los aspirantes para ser admitidos como trabajadores de la Compañía requieren presentar los siguientes documentos:

1. Cédula de ciudadanía
2. Certificado de los últimos empleadores con indicación del nombre, dirección, teléfono;
3. Certificados de buena conducta y solvencia moral;

4. Partida de matrimonio o documento legal que acredite la unión de hecho, y las partidas de nacimiento de sus hijos, si es del caso;
5. Someterse a la entrevistas y pruebas de selección que usualmente realiza la Compañía de Productora y Comercializadora Morocho SAS; así como a la verificación de datos que se requiera.

ART. 6.- La Compañía de Organizará y llevará el “Registro de Trabajadores”, con los datos y documentos proporcionados para el efecto por sus trabajadores, quienes quedan obligados a actualizar los mismos, cuando se produzcan cambios de importancia.

ART. 7.- No se considerará Trabajador de la Compañía de Producción y Comercialización Morocho S.A.S, a ningún aspirante mientras éste no suscriba el respectivo contrato de trabajo, los mismos que celebrarán la Compañía obligatoriamente por escrito, incluido lo que realicen los trabajadores ocasionales.

CAPÍTULO III

DE LOS CONTRATOS DE TRABAJO

ART. 8.- La persona que sea admitida en la Compañía de Producción y Comercialización Morocho S.A.S, en calidad de trabajador, suscribirá necesariamente un contrato de trabajo de Un Año a plazo fijo, con un período inicial de prueba de NOVENTA DÍAS de duración, durante el cual las partes libremente podrán darlos por terminado sin indemnización alguna. El objeto de este período probatorio, será el de apreciar por parte del empleador las aptitudes del trabajador, y por parte de éste las conveniencias de las condiciones del trabajo.

ART. 9.- Se exceptúa de lo dispuesto en el Artículo anterior, los contratos ocasionales eventuales, de temporada, de obra cierta, los de aprendizaje; que serán suscritos en base a las prescripciones del Código del Trabajo.

ART. 10.- Las normas del Código del Trabajo y las de este presente Reglamento Interno, se considerarán incorporadas a los contratos individuales de trabajo.

CAPÍTULO IV

JORNADAS Y HORARIOS DE TRABAJO

ART. 11.- La Compañía de Producción y Comercialización Morocho S.A.S, de acuerdo a la naturaleza de sus actividades productivas, requiere establecer horarios para el personal que labora en la jornada de trabajo, que serán de 8 horas diarias.

Para los casos en que se labore en horas suplementarias y extraordinarias, éstas se cancelarán con los recargos previstos en el Código de Trabajo.

ART. 12.- En cualquier momento se podrá modificar estos horarios y establecer horarios de trabajo, con la autorización de la Dirección Regional del Trabajo, de acuerdo a las necesidades y requerimientos de la Institución.

ART. 13.- Durante la jornada de trabajo, queda totalmente prohibido para cualquier empleado o trabajador, dedicarse a otras actividades diferentes, o a realizar trabajos o asuntos particulares.

ART. 14.- Sin la expresa autorización de la Gerencia General o del encargado del personal, ningún trabajador podrá laborar en horas suplementarias ni extraordinarias; salvo los casos de fuerza mayor, cuando se tenga materia prima en proceso de elaboración.

ART. 15.- Ningún trabajador podrá salir del lugar de trabajo de la Compañía, durante las horas laborables, sin permiso expreso del encargado que esté autorizado para darlo. El abandono del trabajo en horas laborables, sin permiso o causa justificada será sancionado conforme lo previsto en el Capítulo VII de este reglamento.

ART. 16.- Los PERMISOS que se concedan constarán necesariamente por escrito, y serán anotados en los registros y controles respectivos.

Por regla general, los permisos únicamente se concederán para atender asuntos de fuerza mayor, enfermedad, calamidad doméstica, requerimiento de Autoridad, ejercicio del sufragio y, en los casos permitidos por la Ley.

CAPÍTULO V

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LOS TRABAJADORES Y DE LA COMPAÑIA

ART. 17.- Es obligación de todos los trabajadores el acatamiento y fiel cumplimiento de todas las instrucciones, órdenes o prohibiciones impartidas por el empleador, directamente o por medio de sus representantes, mediante circulares o disposiciones verbales, sobre todo cuando ellas se refieren a normas de procedimiento o de producción y de la forma de ejecutar el trabajo.

ART. 18.- Son obligaciones generales de todos los trabajadores:

1. Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la calidad, intensidad, cuidado, precaución y esmero apropiados, en la forma, horarios y condiciones convenidas;
2. Restituir al empleador los materiales no usados; y conservar en buen estado todos los equipos, materiales, maquinarias, herramientas y más útiles de trabajo;
3. En caso de comprobarse que los daños y deterioros en los bienes materiales y maquinarias, han sido causados por negligencia, descuido o defectuoso uso de ellos, el trabajador estará obligado a pagar tales daños o efectuar las reparaciones necesarias, incluso en hora fuera del horario normal.
4. Observar estrictamente lo establecido o lo que establezca la Compañía, para solicitar permisos y para la comprobación de enfermedades, ausencias y novedades semejantes.

5. Cumplir estrictamente con las disposiciones de este reglamento interno, y todas las órdenes e instrucciones dadas por los señores Directivos.
6. Realizar el trabajo portando la ropa de trabajo adecuada, uniformes y los implementos de seguridad que sea indispensable para el desempeño de sus labores. Los trabajadores serán responsables por las pérdidas o deterioros de estos bienes causados por el mal uso de los mismos o negligencia;
7. Las demás obligaciones establecidas por la Ley, en este reglamento y las que dicte la Compañía.
8. Además, deberá cumplir todas aquellas actividades propias del trabajo específico que desempeña en la Compañía de Producción y Comercialización Morocho S.A.S.

ART. 19.- PROHIBICIONES:

Son prohibiciones para todos los empleados y trabajadores de la Compañía, las siguientes:

1. Poner en peligro su propia seguridad, y la de sus compañeros de trabajo o bienes de la Compañía.
2. Presentarse al trabajo en estado de embriaguez o bajo la influencia de narcóticos o drogas enervantes.
3. Confiar a otro trabajador, sin la expresa autorización correspondiente, la ejecución de su propio trabajo, así como instrumentos, elementos, y materiales de la Compañía.
4. Suspender sus labores o abandonar el puesto de trabajo, sin permiso ni causa legal o justificada;
5. Presentarse al trabajo sin portar el uniforme o ropa de trabajo e implementos de seguridad, en las condiciones requeridas por la Institución;
6. Demostrar indisciplina o resistirse al cumplimiento de una orden o trabajo encomendado por el empleador o autoridad;
7. Portar armas de cualquier clase, dentro de los lugares de trabajo;
8. Hacer trabajos particulares o aquellos que no han sido ordenados por el empleador, durante la jornada de labor;
9. Descuidar el mantenimiento y buen funcionamiento de las máquinas y equipos que estén a su cuidado; y no mantener limpio y aseado su puesto de trabajo;
10. Y todas las prohibiciones establecidas en el Art. 46 del Código del Trabajo, y las que la Institución imparta oportunamente.

ART. 20.- OBLIGACIONES DE LA COMPAÑÍA:

Son obligaciones de la Compañía como empleador las contenidas en el artículo 42, numerales 1 al 34; artículo 43 y sus numerales 1 al 3, del Capítulo IV del Título I del Código de Trabajo. Debiendo cumplir sus obligaciones económicas para con sus trabajadores, así

como las de seguridad industrial, respeto y buen trato, conforme las disposiciones legales anotadas.

ART. 21.- PROHIBICIONES DE LA COMPAÑIA:

Igualmente son prohibiciones de la Institución como empleador, las contenidas en el artículo 44, literales a, i.

CAPÍTULO VI

DE LAS SANCIONES

ART. 22.- El desacato, la desobediencia y la falta de cumplimiento a cualquiera de las disposiciones del presente Reglamento por parte de los trabajadores, serán sancionadas gradualmente con:

- a) Amonestación verbal o escrita;
- b) Multas que no excederán en ningún caso del 20% de la remuneración diaria;
- c) Terminación del Contrato de Trabajo mediante solicitud de Visto Bueno.

Su aplicación será hecha por la Gerencia General o por quien haga las veces de la misma, tomando en cuenta la reincidencia o la gravedad de la falta.

ART. 23.- Todos los incumplimientos o transgresiones a las normas de este Reglamento, en su primera ocasión se amonestarán en forma verbal o escrita al trabajador; en caso de reincidencia se impondrá una multa del 20% del salario diario del infractor.

La reincidencia de una falta sancionada con multa, o la gravedad de la misma, dará derecho a la Compañía o proponer la solicitud de Visto Bueno ante el Inspector del Trabajo.

ART. 24.- Las amonestaciones y multas serán comunicadas al empleado por escrito y en forma oportuna. Y las multas serán cobradas de la remuneración que se pague al trabajador, en forma inmediata posterior a la comisión de la falta.

ART. 25.- Las faltas de puntualidad y asistencia a los horarios establecidos, serán sancionados de la siguiente manera:

- a) Cualquier atraso a los horarios establecidos, en su primera ocasión no será considerado como tal; pero si dentro de un período quincenal el trabajador incurre en dos o más atrasos, estos serán sancionados con una MULTA equivalente al 20% de su salario diario
- b) La reincidencia dará lugar a proponer el Visto Bueno ante el Inspector del Trabajo.

CAPÍTULO VIII

DISPOSICIONES FINALES

ART. 26.- Quedan incorporadas al presente Reglamento Interno, las disposiciones del Código de Trabajo, que prevalecerán en todo caso;

ART. 27.- La Compañía se reserva del derecho de presentar para la aprobación de la Inspectoría del Trabajo, las reformas o adiciones que estimare conveniente al presente

Reglamento, las mismas que una vez aprobadas, se les dará a conocer a sus trabajadores en la forma prevista en el Art. 2 del presente Reglamento

Ab. HERNAN CAMACHO C.
ABOGADO
MAT. 19-2017-22 CNJZCH

MAURA MIREYA MOROCHO AGUILAR
GERENTE

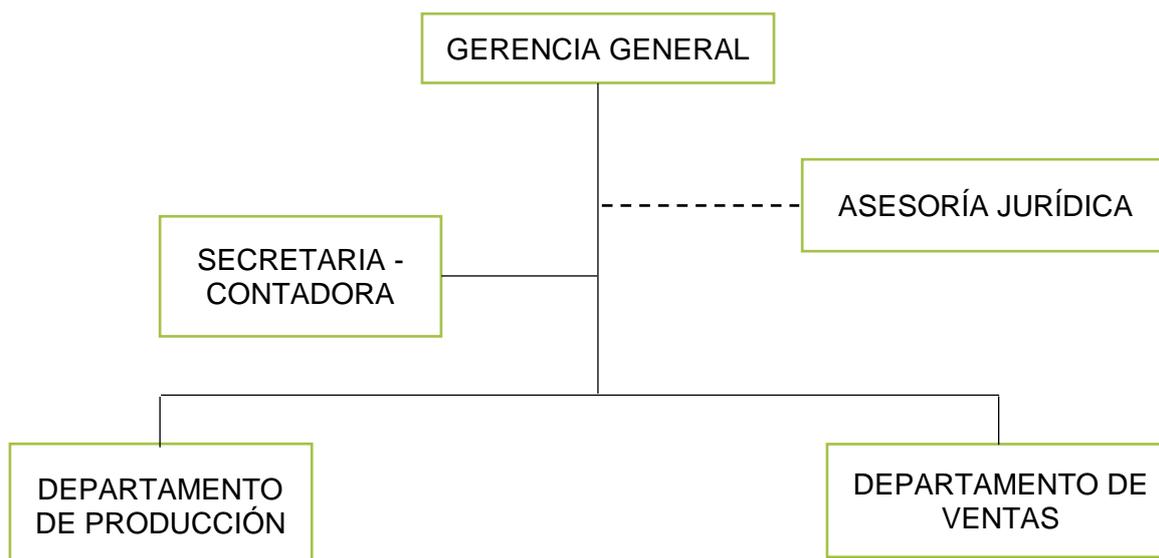
6.2.3.4. Niveles Jerárquicos. La disposición organizativa de la microempresa establece distintos niveles jerárquicos encargados de supervisar las áreas administrativas, ejecutivas y operativas, asegurando así el correcto funcionamiento y operatividad de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de panela. La estructura organizativa abarcará los siguientes niveles jerárquicos:

- Nivel Directivo: constituye el máximo órgano de la entidad, compuesto por los socios legalmente establecidos y representado, en acciones, por el presidente.
- Nivel Ejecutivo: integrado por el gerente general, designado por el nivel directivo, este nivel asume la responsabilidad de la gestión operativa de la microempresa.
- Nivel Operativo: comprende todos los servicios ofrecidos por la microempresa panelera, estructurados en departamentos de servicios para garantizar la eficiencia operativa.

6.2.3.5. Organigramas. Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus puestos de trabajo y funciones a desempeñar. Toda empresa representa su estructura organizativa en al menos tres tipos de organigramas, como son:

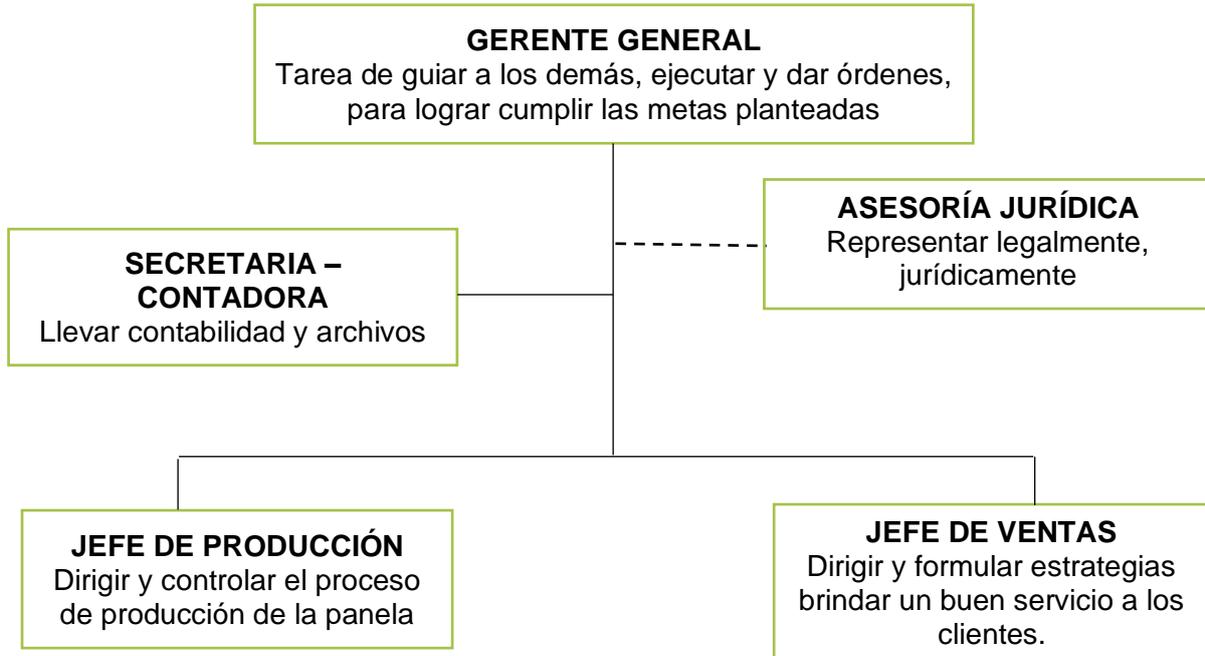
6.2.3.5.1. Organigrama Estructural.

