



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMIA

Proyecto de Investigación previo a
la obtención del Título de
Economista

TITULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU INCIDENCIA EN EL
DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS A BASE DE PIÑA PARA
LAS MADRES SOLTERAS DEL RECINTO FUMISA, CANTÓN
BUENA FE, AÑO 2015**

Autora

María José Arteaga Loor

Director del Proyecto de Investigación

Econ. Luis Eduardo Gonzaga Sarmiento, M.Sc.

Quevedo - Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **María José Arteaga Loor**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente

MARIA JOSE ARTEAGA LOOR

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito Econ. Luis Gonzaga Sarmiento, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada María José Arteaga Loor, realizó el Proyecto de investigación previo a la obtención del título de **Economista**, titulado **ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS A BASE DE PIÑA PARA LAS MADRES SOLTERAS DEL RECINTO FUMISA, CANTÓN BUENA FE, AÑO 2015** es de autoría dela egresada **MARIA JOSE ARTEAGA LOOR**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto..

Econ. Luis Gonzaga Sarmiento, M.Sc.
TUTOR – TRABAJO DE TITULACION

CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO

Para: Lcdo. Edgar Vicente Pastrano Q. – Decano Facultad de Ciencias Empresariales
De: Ec. Luis Eduardo Gonzaga Sarmiento, Tutor trabajo de Titulación
Asunto: Informe del Sistema URKUND - Dirección de Proyecto de Tutoría
Fecha: 3 de febrero del 2016

Adjunto al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: **ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS A BASE DE PIÑA PARA LAS MADRES SOLTERAS DEL RECINTO FUMISA, CANTÓN BUENA FE, AÑO 2015**, elaborado por la señorita egresado ARTEAGA LOOR MARIA JOSÉ, previo a la obtención del título de **ECONOMISTA**, que fue elaborado bajo mi dirección según lo asignado en la Resolución Centésima Décima Quinta de fecha 13 de agosto del 2015 , el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento General de Grados y Títulos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de URKUND, el cual avala los niveles de originalidad en un 93% y de otras fuentes no citadas del 7%.



Atentamente,

Econ. Luis Gonzaga Sarmiento, M.Sc.
TUTOR TRABAJO- TITULACION



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE ECONOMIA

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Título:

**ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU INCIDENCIA EN EL
DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS A BASE DE PIÑA PARA LAS
MADRES SOLTERAS DEL RECINTO FUMISA, CANTÓN BUENA FE, AÑO
2015**

Presentado al Consejo Académico como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Aprobado por:

Econ. Nivaldo Vera Valdiviezo, M.Sc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Econ. Roger Yela Burgos, M.Sc.
MIEMBRO TRIBUNAL

Econ. Daniel Parra Gavilanes, M.Sc.
MIEMBRO TRIBUNAL

Quevedo – Ecuador

2016

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, como institución de Educación Superior.

Al Dr. Eduardo Díaz Ocampo, M.Sc. Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

A la Ing. Guadalupe del Pilar Murillo Campuzano, M.Sc. Vicerrectora Académica de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Ing. Roberto Pico, M.Sc. Vicerrector Administrativo de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Econ. Daniel Parra Gavilanes, M.Sc., Director de la Escuela de Economía de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Al Econ. Luis Gonzaga Sarmiento, M.Sc., Director de Tesis y docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis, a mi Dios, mi padre celestial, quien me ha dado la fuerza para seguir adelante, a mi madre que me ha brindado todo su apoyo en alcanzar este logro, a mi padre mi amigo incondicional y a mi esposo, a quien amo profundamente y quien me ha soportado mi ausencia cuando me dedique a este trabajo.

María José

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación nace como una idea de negocio a favor de las madres solteras del Recinto Fumisa del cantón Buena Fe, las cuales tienen la posibilidad de fabricar mermelada de piña para luego comercializarla a los habitantes del sector, así como ofrecerla a la Súper Tienda Quevedo, Mi Comisariato, Tiendas AKI, Comisariato Súper del cantón Buena Fe, y tiendas de barrio del Recinto Fumisa.

Dentro de la formulación del proyecto se realiza una entrevista a tres empresarios que poseen negocios de súper tiendas, que expenden mermeladas y una encuesta a las 16 mujeres madres solteras del Recinto.

El estudio determinó la fase de pre inversión con un estudio Técnico, otra fase que corresponde a la inversión inicial, con maquinarias y equipos que pueden ser adquiridos en la zona de Buena Fe o Quevedo.

Finalmente se realizó la evaluación financiera del Proyecto, lo cual permitió determinar que sus indicadores financieros son mayores a cero, por lo cual se considera un proyecto de economía solidaria rentable.

Palabras claves: Economía popular y solidaria, emprendimiento, madres solteras

ABSTRACT AND KEYWORDS

This research was born as a business idea m for single mothers Campus Fumisa Canton Good Faith, which have the ability to make pineapple jam for then commercialize one Inhabitants of the sector and offer it to the Super Store Quevedo, my Commissariat, Shops AKI, Commissariat Super Canton Buena Fe, and neighborhood stores Fumisa Campus.

Within the formulation of the Project, an interview is done three entrepreneurs with Business Super Stores that sell jams and a survey of 16 single mothers Campus.

The study determined the pre investment study of the a Technical scam, another phase corresponding to the initial investment, with machinery and equipment that can be acquired in the area of Buena Fe or Quevedo.

Finally Financial evaluation of the project was completed, which is allowed to determine S. Financial Ratios than their older son zero, which is itself considered Draft a leasable solidarity economy.

Keywords : Popular and solidarity economy , entrepreneurship, single mothers

Tabla de Contenido

PORTADA	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	ii
CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO	iv
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO	viii
ABSTRACT AND KEYWORDS	ix
Tabla de Contenido.....	x
CODIGO DUBLIN	xv
1. Introducción.....	1
CAPITULO I CONTEXTUALIZACION DE LA INVESTIGACION	3
1.1. Problema de investigación.....	4
1.1.1. Planteamiento del problema.	4
1.1.2. Formulación del problema.....	4
1.1.3. Sistematización del problema.....	5
1.2. Objetivos	6
1.2.1. General.	6
1.2.2. Específicos.....	6
1.3. Justificación.....	7
CAPITULO II FUNDAMENTACION TEORICA DE LA INVESTIGACION.....	8
2.1. Marco conceptual	9
2.1.1. Economía popular y solidaria.....	9
2.1.1.1. Principios de la economía popular y solidaria.....	9
2.1.1.2. Formas organizativas de la economía popular y solidaria	9
2.1.1.3. Unidades Económicas Populares (UEP)	10
2.1.1.4. Secretaría Técnica de Economía Popular y Solitaria (STEPS)	10

2.1.2.	Emprendimiento definición.....	10
2.1.4.	Calidad de vida.....	11
2.1.5.	Costo de vida.....	12
2.1.6.	Producción.....	12
2.1.7.	Productividad.....	12
2.1.8.	Definición de costo de producción.....	12
2.1.9.	Estudio de mercado	12
2.1.10.	Investigación de mercado	13
2.1.11.	Población.....	13
2.1.12.	Muestra.....	13
2.1.13.	Cuestionario.....	14
2.1.14.	Encuesta.....	14
2.1.15.	Oferta.....	14
2.1.16.	Demanda.....	14
2.1.17.	Negocio	14
2.1.18.	Producto.....	14
2.1.19.	Precio.....	15
2.1.20.	Promoción	15
2.1.21.	Logotipo	15
2.1.22.	Visión	16
2.1.23.	Misión.....	16
2.1.24.	El estudio técnico	16
2.1.25.	Estudio socioeconómico.....	17
2.1.26.	Estructura de un Estudio Socioeconómico.....	17
2.1.27.	Productividad.....	17
2.1.28.	Evaluación de Proyectos	18
2.1.29.	Las PYMES.....	18
2.1.30.	Ingredientes para preparación de mermelada casera de piña	19
2.1.30.1.	Sorbato de Potasio	19
2.1.30.2.	Ácido cítrico	20
2.1.30.3.	Gelatina sin sabor	21
2.1.31.	Obtención del registro sanitario	21
2.1.31.2.	Requisitos para obtener el sello de calidad INEN	23

2.1.	Marco Referencial	24
2.1.1.	Proyecto Productivo de piña para la zona norte del país, en los Municipios de ciudad Barrios, Guatajiagua y Sesorí. (El Salvador 2010).....	25
2.1.2.	Plan de empresa para una productora de mermelada a base de verduras.....	25
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		
3.1.	Localización	28
3.2.	Tipo de investigación	28
3.2.1.	De Campo.....	28
3.2.2.	Diagnóstica.....	28
3.3.	Métodos.....	28
3.3.1.	Inductivo.....	28
3.3.2.	Deductivo	28
3.3.3.	Analítico	29
3.4.	Fuentes de recopilación de la información Diseño de investigación	29
3.4.1.	Primarias.....	29
3.4.2.	Secundarias.....	29
3.5.	Diseño de la investigación.....	29
3.5.1.	Población y Muestra.....	30
3.5.2.	Muestra.....	30
3.6.	Instrumentos de investigación	31
3.6.1.	Observación.....	31
3.6.2.	Entrevista.....	31
3.7.	Tratamiento de los datos.....	31
3.8.	Recursos humanos y materiales	32
CAPITULO IV RESULTADOS DE LA INVESTIGACION		33
4.1.	Estudio de mercado	34
4.1.1.	Entrevista a las madres solteras.....	34
4.1.1.1.	Análisis de la entrevista efectuada a propietarios de negocios que ofrecen mermelada en frasco de 300 gramos	48
4.2.	Determinar el estudio técnico que se requiere para la producción de la mermelada de piña en beneficio de las madres solteras del recinto “Fumisa”.	49
4.2.1.	Estudio Técnico.....	49
4.2.1.1.	Tamaño óptimo:	49

4.2.1.2. Proceso de producción de la mermelada de piña	50
4.2.1.3. Maquinarias, equipos e implementación menor.....	51
4.2.1.4. Localización de la Planta.....	51
4.2.1.5. Costo de Fabricación	51
4.2.1.6. Marketing Mix.....	52
4.3. Establecer el estudio económico y financiero del emprendimiento a base de la piña en beneficio de las madres solteras del recinto “Fumisa”.	54
4.3.1. Inversión Inicial.....	54
4.3.2. Capital de Trabajo	54
4.3.3. Financiamiento	54
4.3.4. Estado de resultados	54
4.4. Evaluación Financiera	55
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
5.1. Conclusiones	58
5.2. Recomendaciones	59
BIBLIOGRAFIA	60
ANEXOS.....	63

ÍNDICE DE TABLAS

1.	Circulo familiar	53
2.	Ingreso de la familia	54
3.	Tipo de viviendas	55
4.	Nivel de escolaridad	56
5.	Cantidad y marca de mermeladas que expenden los comerciantes	57
6.	Sabor y conducta del consumidor con respecto a las mermeladas.....	58
7.	Tamaño óptimo de la Planta	60
8.	Maquinarias, equipos e implementación menor.....	61
9.	Materia Prima.....	62
10.	Mercado objetivo	64
11.	Inversión Inicial	67
12.	Capital de Trabajo	67
13.	Utilidad neta.....	68
14.	Flujo de caja neto	68
15.	Indicadores económicos	69

CODIGO DUBLIN

Título:	ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS A BASE DE PIÑA PARA LAS MADRES SOLTERAS DEL RECINTO FUMISA, CANTÓN BUENA FE, AÑO 2015 es de autoría dela egresada MARIA JOSE ARTEAGA LOOR				
Autor:	María José Arteaga				
Palabras clave:	Economía Popular	Solidaria	Estudio de Mercado	de	Incidencia Emprendimiento
Fecha de Publicación:	5- diciiembre-20-15				
Editorial:	Quevedo: EPN, 2015.				
Resumen:	Resumen.- La presente investigación nace como una idea de negocio a favor de las madres solteras del Recinto Fumisa del cantón Buena Fe, las cuales tienen la posibilidad de fabricar mermelada de piña para luego comercializarla a los habitantes del sector, así como ofrecerla a la Súper Tienda Quevedo, Mi Comisariato, Tiendas AKI, Comisariato Súper del cantón Buena Fe, y tiendas de barrio del Recinto Fumisa. Dentro de la formulación del proyecto se realiza una entrevista a tres empresarios que poseen negocios de súper tiendas, que expenden mermeladas y una encuesta a las 16 mujeres madres solteras del Recinto. El estudio determinó la fase de pre inversión con un estudio Técnico, otra fase que corresponde a la inversión inicial, con maquinarias y equipos que pueden ser adquiridos en la zona de Buena Fe o Quevedo. Finalmente se realizó la evaluación financiera del Proyecto, lo cual permitió determinar que sus indicadores financieros son mayores a cero, por lo cual se considera un proyecto de economía solidaria rentable. Abstract.-This research was born as a business idea m for single mothers Campus Fumisa Canton Good Faith, which have the ability to make pineapple jam for then commercialize one Inhabitants of the sector and offer it to the Super Store Quevedo, my Commissariat, Shops AKI, Commissariat Super Canton Buena Fe, and neighborhood stores Fumisa Campus. Within the formulation of the Project An interview is done Three entrepreneurs with Business Super Stores, that sell jams and a survey of 16 single mothers Campus. The study determined the pre investment study of the a Technical scam, another phase corresponding to the initial investment, with machinery and equipment that can be acquired in the area of Buena Fe or Quevedo. Finally Financial evaluation of the project was completed, which is allowed to determine S. Financial Ratios than their older son zero, which is itself considered Draft a leasable solidarity economy.				
Descripción:	81 hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162				
URI:	<u>(en blanco hasta cuando se dispongan los repositorios)</u>				

1. Introducción

En la vida diaria, todos requieren de la elaboración de proyectos, y se ha podido observar que las sociedades de zonas rurales y menos atendidas también requieren de proyectos que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas.

