



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

TEMA:

**ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA ELABORACIÓN Y VENTAS DE
AGUARDIENTE DE MANZANA EN EL CANTÓN DE PORTOVIEJO**

TUTOR:

ING. XAVIER DUEÑAS

INTEGRANTES:

CEDENO INTRIAGO GEMA MARIA

VARGAS RODRIGUEZ EFRAIN FERNANDO

PORTOVIEJO - MANABÍ – ECUADOR

2022

Capítulo I

1. Problematicación

1.1. Tema

Estudio de Prefactibilidad para la Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana en el Cantón de Portoviejo.

1.2. Antecedentes Generales

El aguardiente es una bebida alcohólica proveniente de plantas ricas en Sacarosa, para ser considerado aguardiente deberá contener 28° y 60° de alcohol, en sus inicios era utilizado como remedio en Europa, siendo también conocido como el agua de vida, ya que tenía la creencia que prolongaba la existencia, este término lo acuñó el médico Francés Arnau de Villanoba en el año de 1413, con el tiempo el uso del aguardiente fue cambiando hasta nuestros días donde se utiliza como bebida de tipo social. (Cocteleria Creativa s. f., 2005)

En Ecuador el producto utilizado para la elaboración del mismo es la caña de azúcar a pesar de que existen equipos especializados para su elaboración, aún se sigue elaborando de manera artesanal, lo que le da un valor agregado al producto, y con la cual a través de ello según los consumidores mantiene su sabor y exquisitez, haciéndolo aún más codiciado dentro del Mercado.

A pesar de que el cultivo de caña de azúcar se extiende por casi todo el Ecuador, en su mayoría para la elaboración de azúcar en Manabí, se da su cultivo para la elaboración y distribución del aguardiente de caña, teniendo en su destilación 90° de alcohol lo cual no es apto para el consumo, para lo cual se requerirá dejarlo en 60° o menos para su consumo.

El licor de caña de azúcar ha dado su evolución con el transcurrir del tiempo combinando lo tradicional con lo artesanal, dando lugar a licores saborizados producidos a través de frutas en su mayoría, con un grado de alcohol que oscila entre 15% a 20% en muchos de los casos, los cuales han

tenido gran demanda entre la población manabita y ecuatoriana, razón por la cual para quienes producen este tipo de preparado les surge la necesidad de crear nuevos sabores que gusten a los clientes.

1.3. Formulación del problema

En este trabajo a realizar se plantea la siguiente interrogante:

¿En qué aspecto el Estudio de prefactibilidad permitirá la creación de una empresa productora, envasadora y comercializadora de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo?

1.4. Planteamiento del problema:

El crecimiento poblacional ha generado en los últimos años que los procesos productivos avancen de forma acelerada aprovechando los recursos naturales y de la misma manera ha hecho que se incursione en cultivos frutales, así como también a pastizales, dando inicio a la explotación de caña de azúcar y con ello también a la elaboración de azúcar y de igual forma la producción de aguardiente de forma artesanal sin un proceso técnico.

Unos de los principales cultivos del Ecuador es la caña de azúcar, considerando tanto la superficie cultivada, el valor producido y la cantidad de empleos directos generados. La producción de caña se concentra principalmente en 4 provincias (Guayas, Carchi, Cañar, Imbabura), aunque el rubro se produce en casi todo el país (Salvo a las provincias de Sucumbíos, Tungurahua, Galápagos) (Cartay, García, Intriago, & Romero, 2019).

La provincia de Manabí a pesar de no estar entre las grandes productoras de este cultivo, este tiene gran incidencia en su economía, ya que, aunque no es azucarera, esta es la materia prima para la elaboración del aguardiente conocido como currincho, siendo comercializado en todo el Ecuador incluso en diferentes partes del mundo, el cantón que sobresale en la fabricación de esta bebida es Junín, el cual se ubica en el Norte de la Provincia de Manabí.

Es precisamente en este cantón donde se le ha dado un valor agregado al aguardiente de caña, y donde existen unas series de combinaciones y sabores que hace años atrás era difícil de imaginar el gran alcance que se iba a obtener, es común encontrar una serie de licores saborizados, entre las más comunes frutas como uva, manzana, maracuyá entre otras.