Productora y Comercializadora “Morocho”



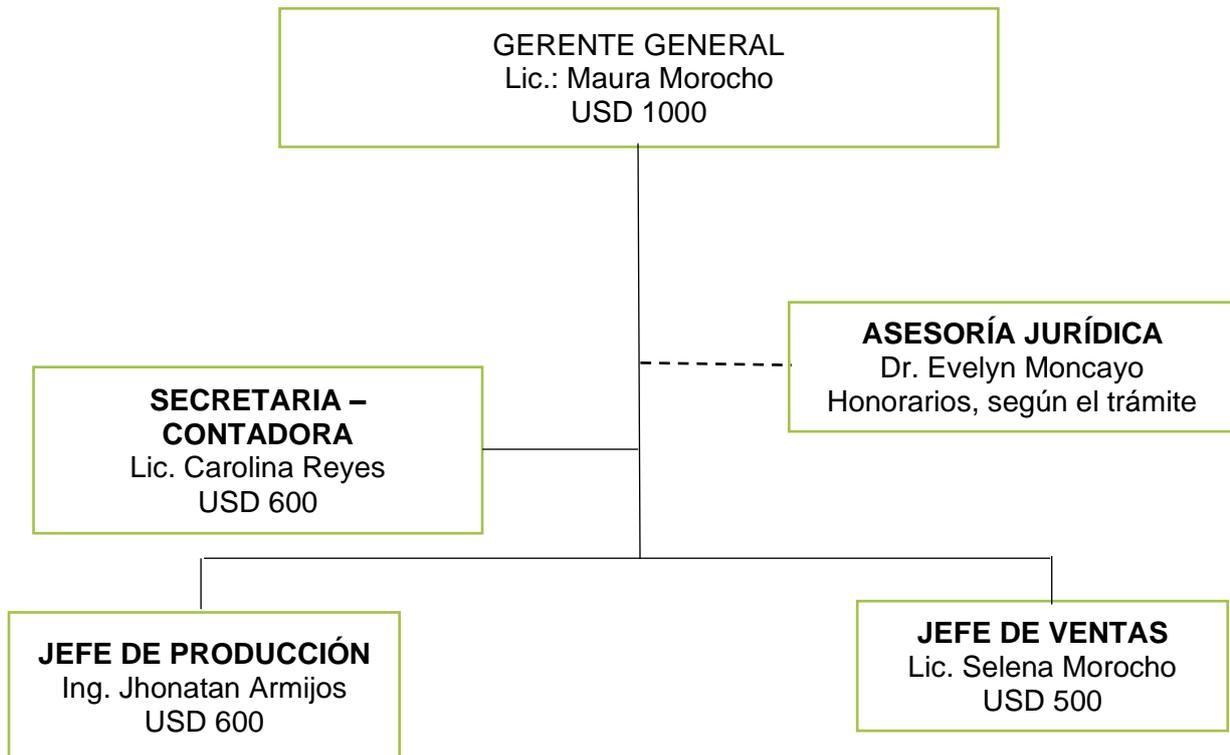
6.2.3.5.2. Organigrama Funcional.

Productora y Comercializadora "Morocho"



6.2.3.5.3. Organigrama de Posición.

Productora y Comercializadora "Morocho"



6.2.3.6. Manual de Funciones. Se determina las funciones y responsabilidades que les corresponde desempeñar cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la microempresa.

MANUAL DE FUNCIONES GERENTE GENERAL

Título de Puesto	Gerente General
Nivel de Mando	Ejecutivo
Supervisa a	Todo el personal
Reporta a	Directorio o Junta General de Accionistas

Misión

Liderar la gestión estratégica mediante la gestión, dirección y control de cada departamento para asegurar la rentabilidad, competitividad y sustentabilidad planificando y ejecutando políticas hacia el cumplimiento de metas y objetivos.

Tareas Típicas

- Representa legal, judicial y extrajudicialmente a la microempresa.
- Dirigir, planificar y controlar las actividades administrativas.
- Elaborar los programas de trabajo y supervisar su cumplimiento.
- Propone a la Junta Directiva el Plan operativo y estratégico anual de la microempresa que contendrá; políticas y objetivos, programas de operación e inversión; y el Plan Financiero sujeto a aprobación.
- Cumplir y hacer cumplir las leyes, estatutos y reglamentos internos y externos de la microempresa.
- Autoriza contratos, ascensos, de trabajadores.
- Convocar a asambleas cuando crea necesario.

Responsabilidades

- Adopta las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
- Aprueba las disposiciones o recursos necesarios para la organización de los Servicios Médicos, Comités y Departamentos de Seguridad, con sujeción a las normas legales vigentes.
- Aprueba disipaciones y los recursos necesarios para entregar gratuitamente a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
- Aprueba y ejecuta planes y programas encaminados a la conservación de la seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del ambiente de trabajo.

Requisitos Mínimos

Educación	Universitaria: Tercer Nivel o Cuarto Nivel.
Especialización	Administración de empresas; Carreras afines
Conocimientos Adicionales	Normativa legal vigente sobre procesamiento de café. Conocimientos de sistemas y paquetes informáticos.
Experiencia	Mínimo 2 años en cargo similar.
Iniciativa	Honesto, responsable, respetuoso, tolerante, destreza y agilidad mental.
Responsabilidad por persona	Llevar el buen un manejo administrativo de la empresa.
Lugar de Trabajo	Oficina de Gerencia

MANUAL DE FUNCIONES ASESOR LEGAL

Título de Puesto	Asesor legal
Nivel de Mando	Apoyo
Supervisa a	No Superior
Reporta a	Gerente General

Misión

Sugerir a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico, y encargado de llevar la información referente a lo legal y constitutivo de la microempresa.

Tareas Típicas

- Asesoría al gerente general en aspectos legales de índole administrativo, laboral, penal, civil, etc.
- Emitir informes de carácter legal sobre temas relacionados y vinculados a la marcha de la microempresa, solicitado por el gerente.
- Prestar asesoramiento en diversas áreas de la microempresa cuando requieran la opinión legal en el desarrollo de sus actividades.
- Representar a la empresa en los procesos judiciales, administrativos y contenciosos administrativos, defendiendo su interés.
- Efectuar el seguimiento de los procesos judiciales y/o administrativos de los cuales sea parte la microempresa.

Responsabilidades

- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la microempresa.
- Participa en el control de desastres, prevención de riesgos en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.
- Informar al empleador de las averías y riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo. Si éste no adopta las medidas pertinentes, comunica a la Autoridad Laboral competente a fin de que adopte las medidas adecuadas y oportunas.
- Comparte cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos laborales y de la empresa, salvamento y socorrismo programados por la microempresa u organismos especializados del sector cafetero.

Requisitos Mínimos

Educación	Universitaria: Tercer Nivel o Cuarto Nivel.
Especialización	Dr. Abogado: Especialización en casos jurídicos relacionados a la parte societaria. Normativa legal vigente en:
Conocimientos Adicionales	Competencias comerciales Competencias laborales Competencia societaria.
Experiencia	Mínimo 2 años en Asesoría Legal.
Iniciativa	Honesto, responsable, respetuoso, tolerante, destreza y agilidad mental. Gran eficiencia y responsabilidad.
Responsabilidad por persona	Encargado de representar legalmente de la microempresa.
Lugar de Trabajo	Oficina de Asesor Legal

MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA – CONTADORA

Título de Puesto	Secretaria Contadora
Nivel de Mando	Apoyo
Supervisa a	No aplica
Reporta a	Gerente General

Misión

Analizar, organizar y controlar todas y cada una de las actividades contables de la empresa, para el oportuno y secuencial registro de las operaciones, cumpliendo con las obligaciones tributarias y las disposiciones legales emitidas por los organismos de control, además intercambiar y archivar información de la microempresa.

Tareas Típicas

- Efectuar el registro y contabilización de las obligaciones corrientes por servicios prestados
- Efectuar el análisis de cuentas para elaborar los estados financieros, además de realizar las conciliaciones bancarias
- Verifica mensualmente el cuadro de cuentas por cobrar, cuentas por pagar, inventarios, etc.
- Elaborar los estados financieros
- Elaborar los informes mensuales requeridos por el gerente.
- Efectuar el cálculo de las obligaciones tributarias y presentarlas oportunamente.
- Atiende y coordina al público bien personalmente o telefónicamente indicando horas de atención, trámites de documentos, citas, reuniones, etc.
- Facilita y colabora en la revisión de la auditoría externa e interna y en las actividades de control de los organismos pertinentes.

Responsabilidades

- Participa en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.
- Usa correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuida de su conservación.
- Informar al empleador los riesgos que puedan ocasionar accidentes de trabajo. Si éste no adopta las medidas pertinentes, comunica a la Autoridad Laboral competente a fin de que adopte las medidas adecuadas y oportunas.
- Asiste a los cursos sobre control de desastres, prevención de riesgos, salvamento y socorrismo programados por la empresa u organismos especializados del sector.

Requisitos Mínimos

Educación	Universitaria: Tercer Nivel o Cuarto Nivel.
Especialización	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, Contador Público-Auditor; o en carreras afines.
Conocimientos Adicionales	Conocimientos de Sistemas y paquetes informáticos Word, Excel, Power Point, Visio, Project, Internet, SRI, Compras Públicas.
Experiencia	Mínimo 2 años en Contabilidad General.
Iniciativa	Honesto, responsable, respetuoso, tolerante, destreza y agilidad mental.
Responsabilidad por persona	Responsable de analizar y generar información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad.
Lugar de Trabajo	Oficina secretaria contador.

MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DE PRODUCCIÓN - OBREROS

Título de Puesto	Jefe de Producción
Nivel de Mando	Ejecutivo
Supervisa a	Operarios: Personas en el área de producción
Reporta a	Gerente General y Directorio

Misión

Planificar, organizar, dirigir y controlar el proceso de producción de la panela desde la adquisición de la materia prima hasta obtener el producto, con la finalidad de operar de manera eficiente y obtener un producto de calidad.

Tareas Típicas

- Planificar y programar las actividades a ser realizadas para el cumplimiento de los objetivos previstos, conforme con las políticas establecidas y los recursos disponibles.
- Supervisar la ejecución de las actividades de su departamento realizadas por el equipo de trabajo.
- Organiza todos los recursos necesarios para el proceso productivo.
- Realizar reportes diarios de las actividades realizadas en la planta.
- Controlar el cumplimiento de los requisitos de calidad.
- Encargarse del pedido de la materia prima e insumos a los proveedores.
- Actualizar a los supervisores sobre las innovaciones en los procesos productivos.

Responsabilidades

- Propone acciones para cumplir las disposiciones del Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
- Propone la adopción de las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
- Entrega a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
- Aprueba y ejecuta planes y programas encaminados a la conservación de la seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del ambiente de trabajo.
- Apoya la formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.

Requisitos Mínimos

Educación	Universitaria: Tercer Nivel o Cuarto Nivel.
Especialización	Ingeniería Industrial; Carreras afines.
Conocimientos Adicionales	Conocimientos de Sistemas y paquetes informáticos Word, Excel, Power Point, Visio, Project, Internet.
Experiencia	Mínimo 2 años en Gestión Gerencial.
Iniciativa	Persona comprometida con su trabajo, Creativo, innovador y líder.
Responsabilidad por persona	Responsable de controlar las operaciones productivas de la producción de café.
Lugar de Trabajo	Oficina del Jefe de Producción.

MANUAL DE FUNCIONES DEL OBRERO

Título de Puesto	Obrero de la microempresa
Nivel de Mando	Obrero
Supervisa a	No aplica
Reporta a	Jefe de producción

Misión

Desarrollar las actividades del proceso productivo de la planta de producción hasta el empaque final del producto, de acuerdo a los lineamientos de control sanitario dispuesto.

Tareas Típicas

- Conocer los procesos de la planta.
- Manipulación de las maquinarias.
- Punto de evaporación de la miel.
- Limpieza y estricto control sanitario de la caña de azúcar.
- Empaque de la panela

Responsabilidades

- Propone acciones para cumplir las disposiciones del Reglamento y demás normas vigentes en materia de prevención de riesgos.
- Propone la adopción de las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
- Entrega a sus trabajadores vestido adecuado para el trabajo y los medios de protección personal y colectiva necesarios.
- Aprueba y ejecuta planes y programas encaminados a la conservación de la seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del ambiente de trabajo.
- Apoya la formación en materia de prevención de riesgos, al personal de la empresa, con especial atención a los directivos técnicos y mandos medios, a través de cursos regulares y periódicos.