El tema elegido consiste en brindar una oportunidad de negocio a las madres solteras del Recinto FUMISA, a través de la producción de una mermelada de piña, para la cual se utilizará materia prima de la zona, ya que la piña es una fruta muy cultivada en este recinto.

Las madres solteras enfrentan situaciones de pobreza, ya que no poseen ingresos, y esto permitirá a través de este proyecto brindarle una ayuda que mejore su situación socioeconómica y mejore la calidad de vida de ellas y sus hijos.

El proyecto en beneficio de las madres solteras del recinto Fumisa obtuvo información a través de una encuesta dirigida a madres solteras, a dueños de establecimientos comerciales y clientes consumidores de mermelada de piña, con ello se consiguió identificar la situación familiar de estas madres. Luego se realizó el estudio técnico, económico y financiero que permitirá a través del emprendimiento se proceda a la elaboración del producto casero se genere rentabilidad para estas madres.

El presente trabajo está distribuido de la siguiente manera:

El capítulo I está conformado por el marco contextual de la investigación que describe la situación actual de las madres solteras de la zona de estudio, en particular la situación socio económica en que viven.

El contenido del capítulo II se referirá al marco teórico de la investigación, donde se convalidará las teorías de varios autores con los resultados de la investigación. Aquí se recopilan diversos estudios relacionados con nuestro trabajo que buscan demostrar la factibilidad de crear oportunidades para sectores vulnerables que son las madres solteras que generalmente no tienen profesión, recursos y capacidades para desarrollar proyectos de emprendimiento.

El capítulo III permitirá describe la metodología que se utilizó en el presente trabajo y que sobre todo se relaciona con la investigación participativa, ya que se trabajó directamente con las madres involucradas de la zona de estudio y sobre ellas, se elaboró la propuesta.

El capítulo IV mostrará los resultados obtenidos en los estudios técnico, económico y financiero encontrados. Finalmente, se emiten las conclusiones para el presente estudio.

CAPITULO I
CONTEXTUALIZACION DE LA INVESTIGACION

1.1. Problema de investigación.

1.1.1. Planteamiento del problema.

En el Ecuador las autoridades económicas del país buscan promover y estimular la inversión directa en los sectores productivos, sin embargo, la ausencia de proyectos que aporten al desarrollo económico social de las madres solteras del Recinto “Fumisa” hace que este aporte del Estado no se cumpla.

Las madres solteras del Recinto “Fumisa” atraviesan por una situación económica de riesgo, al no tener en ocasiones como llevar el sustento a sus familias, enfrentando la falta de trabajo para atender las necesidades básicas del hogar.

Pese a la ayuda que brinda el gobierno a través del bono de desarrollo humano, no todas estas madres solteras, se han acogido al beneficio, por falta de recursos, para obtener una cedula y trasladarse hasta los lugares de inscripción para obtener este bono.

La ausencia de transferencia de tecnología de centros Educativos como la UTEQ, para enseñarles como producir productos caseros, que podrían comercializarse a buen precio, lo que aportaría con ingresos para estas madres.

Esta problemática, afecta la situación socioeconómica de las familias de las madres solteras que al no poseer recursos, no son sujetos de crédito, por lo que tampoco pueden acceder a préstamos que realiza el estado a los más necesitados.

Los hijos de estas madres solteras poseen un alto grado de desnutrición, ya que su progenitora carece de un empleo que le brinde recursos para costear una de las necesidades básicas del hogar, la alimentación.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo afecta la ausencia de proyectos de emprendimiento a la situación social y económica de las madres solteras del Recinto “Fumisa”?

1.1.3. Sistematización del problema

- ¿De qué manera se realizará un análisis de la situación actual de las madres solteras del Recinto “Fumisa” del Cantón Buena Fe?
- ¿Qué se necesita para establecer la inversión inicial del proyecto de producción de la mermelada de piña en beneficio de las madres solteras del Recinto “Fumisa” del cantón Buena Fe?
- ¿De qué manera se determina la rentabilidad del proyecto de producción de un producto de consumo masivo elaborado por las madres solteras del Recinto “Fumisa del cantón Buena Fe?

1.2. Objetivos

1.2.1. General.

Analizar la Economía Popular y solidaria y su incidencia en el desarrollo de emprendimientos a base de piña para las madres solteras del recinto Fumisa, cantón buena fe, año 2015

1.2.2. Específicos

- Realizar un diagnóstico sobre la calidad de vida de las madres solteras del Recinto “Fumisa del cantón Buena Fe, a través de una encuesta a sus familias.
- Determinar el estudio técnico que se requiere para la producción de la mermelada de piña en beneficio de las madres solteras del recinto “Fumisa”.
- Establecer el estudio económico y financiero del emprendimiento a base de la piña en beneficio de las madres solteras del recinto “Fumisa”.

1.3. Justificación

El presente proyecto de investigación se justifica porque permitirá conocer la realidad de la situación socioeconómica de las madres solteras del recinto “Fumisa” del cantón Buena Fe.

Además, que al socializarlo con la población de madre solteras, esto las motiva a que desarrollen un producto casero; en nuestro caso es la mermelada de piña, teniendo como ventaja que esta fruta es la que se cultiva en gran cantidad en esta zona y a través de su comercialización se aporte al desarrollo social y económico de esta mujeres, consideradas jefes de hogar.

Con los ingresos que brinde el proyecto, permitirá atender a los hijos de éstas con las necesidades básicas del ser humano cómo son; la alimentación, el vestuario y la salud.

El proyecto busca generar fuentes de empleo que ayude a las 23 madres solteras del sector, a través de un trabajo justo y digno.

Además, que induce al trabajo en equipo y aporta a la transferencia de tecnología con la elaboración de un producto casero, en beneficio de las madres solteras de este recinto.

Nuestro estudio, además contribuye con el objetivo No.10 y 3, del Plan Nacional del Buen Vivir los cuales fomentan el desarrollo de la matriz productiva y el mejoramiento de la calidad de vida con las ideas emprendedoras de las madres solteras y sus familias del recinto “Fumisa” en el cantón Buena Fe.

Nos benefician directamente al ser una microempresaria con nuestros propios ingresos, y indirectamente el lanzar nuevos productos al mercado.

CAPITULO II
FUNDAMENTACION TEORICA DE LA INVESTIGACION

2.1. Marco conceptual

2.1.1. Economía popular y solidaria

(MCDS, 2015) Art. 1 de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria, aprobada en 2011, la define como “una forma de organización económica en la que sus integrantes se unen para producir, intercambiar, comercializar, financiar, y consumir bienes y servicios que les permitan satisfacer sus necesidades y generar ingresos.

(MCDS, 2015) El Art. 283 de la Constitución establece que el sistema económico es popular y solidario, propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

2.1.1.1. Principios de la economía popular y solidaria

(MCDS, 2015) Entre los principios de la economía popular y solidaria establecidos en la ley se destacan:

- La búsqueda del Buen Vivir y el bienestar común.
- La prelación del trabajo sobre el capital y de los intereses colectivos sobre los individuales.
- El comercio justo y el comercio ético y responsable.
- La equidad de género.
- El respeto a la identidad cultural.
- La autogestión.
- La responsabilidad social y ambiental.
- La solidaridad y rendición de cuentas.
- La distribución equitativa y solidaria de los excedentes.

2.1.1.2. Formas organizativas de la economía popular y solidaria

(MCDS, 2015) La ley reconoce como formas de organización de la economía popular y solidaria al sector comunitario, sector asociativo, sector cooperativo (relacionado con

producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito, y servicios) y a las unidades económicas y populares.

2.1.1.3. Unidades Económicas Populares (UEP)

(MCDS, 2015) Los artículos 73, 74, 75, 76 y 77 de la ley establecen la creación de las Unidades Económicas Populares (UEP) que son “emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y artesanos”.

2.1.1.4. Secretaría Técnica de Economía Popular y Solitaria (STEPS)

(MCDS, 2015) La Secretaría Técnica de Economía Popular y Solidaria (STEPS) es una instancia de apoyo técnico y administrativo del Comité Interinstitucional.

2.1.2. Emprendimiento definición

(Cobo Romaní Cristobal, 2011) El término **emprendimiento** no forma parte del diccionario de la **Real Academia Española (RAE)**. Se trata del efecto de **emprender**, un verbo que hace referencia a llevar adelante una **obra** o un **negocio**. El emprendimiento suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto

2.1.3. Madres solteras en el Ecuador

(INEC, 2010) Instituto Nacional de Estadística y Censos, el Censo efectuado en el año 2010, indico que en el Ecuador un total de 339.656 poseen el calificativo de madres solteras, esto corresponde a un total de un 4,7% de toda la población femenina del nuestro país lo cual a un sufrido un incremento del 38,6% más que en el año 2001 cuando cantidad de madres solteras existentes en el Ecuador solo llegaba a 245.002 mujeres.

Es lo que corresponde a la cantidad de madres solteras en el Ecuador y donde existe una mayor cantidad son las siguientes provincias:

El Carchi 8,4%

Bolívar con el 7,3%,
Manabí 3,24%
Santa Elena 3,15%

La tasa de analfabetismo de las madres solteras en el Ecuador es de 8,1%, mientras la de las mujeres es de 7,7%, su promedio escolar es de 9,7% y solo el 18,4% de ellas posee educación superior.

De las madres solteras en el Ecuador el 63,8% ha utilizado celular, el 21,6% usa internet y el 25,2% tienen computadora en sus hogares.

La etnia que poseen las madres solteras en el Ecuador es la siguiente:

Afro ecuatorianas el 6,1%.
Mestizas con el 4,8%.
Blancas con el 4,1%.
Las indígenas con el 3,7%.
Montubias con el 3,4%.

El 51,3% de las madres solteras tiene un hijo, el 20,6% tienen dos y un 7,1% tiene más de seis hijos.

Dentro del perfil de madre soltera; está que, el 37,2% tienen entre 17 a 20 años, el 46,6% tiene la calidad de jefe de hogar y el 83,1% trabaja fuera del hogar.

2.1.4. Calidad de vida

(Nussbaum, 2010) La calidad de vida es aquello que genera bienestar integral a la mayor población. La calidad de vida no se puede medir pero si evaluar, en cada país, existen normativas que protegen este ámbito, la calidad de vida, tiene que ver con varios aspectos de un país, y pueden ser económicos, políticos, sociales, salud etc.

2.1.5. Costo de vida

(Nussbaum, 2010) Costo de vida es el valor mínimo que comprende un ras de utilidad permanente en el tiempo. El costo de vida teóricamente es el valor que se atribuye a todos los gastos en que incurre una familia, para satisfacer sus necesidades y vivir de una forma adecuada

2.1.6. Producción

(Nussbaum, 2010) Producción, es el proceso mediante el cual ocurre una transformación entre la materia prima o recursos en productos o servicios.

La productividad comprende la parte técnica y operativa de una organización, en esta se involucra, la materia prima, la mano de obra (talento humano) y el tiempo de los procesos, este último es considerado en la actualidad lo más importante dentro de la organización, por lo cual en las últimas décadas con la finalidad de disminuir los espacios de tiempos en la productividad, para la obtención de mayores resultados se utiliza maquinaria e infraestructura de punta con la finalidad de invertir menos dinero en mano de obra.