Entre los sabores más solicitados y que goza de gran popularidad es el que se prepara con manzana, lo que le da un sabor exquisito y excelente para quienes lo consumen, dicho preparado se realiza combinando aguardiente no mayor a 20° de concentrado del mismo, y como fruta principal la manzana junto a conservantes y perseverantes, para luego ser comercializada, a diferentes consumidores.

Ante lo expuesto anteriormente y conociendo qué en el cantón Portoviejo provincia de Manabí no está siendo explotado en la elaboración y producción de este tipo de licor ya que los productores que tiene el cantón Junín no logran cubrir toda la demanda que existe en la provincia, por eso se hace necesario, realizar un estudio de pre factibilidad para elaboración y ventas de aguardiente de manzana en el cantón ya mencionado.

1.5. Preguntas de Investigación:

¿Cuál es la demanda de la producción de la Manzana?

¿Qué tipo de tecnología se requiere para el cultivo, corte y transporte de la caña de azúcar para la producción de Aguardiente?

¿Qué normas o permisos sanitarios se requieren para la elaboración, distribución y comercialización del Aguardiente de Manzana?

¿Cómo se establece un modelo de gestión para el crecimiento y el desarrollo del proyecto?

1.6. Delimitación del Problema:

Campo	Empresarial
Área	Estudio de Pre factibilidad
Aspecto	Producción y Comercialización
Problema	Inexistencia de estudio de Pre factibilidad para la Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo.
Tema	Estudio de pre factibilidad para elaboración y ventas de aguardiente de manzana en el Cantón de Portoviejo.
Delimitación Espacial	La investigación se desarrollará en el Cantón Portoviejo.
Delimitación Temporal	En el periodo oct. 2021/marzo 2022

1.7. Justificación

El presente trabajo de titulación tiene como principal objetivo realizar un estudio de pre factibilidad con la finalidad de determinar si la elaboración del aguardiente de manzana en la ciudad de Portoviejo provincia de Manabí, tendrá la aceptación de parte de quienes prefieren este tipo de bebidas alcohólicas y de igual manera conocer la influencia directa que se obtendrá a nivel social y económico.

Este es un proyecto visionario, que con su aplicación pretende innovar y abrir nuevos emprendimientos en este tipo de negocios, así como también satisfacer las necesidades de la

población manabita y portovejense que busca consumir y adquirir productos que llenen las expectativas ante un mercado que ofrece un sin número de opciones las cuales muchos de ellos no llegan a satisfacer las necesidades, permitiendo buscar otros tipos de industrias y emprendimientos que si lo hagan.

Esta idea radica en la necesidad de brindar una opción diferente a los usuarios y quienes gustan de consumir estos preparados, considerando que no está siendo explotado este tipo de emprendimiento dentro de Portoviejo y sus alrededores, siendo así que se obtenga un potencial mercado para la elaboración y fabricación del mismo, colaborando de esta manera a la reactivación económica de la ciudad y provincia.

A través del proyecto se beneficiará la comunidad en general, así como también saldrán beneficiados los fabricantes de aguardiente, generando un ingreso económico, como también creando fuentes de empleo de forma directa e indirecta, y de esta manera fomentando también el turismo y haciendo conocer el nombre del cantón y la provincia con esta labor, que permitirá proyectarse a nivel nacional.

La investigación también busca que esta sirva de aporte para que futuros proyectos que se realicen a nivel de la universidad en general, en torno a este tema y a la vez promueva nuevas actividades comerciales permitiendo de esta manera un desarrollo económico, donde también sea participe la sociedad en general a través de la vinculación con la comunidad .

En este contexto de generación de beneficios hacia diversos sectores de la colectividad, en armonía con los preceptos de responsabilidad social inherentes al presente proyecto, el segmento del mercado objeto de esta investigación tanto en la fase de estudio como en su futura ejecución contempla a la población cuya edad sea mayor a 18 años.

Reviste una alta responsabilidad social y en virtud de aquello, en concordancia y respeto al marco jurídico de nuestro país, la imagen, publicidad y comercialización del producto se ajustarán a

las normativas vigentes tanto en la jurisprudencia sanitaria, penal y demás que correspondan, con la finalidad de contribuir de manera ética y responsable al desarrollo económico en la sociedad.