Requisitos Mínimos

Educación	Título de segundo nivel
Especialización	Bachiller en Especialización Agropecuaria
Conocimientos Adicionales	Conocimientos de Sistemas y paquetes informáticos Word, Excel, Power Point, Internet.
Experiencia	Mínimo 1 años en actividades a fines
Iniciativa	Persona comprometida con su trabajo, responsable y puntual.
Responsabilidad por persona	Llevar a cabo un proceso de producción óptimo acatando todas las medidas sanitarias para lograr obtener un producto de calidad.
Lugar de Trabajo	Planta de producción

MANUAL DE FUNCIONES DEL VENDEDOR

Título de Puesto	Vendedor
Nivel de Mando	Operativo
Supervisa a	No aplica
Reporta a	Gerente General

Misión

Será responsable de vender y brindar un buen servicio al cliente que le permitan lograr objetivos, como: retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Tareas Típicas

- Efectuar las ventas del producto a los clientes.
- Efectuar los pedidos acordes a un cronograma previamente establecido.
- Diseñar el plan de marketing anual con la finalidad de promocionar el producto.
- Realizar estudios de mercado y factibilidad con la finalidad de poder ingresar a nuevos mercados.
- Emprender campañas de publicidad y promoción agresivas para la difusión del producto ofertado.
- Diseñar e implementar estrategias de posicionamiento para generar una ventaja competitiva en el mercado.
- Mantener limpio el punto de venta.
- Elaborar del presupuesto anual con la especificación y justificación debida para cada actividad que vaya a realizar, el mismo que debe contar con su correspondiente aprobación por parte del administrador y del contador.
-

Responsabilidades

- Participa en el control de desastres, prevención de riesgos y mantenimiento de la higiene en los locales de trabajo cumpliendo las normas vigentes.
- Asiste a los cursos sobre atención al cliente, ventas, control de desastres, prevención de riesgos, programados por la empresa u organismos especializados del sector avícola.
- Cuida de su higiene personal, para prevenir el contagio de enfermedades y someterse a los reconocimientos médicos programados por la empresa.
- Responder por el adecuado manejo, almacenamiento y conservación de los elementos entregados bajo custodia y administración, llevando el control del material, equipo y herramienta que se tiene en el área de ventas
- Usa correctamente los medios de protección personal y colectiva proporcionados por la empresa y cuida de su conservación.

Requisitos Mínimos

Educación	Título de Segundo Nivel
Especialización	Bachiller en Especialización Agropecuaria. Chofer con Licencia tipo C. Conocimientos de Sistemas y paquetes informáticos Word, Excel. Y manejo de facturas y cobros a los clientes.
Conocimientos Adicionales	Mínimo 1 año en actividades afines.
Experiencia	Creatividad, destreza, responsabilidad, criterio
Iniciativa	Saber manejar al cliente y tener facilidad de palabra y saber acerca del producto.
Responsabilidad por persona	Oficina de Ventas.

6.3. Objetivo 3: Evaluar la viabilidad financiera que conlleve a la toma de decisiones sobre la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de panela en bloque y granulada, en la provincia de Zamora Chinchipe, ciudad de Yantzaza.

1.3.1. Estudio Económico

Una vez realizado los estudios de mercado y técnico, la información obtenida como resultado, será de gran importancia ya que permitirán efectuar el estudio económico, el cual consiste en monetizar el inicio y operación de la microempresa.

6.3.1.1. Inversión Inicial. El criterio para tomar la decisión sobre la inversión para realizar dicha actividad se basa en varios aspectos importantes, como tener una comprensión clara y definida de la demanda de los consumidores, la disponibilidad de capital, el equipamiento necesario y los conocimientos requeridos para llevar a cabo la actividad, entre otros factores.

Para determinar el monto total necesario de inversión para la implementación de la microempresa es imprescindible conocer los valores totales de los diferentes rubros que abarca. Estos rubros comprenden activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo (activos circulantes), los cuales son esenciales para iniciar las operaciones de la microempresa. El presupuesto de inversión inicial de la microempresa de producción y comercialización de panela "Morocho", se presenta a continuación:

6.3.1.1.1. Inversión de Activos Fijos. Un activo fijo es un bien perteneciente a la empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en efectivo a corto plazo. Estos activos son generalmente necesarios para el funcionamiento de la empresa y no están destinados a ser vendidos.

➤ **Infraestructura:** La microempresa productora y comercializadora de panela contará con oficinas propias para el desenvolvimiento de sus actividades administrativas. Así mismo contará con el área de producción.

Tabla 31
Presupuesto de infraestructura

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
4 Oficinas	m ²	40	\$ 600,00	\$ 24.000,00
1 Planta de producción	m ²	50	\$ 400,00	\$ 20.000,00
TOTAL				\$ 44.000,00

Nota. La tabla muestra la infraestructura con la que contará la microempresa y el costo al que asciende la adecuación de la misma.

➤ **Terreno:** El terreno que va ser destinado para la construcción de la planta panelera contará de 2 hectáreas, el cual se encuentra ubicado en el barrio la molienda de la ciudad de Yantzaza, provincia de Zamora Chinchipe, la siguiente tabla muestra el precio de cada

hectárea.

Tabla 32

Presupuesto del terreno

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	Hectáreas	2	\$ 6.000,00	\$ 12.000,00
TOTAL				\$ 12.000,00

Nota. La tabla muestra la cantidad de terreno que se va adquirir para implementar la microempresa de producción y comercialización de panela.

➤ **Maquinaria:** La maquinaria y equipos son bienes tangibles que permiten la realización de la actividad productiva, en la siguiente tabla se muestran los valores a los que asciende la maquinaria que se necesita para la elaboración del producto.

Tabla 33

Presupuesto de maquinaria

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Trapiche	Unidad	1	\$ 8.500,00	\$ 8.500,00
TOTAL				\$ 8.500,00

Nota. La tabla muestra la maquinaria necesaria con la que se debe contar para producir panela.

➤ **Vehículo:** Adquirir un vehículo para la microempresa garantizará que el producto sea movilizado de forma segura hasta llegar al lugar donde se va a comercializar, así mismo será de gran ayuda para movilizar la materia prima.

Tabla 34

Presupuesto de vehículo

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	DE CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vehículo (Camión pequeño)	Unidad	1	\$ 25.490,00	\$ 25.490,00
TOTAL				\$ 25.490,00

Nota. La tabla muestra el costo del vehículo con el que contará la microempresa el cual es necesario para poder trasladar el producto.

➤ **Herramientas:** Para la producción de panela se necesita herramientas adecuadas para de esa manera poder empezar con las operaciones, la siguiente tabla muestra el tipo de herramientas que se necesitará y las cantidades correspondientes.

Tabla 35

Presupuesto de herramientas

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Basureros	Unidad	4	\$ 20,00	\$ 80,00
Focos	Unidad	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Machete	Unidad	5	\$ 6,00	\$ 30,00
Cepillo	Unidad	5	\$ 1,25	\$ 6,25
Carretilla	Unidad	3	\$ 65,00	\$ 195,00

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cedazo	Unidad	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Balanza	Unidad	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Balde	Unidad	3	\$ 5,00	\$ 15,00
Mangueras	Unidad (Rollos)	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Cable	Metro	20	\$ 5,00	\$ 100,00
Moldes	Unidad (tableros)	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Bandejas de acero	Unidad	3	\$ 120,00	\$ 360,00
TOTAL				\$ 1.124,25

Nota. La tabla muestra las herramientas que serán necesarias para poder iniciar con la producción de la panela.

➤ **Mobiliario:** Son bienes que se utilizan para proporcionar comodidad, funcionalidad a las oficinas, hogares, comercios y otros lugares donde sea requerido para satisfacer necesidades específicas.

Tabla 36
Presupuesto de mobiliario

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	Unidad	3	\$ 250,00	\$ 750,00
Archivadores	Unidad	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Sillas de escritorio	Unidad	3	\$ 60,00	\$ 180,00
Sillas de espera	Unidad	6	\$ 16,00	\$ 96,00
Mesa de madera	Unidad	1	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL				\$ 1.356,00

Nota. La tabla muestra la cantidad de mobiliario que va a adquirir la microempresa, de la misma manera el rubro económico al que asciende.

➤ **Equipos de oficina:** para el funcionamiento adecuado de la microempresa, es necesario disponer de diversos instrumentos como, sumadores, calculadores y otros equipos utilizados en las actividades diarias en la oficina.

Tabla 37
Presupuesto e equipos de oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Calculadora	Unidad	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Perforadora	Unidad	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Grapadora	Unidad	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Tijeras	Unidad	5	\$ 1,50	\$ 7,50
TOTAL				\$ 61,50

Nota. La tabla muestra la cantidad de equipos de oficina que serán necesarios para la microempresa.

➤ **Equipos de computación:** la implementación de equipos de computación en la parte de producción de la microempresa panelera brinda beneficios, en el almacenamiento y procesamiento de información, haciendo las actividades más eficientes en el área operativa, estos equipos son una herramienta valiosa para el jefe de producción y para el éxito general de la microempresa.

Tabla 38*Presupuesto de equipos de computación*

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora de escritorio	Unidad	3	\$ 650,00	\$ 1.950,00
Impresora	Unidad	2	\$ 360,00	\$ 720,00
Teléfonos	Unidad	3	\$ 15,00	\$ 45,00
TOTAL				\$ 2.715,00

Nota. La tabla muestra la cantidad de equipos de computación con los que va a contar la microempresa, así mismo el costo al que asciende la adquisición de estos equipos.

➤ Equipos de seguridad: la adquisición de estos equipos es esencial, no sólo para su producción, sino que también garantiza el cumplimiento de las regulaciones establecidas por los entes rectores. Además, estos equipos proporcionan seguridad y protección a los trabajadores, promoviendo un ambiente laboral seguro y saludable. Por ende, la inversión en equipos adecuados es fundamental para el éxito de la microempresa y el bienestar de todos los involucrados en su operación.

Tabla 39*Presupuesto de equipos de seguridad*

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cámaras de seguridad	Unidad	5	\$ 70,00	\$ 350,00
Extintores	Unidad	3	\$ 50,00	\$ 150,00
Señaléticas	Unidad	12	\$ 2,00	\$ 24,00
TOTAL				\$ 524,00

Nota. La tabla muestra los equipos de seguridad, con los que va a contar la microempresa.

La tabla 40 muestra un resumen del presupuesto se activos fijos con los que debe contar la microempresa para iniciar sus actividades, en esta tabla se puede evidenciar costos de cada una de los activos que tiene que requerir la entidad.

Tabla 40*Presupuesto total de Activos fijos necesarios*

ACTIVOS FIJOS	MONTO
Infraestructura	\$ 44.000,00
Terreno	\$ 12.000,00
Maquinaria	\$ 8.500,00
Vehículo	\$ 25.490,00
Herramientas	\$ 1.124,25
Mobiliario	\$ 1.356,00
Equipos de oficina	\$ 61,50
Equipos de computación	\$ 2.715,00
Equipos de seguridad	\$ 524,00
TOTAL	\$ 95.770,75

Nota. La tabla muestra los activos fijos con los que va a contar la microempresa para su funcionamiento.

6.3.1.1.2. Inversión de activos diferidos. Está compuesta por valores cuya recuperabilidad está condicionada, generalmente por el paso del tiempo de modo que incluye inversiones realizadas por el negocio que se convertirán en gastos en un periodo determinado. Es decir, abarca los gastos de organización previamente pagados que se amortizan o difieren a lo largo de varios años, así como los gastos asociados a estudios realizados por la organización y los permisos necesarios para su funcionamiento.

➤ Permiso: para el funcionamiento de una microempresa es necesario cumplir con requisitos legales y regulaciones establecidas por las autoridades competentes para operar legalmente en un determinado sector o industria. Estos permisos pueden variar según la ubicación geográfica y la naturaleza del negocio. Dicho de otra manera, se requieren para garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad, salud, medio ambiente y otras regulaciones específicas.

Tabla 41
Presupuesto de gastos de constitución y permisos

DETALLE	VALOR TOTAL
Gastos de constitución	\$ 3.000,00
Permiso de funcionamiento	\$ 150,00
Permiso de bomberos	\$ 50,00
Permiso sanitario	\$ 50,00
Patente	\$ 130,00
RUC O RIMPE	\$ 60,00
TOTAL	\$ 3.440,00

Nota. La tabla muestra los permisos con los que debe contar la microempresa para poder iniciar con sus operaciones.

➤ Estudios: esta cuenta refleja los estudios necesarios para la elaboración del proyecto de modo que proporcionan información esencial que ayuda a identificar oportunidades y desafíos, de modo que se pueda desarrollar un plan de negocios sólido para poner en marcha la microempresa. También permiten mitigar riesgos y aumentar las posibilidades de éxito a largo plazo.

Tabla 42
Presupuesto de estudios para la ejecución del proyecto

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudio legal	\$ 800,00
Estudio de mercado	\$ 2.500,00
Estudio de proceso productivo	\$ 1.500,00
TOTAL	\$ 4.800,00

Nota. La tabla muestra los estudios que se deben realizar antes de implementar la microempresa esto con el fin de saber si es viable invertir en el proyecto.

La tabla 43 muestra el presupuesto total de gastos que se generarán en activos diferidos para iniciar con el funcionamiento de la microempresa.

Tabla 43*Presupuesto total de Activos Diferidos*

DETALLE		MONTO
Gastos de constitución	\$	3.000,00
Permiso de funcionamiento	\$	200,00
Permiso de bomberos	\$	50,00
Permiso sanitario	\$	50,00
Patente	\$	130,00
RUC O RIMPE	\$	60,00
Estudio legal	\$	800,00
Estudio de mercado	\$	3.000,00
Estudio de proceso productivo	\$	1.500,00
TOTAL	\$	8.240,00

Nota. La tabla muestra el monto total de gastos en activos diferidos.

6.3.1.1.3. Inversión de activos circulantes. Son aquellos recursos o bienes que posee una empresa y que tienen la capacidad de convertirse en efectivo o ser consumidos en el corto plazo, estos activos son fundamentales para el funcionamiento diario de la empresa y su disponibilidad inmediata es vital para satisfacer las obligaciones financieras y operativas.

➤ **Materia prima directa:** se refiere a productos básicos que se utilizan en la producción de bienes o servicios. En este caso la materia prima es la caña de azúcar, la cual será utilizada para la producción de panela.

Tabla 44*Presupuesto de Materia prima directa*

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Caña de azúcar	Hectárea	1	\$ 900,00	\$ 900,00
TOTAL				\$ 900,00

Nota. La tabla muestra la cantidad de materia prima que se adquiere para la elaboración de panela.

➤ **Materia prima indirecta:** abarca todos los materiales y suministros que no forman parte de directamente del producto, pero no que son necesarios en el proceso de producción, dentro de esta materia prima indirecta se toma en consideración las fundas plásticas que sean necesarias para empacar el producto y poder iniciar con la comercialización.

Tabla 45*Presupuesto de Materia prima indirecta*

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Fundas de empaque	Unidad	2500	\$ 0,02	\$ 37,50
TOTAL				\$ 37,50

Nota. La tabla muestra la materia prima indirecta necesaria para poder culminar con el proceso de producción.