2.1.7. Productividad

(Nussbaum, 2010) Es la combinación perfecta entre los recursos utilizados y el bien esperado, su éxito depende de menor utilización de recursos a mayor productividad.

2.1.8. Definición de costo de producción

(SIAGRO, 2013) Los costos de producción es el valor en monedas de la mano de obra y materia prima, publicidad, (gastos de venta) en que se incurre en un determinado proyecto, se determina que el costo de producción es quien finalmente fija los precios del bien esperado.

2.1.9. Estudio de mercado

(Kotler, Bloom, & Hayes, 2009) Acciones sistémicas de datos importantes conocer

situaciones de algún mercado que enfrenta una empresa y tiene los siguientes pasos a seguir:

1. Establecer objetivos
2. Definir problema
3. Proceso exploratorio (información secundaria)
4. Encuesta (información primaria)
5. Entrevista (información primaria)
6. Recogida de datos
7. Tabulación
8. Análisis de resultados

2.1.10. Investigación de mercado

(Malhotra, 2009), Es la compilación de información basada en estudios de campo trabajados a través del análisis que conlleven a la solución de un problema, superar amenazas y debilidades o finalmente alcanzar los objetivos propuestos.

Además La investigación de mercados, colabora en la determinación de estrategias para enfrentar a la competencia y mejora de resultados esperados.

2.1.11. Población

(Tamayo & Tamayo, 2009), La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación “Entonces, una población es el conjunto de todas las cosas que concuerdan con una serie determinada de especificaciones. Un censo, por ejemplo, es el recuento de todos los elementos de una población

2.1.12. Muestra

(Tamayo & Tamayo, 2009), La muestra es la que puede determinar la problemática ya que les capaz de generar los datos con los cuales se identifican las fallas dentro del proceso además afirma que la muestra “ es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico”

2.1.13. Cuestionario

(Galan, 2011)El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación.

2.1.14. Encuesta

(Sandhusen, 2012). Las encuestas obtienen información sistemáticamente de los encuestados a través de preguntas, ya sea personales, telefónicas o por correo

2.1.15. Oferta

(Fischer & Espejo, 2009), La oferta se refiere a "las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado."

2.1.16. Demanda

(Fischer & Espejo, 2009), La demanda se refiere a "las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado

2.1.17. Negocio

(Brunetti) 2014 La forma en que se define el punto de venta en la mente del consumidor, determinada en partes por sus cualidades funcionales y en parte por un aura de atributos psicológicos

2.1.18. Producto

(AMA, 2012)Bien manufacturado que posee características físicas y subjetivas, mismas que son manipuladas para aumentar el atractivo del producto ante el cliente, quien lo adquiere para satisfacer una necesidad

2.1.19. Precio

(Bonta & Farber, 2009) Los autores definen al precio a expresar un valor el mismo que está determinado por los valores del producto que ofrece la organización y los resultados de estos valores que recibe el consumidor.

El precio juega un papel importante dentro del producto estrella de una organización y está relacionado desde el mismo momento de su lanzamiento al público, pues este depende de la calidad del producto y su marca.

2.1.20. Promoción

(Bonta & Farber, 2009) Ningún bien o servicio puede salir al mercado sin una estratégica promoción, la cual está íntimamente ligada a la competencia, el mercado y las altas esferas de la organización, pues la aprobación de una determinada promoción depende del presupuesto asignado. Existen empresas que asignan un presupuesto para realizar la promoción de sus productos, y en ocasiones de esto depende el éxito de un posicionamiento acertado del producto.

La promoción está dentro de un plan de marketing y debe ser precisa y en sus lineamientos, además su cumplimiento fortalecerá la seriedad de la organización. Por esta razón la promoción que se implemente debe ser cumplida en todos sus ámbitos, para alcanzar el objetivo deseado, “el posicionamiento del producto en el mercado e incrementar las ventas” satisfaciendo una necesidad.

2.1.21. Logotipo

(Walker, 2009), señala que el "término logo (abreviatura de logotipo) se usa indistintamente para denotar el símbolo de marca o incluso el nombre de marca, en especial si éste se escribe de forma distintiva y estilizada"

2.1.22. Visión

(Fleitman, 2011) La visión es el futuro de la empresa, es aquel destino donde quiere llegar a corto o largo plazo, forma parte de la misión de la empresa pero su alcance está dirigido a vislumbrar la espera de resultados efectivos y eficaces que posicione la empresa estratégicamente dentro de la competencia

2.1.23. Misión

(Thompson, 2009), La misión es la razón de ser de una empresa y se define a través del cumplimiento de sus objetivos, superar lo que planifica e identificar claramente el mercado fijado.

La misión de la empresa es muy importante dentro de la organización pues es el motivo de ser o existir, una empresa sin una misión definida no sabe a dónde va, y está íntimamente involucrada con los objetivos y metas de la organización, así como con las estrategias que le llevarán a posicionarse como una empresa competitiva y líder en lo que ofrece.

2.1.24. El estudio técnico

(Cohen, 2009) El objetivo de aquí es diseñar como se producirá aquello que venderás. Si se elige una idea es porque se sabe o se puede investigar cómo se hace un producto, o porque alguna actividad gusta de modo especial. En el estudio técnico se define:

- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Donde obtener los materiales o materia prima.
- Que máquinas y procesos usar.
- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En este estudio, se describe que proceso se va a usar, y cuanto costara todo esto, que se necesita para producir y vender. Estos serán los presupuestos de inversión y de gastos.

2.1.25. Estudio socioeconómico

(Definicion.de, 2015) Los estudios socioeconómicos, son aquellos que permiten conocer de manera profunda la situación social y económica de un individuo o grupo familiar, existe varios parámetros que se adoptan para realizar un estudio socioeconómico, y van desde la medición de ingresos, tipo de viviendas, escolaridad, localización de su vivienda, tipos de servicios básicos que poseen, entre otros.

2.1.26. Estructura de un Estudio Socioeconómico

(EME, 2013) Un estudio socioeconómico, sirve para conocer casos de riesgo, adaptación, plasticidad, existencia y escasez en el ser humano.

Más que poder determinar su calidad moral, como muchos aseguran, los estudios sociales son más bien un medio para identificar rasgos positivos y negativos de la persona tomando como punto de referencia el medio en el que él se desenvuelve.

No podemos negar la importancia de las pruebas a aplicar, pero la observación, percepción y captación del entrevistador será una de las herramientas más importantes con las que contemos, ya que de los aspectos subjetivos que el capte dependerá el diagnóstico que se emita.

Todo esto en su conjunto nos dará un grupo importante de información para poder clasificar al aspirante, su entorno en una tabla de aspectos cualitativos y cuantitativos a fin de proporcionar a la empresa candidatos reales, responsables, trabajadores para cubrir satisfactoriamente sus plazas

2.1.27. Productividad

(Sapag & Sapag, 2009), la Productividad en una organización que identifica varios factores;

- a) **Materias Primas**; es aquello con lo que se construirá el producto
- b) **Mano de Obra Directa**, se relaciona al talento humano de la empresa que

intervienen en la transformación de la materia prima

- c) **Mano de Obra Indirecta**, lo constituye el personal que no interviene en la transformación de la materia prima
- d) **Materiales indirectos**, se refiere a los envases, fundas que no es materia prima
- e) **Insumos**, servicios básicos que intervienen en la producción (agua, energía eléctrica)
- f) **Costos de Mantenimiento**, se refiere a un presupuesto asignado para dar el mantenimiento a las maquinarias y equipos que utiliza la empresa, con la finalidad de brindar adecuadamente la restauración de los mismos.
- g) **Depreciación y Amortización**, es la parte proporcional que anualmente deja de costar un bien, lo cual ocasiona su depreciación.

2.1.28. Evaluación de Proyectos

(Mokate, 2009) La evaluación de proyectos es muy importante ya que permitirá, realizar un seguimiento a las actividades que involucra al proyecto, revisando las novedades que aportaron al mismo, así como cuáles fueron las fallas.

La evaluación además, permitirá verificar el cumplimiento de los objetivos, así como también como superar los errores que impidieron el éxito esperado.

2.1.29. Las PYMES

Mérela Pablo (2011) Las Pymes generan 88% de empleos en América Latina. *En el Ecuador*, son 874 las pymes que han entrado en este programa. Para el país el rubro asignado es de \$3 millones.

Las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de la región se afianzan en Latinoamérica según cifras de la Fundación para el Desarrollo Sostenible (Fundes) en la región existen 716 mil pequeñas empresas y 145 mil medianas, las mismas que generan el 88% del total de empleos y siempre relacionado con el sector comercial. Todo ello frente a un 10% que avivan las grandes compañías.

Otra prueba trascendental de la fortaleza que ganan las Pymes sería el Program Al Invest IV-

Región Andina.

Este programa avalado por la Comisión Europea reúne a pequeñas y medianas empresas de América Central-Cuba-México, Región Andina, y a Mercosur: Chile y Venezuela.

Cada empresa alcanza un nivel de facturación que va desde los \$1 000 a \$5 000 anuales. Según la Federación de Exportadores (Fedexpor), las Pymes tienen un espacio importante en las relaciones comerciales del Ecuador, porque representan el 85% del total de sociedades inscritas.

Según datos del gremio las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas en el Ecuador representan más del 23% del total de ventas no petroleras, en el caso del bloque de la Unión Europea (UE) ese rubro asciende al 24%.

En países como Bolivia, los negocios pequeños se han convertido en los principales motores de la economía del país, según el estudio de Al Invest. (NMCH)

2.1.30. Ingredientes para preparación de mermelada casera de piña

2.1.30.1. Sorbato de Potasio

(Bristhar, 2015) Conservante delicado de alimentos, llamado también sal de potasio del ácido sórbico, a más de utilizarlo en la fabricación de alimentos, se lo utiliza también en la elaboración de vinos y artículos de uso personal. Este elemento, permite que los alimentos preparados no sufran ninguna descomposición y se mantenga fresco en su envase hasta el consumo humano.

El Sorbato de potasio presente en ciertos frutos es utilizado en la industria casera y empresarial, y su mayor alcance es de uso bactericida y fungicida es decir que elimina las bacterias y hongos que en ocasiones aparecen en los alimentos que se alistan para ser conservados en frascos como el caso de la mermelada o vinos, pizzas congeladas, salsa de tomate, mostazas, gelatinas.

Es importante además saber que el uso del Sorbato de potasio, no debe utilizárselo en la

elaboración de productos fermentados.

Se debe tener cuidado al mezclar el Sorbato de potasio con iones de calcio, sino que la mezcla debe hacerse con Propionato de Sodio para una óptima acción sinérgica.

El Sorbato de Potasio puede ser incorporado directamente a los productos durante su preparación o por tratamiento de superficies (pulverización o sumergido), las especificaciones del Sorbato de Potasio son las siguientes

- Color blanco
- Inodoro
- Insípido
- Estructura Molecular: $\text{CH}_3\text{-CH=CHCH=CHCOOK}$
- Estado puro: 99-102.0 %
- Fórmula: $\text{C}_6\text{H}_7\text{KO}_2$
- Peso Mol: 150.22
- Punto de fusión: $133^\circ - 135^\circ\text{C}$
- Detrimento por desecación: no > del 1%
- (Pb): no > de 10 mg/kg
- AS: no > de 3 mg/kg
- ALH: no > de 0.1 %
- Pb: no > de 5 mg/kg
- Hg: no > de 1 mg/kg

2.1.30.2. Ácido cítrico

(Quiminet, 2015) El ácido cítrico se encuentra en el organismo. Es un intermediario en el ciclo de Krebs o también llamado ciclo del ácido cítrico, el cual permite la respiración celular. Lo podemos encontrar en frutas como el limón, naranja, mandarina, lima, toronja, entre otras. Es un polvo cristalino blanco que puede o no contener moléculas de agua. Cuando no las contiene se le llama *anhidra*, misma que se puede cristalizar en agua caliente. Cuando cuenta con la presencia de una molécula de agua se conoce como *monohidrato*.

En la industria suele obtenerse gracias a la fermentación de ciertos azúcares, que se realiza con ayuda del microorganismo llamado *Aspergillusniger*.

Se le pueden dar distintas aplicaciones a través de las sales del ácido cítrico, mejor conocidas como citratos. Por ejemplo, si es citrato de sodio potasio son buenos reguladores de la acidez; si es de aluminio servirá para galvanizar, entre otros.

2.1.30.3. Gelatina sin sabor

(Nereida, 2015) Con términos en inglés unflavored gelatine llamada también, gelatina neutra, grenetina, es un preparado semi-sólido de aspecto coloide, sin color, y sin sabor.