1.8.Objetivos

1.8.1. Objetivo General

Desarrollar el Estudio de Pre factibilidad para la Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo.

1.8.2. Objetivos Específicos

- Determinar la Demanda de la manzana relacionada con su nivel de producción.
- Caracterizar cada uno de los procesos para obtener un derivado de calidad.
- Identificar las normas sanitarias y procesos legales en el Ecuador para la obtención de un registro sanitario.
- Establecer una estructura técnica apropiada para la inversión del capital de la producción y distribución.

Capítulo II

2. Contextualización

2.1. Marco Teórico

2.1.1 Estudio de Factibilidad

Se considera estudio de factibilidad al éxito de un proyecto y con ello a que en la fabricación de un producto tenga los respectivos o tenga la aprobación debida y con ellos los resultados esperados. En otras palabras, podemos decir que es el estudio que realiza una empresa o institución con la cual se determina si el producto a ser lanzado gozara de la aceptación o no por parte de la población y potenciales clientes.

El estudio de factibilidad tiene cuatro componentes básicos que son: un inversionista o persona que decide, las variables que puede controlar, las que no puede y las opciones que debe evaluar. Las variables se definirán por el análisis que se haya realizado, del entorno al que pertenece la idea, negocio o proyecto, que permitirán conocer el impacto o el grado de afectación que tendrán. (Moncayo, 2018).

Para elaborar un estudio de factibilidad el primer paso que se debe realizar es identificar claramente el problema, de igual manera dando una solución económica que permita ser viable, tanto en el aspecto social y ambiental permitiendo así evidenciar los motivos y argumentos que se deben seguir en una propuesta de diseño y también en análisis de costos para mostrar los beneficios económicos.

2.1.1.1. Tipos de factibilidad

- **Financiera:** Esta se centra sobre todo en el aspecto económico. De esta manera se interesa por la inversión inicial, los diferentes gastos y los ingresos esperados, así como las formas de financiación.
- **Comercial:** Analiza la viabilidad en el mercado de un producto o servicio. Se interesa, sobre todo, por satisfacer las necesidades del cliente que a su vez es el centro de toda empresa.
- **Técnica:** Se busca conocer qué recursos técnicos precisa la empresa para llevar a cabo un proyecto. Sobre todo, los relacionados con las tecnologías de la información y comunicación (TIC).
- **Operativa:** Esta es similar a la anterior, pero tiene en cuenta los procesos productivos. Así, estará interesada en conocer las diferentes fases de realización de un producto o creación de un servicio y sus costes.
- **Legal:** Como su nombre indica estudia las leyes, normas o reglamentos que afectan a un negocio o un proyecto empresarial. Por tanto, en este caso lo que interesa es el marco jurídico necesario para llevarlo a cabo.
- **Política:** Esta es muy habitual, sobre todo, en grandes empresas. Lo que intenta averiguar es si esta cumple con sus convenios y acuerdos internos. Por ejemplo, los relacionados con sindicatos, empleados o accionistas. Un ejemplo habitual son las guarderías para los hijos de los empleados. (Rus, 2020).

2.1.1.2. Marketing

Es el conjunto de actividades y procesos destinados a crear y comunicar valor de marca, identificando y satisfaciendo las necesidades y deseos de los consumidores. (Sevilla, 2015)

2.1.1.3. 4 P'S del Marketing

- **Producto:** Engloba desde el estudio de la necesidad que va a cubrir, el nicho de mercado al que se va a dirigir, hasta el diseño del producto y su empaquetado.
- **Precio:** Analiza el valor percibido tanto por el cliente como por el comprador, el precio a establecer y el formato en que será cobrado.
- **Plaza:** Se refiere al lugar a través del cual se podrá adquirir el producto, ya sea física o digitalmente. Analiza los canales de distribución.
- **Promoción:** Analiza las estrategias para divulgar y dar a conocer el producto, promocionando su compra. Aquí entra en juego la publicidad. (Sevilla, 2015)

2.1.1.4. Emprendedor

Un emprendedor es una persona que tiene la capacidad de descubrir e identificar algún tipo de oportunidad de negocios. Así, con base en ello, organiza una serie de recursos con el fin de darle inicio a un proyecto empresarial. (Sánchez, 2015).