➤ **Mano de obra directa:** desempeña un papel crucial en el proceso de producción. En este caso se contará con 4 obreros los cuales estarán directamente involucrados en las tareas que agregan valor agregado al producto, de modo que, su competencia, capacitación y

desempeño influyen en la eficiencia y calidad del producto obtenido luego del proceso de producción necesario, así mismo contribuye al éxito de la microempresa.

Tabla 46

Presupuesto de Mano de obra directa

CARGO	4 Ayudantes de producción	1 Empacador	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDO FIJADO	\$ 1.800,00	\$ 40,00	\$ 1.800,00	\$ 22.080,00
Aporte patronal	\$ 200,70	\$ -	\$ 200,70	\$ 2.408,40
Décimo tercero	\$ 150,00	\$ -	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Décimo cuarto	\$ 37,50	\$ -	\$ 37,50	\$ 450,00
Vacaciones	\$ 75,00	\$ -	\$ 75,00	\$ 900,00
Fondos de reserva	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Contribución a				
SECAP	\$ 9,00	\$ -	\$ 9,00	\$ 108,00
Contribución al IECE	\$ 9,00	\$ -	\$ 9,00	\$ 108,00
TOTAL	\$ 2.281,20	\$ 40,00	\$ 2.281,20	\$ 27.854,40

Nota. La tabla muestra los gastos en los que debe incurrir la microempresa, respecto a la mano de obra que será necesaria para la elaboración del producto.

➤ Mano de obra indirecta: se refiere el trabajo realizado por el personal que no está directamente involucrado con el proceso de producción, pero desempeñan actividades de apoyo que son necesarios para el funcionamiento de la microempresa. La mano de obra indirecta estará a cargo del jefe de producción el cual dirigirá al personal que se involucra de forma directa en el proceso de producción.

Tabla 47

Presupuesto de Mano de obra indirecta

CARGO	Jefe de producción	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDO FIJADO	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7.200,00
Aporte patronal	\$ 66,90	\$ 66,90	\$ 802,80
Décimo tercero	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Décimo cuarto	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 450,00
Vacaciones	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
Fondos de reserva	\$ -	\$ -	\$ -
Contribución a SECAP	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
Contribución al IECE	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL	\$ 785,40	\$ 785,40	\$ 9.424,80

Nota. La tabla muestra el sueldo que percibirá el jefe de producción con todos los beneficios de ley.

➤ Sueldos y salarios: comprende todo lo relacionado a las compensaciones monetarias que las empresas pagan a sus servidores a cambio de los servicios prestados. Dichas remuneraciones deberán contar con todos los beneficios de ley que se establecen en el país.

Tabla 48
Presupuesto de Sueldos y salarios

CARGO	Gerente	Contador	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDO				
FIJADO	\$ 900,00	\$ 600,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
Aporte patronal	\$ 100,35	\$ 66,90	\$ 167,25	\$ 2.007,00
Décimo tercero	\$ 75,00	\$ 50,00	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Décimo cuarto	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 75,00	\$ 900,00
Vacaciones	\$ 37,50	\$ 25,00	\$ 62,50	\$ 750,00
Fondos de reserva	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Contribución a SECAP	\$ 4,50	\$ 3,00	\$ 7,50	\$ 90,00
Contribución al IECE	\$ 4,50	\$ 3,00	\$ 7,50	\$ 90,00
TOTAL	\$ 1.159,35	\$ 785,40	\$ 1.944,75	\$ 23.337,00

Nota. La tabla muestra el gasto en sueldos de personal que tendrá la microempresa.

En la tabla 49 se puede apreciar el sueldo que recibirá la persona que se encargará de vender el producto en sectores aledaños.

Tabla 49
Presupuesto del personal de ventas

CARGO	Vendedor	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SUELDO FIJADO	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00
Aporte patronal	\$ 55,75	\$ 55,75	\$ 669,00
Décimo tercero	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 500,00
Décimo cuarto	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 450,00
Vacaciones	\$ 20,83	\$ 20,83	\$ 250,00
Fondos de reserva	\$ -	\$ -	\$ -
Contribución a SECAP	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Contribución al IECE	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
TOTAL	\$ 660,75	\$ 660,75	\$ 7.929,00

Nota. La tabla muestra el sueldo que recibirá el personal de ventas de la microempresa.

➤ Insumos de oficina: son instrumentos esenciales para llevar a cabo las tareas en el área de producción y de la misma manera en el área administrativa, estos insumos son utilizados por el jefe de producción, así como por el personal de producción, de manera que realicen sus labores de forma eficiente y efectiva.

Tabla 50
Presupuesto de insumos de oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Resmas de papel	Unidad	5	\$ 5,00	\$ 25,00
Esferográficos	Caja	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Lápices	Caja	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Sacapunta	Caja	1	\$ 2,50	\$ 2,50
Regla	Unidad	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Grapas	Caja	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Carpetas	Unidad	7	\$ 1,00	\$ 7,00
Archivadores	Unidad	4	\$ 2,75	\$ 11,00
Sellos	Unidad	3	\$ 1,50	\$ 4,50
Tinta para sellos	Unidad	3	\$ 2,50	\$ 7,50
Correctores	Caja	1	\$ 4,00	\$ 4,00
Clips	Caja	1	\$ 0,75	\$ 0,75
Registros para bodegas	Unidad	1	\$ 1,50	\$ 1,50
Separador de hojas	Caja	1	\$ 0,75	\$ 0,75
Agenda	Unidad	2	\$ 12,00	\$ 24,00
TOTAL				\$ 105,50

Nota. La tabla muestra los insumos de oficina que debe adquirir la microempresa para operar.

➤ Insumos de limpieza: son aquellos materiales que permiten mantener la higiene y el orden del entorno laboral dentro de la microempresa propiciando así un ambiente laboral óptimo para los trabajadores, los cuales se verán reflejados en la calidad del producto que se ofrecerá al mercado.

Tabla 51
Presupuesto de insumos de limpieza

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Jabones	Unidad	4	\$ 0,75	\$ 3,00
Papel higiénico	Unidad	8	\$ 12,00	\$ 96,00
Escobas	Unidad	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Trapeadores	Unidad	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Desinfectante	Unidad	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Basureros	Unidad	4	\$ 6,00	\$ 24,00
Recogedores	Unidad	3	\$ 2,00	\$ 6,00
TOTAL				\$ 156,00

Nota. La tabla muestra todo lo referente a insumos de limpieza que debe adquirir la microempresa para un adecuado ambiente laboral.

➤ Materiales de trabajo: son elementos necesarios e indispensables que los trabajadores

deben utilizar para llevar a cabo las tareas y actividades labores de manera efectiva y sobre todo segura.

Tabla 52

Presupuesto de Materiales de trabajo

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Botas	Pares	6	\$ 11,00	\$ 66,00
Casco	Unidad	6	\$ 15,00	\$ 90,00
Guantes	Caja	5	\$ 12,00	\$ 60,00
TOTAL			\$ 38,00	\$ 216,00

Nota. La tabla muestra los materiales que ocuparan para el trabajo, así mismo los rubros de cada uno de los materiales.

➤ Servicios básicos: son gastos que se generan debido a la operación de la microempresa los cuales son esenciales para el funcionamiento.

Tabla 53

Presupuesto de Servicios básicos

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de telefonía	\$ 20,00	\$ 240,00
Servicio de internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Agua potable	\$ 14,00	\$ 168,00
Energía eléctrica	\$ 18,00	\$ 216,00
TOTAL	\$ 77,00	\$ 924,00

Nota. La tabla muestra todo lo relacionado con los servicios básicos con los que debe contar la microempresa, de modo que son indispensables para iniciar sus actividades.

➤ Publicidad y propaganda: poderosas herramientas de comunicación que son utilizadas para dar a conocer productos o servicios, con el objetivo de influir en la opinión y comportamiento de las personas.

Tabla 54

Presupuesto de publicidad y propaganda

DETALLE	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Redes Sociales	\$ 10,00	\$ 10,00	\$ 20,00
Radio	\$ 12,00	\$ 576,00	\$ 6.912,00
Trípticos	\$ 0,30	\$ 300,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 22,30	\$ 886,00	\$ 7.232,00

Nota. La tabla muestra los medios de comunicación que se utilizaran para dar a conocer la creación y los productos que ofrece la microempresa.

➤ Lubricantes y combustible: desempeñan un papel crucial en el funcionamiento de maquinarias, vehículos y equipo, de modo que, su uso adecuado contribuye a un rendimiento eficiente y seguro.

Tabla 55*Presupuesto de Lubricante y combustible*

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL
Diesel	Galón	40	\$ 1,85	\$ 74,00
Lubricantes	Galón	5	\$ 36,00	\$ 180,00
TOTAL			\$ 37,85	\$ 254,00

Nota. La tabla muestra el monto y la cantidad de lubricantes y combustible que se debe adquirir.

La tabla 56 presenta el detalle del presupuesto mensual de los activos circulantes con los que contará la microempresa para un correcto y adecuado funcionamiento.

Tabla 56*Presupuesto de Activos circulantes*

DETALLE	MONTO
Materia prima directa	\$ 900,00
Materia prima indirecta	\$ 37,50
Mano de obra directa	\$ 2.281,20
Mano de obra indirecta	\$ 785,40
Lubricantes y combustible	\$ 254,00
Servicios básicos	\$ 77,00
Sueldos y salarios	\$ 2.605,50
Insumos de oficina	\$ 105,50
Insumos de limpieza	\$ 156,00
Material de trabajo	\$ 216,00
Publicidad y propaganda	\$ 886,00
TOTAL	\$ 8.304,10

Nota. La tabla muestra todos los activos circulantes que forman parte de la microempresa.

6.3.1.2. Inversión Total. Se refiere a la cantidad total de recursos financieros, activos o capital que se destina a un proyecto, empresa o actividad económica que se desea realizar.

Tabla 57*Presupuesto de inversión inicial*

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS FIJOS		\$ 100.559,29	
Infraestructura	\$ 44.000,00		
Terreno	\$ 12.000,00		
Maquinaria	\$ 8.500,00		
Vehículo	\$ 25.490,00		
Herramientas	\$ 1.124,25		
Mobiliario	\$ 1.356,00		
Equipos de oficina	\$ 61,50		
Equipos de computación	\$ 2.715,00		
Equipos de seguridad	\$ 524,00		
Imprevistos del 5%	\$ 4.788,54		
			85,27%

INVERSIONES	PARCIAL	TOTAL	PORCENTAJE
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 8.652,00	
Gasto de constitución	\$ 3.000,00		
Permiso de funcionamiento	\$ 150,00		
Permiso de bomberos	\$ 50,00		
Permiso sanitario	\$ 50,00		
Patente	\$ 130,00		
RUC o RIMPE	\$ 60,00		7,34%
Estudio legal	\$ 800,00		
Estudio de mercado	\$ 2.500,00		
Estudio de proceso productivo	\$ 1.500,00		
<i>Imprevistos del 5%</i>	\$ 412,00		
ACTIVOS CIRCULANTES		\$ 8.719,31	
Materia prima directa	\$ 900,00		
Materia prima indirecta	\$ 37,50		
Mano de obra directa	\$ 2.281,20		
Mano de obra indirecta	\$ 785,40		
Lubricantes y combustible	\$ 254,00		
Servicios básicos	\$ 77,00		7,39%
Sueldos y salarios	\$ 2.605,50		
Insumos de oficina	\$ 105,50		
Insumos de limpieza	\$ 156,00		
Material de trabajo	\$ 216,00		
Publicidad y propaganda	\$ 886,00		
<i>Imprevistos del 5%</i>	\$ 415,21		
TOTAL		\$ 117.930,59	100%

Nota. La tabla muestra la inversión total que será necesaria para ejecutar el proyecto de inversión.

El financiamiento de la inversión se llevará a cabo mediante la contribución económica de los accionistas y, en caso de ser necesario, se complementará con un préstamo bancario otorgado por Ban Ecuador, entidad financiera que se encarga de proporcionar préstamos a microempresas que generen servicios en beneficio del país.

El financiamiento es el proceso que implica anticipar y asegurar los fondos necesarios para adquirir los activos fijos, gestionar los activos diferidos y contar con el capital necesario para cubrir las responsabilidades iniciales de operación de la microempresa.

Tabla 58
Financiamiento de la microempresa

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
Capital propio	\$ 72.930,59	61,84%
Capital financiado	\$ 45.000,00	38,16%
TOTAL	\$ 117.930,59	100%

Nota. La tabla muestra la cantidad de dinero que será propio y la cantidad que será financiada por medio de una institución financiera.

6.3.1.3. Depreciaciones. Consiste en la disminución gradual del valor de un activo tangible a lo largo del tiempo debido a su desgaste, obsolescencia u otros factores que permite reflejar el costo de uso de los activos a lo largo de su vida útil estimada.

Tabla 59

Depreciación de activos fijos

Cantidad	Tipo	Precio	% Valor residual	INFRAESTRUCTURA				
				Valor residual	Años de vida útil	Valor a depreciar	Depreciación anual	Depreciación mensual
4	Oficinas	\$24.000,00	5%	\$ 1.200,00	20	\$ 22.800,00	\$ 1.140,00	\$ 95,00
1	Planta de producción	\$20.000,00	5%	\$ 1.000,00	20	\$ 19.000,00	\$ 950,00	\$ 79,17
TOTAL							\$ 2.090,00	\$ 174,17

Nota. Depreciación de infraestructura.

6.3.1.4. Costo total. Se refiere al costo total de producción, adquisición o realización de un producto, servicio o proyecto, de modo que representa la suma de todos los costos directos e indirectos asociados con la producción.

Tabla 60

Estructura de los costos en los que incurrirá la microempresa anualmente

Costo total	Área de Producción	Costo primo	Mano de obra directa	\$ 27.854,40
			Mano de obra indirecta	\$ 9.424,80
Materia prima	\$ 10.800,00			
Materia prima indirecta	\$ 450,00			
Costos indirectos de fabricación	Combustibles de producción	\$ 3.048,00		
	Depreciación de máquinas	\$ 765,00		
	Depreciación de herramientas	\$ 101,18		
	Servicios básicos	\$ 924,00		
Área Administrativa	Gastos administrativos	Sueldos administrativos	\$ 31.266,00	
		Depreciación de infraestructura	\$ 2.090,00	
		Depreciación de mobiliario	\$ 122,04	
		Depreciación de equipos de computo	\$ 603,36	
		Depreciación de equipos de oficina	\$ 5,54	
		Depreciación de vehículos	\$ 4.078,40	
		Depreciación de equipos de seguridad	\$ 47,16	
		Insumos de oficina	\$ 1.266,00	
		Insumos de limpieza	\$ 1.872,00	
		Material de trabajo	\$ 2.592,00	
		Servicios básicos	\$ 924,00	
		Amortización de activos diferidos	\$ 116,00	
		Gastos de ventas	Publicidad y propaganda	\$ 7.232,00
Gastos financieros	Intereses del préstamo bancario	\$ 4.069,40		
Costo total anual			\$ 109.651,28	
Capacidad utilizada anual			51.300,00	
Costo unitario anual			\$ 2,14	

Nota. La tabla muestra los gastos que tendrá que cubrir anualmente la microempresa.