Se la encuentra en el comercio en forma de polvo o en láminas límpidas y quebradizas.

La sustancia más importante de la gelatina es el colágeno, el cual se encuentra en los huesos, de cerdos, pes y ganado, también se la encuentra en los tendones, cartílagos y piel de los animales ya mencionados.

Para obtener la gelatina sin sabor la piel y husos se la somete a un proceso de separación de la grasa, la gelatina que bien en láminas se la obtiene de las vejigas natatorias de ciertos peces. El colágeno de donde se obtiene la gelatina sin sabor es una proteína en estado puro, formada de aminoácidos. Su composición es:

- De 84 al 90% proteína que se la obtiene del colágeno
- De 1 a 2% sales minerales
- Agua.

2.1.31. Obtención del registro sanitario

(EL EMPRENDEDOR, 2015) El Registro sanitario es un documento de control que permite garantizar que el producto que la empresa fabrica está apto para el consumo y cumple la función de certificación de la calidad y evita la comercialización de productos falsificados.



En nuestro país, en el Ecuador, todos los productos que son para consumo humano y derivados deben obtener el correspondiente registro sanitario.

El registro sanitario debe ser obtenido por aquellas empresas que fabrican: medicinas, cosméticos, productos higiénicos para el hogar, alimentos, sean nacionales o extranjeros, plaguicidas, productos de uso medicinal (naturales), equipos e instrumental médico, reactivos para uso humano y no humano y materiales para toxicología.

2.1.31.1. Requisitos para obtener el Registro Sanitario

(Torres, 2015) Dentro de los requisitos para la obtención del registro sanitario se requiere cumplir los siguientes requisitos, RO #896 del 21/02/2013:

- Llenar el formulario que se encuentra en la página web del ARCSA (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, www.controlsanitario.gob.ec).
- Ingresar en el sistema los documentos que solicita la autoridad reguladora.
- Los documentos ingresados deberán contener firma electrónica del representante legal.
- Con los documentos ingresados, el sistema notificará el valor que deberá cancelar por la revisión de la documentación presentada.
- Una vez ingresados los documentos, se notificará a pagar, que se lo deberá realizar inmediatamente.
- Una vez realizado el pago, el ARCSA emitirá la factura electrónica.
- La ARCSA analiza los documentos presentados y en caso que esta documentación tenga errores se emitirá un informe en el plazo de cinco días.

- Solamente si no existe errores u objeciones en los documentos presentados se emitirá el Certificado de Registro Sanitario (CRS) en un plazo de cinco días.
- El siguiente paso es la publicación del CRS en el sistema del ARCSA listo para que la persona natural o jurídica acceda a su trámite, en esta opción también lo podrá imprimir pues ya cuenta con la firma electrónica de la autoridad competente.

Si el trámite es realizado por primera vez se revisará en línea la siguiente documentación:

- Cédula de ciudadanía
- Registro Único de Contribuyentes RUC de la persona natural
- Documento de la constitución de la empresa de la persona jurídica
- Permiso de funcionamiento emitido en forma anual y que esté vigente

2.1.31.2. Requisitos para obtener el sello de calidad INEN

(ARCSA, 2015) Las empresas o productos que deseen tener una certificación nacional de sus procesos de calidad y gestión deben acudir al Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). Después de un proceso que dura aproximadamente seis meses, las marcas pueden incluir en su publicidad que cuentan con este sello.

2.1.31.2.1. Requisitos

Para obtener el Certificado con el Sello de Calidad INEN para un producto, es necesario cumplir con varios aspectos establecidos y que tienen que ver con la gestión de calidad, calidad del producto y la competencia técnica.

Sera la norma técnica quien verificará en un lapso de seis meses la calidad del producto

La competencia técnica entrará en plazo de otorgamiento si el personal técnico de la empresa posee el Certificado de Aprobación del Test INEN. ([http://www.inen.gob.ec/images\(pdf/\)](http://www.inen.gob.ec/images(pdf/)))

2.1.31.2.2. Pasos a seguir para obtener el Registro Sanitario

- a) Formulario de solicitud dirigida al Director Ejecutivo del INEN, el cual se lo entrega en esta misma institución, el mismo que debe ser llenado por la persona natural o jurídica solicitante, este formato incluye datos importantes como:
- Nombre del producto
 - Marca comercial
 - Modelo
 - Razón social del fabricante
 - Dirección o localización de la planta
 - Nombre del representante legal de la empresa
 - Norma técnica de referencia del producto
 - Otros datos.
- b) Entrar en el proceso de cumplimiento de evaluación inicial de la organización, acción efectuada por los Auditores de la Dirección Técnica de Validación y Certificación del Instituto Nacional de Normalización, lo cual permitirá verificar:
- Poseer un laboratorio de control de calidad
 - Realizar los respectivos registros de calibración de los equipos y maquinarias.
 - Efectuar los equivalentes registros de inspección y ensayo
 - Documentos que acrediten el registro de la marca de producto y constitución legal de la empresa.
- c) Firma de Convenio para la obtención del Certificado de Conformidad con Sello de Calidad INEN

La persona natural o jurídica que cumpla con los requisitos se le emitirá la Certificación, la misma que tiene validez de dos años por primera vez y de tres años para las renovaciones.

Mientras esté vigente el sello INEN, se pueden realizar publicidades de sus productos, conforme lo estipule el convenio caso contrario no se podrá hacer publicidad.

En el caso de no cumplimiento de las exigencias el INEN se informara a la empresa solicitante las inconformidades encontradas en la evaluación. Superadas las deficiencias, se puede reanudar el trámite ante el INEN

2.1.Marco Referencial

2.1.1. Proyecto Productivo de piña para la zona norte del país, en los Municipios de ciudad Barrios, Guatajiagua y Sese. (El Salvador 2010)

Los autores del proyecto de referencia son: Gálvez Diana, Olmedo Richard y Ticas Claudia.

(Gálvez, Olmedo, & Ticas, 2010) El presente proyecto atiende una idea de negocio en beneficio de siete organizaciones sociales de los Municipios de ciudad Barrios, Guatajiagua y Sese de la República del Salvador, para un periodo de dos años (24 meses) quienes invertirán un valor de \$ 561,365.16, financiados de la siguiente manera:

\$148,200.00 Fondos por Iniciativa Productiva (FIP)

\$234,196.76 Fondos de Donación en Especies (FIDE)

\$27,743.40 y \$ 151,225 mano de obra proporcionada de los beneficiarios.

El proyecto generara empleos de siete grupos comunitarios a través del cultivo de la piña, lo que ayudara a mejoramiento de ingresos produciendo bienestar y un mejoramiento de la calidad de vida, transformando la economía de este sector, y nombrándose líderes de la producción y comercialización de frutas de los Municipios señalados

2.1.2. Plan de empresa para una productora de mermelada a base de verduras

Las Autoras del presente proyecto son Zuleta Luisa, Díaz Diana

(Zuleta & Díaz, 2011) El proyecto permitió su ingreso al mercado, al obtener un producto totalmente innovador.

Su estudio técnico propone una adecuada instalación e infraestructura fortalecida que permitirá que el producto lidere una gran competencia ante otras mermeladas.

Como se conoce cada vez más personas desean mejorar su salud a través del consumo de productos naturales, nutritivos y sanos, con lo que la mermelada atenderá los requerimientos de un mercado exigente, considerando además un producto libre de preservantes, con sellos

sanitarios que se ajusten a las normas de calidad específicas

El proyecto además consideró un estudio administrativo con un adecuado manual de funciones que especifiquen perfiles de puestos que permitan el aprovechamiento del talento humano de la empresa, que genere un clima laboral satisfactorio con salarios justos y que estén acorde con funciones y capacidad intelectual, cumpliendo con una estructura organizacional adecuada.

En la parte Financiera el proyecto es rentable pues presentó una TIR, tasa interna de retorno del 2.16% mayor a cero y dentro del límite de recuperación de capital, un VAN, Valor Actual Neto de \$24.273.621.59 mayor a cero con respecto a la inversión, se recomienda su ejecución para un periodo de tres años, evaluarlo financieramente y proseguir con otro espacio de tiempo hasta alcanzar la madurez del producto y por consiguiente su posicionamiento en el mercado

.

CAPITULO III
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION DE LA
INVESTIGACION

3.1. Localización

El proyecto se lo realizó en la parroquia Fumisa, provincia de Los Ríos.

3.2. Tipo de investigación

3.2.1. De Campo

Esta investigación permitió desarrollar acciones dentro de los estudios de campo, tales como encuestas, entrevistas, observación, con los respectivos cálculos porcentuales

3.2.2. Diagnóstica

Permitió el análisis de la situación actual de las madres solteras del Recinto Fumisa del Cantón Buena Fe y constituyó la primera fase de la investigación, ya que al determinarse la necesidad de buscar proyectos de emprendimientos, nace la idea de negocio que se formula a través del presente proyecto de investigación.

3.3. Métodos

3.3.1. Inductivo

Permitió conducir la investigación desde una premisa general, buscando la consecución de resultados que nos llevaron al cumplimiento de los objetivos del proyecto

3.3.2. Deductivo

Permitió realizar un análisis minucioso desde la fase preliminar de la investigación hasta llenarla a los resúmenes, conclusiones y recomendaciones del proyecto.

3.3.3. Analítico

Se utilizó este método para aplicar el análisis en los resultados obtenidos luego de las tabulaciones que arrojen los estudios de mercado luego de aplicar la entrevista a las madres solteras del Recinto Fumisa.

3.3.4. Síntesis

Permitió la elaboración de los sub problemas de la investigación

3.4. Fuentes de recopilación de la información Diseño de investigación

3.4.1. Primarias

Correspondió a la información obtenida de primera mano, es decir, el resultado de la entrevista efectuada a 23 madres solteras del Recinto Fumisa del cantón Buena Fe, quienes son consideradas jefes de hogar

3.4.2. Secundarias

La información obtenida de esta fuente correspondió a la revisión bibliografía efectuada y a los análisis de los estudios económico y financiero del proyecto.

3.5. Diseño de la investigación

El presente proyecto utilizó el diseño de investigación No experimental, ya que no se necesitará experimentación de datos, sino que solamente se realizarán estudios socioeconómicos de las familias de las Madres solteras del Recinto Fumisa y cuál será el aporte al desarrollo empresarial de la zona y su mejoramiento en la calidad de vida de estas mujeres, Jefes de hogar

3.5.1. Población y Muestra

El Recinto Fumisa, para el año 2010 contaba con alrededor de unas cincuenta familias, que multiplicado por cuatro miembros alcanza unas doscientas personas las cuales están localizadas en el sector propio y en su zona de influencia se tomará en cuenta esta población por cuanto el proyecto es un estudio que evaluará la rentabilidad en la elaboración de un producto casero como es la mermelada de piña, que luego será comercializado dentro y fuera del recinto, se realizará una entrevista a las madres solteras del sector, al 2015, esta población ha alcanzado un incremento de 233 personas.

3.5.2. Muestra

La muestra a fueron 16 mujeres madres de familia que viven en el recinto Fumisa y que tienen la calidad de madres solteras.

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

n: Tamaño de la muestra.

N: Población total = 233

Z: Porcentaje de Fiabilidad= 95%=1,96

P: Probabilidad de ocurrencia= 0,5

Q: Probabilidad de no ocurrencia = 0,5

e: Error de muestreo=5%= 0,05

$$n = \frac{1.96^2 (233)(0.5)(0.5)}{0.05^2 (233 - 1) + 1.96^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = \frac{(3.438) (56.25)}{0.0025 (232) + 3.438 (25)}$$

$$n = \frac{19.739}{1.2395} = 15,9 = \quad R: // 16$$

3.6. Instrumentos de investigación

3.6.1. Observación

Constituyó la fase preliminar de la investigación, ya que fueron los primeros pasos para la recopilación de la información

3.6.2. Entrevista

Se entrevistaron a tres dueños de negocios que ofrecen mermelada en frascos de 300 gr. Estas son, de la Súper tienda Quevedo en Quevedo, Comisariato Max de Buena Fe y Tienda Génesis del Recinto Fumisa.