Un emprendedor es aquel individuo o persona que ve una oportunidad, la identifica la organiza y la ejecuta partiendo de una idea, este término es igual utilizado para designa o definir a una persona que crea una empresa o algún negocio, el cual con su actitud y aptitud toma retos permitiéndole crear nuevos proyectos y así alcanzar logros mayores.

2.1.1.5. Historia del Aguardiente

La historia del aguardiente comienza en el siglo XIII, no en Escandinavia sino, curiosamente, en Italia. En la búsqueda de un elixir que asegurara la vida eterna, los científicos de aquel entonces dedujeron que aquel podría extraerse del espíritu mágico presente en el vino. Así empezó la destilación que dio origen al aqua vitae o agua de la vida. A medida que el arte de la destilación se difundía por toda Europa medieval, el aqua vitae pasó a ser el eau de vie en Francia y el usige beatha (que en gaélico significa whisky) en las islas británicas (Arce, 2011).

El alcohol no es un producto como cualquier otro; ha formado parte de la civilización humana durante miles de años. Y aunque muchos lo asocian al placer y la sociabilidad, el abuso en su consumo también conlleva consecuencias perjudiciales sobre quienes lo ingieren. Cada una de esas bebidas es resultado de mucha curiosidad y ardua paciencia, después de que mediante varios ensayos se descubrieron los placeres que ofrecían plantas como la cebada, la uva, el maguey y la caña. (Muñoz, 2010).

A lo largo de los años con la introducción del aguardiente América Latina este llegó a Ecuador y se fue expandiendo en todo el país siendo de una manera u otra parte del desarrollo económico y social de los pueblos y ciudades que lo conforman, con la innovación tecnológica y en busca de nuevas alternativas ante una sociedad cada vez más exigente, se fue desarrollando un sin número de bebidas alcohólicas, las cuales son reconocidas y consumidas en todo tipo de eventos social.

2.1.1.6. Historia de la Caña de Azúcar

Se menciona que originalmente esta planta es del extremo Oriente (Borneo, Malasia) y Asia luego fue llevada hacia España aproximadamente en el siglo IX, de igual manera a través del continente Euroasiático para luego en siglo XV los españoles la llevaron hacia América. Este tipo de especie de nombre científico *Saccharum officinarum*, fue parte en la alimentación de civilizaciones primitivas hace unos 3000 años a.C, la cual la utilizaban para ser masticada y de esta manera administrar su jugo.

En el Ecuador se tiene registro que su introducción se da entre los años 1526 – 1533, se tiene indicios que fue traída desde México en primera instancia por los comerciantes de cacao de la época se da conocer en Quito para luego hacia los Andes Ecuatorianos

La caña de azúcar es una gramínea tropical perenne con tallos gruesos y fibrosos que pueden crecer entre 3 y 5 metros de altura. Éstos contienen una gran cantidad de sacarosa que se procesa para la obtención de azúcar. La caña de azúcar es uno de los cultivos agroindustriales más importantes en las regiones tropicales. (Elizalde , 2015).

Además, (Elizalde , 2015) expresa que la propagación de la caña de azúcar se realiza por estaca. La cosecha conocida también como zafra se puede hacer de forma mecanizada como manual. Por cada plantación generalmente se extraen 4 o 5 cortes (cosechas) y luego se realiza la renovación del cultivo.

2.1.1.7. Manzana

La manzana es el fruto del manzano (*Pyrus Malus L*) en su taxonomía el árbol es parte de la familia de las rosáceas, cabe destacar que no se tiene conocimiento de un origen preciso de la manzana, aunque existen probabilidades de que fue entre el cruce de varias especies de manzano, en la actualidad es uno de los árboles frutales más extendidos y cultivados a nivel mundial.