Tabla 61

Estructura de los costos en los que incurrirá la microempresa anualmente.

Costo total	Área de Producción	Costo primo	Mano de obra directa	\$	27.854,40
			Mano de obra indirecta	\$	9.424,80
			Materia prima	\$	10.800,00
			Materia prima indirecta	\$	450,00
		Costos indirectos de fabricación	Combustibles de producción	\$	3.048,00
			Depreciación de máquinas	\$	765,00
			Depreciación de herramientas	\$	101,18
			Servicios básicos	\$	924,00
	Área Administrativa	Gastos administrativos	Sueldos administrativos	\$	31.266,00
			<i>Depreciación de infraestructura</i>	\$	2.090,00
			<i>Depreciación de mobiliario</i>	\$	122,04
			<i>Depreciación de equipos de computo</i>	\$	603,36
			<i>Depreciación de equipos de oficina</i>	\$	5,54
			<i>Depreciación de vehículos</i>	\$	4.078,40
			Depreciación de equipos de seguridad	\$	47,16
			Insumos de oficina	\$	1.266,00
			Insumos de limpieza	\$	1.872,00
			Material de trabajo	\$	2.592,00
			Servicios básicos	\$	924,00
			Amortización de activos diferidos	\$	116,00
			Gastos de ventas	Publicidad y propaganda	
	Gastos financieros	Intereses del préstamo bancario		\$	4.069,40
Costo total anual				\$	109.651,28
Capacidad utilizada anual					20.520,00
Costo unitario anual				\$	5,34

Nota. La tabla muestra los gastos que tendrá que cubrir anualmente la microempresa para la producción de panela granulada.

Tabla 62
Costo total proyectado

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10		
Costo total	Área de Producción	Costo primo											
		Mano de obra directa	\$ 27.854,40	\$ 30.477,36	\$ 33.347,31	\$ 36.487,51	\$ 39.923,42	\$ 43.682,87	\$ 47.796,35	\$ 52.297,17	\$ 57.221,82	\$ 62.610,21	
		Mano de obra indirecta	\$ 9.424,80	\$ 10.312,30	\$ 11.283,38	\$ 12.345,90	\$ 13.508,47	\$ 14.780,51	\$ 16.172,35	\$ 17.695,24	\$ 19.361,54	\$ 21.184,76	
		Materia prima	\$ 10.800,00	\$ 11.817,00	\$ 12.929,77	\$ 14.147,32	\$ 15.479,53	\$ 16.937,18	\$ 18.532,10	\$ 20.277,21	\$ 22.186,64	\$ 24.275,89	
		Materia prima indirecta	\$ 450,00	\$ 492,38	\$ 538,74	\$ 589,47	\$ 644,98	\$ 705,72	\$ 772,17	\$ 844,88	\$ 924,44	\$ 1.011,50	
		Costos indirectos de fabricación											
		Combustibles de producción	\$ 3.048,00	\$ 3.335,02	\$ 3.649,07	\$ 3.992,69	\$ 4.368,67	\$ 4.780,05	\$ 5.230,17	\$ 5.722,68	\$ 6.261,56	\$ 6.851,19	
		Depreciación de máquinas	\$ 765,00	\$ 837,04	\$ 915,86	\$ 1.002,10	\$ 1.096,47	\$ 1.199,72	\$ 1.312,69	\$ 1.436,30	\$ 1.571,55	\$ 1.719,54	
	Depreciación de herramientas	\$ 101,18	\$ 110,71	\$ 121,14	\$ 132,54	\$ 145,02	\$ 158,68	\$ 173,62	\$ 189,97	\$ 207,86	\$ 227,43		
	Servicios básicos	\$ 924,00	\$ 1.011,01	\$ 1.106,21	\$ 1.210,38	\$ 1.324,36	\$ 1.449,07	\$ 1.585,52	\$ 1.734,83	\$ 1.898,19	\$ 2.076,94		
	Área Administrativa	Gastos administrativos	Sueldos administrativos	\$ 31.266,00	\$ 34.210,22	\$ 37.431,68	\$ 40.956,49	\$ 44.813,23	\$ 49.033,14	\$ 53.650,43	\$ 58.702,51	\$ 64.230,33	\$ 70.278,69
			Depreciación de infraestructura	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00
			Depreciación de mobiliario	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04	\$ 122,04
			Depreciación de equipos de computo	\$ 603,36	\$ 603,36	\$ 603,36	\$ 444,19	\$ 444,19	\$ 444,19	\$ 455,29	\$ 455,29	\$ 455,29	\$ 466,68
			Depreciación de equipos de oficina	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54	\$ 5,54
			Depreciación de vehículos	\$ 4.078,40	\$ 4.078,40	\$ 4.078,40	\$ 4.078,40	\$ 4.078,40	\$ 4.180,36	\$ 4.180,36	\$ 4.180,36	\$ 4.180,36	\$ 4.180,36
			Depreciación de equipos de seguridad	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16	\$ 47,16
			Insumos de oficina	\$ 1.266,00	\$ 1.385,22	\$ 1.515,66	\$ 1.658,38	\$ 1.814,54	\$ 1.985,41	\$ 2.172,37	\$ 2.376,94	\$ 2.600,77	\$ 2.845,67
			Insumos de limpieza	\$ 1.872,00	\$ 2.048,28	\$ 2.241,16	\$ 2.452,20	\$ 2.683,12	\$ 2.935,78	\$ 3.212,23	\$ 3.514,72	\$ 3.845,68	\$ 4.207,82
			Material de trabajo	\$ 2.592,00	\$ 2.836,08	\$ 3.103,14	\$ 3.395,36	\$ 3.715,09	\$ 4.064,92	\$ 4.447,70	\$ 4.866,53	\$ 5.324,79	\$ 5.826,21
Servicios básicos			\$ 924,00	\$ 1.011,01	\$ 1.106,21	\$ 1.210,38	\$ 1.324,36	\$ 1.449,07	\$ 1.585,52	\$ 1.734,83	\$ 1.898,19	\$ 2.076,94	
Amortización de activos diferidos			\$ 116,00	\$ 126,92	\$ 138,88	\$ 151,95	\$ 166,26	\$ 181,92	\$ 199,05	\$ 217,79	\$ 238,30	\$ 260,74	
Gastos de ventas	Publicidad y propaganda	\$ 7.232,00	\$ 7.913,01	\$ 8.658,16	\$ 9.473,47	\$ 10.365,55	\$ 11.341,64	\$ 12.409,64	\$ 13.578,22	\$ 14.856,83	\$ 16.255,85		
	Intereses del préstamo bancario	\$ 4.069,40	\$ 4.452,60	\$ 4.871,89	\$ 5.330,66	\$ 5.832,63							
Costo total anual		\$ 109.651,28	\$ 119.322,65	\$ 129.904,74	\$ 141.324,13	\$ 153.993,01	\$ 161.574,97	\$ 176.152,31	\$ 192.090,20	\$ 209.528,91	\$ 228.621,14		
Capacidad utilizada anual		51.300,00	53.352,00	55.404,00	56.772,00	58.824,00	60.876,00	62.928,00	64.296,00	66.348,00	68.400,00		
Costo unitario anual		\$ 2,14	\$ 2,24	\$ 2,34	\$ 2,49	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2,80	\$ 2,99	\$ 3,16	\$ 3,34		

En este contexto, se puede observar que, durante el primer año, la producción de cada unidad de panela tiene un costo de \$ 2,14. Sin embargo, es importante destacar que este costo total incrementa en los años sucesivos. A medida que la capacidad utilizada aumenta, los costos, especialmente los variables, también se elevan. Esto se traduce en que, para el décimo año, la microempresa enfrenta un costo de \$ 3,34 por unidad de panela producida.

Tabla 63

Presupuesto de ingresos proyectados

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costo total	\$ 109.651,28	\$ 119.322,65	\$129.904,74	\$141.324,13	\$ 153.993,01	\$ 161.574,97	\$ 176.152,31	\$ 192.090,20	\$ 209.528,91	\$ 228.621,14
Unidades producidas	51.300,00	53.352,00	55.404,00	56.772,00	58.824,00	60.876,00	62.928,00	64.296,00	66.348,00	68.400,00
Costo unitario	\$ 2,14	\$ 2,24	\$ 2,34	\$ 2,49	\$ 2,62	\$ 2,65	\$ 2,80	\$ 2,99	\$ 3,16	\$ 3,34
Porcentaje de utilidad (30%)	\$ 0,64	\$ 0,67	\$ 0,70	\$ 0,75	\$ 0,79	\$ 0,80	\$ 0,84	\$ 0,90	\$ 0,95	\$ 1,00
PVP	\$ 2,78	\$ 2,91	\$ 3,05	\$ 3,24	\$ 3,40	\$ 3,45	\$ 3,64	\$ 3,88	\$ 4,11	\$ 4,35
Ingresos totales	\$ 142.546,67	\$ 155.119,44	\$168.876,16	\$183.721,37	\$ 200.190,91	\$ 210.047,46	\$ 228.998,01	\$ 249.717,26	\$ 272.387,58	\$ 297.207,49

Nota. La tabla proporciona una visión detallada de los costos, ingresos y unidades producidas en cada uno de los 10 años proyectados. Muestra cómo estos valores varían a medida que la producción y el precio de venta cambian con el tiempo.

Tabla 64*Balance general de la microempresa*

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CIRCULANTE		PASIVOS CIRCULANTES	
Caja	\$ 808,50	Sueldos y salarios	\$ 2.605,50
Bancos	\$ 6.558,10	Servicios básicos	\$ 77,00
Materia prima directa e indirecta	\$ 937,50	Publicidad	\$ 886,00
TOTAL DE ACTIVO CIRCULANTE	\$ 8.719,31	Insumos	\$ 261,50
ACTIVOS FIJOS		TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES	\$ 3.830,00
Infraestructura	\$ 44.000,00	PASIVOS NO CORRIENTES	
Terreno	\$ 12.000,00	Préstamo bancario	\$ 45.000,00
Maquinaria	\$ 8.500,00		
		TOTAL DE PASIVOS NO	
Vehículo	\$ 25.490,00	CORRIENTES	\$ 45.000,00
Herramientas	\$ 1.124,25	TOTAL DE PASIVOS	\$ 48.830,00
Mobiliario	\$ 1.356,00		
Equipos de oficina	\$ 61,50	PATRIMONIO	
Equipos de computación	\$ 2.715,00	Capital social	\$ 69.100,59
Equipos de seguridad	\$ 524,00		
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	\$100.559,29		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gasto de constitución	\$ 3.000,00		
Permiso de funcionamiento	\$ 150,00		
Permiso de bomberos	\$ 50,00		
Permiso sanitario	\$ 50,00		
Patente	\$ 130,00		
RUC o RIMPE	\$ 60,00		
Estudio legal	\$ 800,00		
Estudio de mercado	\$ 2.500,00		
Estudio de proceso productivo	\$ 1.500,00		
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 8.652,00		
TOTAL. ACT. FIJOS Y DIFERIDOS	\$109.211,29	TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 69.100,59
TOTAL, DE ACTIVOS	\$117.930,59	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$117.930,59

6.3.1.5. Estado de pérdidas y ganancias. Es el informe que muestra el desempeño financiero de una empresa durante un período específico, su objetivo es determinar si la institución ha generado utilidades o pérdidas en un periodo determinado.

Tabla 65

Estado de pérdidas y ganancias con proyección para 10 años

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS										
Ventas	\$142.546,67	\$144.832,53	\$157.620,55	\$ 171.405,86	\$ 186.715,70	\$ 195.303,33	\$212.865,47	\$232.065,58	\$ 253.073,70	\$ 276.074,88
EGRESOS										
(-) Costos de producción	\$ 52.501,20	\$ 57.445,06	\$ 62.854,47	\$ 68.773,27	\$ 75.249,42	\$ 82.335,41	\$ 90.088,66	\$ 98.572,00	\$ 107.854,20	\$118.010,47
Costos primos	\$ 48.529,20	\$ 53.099,03	\$ 58.099,19	\$ 63.570,20	\$ 69.556,39	\$ 76.106,29	\$ 83.272,96	\$ 91.114,50	\$ 99.694,45	\$109.082,34
Costos indirectos de fabricación	3972,00	4346,03	4755,28	5203,07	5693,03	6229,12	6815,69	7457,51	8159,75	8928,13
(-) Gastos	\$ 57.150,08	\$ 60.929,84	\$ 66.013,27	\$ 71.416,21	\$ 77.502,10	\$ 77.881,17	\$ 84.577,34	\$ 91.891,92	\$ 99.895,29	\$108.663,69
Gastos de administración	\$ 45.848,68	\$ 48.564,22	\$ 52.483,22	\$ 56.612,09	\$ 61.303,92	\$ 66.539,53	\$ 72.167,70	\$ 78.313,70	\$ 85.038,46	\$ 92.407,84
Gasto de ventas	\$ 7.232,00	\$ 7.913,01	\$ 8.658,16	\$ 9.473,47	\$ 10.365,55	\$ 11.341,64	\$ 12.409,64	\$ 13.578,22	\$ 14.856,83	\$ 16.255,85
Gastos financieros	\$ 4.069,40	\$ 4.452,60	\$ 4.871,89	\$ 5.330,66	\$ 5.832,63	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD BRUTA	\$ 32.895,38	\$ 26.457,63	\$ 28.752,81	\$ 31.216,38	\$ 33.964,18	\$ 35.086,76	\$ 38.199,47	\$ 41.601,65	\$ 45.324,20	\$ 49.400,71
(-) Participación a trabajadores 15%	\$ 4.934,31	\$ 3.968,64	\$ 4.312,92	\$ 4.682,46	\$ 5.094,63	\$ 5.263,01	\$ 5.729,92	\$ 6.240,25	\$ 6.798,63	\$ 7.410,11
Utilidad antes de impuestos	\$ 27.961,08	\$ 22.488,98	\$ 24.439,89	\$ 26.533,92	\$ 28.869,55	\$ 29.823,74	\$ 32.469,55	\$ 35.361,40	\$ 38.525,57	\$ 41.990,61
(-) Impuesto a la renta	\$ 559,22	\$ 449,78	\$ 488,80	\$ 530,68	\$ 577,39	\$ 596,47	\$ 649,39	\$ 707,23	\$ 770,51	\$ 839,81
Utilidad neta	\$ 27.401,86	\$ 22.039,20	\$ 23.951,09	\$ 26.003,24	\$ 28.292,16	\$ 29.227,27	\$ 31.820,16	\$ 34.654,18	\$ 37.755,06	\$ 41.150,79
(-) Reserva legal 10%	\$ 2.740,19	\$ 2.203,92	\$ 2.395,11	\$ 2.600,32	\$ 2.829,22	\$ 2.922,73	\$ 3.182,02	\$ 3.465,42	\$ 3.775,51	\$ 4.115,08
Utilidad líquida	\$ 24.661,67	\$ 19.835,28	\$ 21.555,98	\$ 23.402,92	\$ 25.462,94	\$ 26.304,54	\$ 28.638,14	\$ 31.188,76	\$ 33.979,56	\$ 37.035,71

Nota. La tabla muestra los ingresos y los gastos que se generan en la microempresa.