Se encuestaron a 16 madres solteras del Recinto Fumisa

3.7. Tratamiento de los datos

Se utilizaron las herramientas de Microsoft Office, Word y Excel, las cuales ayudarán al desarrollo del proyecto en la parte teórica y en la tabulación de datos y en los estudios económico y financiero

3.8. Recursos humanos y materiales

DETALLE	CANTIDAD
RECURSOS HUMANOS	
Director de tesis	1
Egresada –Digitadora	1
Encuestadora	1
Madres solteras	16
Propietarios de Negocios	3
MATERIALES	
Folder	3
Hojas de papel bond	1000
Apoya manos	1
Cuaderno	1
Lapiceros	4
Lápiz	1
Regla	1
Discos compactos	4
Anillados	6
Servicio de Copias	600
Servicio de Impresiones	600
MOBILIARIO	
Computador	1
Impresora	1
Proyector	1
Calculadora	1

CAPITULO IV
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Estudio de mercado

4.1.1. Entrevista a las madres solteras

1. ¿Con cuántas personas vive en su vivienda?

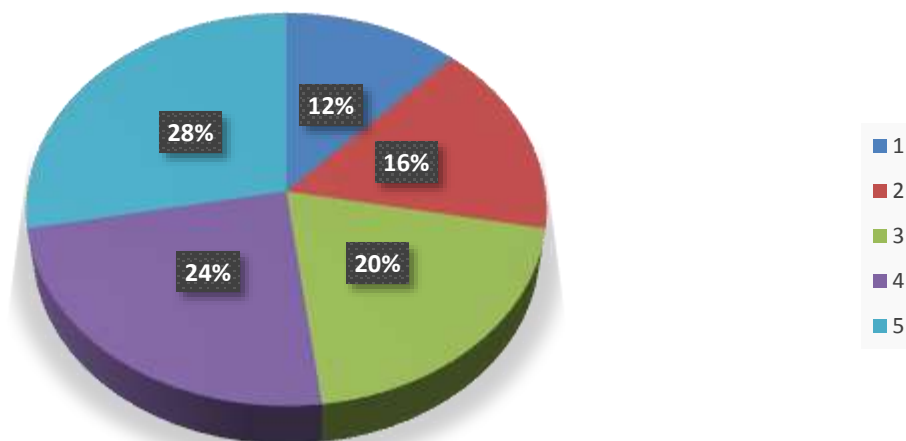
Tabla 1. Personas que viven con madres solteras

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
3	3	20%
4	4	24%
5	5	28%
6	3	16%
7	1	12%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,

Elaborado por: La autora

Gráfico 1. Personas que viven con las madres solteras



Fuente: Encuesta a madres solteras

Elaborado por: La autora

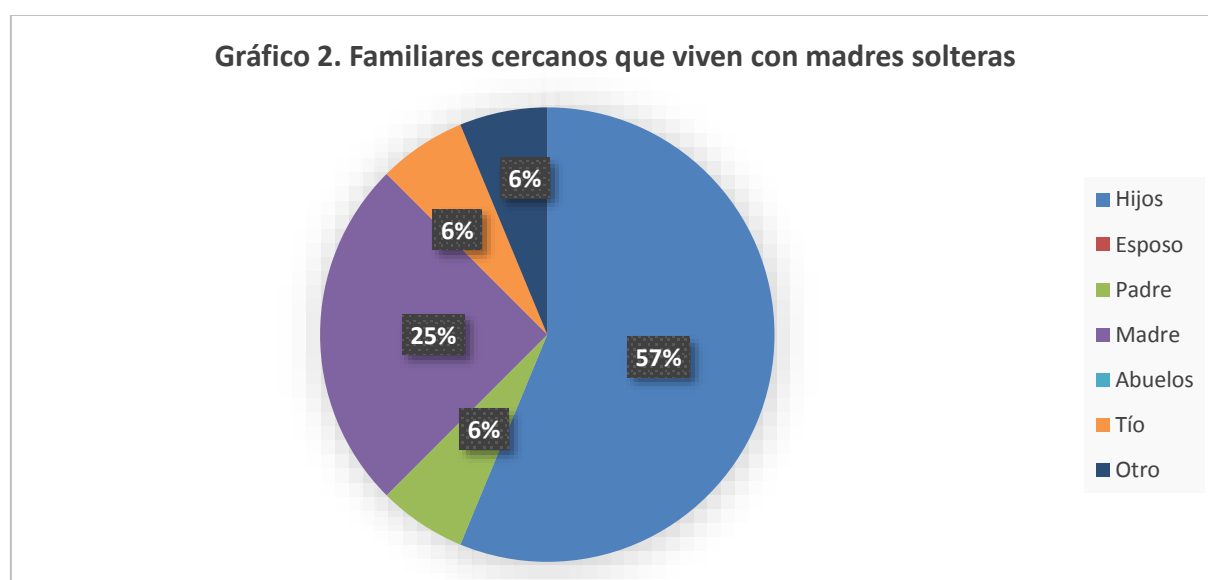
Análisis: Lo que podemos observar que existe un rango de 3 a 7 miembros por familias de las madres solteras del recinto Fumisa. Esto significa que la familia de la madre es numerosa, en cuanto a que ella regresa a su hogar original llenando de nuevos miembros a la misma.

2. ¿Con quién vive en su vivienda?

Tabla 2. Familiares cercanos que viven con madres solteras

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Hijos	9	57%
Esposo	0	0%
Padre	1	6%
Madre	4	25%
Abuelos	0	0%
Tío	1	6%
Otro	1	6%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

Análisis: El 47% de las madres solteras viven con sus hijos, un 41% viven con dos o uno de sus padres, el 5% viven con sus abuelos y el restante que es el 7% de madres solteras viven con otros familiares. Esto quiere decir, que todas las madres solteras regresan con su familia de origen.

3. ¿Cuántos hijos tiene?

Tabla 3. Números de hijos que tienen las madres solteras.

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
1	6	17%
2	7	33%
3	3	50%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,

Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras

Elaborado por: La autora

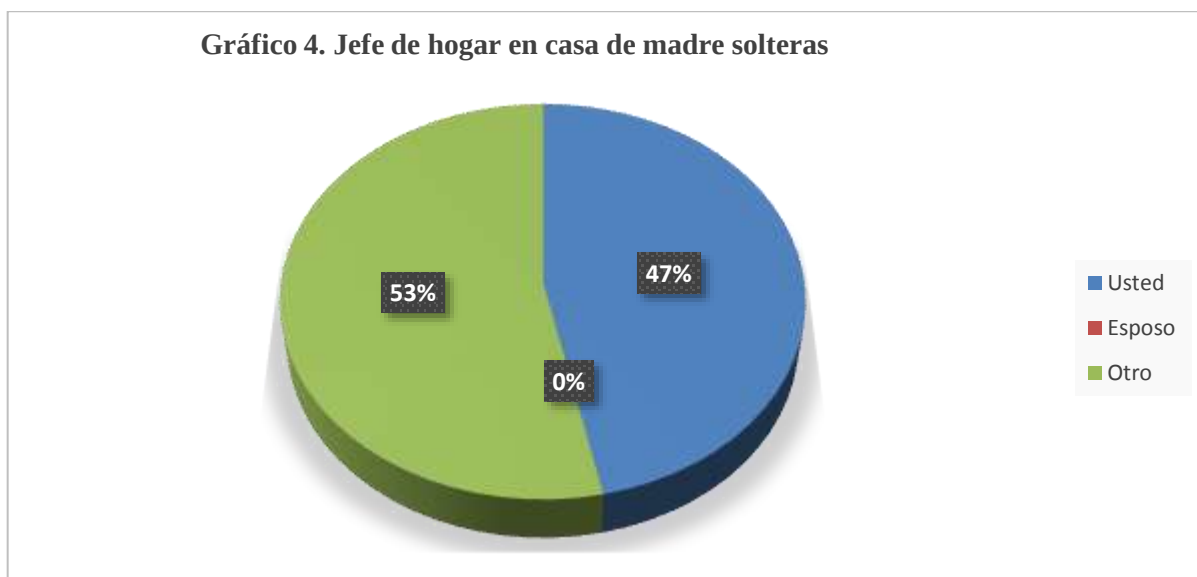
Análisis: el 50% de las madres solteras tienen 3 hijos, el 33% tienen 2 hijos y el 17% restante tienen un solo hijo. Esto significa que el 83% los hogares de las madres solteras, con sus parejas, un importante tiempo juntos.

4. Señale quien es el jefe de su hogar?

Tabla 4. Jefe de hogar en casa de las madres solteras

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Usted	7	47%
Esposo	0	0%
Otro	8	53%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

Análisis: Un 47% de madres solteras son jefes de hogar, y el 53% depende de sus familiares para subsistir. Lo anterior significa que las madres solteras asumen compromisos de jefe de hogar y en otros casos, el 53% ceden la autoridad a sus padres.

5. ¿Trabaja en algún lugar cercano a su trabajo?

Tabla 5. Lugar de trabajo cercano a hogar

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Si	8	50%
No	8	50%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

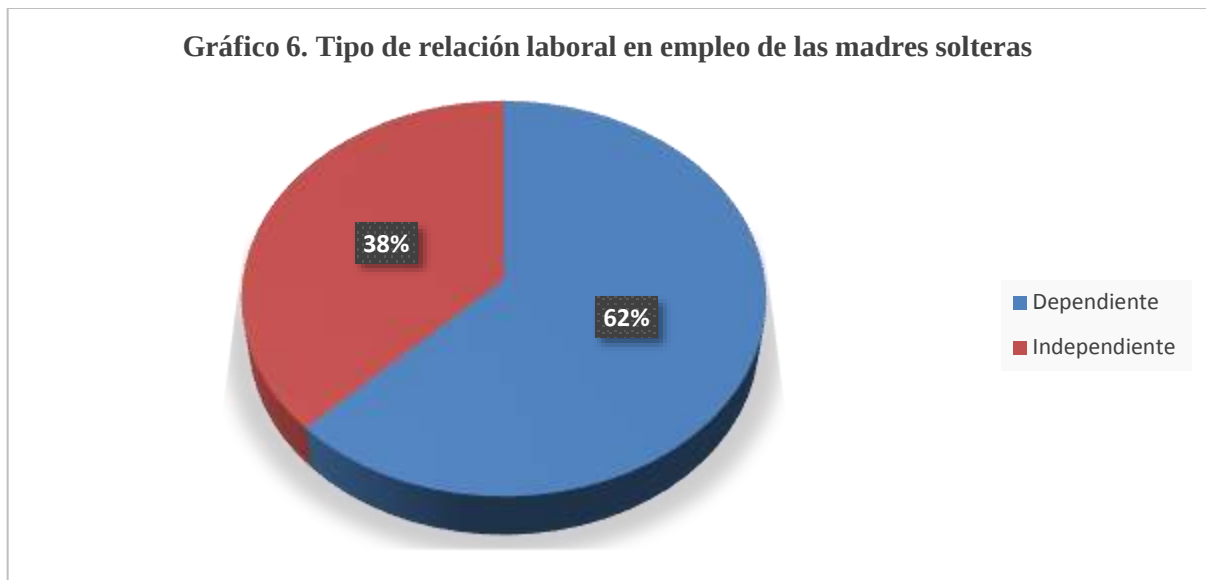
Análisis: El 50% de las madres solteras trabajan en negocios propio y domestico lo cual están en su hogar y el otro 50% trabajan en el sector agrícola. Esto significa que las madres solteras procuran buscar medios de subsistencia en cualquier tipo de actividad.

6.¿Qué tipo de empleo tiene?

Tabla 6. Tipo de relación laboral en empleo de las madres solteras

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Dependiente	10	62%
Independiente	6	38%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

Análisis: El 62% de las madres solteras trabajan bajo relación de dependencia y el 38% restante trabajan de forma independiente. Esto significa que la mayor parte de las madres solteras depende de un patrono para realizar su actividad.