La manzana ha sido un fruto de consumo común en la comunidad austral, de gran importancia en la dieta de los habitantes de la región, con características diferentes dependiendo de cada una de las variedades, la más común es considerada como un fruto pomo globoso con pedúnculo corto y numerosas semillas de color pardo brillante, así también la manzana es una fruta de clima templado y se la incluye dentro del grupo de frutales de pepita como la pera y el membrillo (Ayala & Calle, 2016).

2.1.1.8. Beneficios de la Manzana

La manzana tiene varios beneficios ya que cuenta con nutrientes y según el especialista es una fruta muy saludable, reduce el colesterol, cicatrizar quemaduras solares y prevenir enfermedades degenerativas, fortalece el sistema inmune, su cascara ayuda a inhibir el cáncer de colon y del pulmón y es considerada una gran aliada para combatir el estreñimiento.

2.1.1.9. Propiedades Físico – Químicas de la Manzana

La manzana tiene propiedades fisicoquímicas, una de las más conocidas son las sustancias fenólicas, los fenoles son los responsables de la característica más representativa de este fruto, que es el color que se produce en la pulpa cuando la manzana es sometida a algún tipo de daño físico, este cambio recibe el nombre de pardeamiento enzimático, para que esta reacción ocurra, necesita de la presencia de los compuestos fenólicos, como son el oxígeno y las enzimas polifenoloxidasas (PPO), como esta reacción se pone de manifiesto principalmente en las manzanas que han tenido algún tipo proceso, se considera que para tener resultados positivos en los compuestos fenólicos sin el pardeamiento indeseable, se deberán elegir las variedades con alta concentración de compuestos fenólicos y con una mínima actividad de PPO. (Ayala & Calle, 2016).

2.1.1.10. Agua

“Es un líquido incoloro, inodoro e insípido, es el disolvente universal, se solidifica por el frío y se evapora por el calor. Resulta de la combinación de dos átomos de hidrógeno y uno de oxígeno. Y, además, es el componente mayoritario frecuente y esencial para todos los seres vivos”. (Quintuña & Samaniego, 2016).

2.1.1.11. Azúcar

El azúcar es una sustancia de sabor dulce y color blanco, cristalizada en pequeñísimos granos, que se obtiene primordialmente de la remolacha, en el caso de los países con climas templados y en aquellos con características climáticas tropicales, de la caña de azúcar, a partir de la concentración y cristalización de su jugo. (Ucha, 2011).

2.1.1.12. Beneficios de la Azúcar

La azúcar en cantidades normales y siguiendo una dieta adecuada se la puede considerar como la fuente calórica y que proporciona energía a diferentes órganos del cuerpo el cual este la utiliza para realizar sus actividades diarias ya que la sacarosa de la azúcar es transformada en glucosa e igualmente en fructosa, aliviando así el malestar y la ansiedad causado por la glucemia, si esto fuera poco también contiene proteínas, tanto así que ayuda al crecimiento de los tejidos y la consolación de sueño entre otros beneficios.

2.1.1.13. Peligros de la Azúcar

Al consumir azúcar en cantidades no adecuadas, como establece la Organización Mundial de la Salud que en 1994 aconsejo que sea 50gr lo que se puede ingerir dentro de una dieta balanceada ya que la misma puede producir adicción, sobre peso y obesidad, trastorno y gastrointestinales bajo estado de ánimos, debilitamiento de las defensas, bajo desarrollo, enfermedades cardiovasculares, patologías dentales, entre otros, los cuales generan altísimos riesgos en la salud, llegando incluso a ser mortales.

2.1.1.14. Esencia de Vainilla

La esencia de vainilla también conocida como extracto de vainilla es un concentrado que se obtiene de la vaina de la vainilla y sirve para aromatizar preparaciones, bebidas e infusiones, pero también ambientes. La esencia de vainilla posee una serie de propiedades beneficiosas, además de tener un aroma exquisito. (Alerco, 2021).

2.1.1.15. Beneficios de la Vainilla

Dentro de los beneficios de la vainilla se destaca los siguientes:

- Calma el dolor y Baja la fiebre.
- Contiene propiedades antioxidantes y antimicrobianas.
- Reduce los niveles de colesterol
- Posee propiedades antiinflamatorias,
- Utilizado para afecciones respiratorias.
- Es un tranquilizante natural.
- Favorece a la digestión y el estómago.
- Alivia las náuseas.