6.3.1.6. Estado de Flujo de caja. Documento contable que informa los movimientos de efectivo de una empresa durante un periodo específico. Es decir, es una herramienta útil para evaluar la liquidez y la gestión financiera de la organización.

Tabla 66
Flujo de caja y proyección

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS											
Aporte de los socios	\$ 72.930,59										
Préstamo	\$ 45.000,00										
Valor residual				\$ 904,91		\$ 5.098,00		950,72			\$ 30.168,58
VENTAS	\$ -	\$ 142.546,67	\$ 144.832,53	\$ 157.620,55	\$ 171.405,86	\$ 186.715,70	\$ 195.303,33	\$ 212.865,47	\$ 232.065,58	\$ 253.073,70	\$ 276.074,88
TOTAL DE INGRESOS	\$ 117.930,59	\$ 142.546,67	\$ 144.832,53	\$ 158.525,46	\$ 171.405,86	\$ 191.813,70	\$ 195.303,33	\$ 213.816,19	\$ 232.065,58	\$ 253.073,70	\$ 306.243,46
EGRESOS											
Activos Fijos	\$ 100.559,29										
Activos diferidos	\$ 8.652,00										
Activos circulantes	\$ 8.719,31										
Reinversiones					\$ 2.782,88		\$ 26.127,25	\$ 2.852,45			\$ 2.923,76
Costos		\$ 52.501,20	\$ 57.445,06	\$ 62.854,47	\$ 68.773,27	\$ 75.249,42	\$ 82.335,41	\$ 90.088,66	\$ 98.572,00	\$ 107.854,20	\$ 118.010,47
Gastos		\$ 57.150,08	\$ 60.929,84	\$ 66.013,27	\$ 71.416,21	\$ 77.502,10	\$ 77.881,17	\$ 84.577,34	\$ 91.891,92	\$ 99.895,29	\$ 108.663,69
TOTAL EGRESOS	\$ 117.930,59	\$ 109.651,28	\$ 118.374,90	\$ 128.867,74	\$ 142.972,36	\$ 152.751,52	\$ 186.343,82	\$ 177.518,45	\$ 190.463,93	\$ 207.749,49	\$ 229.597,93
Trabajadores 15%		\$ 4.934,31	\$ 3.968,64	\$ 4.312,92	\$ 4.682,46	\$ 5.094,63	\$ 5.263,01	\$ 5.729,92	\$ 6.240,25	\$ 6.798,63	\$ 7.410,11
Impuesto a la renta		\$ 559,22	\$ 449,78	\$ 488,80	\$ 530,68	\$ 577,39	\$ 596,47	\$ 649,39	\$ 707,23	\$ 770,51	\$ 839,81
Depreciaciones +		\$ 7.812,68	\$ 7.894,25	\$ 7.983,49	\$ 7.921,97	\$ 8.028,81	\$ 8.247,68	\$ 8.386,70	\$ 8.526,66	\$ 8.679,80	\$ 8.858,75
Amortizaciones +		116,00	126,92	138,88	151,95	166,26	181,92	199,05	217,79	238,30	260,74
FLUJO DE CAJA	\$ -	\$ 35.330,54	\$ 30.060,37	\$ 32.978,37	\$ 31.294,29	\$ 41.585,24	\$ 11.529,62	\$ 38.504,18	\$ 43.398,63	\$ 46.673,17	\$ 77.515,11

Nota. La tabla muestra el flujo de caja, en el cual se puede apreciar los ingresos y los egresos que se generarán en la microempresa.

1.3.2. Evaluación financiera

La evaluación financiera se estudia como una disciplina que abarca técnicas y herramientas para analizar, medir y evaluar el desempeño financiero de una organización, incluyendo el análisis de estados financieros, la valoración de inversiones, la gestión de riesgos y la toma de decisiones financieras estratégicas.

6.3.2.1. Valor actual neto. Es utilizado para determinar la rentabilidad de un proyecto de inversión, de modo que cuando se calcula el valor actual neto (VAN), se evalúa si los flujos de efectivo futuros del proyecto son mayores o menores que el costo de la inversión inicial. Por lo tanto, si el valor actual neto (VAN) es positivo, indica que el proyecto es rentable, mientras que si el (VAN) es negativo indica que el proyecto no es rentable.

El Valor Actual Neto (VAN) es positivo esto indica que el proyecto es rentable y puede generar un retorno positivo sobre la inversión inicial. Por lo tanto, este proyecto es viable de acuerdo con los datos obtenidos del VAN.

$$VAN = \sum \text{flujos}_\text{actualizados} - \text{inversión}$$

$$fa = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$fa = \frac{1}{(1 + 16,55\%)^1}$$

$$fa = 0,8579$$

Tabla 67
Valor Actual Neto

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS ACTUALIZADOS
0		16,55%	
1	\$ 35.330,54	0,85796	\$ 30.312,33
2	\$ 30.060,37	0,73610	\$ 22.127,51
3	\$ 32.978,37	0,63155	\$ 20.827,48
4	\$ 31.294,29	0,54185	\$ 16.956,71
5	\$ 41.585,24	0,46489	\$ 19.332,36
6	\$ 11.529,62	0,39885	\$ 4.598,64
7	\$ 38.504,18	0,34220	\$ 13.176,25
8	\$ 43.398,63	0,29360	\$ 12.741,75
9	\$ 46.673,17	0,25190	\$ 11.756,81
10	\$ 77.515,11	0,21612	\$ 16.752,43
TOTAL DE FLUJOS ACTUALIZADOS			\$ 168.582,29
(-) INVERSIÓN INICIAL			\$ 117.930,59
VALOR ACTUAL NETO			\$ 50.651,70

6.3.2.2. Relación beneficio costo. Es un indicador que compara los beneficios obtenidos con los costos incurridos en un proyecto, producto o servicio. Es importante para evaluar la viabilidad y rentabilidad de una inversión.

La relación costo beneficio es de 1,24, esto significa que por cada unidad monetaria invertida en el proyecto se obtiene 0,24 centavos de rentabilidad o beneficio. Por otro lado, la relación costo beneficio mayor indica que le ejecución del proyecto es rentable y puede generar un retorno positivo sobre la inversión.

Tabla 68

Relación costo beneficio

AÑO	INGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 16,33%	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 16,33%	COSTOS ACTUALIZADOS
1	\$ 150.475,35	0,85796	\$ 129.102,45	\$ 115.144,81	0,85796	\$ 98.790,12
2	\$ 152.853,69	0,73610	\$ 112.515,99	\$ 122.793,32	0,73610	\$ 90.388,47
3	\$ 166.647,83	0,63155	\$ 105.246,36	\$ 133.669,46	0,63155	\$ 84.418,89
4	\$ 179.479,78	0,54185	\$ 97.250,56	\$ 148.185,49	0,54185	\$ 80.293,85
5	\$ 200.008,77	0,46489	\$ 92.981,12	\$ 158.423,54	0,46489	\$ 73.648,76
6	\$ 203.732,93	0,39885	\$ 81.259,87	\$ 192.203,31	0,39885	\$ 76.661,22
7	\$ 222.401,94	0,34220	\$ 76.106,65	\$ 183.897,76	0,34220	\$ 62.930,39
8	\$ 240.810,03	0,29360	\$ 70.701,36	\$ 197.411,40	0,29360	\$ 57.959,60
9	\$ 261.991,80	0,25190	\$ 65.994,85	\$ 215.318,64	0,25190	\$ 54.238,03
10	\$ 315.362,95	0,21612	\$ 68.155,69	\$ 237.847,84	0,21612	\$ 51.403,26
SUMA INGRESOS ACTU.			\$ 899.314,90	SUMA COSTOS ACTUAL		\$ 730.732,61

$$RB/C = \frac{\sum \text{Ingresos}_\text{actualizados}}{\sum \text{Costos}_\text{actualizados}}$$

$$RB/C = 1,23$$

Por cada dólar invertido, se obtiene un beneficio de 0,23 ctvs.

6.3.2.3. Tasa Interna de Retorno. Se utiliza para evaluar la rentabilidad de una inversión. Representa la tasa de rendimiento que iguala el valor presente neto de los flujos de efectivo futuros con la inversión inicial. Una TIR alta indica una mayor rentabilidad potencial.

Luego del cálculo realizado de la tasa interna de retorno se obtuvo como resultado que el proyecto es más atractivo cuando utiliza la tasa menor que es de 26,45%.

Tabla 69

Tasa Interna de Retorno con la tasa menor y tasa mayor

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACIÓN CON TASA MENOR	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO CON TASA MENOR	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACIÓN CON TASA MAYOR	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO CON TASA MAYOR	
		26,45%			27,45%		
1	\$ 35.330,54	0,790826414	\$ 27.940,32	\$ 35.330,54	0,78462142016	\$ 27.721,10	
2	\$ 30.060,37	0,625406416	\$ 18.799,95	\$ 30.060,37	0,61563077298	\$ 18.506,09	
3	\$ 32.978,37	0,494587913	\$ 16.310,70	\$ 32.978,37	0,48303709139	\$ 15.929,78	
4	\$ 31.294,29	0,391133186	\$ 12.240,24	\$ 31.294,29	0,37900124864	\$ 11.860,57	
5	\$ 41.585,24	0,309318455	\$ 12.863,08	\$ 41.585,24	0,29737249795	\$ 12.366,31	
6	\$ 11.529,62	0,244617204	\$ 2.820,34	\$ 11.529,62	0,23332483166	\$ 2.690,15	
7	\$ 38.504,18	0,193449746	\$ 7.448,62	\$ 38.504,18	0,18307166078	\$ 7.049,02	
8	\$ 43.398,63	0,152985169	\$ 6.639,35	\$ 43.398,63	0,14364194647	\$ 6.233,86	
9	\$ 46.673,17	0,120984713	\$ 5.646,74	\$ 46.673,17	0,11270454804	\$ 5.260,28	
10	\$ 77.515,11	0,095677906	\$ 7.416,48	\$ 77.515,11	0,08843040254	\$ 6.854,69	
SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS TASA MENOR			\$ 118.125,83	SUMATORIA DE FLUJOS ACTUALIZADOS TASA MAYOR			\$ 114.471,85
INVERSIÓN			\$ 117.930,59	INVERSIÓN			\$ 117.930,59
VAN MENOR			\$ 195,23	VAN MAYOR			\$ -3.458,75
TIR DEL PROYECTO			26,50%				

$$TIR = tm + Dt * \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

$$TIR = 26,45\% + \left((27,45\% - 26,45\%) * \left(\frac{195,23}{195,23 - (-3.458,75)} \right) \right)$$

$$TIR = 26,50\%$$

6.3.2.4. Análisis de sensibilidad. Es una herramienta utilizada en la toma de decisiones financieras que permite evaluar el impacto de cambios en variables clave sobre los resultados de un proyecto o inversión. Ayuda a identificar qué variables son más sensibles y cómo pueden afectar los resultados.

De acuerdo con los datos obtenidos el proyecto podría soportar un 0,99% de cambios en el incremento de los costos, lo que indica que el proyecto podría ser sensible a cambios, pero que no necesariamente es vulnerable.

Tabla 70

Análisis de sensibilidad con incremento de los costos

AÑO	INGRESOS REALES	EGRESOS REALES	COSTOS AUMENTADOS	FLUJO DE CAJA NUEVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (TASA MENOR)	FLUJOS ACTUALIZADOS CON TASA MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (TASA MAYOR)	FLUJOS ACTUALIZADOS CON TASA MAYOR	
			3,98%		20,9%		21,9%		
1	150.475,35	115.144,81	119.727,57	30.747,77	0,82713	25.432,40	0,82034	25.223,77	
2	152.853,69	122.793,32	127.680,50	25.173,20	0,68414	17.222,09	0,67297	16.940,69	
3	166.647,83	133.669,46	138.989,51	27.658,33	0,56588	15.651,18	0,55206	15.269,15	
4	179.479,78	148.185,49	154.083,28	25.396,51	0,46805	11.886,90	0,45288	11.501,62	
5	200.008,77	158.423,54	164.728,79	35.279,98	0,38714	13.658,31	0,37152	13.107,20	
6	203.732,93	192.203,31	199.853,01	3.879,93	0,32022	1.242,41	0,30477	1.182,50	
7	222.401,94	183.897,76	191.216,89	31.185,05	0,26486	8.259,66	0,25002	7.796,87	
8	240.810,03	197.411,40	205.268,38	35.541,66	0,21907	7.786,23	0,20510	7.289,67	
9	261.991,80	215.318,64	223.888,32	38.103,48	0,18120	6.904,43	0,16825	6.411,08	
10	315.362,95	237.847,84	247.314,19	68.048,76	0,14988	10.198,99	0,13803	9.392,54	
SUMATORIA TASA MENOR						118.242,61	SUMATORIA TASA MAYOR		114.115,09
INVERSIÓN						117.930,59	INVERSIÓN		117.930,59
VAN MENOR						312,01	VAN MAYOR		-3.815,50
NUEVA TIR						20,98%			

Diferencia de TIR

5,53%

% Variación

20,86%

Sensibilidad

0,99 Punto de quiebre

La sensibilidad ante la disminución de ingresos que el proyecto está dispuesto a soportar es de 0,99%, esto indica que es relativamente resistente. Esto es importante, ya que quiere decir que tiene una buena capacidad para mantener su rentabilidad.