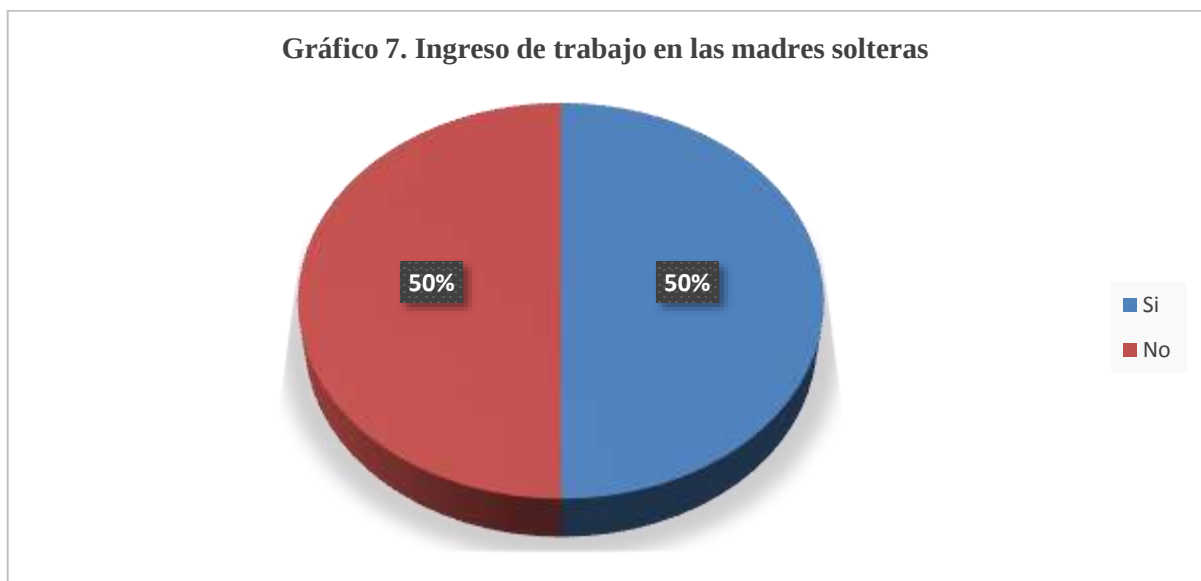
7. ¿Tiene ingresos por algún trabajo que realiza?

Tabla 7. Ingreso de trabajo en las madres solteras

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Si	8	50%
No	8	50%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras

Elaborado por: La autora

Análisis: Un 50% de las madres solteras que trabajan, si tienen ingresos relacionados con la actividad que realizan, y por otro lado el 50% no tienen ingreso ellas depende de otros familiares. Esto significa que en los hogares de las madres solteras ellas aportan con los ingresos del mismo, y por otro lado hay hogares que dependen de los familiares para subsistir.

8.¿Cuánto es el ingreso por la actividad que realiza?

Tabla 8. Ingreso por la actividad que realiza.

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
1 a 100	12	75%
101 a 200	4	25%
201 a 300	0	0%
301 a 400	0	0%
401 a 500	0	0%
Mayor a 500	0	0%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

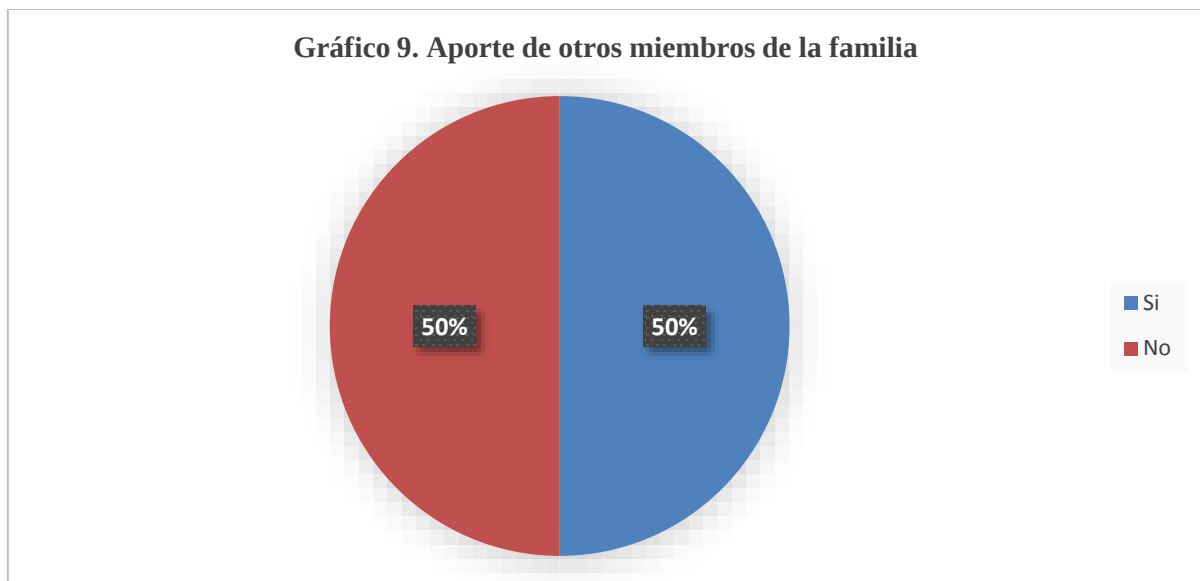
Análisis: El 100% de las madres solteras tienen un ingreso de 1 a 200 dólares mensuales por la actividad que realiza en sus labores diarias. Lo anterior nos quiere decir que las madres solteras aportan con el ingreso de sus hogares con valores mensuales para su convivencia.

9. ¿De los familiares que viven con usted aporta alguien a los ingresos a la familia?

Tabla 9. Aporte de otros miembros de la familia.

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Si	8	50%
No	8	50%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

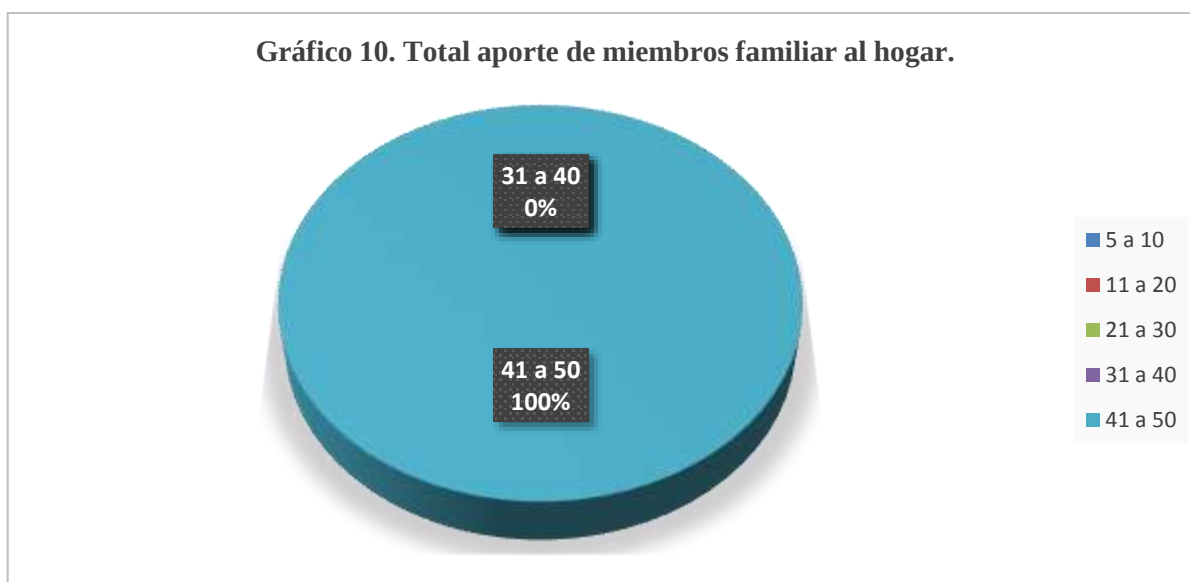
Análisis: En el 50% de los hogares de las madres solteras las que aportan en el mantenimiento son ellas. Otros miembros de la misma familia, también aportan para el sustento del hogar. Esto significa que ellas y sus familiares aportan con los ingresos para el hogar, y por otra parte ellas, son jefe de hogar

10. ¿Con cuánto aporta su familiar?

Tabla 10. Total aporte de miembros familiar al hogar

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
5 a 10	0	0%
11 a 20	0	0%
21 a 30	0	0%
31 a 40	0	0%
41 a 50	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

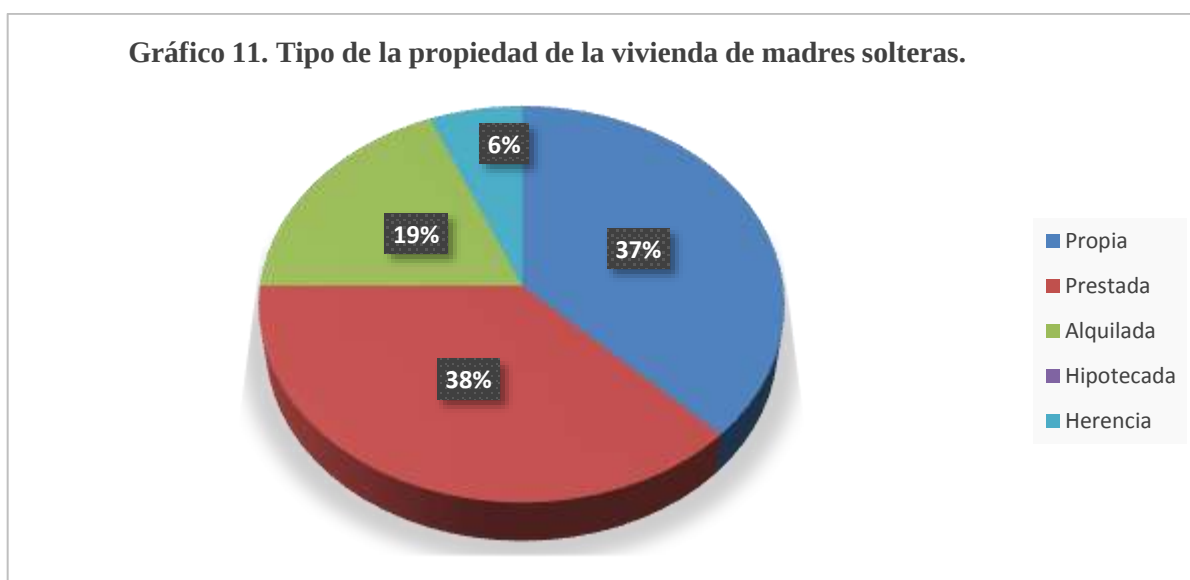
Análisis: El 100% de los familiares aportan con un valor de 50 dólares mensuales para la economía del hogar. Esto significa que la economía del hogar, no sólo está en manos de la madre soltera, sino que todos contribuyen al mismo.

11. ¿Su vivienda es?

Tabla 11. Tipo de la propiedad de la vivienda de madres solteras.

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Propia	6	37%
Prestada	6	38%
Alquilada	3	19%
Hipotecada	0	0%
Herencia	1	6%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,
Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras
Elaborado por: La autora

Análisis: El 37% de madres solteras tienen casa propia, el 38% son alquiladas, el 19% son prestadas y el 6% son herencias familiares. Esto significa que el 43% de las madres solteras tienen un lugar donde vivir. El 57% no tiene lugar propio donde vivir, ello conlleva que estas familias no tengan un sitio donde criar de manera segura a sus hijos.

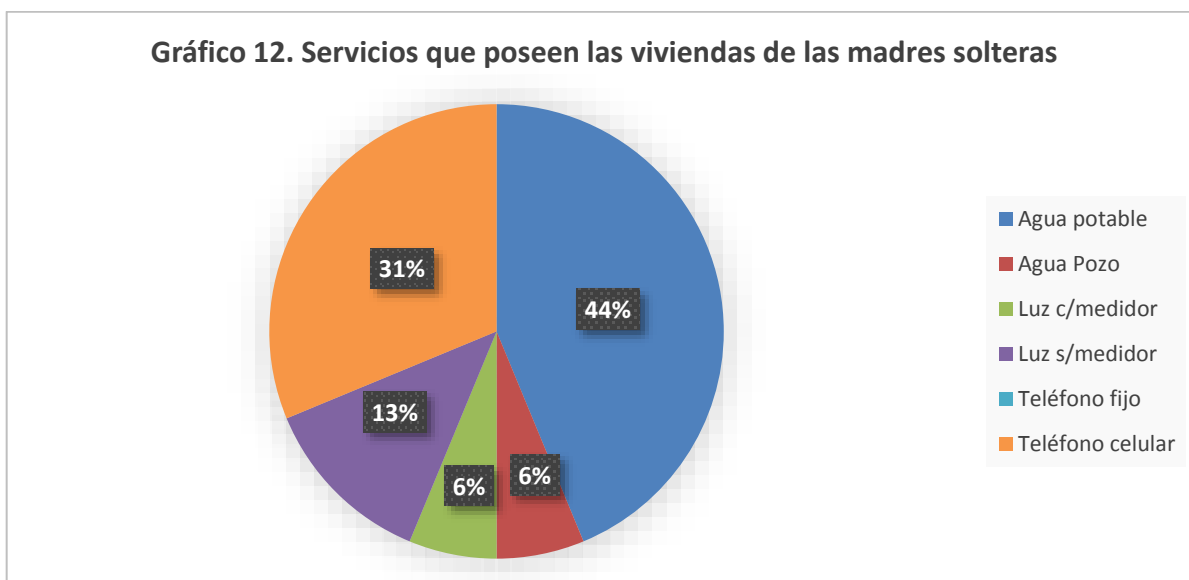
12. De los siguientes servicio básicos cuáles posee?