Tabla 71
Análisis de sensibilidad con disminución de los ingresos

AÑO	INGRESOS REALES	INGRESOS DISMINUIDOS		COSTOS ORIGINALES	FLUJO DE CAJA NUEVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (TASA MENOR)	FLUJOS ACTUALIZADOS CON TASA MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN (TASA MAYOR)	FLUJOS ACTUALIZADOS CON TASA MAYOR		
		3,22%				20,95%		21,95%			
					\$ 35.330,54						
1	150.475,35	\$	145.630,04	\$	115.144,81	\$	30.485,23	0,826787929	25.204,82	0,8200082	24.998,14
2	152.853,69	\$	147.931,81	\$	122.793,32	\$	25.138,48	0,683578279	17.184,12	0,672413448	16.903,45
3	166.647,83	\$	161.281,77	\$	133.669,46	\$	27.612,31	0,56517427	15.605,77	0,551384541	15.225,00
4	179.479,78	\$	173.700,53	\$	148.185,49	\$	25.515,04	0,467279264	11.922,65	0,452139845	11.536,37
5	200.008,77	\$	193.568,49	\$	158.423,54	\$	35.144,95	0,386340855	13.577,93	0,370758381	13.030,29
6	203.732,93	\$	197.172,73	\$	192.203,31	\$	4.969,42	0,319421955	1.587,34	0,304024912	1.510,83
7	222.401,94	\$	215.240,60	\$	183.897,76	\$	31.342,84	0,264094217	8.277,46	0,249302921	7.813,86
8	240.810,03	\$	233.055,95	\$	197.411,40	\$	35.644,55	0,218349911	7.782,98	0,20443044	7.286,83
9	261.991,80	\$	253.555,67	\$	215.318,64	\$	38.237,03	0,18052907	6.902,90	0,167634637	6.409,85
10	315.362,95	\$	305.208,27	\$	237.847,84	\$	67.360,42	0,149259256	10.054,17	0,137461777	9.259,48
							SUMATORIA TASA MENOR	118.100,14	SUMATORIA TASA MAYOR	113.974,10	
							INVERSIÓN	117.930,59	INVERSIÓN	117.930,59	
							VAN MENOR	169,55	VAN MAYOR	-3.956,49	
							NUEVA TIR	20,99%			

Diferencia de TIR 5,51%
% Variación 20,80%
Sensibilidad 0,99 Punto de quiebre

7. Discusión

El presente proyecto busca analizar la viabilidad de establecer una microempresa que se dedique a la producción y venta de panela en la ciudad de Yantzaza, aprovechando las ventajas locales en cuanto a recursos naturales y la demanda creciente de productos naturales y saludables. El estudio del trabajo se desarrolló a través de los estudios que estructuran un proyecto de inversión, los cuales ayudarán a determinar la viabilidad del proyecto.

La viabilidad del proyecto también se basa en un análisis administrativo y organizacional adecuado. Se definió la estructura organizacional de la microempresa, así como los roles y responsabilidades del personal involucrado en la producción y comercialización de la panela. Se establecieron los requisitos legales y los permisos necesarios para la operación de la microempresa, asegurando el cumplimiento de las regulaciones y normativas vigentes.

El análisis financiero es fundamental para evaluar la viabilidad económica del proyecto. Se estimaron los costos de inversión inicial, incluyendo la adquisición de maquinaria, equipos y materia prima, así como los costos operativos mensuales. Se proyectaron los ingresos esperados a partir de las ventas de panela y se realizaron análisis de sensibilidad para evaluar posibles escenarios. Los resultados del estudio financiero indican que la microempresa de producción y comercialización de panela es factible y presenta un potencial de rentabilidad.

Dado que existen investigaciones previas relacionadas con estudios de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de panela, se procede a realizar una comparación de estudios similares.

En este contexto la investigación, concuerda con Quinatoa (2023), quien realizó un estudio para conocer la viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa empaadora de frutas en la parroquia de Conocoto, es así que la empresa PROEV S.A.S se dedicó a empaacar frutas utilizando procesos que garantizaban la limpieza, higiene y calidad, el proyecto se basó en cuatro estudios que evaluaron la viabilidad y factibilidad. El estudio de mercado permitió identificar la demanda, oferta mediante la recolección de datos a través de una encuesta dirigida al mercado objeto. Por otro lado, el estudio técnico determino la producción y ubicación optima del proyecto, así como los recursos necesarios para su funcionamiento. El estudio organizacional describió la denominación social y legal de la empresa, además de detallar la estructura organizativa y funcional, junto con el manual de funciones, finalmente el estudio financiero determino que el proyecto era viable desde el punto de vista económico y financiero.

De la misma manera concuerda con Chiriboga (2021), el cual llevo a cabo un estudio sobre la viabilidad de establecer una empresa para la producción y comercialización de frutas deshidratadas, Con el nombre Disfrut Balance, en el cantón Maná, provincia de Cotopaxi,

incluyó un análisis de mercado que mostro una alta aceptación de los productos, un estudio técnico que determinó la operatividad optima del proceso de producción, localización, equipos y maquinaria, entre otros aspectos, y un análisis económico que evaluó la capacidad de la empresa para generar utilidades utilizando recursos humanos, técnicos, tecnológicos y económicos.

Por el contrario, la investigación realizada por Chalcualán (2020), en donde evaluó la viabilidad de establecer una microempresa dedicada a la producción y comercialización de yogurt de tuna en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura, para recopilar datos realizó una observación directa con productores de yogurt en varias ciudades, además de un análisis de variables geográficas, demográficas, socioeconómicas y político-legales, para su estudio de mercado lo hizo mediante encuestas a competidores identificados, difiere con el estudio realizado ya que el estudio de mercado se lo realizó a través de encuestas a futuros clientes.

La creación de una microempresa de producción y comercialización de panela en Yantzaza no solo generará beneficios económicos, sino que también tendrá un impacto positivo en la comunidad local. La empresa proporcionará empleo y oportunidades de desarrollo para los habitantes de la región, además de contribuir a la dinamización de la economía local. Por otro lado, la producción de panela a partir de la caña de azúcar local promoverá el uso sostenible de los recursos naturales y fomentará prácticas agrícolas responsables con el medio ambiente.

8. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos, luego del desarrollo del presente Trabajo de Integración Curricular se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Realizar una fundamentación teórica relacionada con el estudio de factibilidad sobre proyectos de inversión en el ámbito que se desee desempeñar, es importante ya que permite tener una idea clara sobre todo lo que se necesita para poner en marcha una empresa. El estudio de mercado permitió conocer los gustos y preferencias de consumo de las familias yantzacenses, información que es valiosa para conocer a qué mercado se va enfrentar, este estudio también ayudó a indagar en la oferta que actualmente se brinda a la ciudad, de manera que se pueda saber la cantidad de demanda insatisfecha que existe, de modo que permita tener un panorama claro sobre el nivel de producción que se podría brindar al mercado.
- El estudio técnico ayudó a conocer todo lo que es necesario en un proyecto de inversión, en cuanto a la selección del sitio adecuado mediante la localización, ingeniería del proyecto, de la misma manera todo lo relacionado con las herramientas y maquinaria con las que se deberá contar para poder iniciar con la producción de panela con estándares de calidad y de manera eficiente para poder optimizar recursos.
- En la viabilidad financiera se evidencia que, si es viable la ejecución del proyecto, esto debido a que luego de la aplicar las herramientas financieras se ha obtenido resultados positivos, esto demuestra que luego de haber realizado toda la investigación pertinente con respecto a la creación de una microempresa productora y comercializadora de panela, se puede poner a disposición de la ciudadanía el producto.

9. Recomendaciones

De acuerdo con los resultados y conclusiones obtenidas en el Trabajo de Integración Curricular se plantea las siguientes recomendaciones:

- A los emprendedores, a realizar el respectivo estudio de factibilidad antes de la ejecución de un proyecto de inversión, para conocer los factores que influyen a la hora de determinar la oferta y la demanda del producto o servicio que se desea poner a disposición del mercado, ya que esto ayudará a tener información relevante sobre si se debe invertir o no, en un proyecto.
- A las personas que indiferentemente del proyecto en el que deseen invertir se debe tomar en consideración el estudio de mercado, técnico y organizacional, ya que estos permiten tener una idea clara sobre la oferta y la demanda del producto, así mismo sobre los gastos en los que se incurrirá para poner en marcha una microempresa, lo cual ayuda a tener un panorama claro, sobre la ejecución de un proyecto.
- La ejecución del proyecto de inversión ya que mediante los estudios correspondientes realizados y la aplicación de herramientas financieras se pudo constatar que es rentable y así mismo su aporte en la generación de nuevas plazas de trabajo.

10. Bibliografía

- Aguilera Hintelholher, R. M. (2023). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. *Estudios políticos (México)*, (28), 81-103. Recuperado en 05 de enero de 2024, de <https://n9.cl/uqrcb>
- Ahuanari Guerra, S. C. V. (2022). *Plan de negocios Variedades MAJO solo niñas, ciudad de Iquitos*. [Tesis de grado, Universidad Científica del Perú]. Repositorio institucional-UCP. <http://repositorio.ucp.edu.pe/handle/UCP/2470>
- Andrade Valdés, J. O. (2023). *Estudio de factibilidad para la Creación de un Sistema Alternativo de Reparto y Paqueteo con Vehículo Ecológico, en el Centro de Barranquilla*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Abierta y a Distancia]. Repositorio Institucional UNAD. <https://n9.cl/5twl7x>
- Baca, G. (2010). Evaluación de proyectos. Mc Graw Hi Education
- Baca, G. (2012). Evaluación de proyectos. Mc Graw Hi Educación
- Betancourt Arenas, Jhonnathan. (2019). Estudio de factibilidad para la elaboración y comercialización de un producto nuevo energizante a base de panela orgánica del municipio de Cajibío (Cauca) [Tesis de maestría, Universidad EAFIT]. Repositorio institucional – EUFIT. <https://repository.eafit.edu.co/handle/10784/14271>
- Bustamante Quispe, C. D., Castillo Chino, E. E., Fuertes Ríos, K. N., y Ramírez Alvarado, R. B. (2021). *Plan de negocio para determinar la viabilidad de una nueva unidad de negocio de la empresa precisión para la fabricación de polines*. [Tesis de maestría, Universidad esan]. Repositorio institucional-esan. <https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/2148>
- Campoverde, M. (2018). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de producción y comercialización de pulpa de sábila empacada al vacío en la ciudad de Loja. [Tesis de grado, Universidad Nacional de Loja]. Repositorio institucional – UNL. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/20889>
- Chalcualán Córdova, N. V. (2020). *Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de yogurt de tuna en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura*. [Tesis de grado. Universidad Técnica del Norte]. Repositorio digital-UTN
- Charles Leija, H., Sánchez Rodríguez, R., y Ramírez Jaramillo, A. L. (2020). Formulación y evaluación de proyectos, una reflexión para las pymes agroindustriales de México. *Ciencias administrativas*, (16), 78-89. <https://n9.cl/6yb8w>
- Chiriboga Villagómez, C. S. (2021). *“Estudio de Factibilidad para la Comercialización de Frutas Deshidratadas en el cantón La Maná, Año 2021”, Periodo 2019*. [Tesis de grado. Universidad Técnica de Cotopaxi (UTC)]. Repositorio digital- UTC.

- Coll, F. (27 de febrero de 2021). *Microempresa | Economipedia*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/microempresa.html>
- Dini, M., y Stumpo, G. (2020). MIPYMES en América Latina: un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1900361_es.pdf
- Euronova Business School. (18 de mayo de 2022). Qué es un estudio técnico de una empresa. Euronova Business School. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-un-estudio-tecnico-de-una-empresa>
- Gamboa Tonato, A. M. (2023). *Plan de negocios para la elaboración y comercialización de croquetas para perros a base de huesos de ganado bovino*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica Indoamérica]. Repositorio Institucional -UTI. <https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/5887>
- García Hernández, E. I., Rivera, Blandón. W. A., y Rivera, R. E. (2019). *Estudio de pre-factibilidad para la creación de un empresa procesadora y comercializadora de Panela granulada, para la cooperativa PRODECOOP R*. [Tesis de grado. Universidad Nacional de Ingeniería]. Repositorio institucional UNI-UALN. <https://core.ac.uk/download/pdf/336876756.pdf>
- Gómez Bedoya, M. A. (2022). Modelo de toma de decisiones para integrar la demanda a la capacidad instalada de la Planta Platos-Loza en Locería Colombiana SAS. *Elementos*, 7(1), 2. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8821178>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). Metodología de la investigación. (Quinta edición). McGraw-Hill Education. <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>
- Herrera Mesías, S. A. (2020). *Viabilidad financiera en la construcción de la segunda fase del área de producción de la empresa Prodiméxito SA de la ciudad de Quito*. [Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio institucional-UTA. <https://n9.cl/7uz58>
- Jaramillo Medina, I. J. (2020). *Turismo de recreación y la oferta turística en el cantón Montalvo*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Repositorio institucional-UTB. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7548>
- López, E., Aveses, N., Pellat, A., y Puerta, C. (31 de julio de 2008). Estudio administrativo un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión. ITSON <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>
- Macneil, C. (10 de noviembre de 2022). *Desmitificación del análisis de costo-beneficio: 5 pasos para tomar mejores decisiones*. Asana. <https://n9.cl/vvru8>
- Moran Aguilar, N. D. S., Orozco Jarquín, J. A. y Martínez Salmerón, Y. L. (2020). *Mezcla de marketing*. [Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. Repositorio institucional UNAN-MANAGUA. <https://n9.cl/amvbr>
- Narváez, M. (3 de octubre de 2022). *Método deductivo: Qué es y cuál es su importancia*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-deductivo/>

- Navarrete, N. J., Naikiat, J. G., y Parrales, M. L. (2022). Desarrollo local de San Carlos (Ecuador). La caña de azúcar como potencial de emprendimiento. *Espacios*, 43(11), 25–42. <https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n11p03>
- Peñafiel Loor, J. F., Pibaque Pionce, M. S., y Pin Sancan, J. A. (2019). La importancia de la planificación estratégica para las pequeñas y medianas empresas (PYMES). *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de La Investigación Y Publicación Científico-Técnica Multidisciplinaria)*. ISSN: 2588-090X. *Polo de Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP)*, 4(1 ESPECIAL), 107–133. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v4i1%20ESPECIAL.105>
- Pinta, A. y Pinta, A. (2018). Estudio de factibilidad para una empresa procesadora y comercializadora de una bebida de agua de panela con limón en el municipio de Pasto – Nariño [Tesis de maestría, Universidad del Valle]. Biblioteca digital – UNIVALLE. <https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/16637/CB-0592754.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pujota Recalde, J. F., y Flores Tupiza, W. F. (2021). *Estudio de factibilidad para la producción y exportación de aguacates, cantón San Miguel de Urcuquí, provincia de Imbabura, Ecuador*. [Tesis de grado, Universidad Técnica del Norte]. Repositorio institucional-UTN. <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11317>
- Quinatoa Lema, L. M. (2023). *Estudio de viabilidad y factibilidad para la creación de una empresa empacadora de frutas en la parroquia de Conocoto*. [Tesis de grado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Digital-UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/39341>
- Quiroa, M. (29 de enero de 2020). Administrador. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/administrador.html>
- Ramírez Sánchez, G. A., Alfaro Salaman, I. K., Paz Corahua, J. J. P., Saavedra Castro, M. A., & Vásquez Bustamante, Y. A. (2023). *Elaboración y comercialización de tallarines fetucinni a base de kiwicha y carne de cuy*. [Tesis de Grado, Universidad San Ignacio De Loyola]. Repositorio institucional-USIL. <https://n9.cl/jzee3>
- Ramón, J. (07 de febrero de 2023). Presupuesto operativo: Qué es y cómo elaborarlo. Sage Advice España. <https://www.sage.com/es-es/blog/consideraciones-a-la-hora-de-elaborar-un-presupuesto-operativo/>
- Ramón, J. (23 de noviembre de 2021). Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula? Sage Advice España. <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>
- Rivas, L. (01 de julio de 2019). *Método Inductivo según autores*. Tesis Plus. <https://tesisplus.com/metodo-inductivo/metodo-inductivo-segun-autores/>
- Rodríguez Ovando, J. T., & Calvo Pineda, J. T. (2022). *Estudio de factibilidad para la apertura de un punto de venta de Accesorios Martina's en Villavicencio*. [Tesis de grado, Universidad Antonio Nariño]. Repositorio institucional-UAN. <https://n9.cl/gev08>
- Rodríguez, A y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. EAN. <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Saavedra. (27 de mayo de 2015). Componentes de un proyecto de inversión. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/componentes-de-un-proyecto-de-inversion-presentacion/>

- Santaella, J. (15 de noviembre de 2023). *Valor Actual Neto: ¿Qué es y cómo se calcula de manera correcta?*. Economía3. Recuperado el 20 de noviembre de 2023 de <https://economia3.com/valor-actual-neto/>
- Santos, D. (06 de marzo de 2023). *Qué es la publicidad: tipos, características y ejemplos*. HubSpot. <https://lc.cx/-a2-Gp>
- Sapag, N., Sapag, R., y Sapag, M. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mc Graw Hill Education
- Silva, D. (31 de agosto de 2020). *Tipos de segmentación de mercados: cuáles son y su importancia*. Zendesk. <https://n9.cl/5zi4c>
- Solís Ramírez, I. V. (2022). *Viabilidad de un plan de negocios para la creación de una empresa de alertas médicas y conexos, en Costa Rica para implementar en el 2023*. [Tesis de grado, Universidad San Marcos]. Repositorio institucional-SUWA. <https://repositorio.usam.ac.cr/xmlui/handle/11506/1900>
- Sumba Bustamante, R., Vinuesa Ramírez, M., y Pibaque Molina, T. (2021). Canales de distribución en las ventas de limón de los productores de la parroquia Ayacucho, cantón Santa Ana, provincia de Manabí. *Revista Publicando*, 8(31), 240-257. <https://doi.org/10.51528/rp.vol8.id2247>
- Sumba Bustamante, R., y Santistevan Villacreses, K. (2018). Las microempresas y la necesidad de fortalecimiento: reflexiones de la zona sur de Manabí, Ecuador. *Revista Universidad Y Sociedad*, 10(5), 323–326. <https://n9.cl/10i13>
- Tamayo, M. (2006). *El proceso de la investigación científica*. (Cuarta edición). LIMUSA. S.A. <https://n9.cl/nlrqb>

11. Anexos

Anexo 1. Certificado de traducción del Abstract.

Loja, 04 de Enero de 2024

CERTIF. N°: 001-KC-2024

La suscrita, Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño, Mgs., con cédula de identidad 1105213019 **DOCENTE DE INGLÉS DE EDUCACION SUPERIOR***, a petición de la parte interesada y en forma legal,

CERTIFICA

Que el numeral 2.1 **ABSTRACT**, del Trabajo de investigación, titulado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PANELA EN BLOQUE Y GRANULADA EN LA CIUDAD DE YANTZAZA."** de autoría de la señorita, MAURA MIREYA MOROCHO AGUILAR, con C.I. 1900871326, estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, está correctamente traducido del idioma español al idioma inglés, para lo cual se autoriza la impresión y presentación para los fines pertinentes.

Facultando al interesado hacer uso del presente documento en lo que estime conveniente

English is the doorway to the future!



Lic. Karla Juliana Castillo Abendaño
ENGLISH PROFESSOR OF SUPERIOR EDUCATION

Anexo 2. Ficha Metodológica

Tabla 72

Ficha metodológica para realizar el estudio de mercado.

FICHA METODOLÓGICA OBJETIVO 1

OBJETIVO 1:	Determinar la viabilidad comercial y económica, mediante un estudio de mercado que permita identificar las características y necesidades del consumidor.	
META	Determinar la realidad comercial y económica de los ciudadanos del cantón Yantzaza.	
I. Información de la oferta y la demanda		
FASE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Recolección de datos	Aplicación de encuestas a los ciudadanos del cantón Yantzaza.
2	Estudio de Mercado	<p>Análisis de la oferta: Consiste en determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio.</p> <p>Análisis de la demanda: Proceso de entender la demanda de los consumidores hacia un producto o servicio en un mercado objetivo.</p> <p>Demanda potencial: Es el nivel máximo de demanda alcanzable por un determinado producto dada una serie de condiciones.</p> <p>Demanda real: Es un análisis que se realiza para determinar el volumen, tanto de bienes y servicios, que los consumidores o los clientes están dispuestos a pagar o adquirir.</p> <p>Estrategia de mercado: Plan de acción de la empresa para llegar a los posibles consumidores y convertirlos en clientes de sus productos o servicios.</p>
3	Aplicación de encuestas	Cuestionario de preguntas
4	Obtención e Interpretación de Resultados	Participación de la encuesta aplicada a los ciudadanos del cantón Yantzaza.
Cobertura	Todos los ciudadanos del cantón Yantzaza	
Limitaciones	Ciudadanos no colaboren llenando la encuesta.	
Método de levantamiento	Aplicación de encuestas mediante Google forms.	
Disponibilidad de datos	Todas las personas puedan completar la encuesta	

Tabla 73
Ficha metodológica para el estudio técnico.

FICHA METODOLÓGICA OBJETIVO 2

OBJETIVO 2:	Diseñar la función de producción óptima mediante un estudio técnico que optimice los recursos disponibles y necesarios para la producción y comercialización de panela bloque y granulada.	
META	Determinar mediante un estudio técnico la maquinaria, los productos y procesos para la ejecución óptima de la microempresa en el mercado.	
I. Información del Estudio de mercado		
FAS E	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Recolección	Estudio de mercado realizado en el apartado anterior.

	de datos	
2	Estudio de Técnico	<p>Tamaño de la planta: dimensiones físicas de la planta y de la cantidad de bienes que se puede producir.</p> <p>Localización: Hace referencia a una ubicación o dirección de un establecimiento.</p> <p>Ingeniería del proyecto: se trata de la parte donde se definen los recursos necesarios para la ejecución del proyecto, es decir para poner en marcha la microempresa.</p> <p>Determinación de las necesidades: permite conocer las necesidades existentes en una empresa, con el fin de establecer acciones para minimizar dichas necesidades.</p> <p>Proceso productivo: conjunto de operaciones que una empresa debe realizar con el fin de ofrecer un bien, servicio o producto.</p> <p>Infraestructura: instalaciones necesarias para el desarrollo de una actividad.</p>
Es3	Aplicación de métodos de valoración	<p>Creación de balance</p> <p>Estado de resultados</p> <p>Flujo de caja</p> <p>Tabla de amortización</p>
4	Obtención e Interpretación de Resultados	Muestra todo lo que será necesario para crear la microempresa, es decir, maquinaria y equipos, materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta entre otros aspectos importantes que se deben tomar en cuenta.
	Cobertura	Todos los ciudadanos del cantón Yantzaza
	Limitaciones	Información incompleta del estudio de mercado.
	Método de levantamiento	de Elaboración propia
	Disponibilidad de datos	de Disponible en formato digital luego de haber realizado el estudio de mercado.

Tabla 74

Ficha metodológica para evaluar la viabilidad financiera.

FICHA METODOLÓGICA OBJETIVO 3		
OBJETIVO 3:		Evaluar la viabilidad financiera que conlleve a la toma de decisiones sobre la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de panela en bloque y granulada, en la provincia de Zamora Chinchipe, cantón Yantzaza.
META		Determinar si es viable la creación de la microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada en el cantón Yantzaza.
I. Información del Estudio de Mercado		
FASE	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN
1	Recolección de datos	Estudio Técnico
2	Herramientas financieras	<p>Valor actual neto (VAN): Consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión.</p> <p>Tasa interna de retorno (TIR): Es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto.</p> <p>Costo beneficio: Representa la relación global entre los costos y beneficios durante un periodo determinado.</p> <p>Punto de equilibrio: Sirve para definir el momento en que la empresa</p>

cubre sus costos fijos y variables, es decir cuando no hay ganancias ni pérdidas.

<p>3</p> <p>Aplicación de fórmulas</p>	$VAN = < Inversión > + \frac{\sum FC}{(1+r)^t}$ $TIR = \text{tasa inferior}(r1) + (\text{diferencia de tasas}(r2 - r1) \cdot \text{Ingresos actualizados})$ $RBC = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{costos variables}}$ $PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{costos variables}} * 100$
<p>4</p> <p>Obtención e Interpretación de Resultados</p>	<p>Participación de la inversión del proyecto, para poder conocer la rentabilidad que nos dará durante la vida útil, a más de eso también participa el valor que tiene el proyecto en relación a los ingresos y egresos actualizados, de la misma manera los costos fijos totales, ventas totales y los costos que varían en la producción, pues esto permitirá conocer que la microempresa no sufra pérdidas ni obtenga ganancias.</p>
<p>Cobertura</p>	<p>Todos los ciudadanos del cantón Yantzaza</p>
<p>Limitaciones</p>	<p>Información incompleta sobre las proyecciones e inversión.</p>
<p>Método de levantamiento</p>	<p>Elaboración propia.</p>
<p>Disponibilidad de datos</p>	<p>Disponible luego de la realización del estudio técnico.</p>

Anexo 3. Encuesta



Universidad
Nacional
de Loja

MODELO DE ENCUESTA A DEMANDANTES

En calidad de estudiante de la carrera de Finanzas de la Facultad, Jurídica Social y Administrativa de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a usted de la manera más comedida y respetuosa me colabore contestando la presente encuesta, la cual tiene como finalidad determinar la viabilidad de “Crear una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada, en la provincia de Zamora Chinchipe, ciudad de Yantzaza”

Marque con una x según considere

1. ¿En su familia, consumen panela?

Si () No ()

Si su respuesta es negativa, por favor diríjase directamente a la pregunta 9. Caso contrario continúe con la pregunta 2.

2. ¿En qué presentación adquieren la panela en su familia?

() Bloque
() Granulada

3. ¿Con qué frecuencia su familia compra panela?

() Todos los días
() 1 vez por semana
() 2 a 3 veces por semana
() 4 a 5 veces por semana

4. ¿Qué cantidad de panela consumen mensualmente en su familia? (una sola respuesta por cada producto)

Panela en bloque	Panela granulada
() 10 unidades	() 3 Funda de 2 libras
() 15 unidades	() 6 fundas de 2 libras
() 20 unidades	() 9 fundas de 2 libras
() 25 unidades	() 12 fundas de 2 libras

5. ¿Considera usted que los precios establecidos en el mercado para adquirir la panela ya sea en bloque o granulada son accesibles?

Si ()
No ()

6. ¿Dónde adquiere usted la panela?

- () Supermercados
- () Tienda
- () Mercado
- () Feria libre

7. ¿Qué características considera usted al momento de comprar la panela?

- () Color de la panela
- () Que no posea impurezas
- () Consistencia
- () Precio

8. ¿Cuáles son los usos que le da al producto (panela)?

- () Preparación de bebidas frías
- () Preparación de bebidas calientes
- () Repostería

9. Si se implementará una microempresa de producción y comercialización de panela en bloque y granulada en la ciudad de Yantzaza ¿estaría usted dispuesto a comprar nuestros productos?

- () Si
- () No

Si su respuesta es negativa, se le agradece por su colaboración.

10. ¿Cuál es el precio que usted está dispuesto a pagar por cada unidad de panela en bloque y cada funda de panela granulada que contiene 2 libras? (una sola respuesta por cada producto)

Panela en bloque

Panela granulada

- | | |
|----------------|----------------|
| () 0,40 ctvs. | () 1,30 ctvs. |
| () 0,50 ctvs. | () 1,40 ctvs. |
| () 0,60 ctvs. | () 1,50 ctvs. |

11. ¿Qué empaque le gustaría que tenga la panela en bloque o granulada?

- () Funda plástica
- () Funda de papel
- () Otros: señale:

12. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir, si la microempresa brindara promociones a sus clientes por la compra del producto (panela)?

- () Producto adicional
- () Descuentos en volumen de compras
- () Gorras o camisetas con el logo de la microempresa panelera

13. En caso de la creación de la microempresa de producción y comercialización de panela. ¿Cuáles son los medios publicitarios con los que usted le gustaría enterarse de los productos que ofrece?

- () Radio
- () Televisión
- () Redes sociales
- () Trípticos

14. ¿Cuáles considera usted que serían los beneficiarios de la creación de la microempresa de producción y comercialización de panela?

- () Empresas existentes en la ciudad
- () Empresas existentes en sectores aledaños
- () Comerciantes
- () Productores
- () Público en general

Gracias por su colaboración