Tabla 12. Servicios que poseen las viviendas de las madres solteras

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Agua potable	7	44%
Agua Pozo	1	6%
Luz c/medidor	1	6%
Luz s/medidor	2	13%
Teléfono fijo	0	0%
Teléfono celular	5	31%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,

Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras

Elaborado por: La autora

Análisis: El 100% de las familias poseen servicios básicos, el 9% poseen teléfono fijo y el 100% de las familias tienen celulares. Esto significa que en todos los hogares que habitan las madres solteras disponen, al menos, de servicios básicos.

13. La vivienda en la que habita es de?

Tabla 13. Tipo de vivienda que habita las madres solteras.

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Cemento	2	13%
Madera	5	31%
Mixta	9	56%
Caña	0	0%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,

Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras

Elaborado por: La autora

Análisis: Un 56% de las madres solteras son de construcción mixta, el 31% la construcción es de madera y el 13% son de cemento. Esto quiere decir, que el 13% de las viviendas donde habitan las madres solteras son viviendas seguras dado que son construcciones de cemento. En cambio el 31% viven en construcciones de madera que no son seguras para los miembros de la familia.

14. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

Tabla 14. Nivel de escolaridad de las madres solteras.

Alternativa	Encuestados	Porcentaje
Básica	12	75%
Bachillerato	4	25%
Tercer nivel	0	0%
TOTAL	16	100%

Fuente: Encuesta a madres solteras,

Elaborado por: La autora



Fuente: Encuesta a madres solteras,

Elaborado por: La autora

Análisis: El nivel de escolaridad de las madres solteras el 75% es básico y el 25% termino el bachillerato y ninguna ingreso a la universidad. Esto significa que las madres solteras tienen un nivel mínimo de escolaridad, en consecuencia, ven al matrimonio como una solución o vía de escape para el desarrollo de su futuro.

4.1.1.1. Análisis de la entrevista efectuada a propietarios de negocios que ofrecen mermelada en frasco de 300 gramos

Los cuadros 5 y 6 (anexo # 1) resumen lo siguiente:

1. Los tres propietarios de negocios, informaron en la entrevista que dentro de su tienda, si ofrecen mermelada de 300 gramos para la venta
2. La Súper tienda Quevedo en la ciudad de Quevedo, entrega semanalmente 200 frascos de mermelada de todos los sabores y de las marcas, Facundo, Snob, Guayas y otros (Gustadina)
3. El Comisariato Max de Buena Fe entrega solo 30 mermeladas a la semana
4. La Tienda Génesis localizada en Fumisa, vende tres mermeladas por semana
5. Todos los propietarios de los negocios entrevistados han probado la mermelada hecha en casa y consideran que es de buen sabor
6. Todos opinaron que si están de acuerdo en vender mermelada casera en sus negocios
7. Al momento de opinar sobre que es más importante al momento de comprar una mermelada, todos opinaron que el precio

Lo anterior significa, que todas las empresas consultadas refieren que venden el producto y sobre todo en la especificación que nosotros tenemos pensado distribuir en el mercado.

Así mismo, se puede apreciar que el sabor propuesto en este estudio, es aceptado en todos los locales consultados.

El precio se considera como una variable que influye para la comercialización de este producto.

4.2.Determinar el estudio técnico que se requiere para la producción de la mermelada de piña en beneficio de las madres solteras del recinto “Fumisa”.

4.2.1. Estudio Técnico

4.2.1.1.Tamaño óptimo:

La planta en cuanto a su distribución espacial será en réplica a la que refiere la gráfica # 15 tendrá la capacidad de instalar 42 frascos de mermelada diaria, 1.272,00, mensual y 15 264 frascos de 300 gramos por año.



Grafico #10 – Distribución espacial en la planta de los principales procesos

En el gráfico #15 podemos apreciar, que nuestra planta tendrá la siguiente distribución espacial:

- ✓ Un área para la bodega, que nos servirá para almacenar la materia prima que se comprará semanalmente.
- ✓ Una área de producción, la que nos servirá para la elaboración del producto
- ✓ La área de almacenamiento, la cual nos servirá para llevar y promocionar el producto ya termina y que lo pueda consumir los demandantes.
- ✓ El área de oficina, que nos servirá para llevar todos los ingresos y gasto que tendremos en el proceso de la elaboración del producto.

4.2.1.2. Proceso de producción de la mermelada de piña

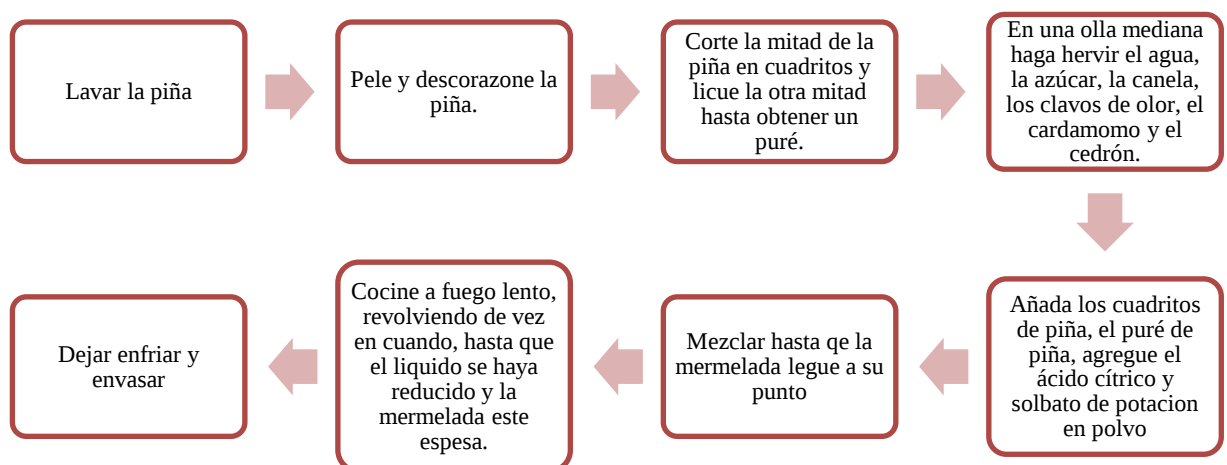
Materia prima:

- Piña
- Azúcar
- Agua
- Gelatina sin sabor
- Ácido cítrico
- Sorbato de Potasio

Equipos:

- Cocina
- Ollas grandes
- Licuadora
- Cuchillos
- Agitadores

Proceso de producción de la mermelada de piña:



4.2.1.3. Maquinarias, equipos e implementación menor

Tabla # 15. Maquinarias, equipos e implementación menor

ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO ESTIMADO	VALOR TOTAL ESTIMADO
1	Computadora	600	\$ 600,00
1	Impresora	300	\$ 300,00
1	Refrigeradora	1200	\$ 1.200,00
1	Cocina industrial de 4 quemadores	150	\$ 150,00
3	Licuada	90	\$ 270,00
TOTAL			\$ 2.520,00
MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARIO ESTIMADO	VALOR TOTAL ESTIMADO
1	Escritorios	160,00	\$ 160,00
1	Silla para escritorio	50,00	\$ 50,00
12	Sillas	12	\$ 144,00
1	Anaqueles	120,00	\$ 120,00
1	Vitrinas	150,00	\$ 150,00
6	Repisas de hierro	50,00	\$ 300,00
TOTAL			\$ 924,00
TOTAL DE ACTIVOS			\$ 3.444,00
IMPLEMENTOS MENORES			
6	Ollas grandes	120	\$ 720,00
3	Tazones grandes	12	\$ 36,00
3	Picadores	3	\$ 9,00
1	Mesa de trabajo	150	\$ 150,00
12	Cuchillos	3	\$ 36,00
6	Gavetas de plástico	17	\$ 102,00
12	Utensilios de cocina	2	\$ 24,00
TOTAL			\$ 1.077,00
TOTAL			7.041,00

Fuente: El investigador

Elaboración: La autora

4.2.1.4. Localización de la Planta

El Proyecto estará localizado en la entrada a camarones del recinto Fumisa Km 35 vía a Quevedo- Sto. Domingo.

4.2.1.5. Costo de Fabricación

Los costos de materia prima para la fabricación de 15.264 frascos al año, y que se comercializaran en varios negocios del cantón Quevedo, Buena fe y Recinto Fumisa se reflejan en el cuadro 9 y alcanza un costo total de \$ 1.663.08

Tabla 16. Costo de elaboración de 15264 unidades en productos.

Materia prima para fabricar 15.264 frascos de mermelada casera				
Conceptos	Cantidad mensual	Cantidad anual	Valor Unitario \$	Valor total
Piñas (15264 frascos de mermelada)	318	3.816	0,33	1.259,28
Agua en poma (16 litros)	4	48	1,25	60,00
Gelatina sin sabor en libras (pectina)	1	12	0,80	9,60
Ácido cítrico	0,5	6	4,00	24,00
Sorbato de potasio	0,5	6	4,00	24,00
Azúcar (2 onzas x cada piña)	39,75	477	0,60	286,20
Total				1.663,08

Elaboración: La autora

4.2.1.6. Marketing Mix

Producto

Marca: “FUMISA” **Mermelada de Piña**

Slogan: “De la casa... a su boca”

Empaque: Frasco de vidrio de 300 gramos

Presentación:

Precio

El precio de las mermeladas en el mercado están determinados sobre la base de factores como: condiciones económicas, el grado de competencia entre las empresas, la elasticidad de la demanda, las características de los productos y los costos de producción.

El Grupo de Madres solteras del Recinto Fumisa, ha fijado un precio de introducción en \$ 1,80 centavos por un frasco de mermelada de 300 gr.

Plaza



Se va a distribuir dentro del cantón Buena Fe, Recinto Fumisa y Quevedo de acuerdo al siguiente detalle de comercialización anual

Tabla 17. Mercado objetivo

NEGOCIOS	VENTA MENSUAL	VENTA ANUAL
TIENDA QUEVEDO	200	2.400
TIENDA QUEVEDO	200	2.400
AKI	200	2.400
MI COMISARIATO	200	2.400
TIA 1	200	2.400
TIA 2	200	2.400
TIENDA EN FUMISA	12	144
COMISARIATO EN BUENA FE	60	720
TOTAL		15.264

Fuente: El investigador

Elaboración: La autora

Punto de Venta

Los productos serán distribuidos especialmente en Súper tiendas AKI, TIA SUPER 1 y SUPER 2 así como en las tiendas y abarrotes de los lugares anteriormente mencionados.

Publicidad y Promoción

Para promocionar los productos se va a realizar una campaña publicitaria en las redes sociales, por lo cual este rubro no tendrá valor.

Estrategias de Marketing

Diferenciación

La diferenciación del producto estará marcada porque se elaborará un producto de excelente calidad, ya que su materia prima será 100% natural cuidando el uso de preservantes, contribuyendo al mejoramiento de la calidad de vida.

Estrategia de degustaciones

Se realizarán degustaciones en las principales tiendas y supermercados de la ciudad, a través de impulsadoras, que serán las mismas madres solteras.

4.3. Establecer el estudio económico y financiero del emprendimiento a base de la piña en beneficio de las madres solteras del recinto “Fumisa”.

4.3.1. Inversión Inicial

La inversión inicial del proyecto comprendida por Activos fijos, implementación menor y gastos de constitución, lo menciona el cuadro 11 que alcanza un valor de **5.521,00**

Tabla 18. Inversión Inicia

Conceptos	COSTO
Activos Fijos, implementación menor y Gastos de constitución	8.041.00
Total	8.041.00

Elaboración: La autora

4.3.2. Capital de Trabajo

Tabla 19. Capital de Trabajo

Resumen del Capital de Trabajo	Primer mes	Año
Sueldo	1.284,33	15.412,00
Producción/Insumos	138,59	1.663,08
Materiales de aseo	10,43	125,20
Servicios Básicos	169,00	2.028,00
Total	1.602,36	19.228,28

Elaboración: La autora

4.3.3. Financiamiento

El Financiamiento del Proyecto para la inversión inicial y el capital de trabajo suman \$10.643.36 será de la siguiente manera:

Financiamiento propio (100 USD x 16)	1600,00 USD
Financiamiento BNF (10643,36 – 1600, 00 USD)	9043,36 USD
Total del financiamiento	10643,36 USD

4.3.4. Estado de resultados

Tabla 20 Utilidad neta

Descripción	Años				
	2016	2017	2018	2018	2019
CALCULO DE LOS INGRESOS					
(+) Ventas	27.475,20	28.299,46	29.148,44	30.022,89	30.923,58
(=) Ingresos netos	27.475,20	28.299,46	29.148,44	30.022,89	30.923,58
(-) Gastos de venta (materia prima)	1.663,08	1.712,97	1.764,36	1.817,29	1.871,81
(=) Utilidad bruta	25.812,12	26.586,48	27.384,08	28.205,60	29.051,77
CALCULO DE LOS EGRESOS					
(-) Sueldos y salarios	15.412,00	15.874,36	16.350,59	16.841,11	17.346,34
(-) Servicios básicos, materiales de aseo, gastos de constitución	3.153,20	3.247,80	3.345,23	3.445,59	3.548,95
(-) Depreciación de activos	688,80	688,80	688,80	688,80	688,80
(=) Utilidad de Operaciones	6.558,12	6.775,53	6.999,46	7.230,11	7.467,67
(-) P/ trabajadores 15%	983,72	1.016,33	1.049,92	1.084,52	1.120,15
(=) Utilidad A/I	5.574,40	5.759,20	5.949,54	6.145,59	6.347,52
(-) I/R	836,16	863,88	892,43	921,84	952,13
(=) Utilidad Neta	4.738,24	4.895,32	5.057,11	5.223,75	5.395,39

Elaboración: La autora**Tabla 21 Flujo de caja neto**

Descripción	Inversión	Años				
	0	1	2	3	4	5
A CALCULO DE INGRESOS						
(+) Ventas		27.475,20	28.299,46	29.148,44	30.022,89	30.923,58
(+) Aporte personal	8.041,00		0,00	0,00	0,00	0,00
= Total ingresos	8.041,00	27.475,20	28.299,46	29.148,44	30.022,89	30.923,58
B EGRESOS						
Inversión inicial	8.041,00					
(-) Costos de venta (materia prima)		1.663,08	1.712,97	1.764,36	1.817,29	1.871,81
(-) Gastos de Operación (sueldo y gastos generales)		18.565,20	19.122,16	19.695,82	20.286,70	20.895,30
(=) Total egresos	8.041,00	20.228,28	20.835,13	21.460,18	22.103,99	22.767,11
C Impuestos y Participación						
(-) Participación a trabajadores		983,72	1.016,33	1.049,92	1.084,52	1.120,15
(-) Impuestos a la renta		836,16	863,88	892,43	921,84	952,13
(=) Total de Impuestos		1.819,88	1.880,21	1.942,35	2.006,35	2.072,28
D Flujo de caja neto (A-B-C)	-8.041,00	5.427,04	5.584,12	5.745,91	5.912,55	6.084,19

Elaboración: La autora

4.4. Evaluación Financiera

En la tabla # 22 de la evaluación financiera establece que el Proyecto es rentable pues todos los valores de los indicadores financieros son mayores a cero

Tabla 22. Indicadores de evaluación financiera

VAN	11.084,03
TIR	64%
B/C (relación beneficio - costo)	1,32

Análisis de factibilidad:

Valor actual neto

El VAN encontrado es de \$ 11.084,03 demostrándose que es mayor a cero con lo cual el proyecto es favorable y rentable para las madres solteras del recinto FUMISA del cantón Buena Fe.

El Van se obtiene de la aplicación de la tasa de descuento del 15%, sumando los fondos de flujos netos de los cinco años proyectados menos la inversión inicial, aplicando la fórmula de la hoja de cálculo del programa Excel.

Tasa interna de retorno

La TIR, encontrada es de 64% con lo cual se demuestra que se la tasa de interés de oportunidad utilizada es menor a la tasa encontrada, demostrándose que el proyecto generará rentabilidad.

La TIR se obtiene sumando la inversión inicial más los fondos de flujos netos de los cinco años proyectados aplicando la fórmula de la hoja de cálculo del programa Excel.

Beneficio/Costo

El costo beneficio es de \$1.32 con lo que se demuestra que por cada dólar invertido retornará 0,32 centavos de dólar, en beneficio de las madres solteras del recinto FUMISA del cantón Buena Fe.

Este valor se lo obtiene de la división entre el VAN de ingresos y egresos

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- El nivel socioeconómico de las madres solteras en el recinto Fumisa, del Cantón Buena Fé, de la Provincia de Los Ríos, es de condición económica limitada, esto lo podemos apreciar en las condiciones de vivienda, la propiedad de la vivienda y el número de familiares por vivienda.
- En todos los casos estudiados, se demostró que las madres solteras tienen una alta predisposición a emprender negocios propios en cualquier actividad lícita, pues el primer elemento motivante es su naciente familia.
- El proyecto de la elaboración de mermelada de piña casera, demostró que es factible económica y financieramente, debido a que no se requiere de una gran tecnología y existe un mercado en el que, según nuestro estudio, tiene aceptación.
- Es importante destacar que el 60% de las madres, trabajan en relación de dependencia y lo hacen en negocios relacionados con el comercio. El 40% realiza sus actividades en la agricultura.

5.2. Recomendaciones

- Se recomienda la ejecución del proyecto como un aporte a la política de económica solidaria del gobierno de turno y en aras del sostenimiento de los hijos y familias de estas madres solteras, quienes dedicaran un turno de cuatro horas diarias para el trabajo en la fábrica de mermelada.
- Por cuanto la evaluación financiera es factible. Se recomienda la ejecución del proyecto pues se avizora gran rentabilidad para la fábrica de mermelada casera de pina ubicada en el recinto Fumisa del cantón Buena Fe
- Se recomienda la adquisición de los equipos y maquinarias así como la implementación menor que exige la ejecución del proyecto, insumos y materias primas se adquirirán en la misma zona de Fumisa, a un bajo costo ya que la piña es muy productiva en esta zona

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA

- AMA. (2012). *Diccionario de American Marketing Asociacion* . Recuperado el 2 de diciembre de 2014, de <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php?>
- Bonta, P., & Farber, M. (2009). *El Marketing de servicios profesionales* . España: Norma .
- Brunetti. (s.f.). *google-books*. Recuperado el 2 de diciembre de 2014, de 2010: <http://books.google.com.ec/books>,
- Cohen, E. (2009). *Evaluación de proyectos sociales siglo XXI* . México: Mc Graw Hill.
- Diario HOY (2011) R EME, F. (2013). *Fundacion EME*. Recuperado el 2 de diciembre de 2014, de www.fundacionemme.org.ar
- ELEMPRENDEDOR. (2015). *EL EMPRENDEDOR* . Recuperado el 28 de Noviembre de 2015, de <http://www.emprendedor.ec/obtener-registro-sanitario-ecuador/>
- Fischer, I., & Espejo, J. (2009). *Mercadotecnia* .Cali Colombia : Mc Graw Hill.
- Fleitman, J. (2011). *Negocios exitosos* . Mexico: Mc Graw Hill.
- Galan, M. (2011). *manuelgalan* . Recuperado el 2 de diciembre de 2014, de <http://manuelgalan.blogspot.com/p/determinar-la-poblacion-y-la-muestra.html>
- GBM. (2013). *El mundo y Rusia* . Mexico : Instituto del Banco Mundial.
- INEC. (2010). Recuperado el 2 de diciembre de 2014, de www.inec.gob.ec
- Kotler, P., & Armstrong, N. (2010). *Fundamentos de Marketing*. España: Prentice Hall.
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2009). *El Marketing de servicios profesionales* . México : Paidós, Iberica SA .
- Malhotra, N. (2009). *Investigación de Mercados Un Enfoque Práctico*. Mexico DF: Prentice Hall.
- Mokate, K. (2009). *Evauacion financiera de Proyectos* . España : na.

Sandhusen, R. (2012). *Mercadotecnia* . Mexico : Editorial Continental.

Sapag, R., & Sapag, N. (2009). *Preparacion y evaluacion de proyectos* . Mexico : Mc Graw Hill.

SIAGRO. (2013). *Sistema de informacion agropecuario* . Recuperado el 2 de diciembre de 2014.

websie.eclac.cl/sisgen/SiagroDoc/GLOSARIO_DEL_SIAGRO.pdf

Tamayo, & Tamayo, .. (2009). *El Proceso de la Investigación científica*. México: Limusa SA.

Thompson, A. S. (2009). *Administración Estratégica Conceptos y Casos*,.Virginia ST: Mc Graw Hill.

Walker, B. (2009). *Marketing Directo* . España: Mc Graw hill Intermaeicana .

ANEXOS

Anexo 1.

Encuesta a madres solteras del recinto Fumisa

1. Con cuantas personas vive en su vivienda?

2. Con quien vive en su vivienda?

- Hijos _____
- Esposo _____
- Padre _____
- Madre _____
- Abuelos _____
- Tío _____
- Otro _____

3. Cuantos hijos posee?

4. Señale quien es el jefe de su hogar

Usted _____

Esposo _____

Otro _____

5. Trabaja en algún lugar cercano a su hogar

Si _____

No _____

6. Qué tipo de empleo tiene?

7. Tiene ingresos por algún trabajo que realiza

Si _____

No _____

8. Cuanto es el ingreso por la actividad que realiza?

1 a 100 _____

101 a 200 _____

201 a 300 _____

301 a 400 _____

401 a 500 _____

Mayor a 500 _____

9. De los familiares que viven con usted aporta alguien a los ingresos a la familia

Si _____

No _____

10. Con cuanto aporta su familiar?

5 a 10 _____

11 a 20 _____

21 a 30 _____

31 a 40 _____

41 50 _____

11. Su vivienda es

Propia _____

Prestada _____

Alquilada _____

Hipotecada _____

Herencia _____

12. La vivienda en la que habita es de:

Cemento _____

Madera _____

Mixta _____

Caña _____

13. Del siguiente servicio básico cuales posee (señale con una equis)

Agua _____ Potable _____ Pozo _____
Luz eléctrica _____ con medidor _____ sin medidor _____
Teléfono Fijo _____ Celular _____
Internet en casa _____

14.Cuál es su nivel de escolaridad

Básica: 1ero.____2do____3ro____4to____5to____6to____7mo____8vo____9no____10mo____

Bachillerato 1ro____2do____3ro____

Universidad 1ero.____2do____3ro____4to____5to____

Profesional de tercer nivel:_____

Que título tiene: _____

Anexo 2.

Encuesta para negocios pequeños (tiendas supermercados o consumidores comunes)

Entrevista a tenderos que ofrecen productos de consumo masivo en el Recinto FUMISA, cantón Buena Fe y Quevedo (Súper Tienda Quevedo)

Nota: Se escoge la Súper tienda Quevedo en Quevedo, por cuanto su Propietario el Sr. Marcelo Caicedo es propietario directo de su negocio (a excepción de TIA, AKI, MI COMISARIATO)

1. Usted vende frascos de mermeladas de 250 gramos en su negocio?
Si () No ()

2. Cuántos frascos de mermeladas de 250 gramos ven en su negocio por semana?

3. Qué marca de mermelada vende en su negocio?
Facundo _____
Guayas _____
Snob _____
Otras _____

4. Qué sabores de mermelada son las más vendidas?
Mora _____
Durazno _____
Piña _____
Otros sabores _____

5. ¿Usted ha saboreado la mermelada casera?
Si () No ()

6. Considera que usted podría vender este tipo de mermelada en su negocio?
Si () No ()

7. Que es más importante para las personas cuando compran un frasco de mermelada
La marca _____

El precio _____
Su calidad _____
Sabor _____
Su presentación _____
Otra característica _____

8. ¿Qué precio usted considera usted que debe fijarse para un frasco de mermelada casera de 250 gramos?

Igual al precio del mercado _____
Menor al precio del mercado _____
Más alto que en el mercado _____
Otro _____

Anexo 3.

4.4.1. Resultados de la Entrevista efectuada a tres propietarios de Negocios

Tabla Cantidad y marca de mermeladas que expenden los comerciantes

PROPIETARIOS DE TIENDAS	1. Usted vende frascos de mermeladas de 300 gramos en su negocio?		2. Cuántos frascos de mermeladas de 300 gramos ven en su negocio por semana?	3. Qué marca de mermelada vende en su negocio?			
	SI	NO		Facundo	Guayas	Snob	Otras
SUPERTIENDA EN QUEVEDO (Calle Decima segunda y 7 de Octubre)	x		50	x	x	x	x
COMISARIATO MAX	x		15	x			x
TIENDA GENESIS (En el centro de Fumisa)	x		3	x			

Fuente: Entrevista a propietarios de Comerciales

Elaborado por: La autora