2.1.2. Estudio de Mercado

La definición de estudio de mercado es la acción que analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio. (Galán, 2015).

En otro aspecto también se podría definir al Estudio de Mercado como algo tan sencillo que podríamos resumir en dos palabras, que consta dentro de ella misma, como lo es la palabra “Estudiar” al interrogar lo que se estudia la misma nos lleva a la respuesta el Mercado, desde sus diferentes aristas y necesidades.

Para ello, necesita de conclusiones precisas acerca del entorno en el que se quiere desenvolver y el resultado que tendría una entrada en él dadas las características del bien o servicio en el que han trabajado. Toda la información obtenida supondrá una previsión de la empresa, útil a la hora de plantear una inversión o la entrada a un mercado. (Galán, 2015)

Podemos encontrar cuatro grandes tipos de estudio de mercado (Galán, 2015)

- **Cualitativo:** Consiste en analizar y estudiar el mercado a través de variables que no pueden ser medidas. En este sentido, se tienen en cuenta aspectos como los sentimientos de un cliente al comprar un determinado producto. Junto a esto, los gustos también juegan un papel importante en este tipo de estudio.
- **Cuantitativo:** En este caso, se utilizan datos extraídos de una muestra poblacional para extraer conclusiones. Por ejemplo, el número total de consumidores de un determinado producto o el precio máximo que está dispuesto a pagar un cliente por la adquisición de un bien o un servicio.
- **Primario:** Este tipo de estudio hace referencia a la forma de obtener los datos. En el caso de tipo de estudio de mercado primario, la información se extrae a raíz de la realización de un estudio de campo. Por ejemplo, a través de encuestas.
- **Secundario:** En comparación con el tipo anterior, es un estudio de mercado mucho más económico de realizar. La información se obtiene a través de informes, libros o artículos, entre otros muchos.

El estudio de mercado juega un papel de vital importancia al momento de realizar una inversión en un sector desconocido, ya que, este provee de herramientas esenciales que le permitirán al inversor detectar cuáles son las necesidades de los consumidores de la localidad o el lugar que se esté analizando, también permite hacer un buen uso de los recursos y prolongar o cancelar la inversión en caso de que existan ciertos tipos de falencias en el mercado a invertir.

El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que se debe realizar para la evaluación, debido a que definen el medio en el que habrá de llevarse a efecto el proyecto. En este estudio se debe analizar el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian cuatro variables, el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción de pública, pero siempre desde el punto de vista costo/beneficio.

Un estudio de mercado hace referencia a una investigación que se realiza en diferentes sectores empresariales con el fin de mejorar las acciones en la toma de decisiones y tener un panorama más certero acerca de la situación económica y general en que se encuentra una organización (Álvarez, 2021).

2.1.3. Estudio Administrativo

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas. (Lopez, Nereida, Pellat, & Puerta, 2008)

Para establecer una nueva empresa, es necesario tener el estudio administrativo bien elaborado, lo ideal es haber analizado minuciosamente cada elemento que forma parte de este estudio, en la planeación estratégica es considerable que se defina el rumbo y las acciones detalladas que se van a realizar para alcanzar los objetivos, así mismo se definen herramientas como el organigrama que es

la representación gráfica de la estructura de la empresa en la cual se muestran relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, también se define la planeación de los recursos humanos, en este proceso lo que se pretende es anticipar y prevenir el ingreso de personas hacia el interior de la empresa, es por esto que para hacer un estudio administrativo se debe seguir un proceso con alto grado de disciplina, en donde se busque el éxito de la empresa que se vaya a establecer.

El estudio administrativo proporciona, en un proyecto de inversión, las herramientas que guía para los que deban administrar dicho proyecto; muestra los elementos administrativos como la planeación de estrategia que defina rumbo y acciones a seguir para alcanzar las metas empresariales.

(Carmen, 2011)

Se considera al estudio administrativo como el que da a conocer presenta aspectos de índole legales, fiscales, laborales y ecológicos, lo cuales deben ser tomados en cuenta dentro de la empresa u organización para de esta forma reorganizar todas y cada una de las actividades planificadas y definidas dentro del análisis del proyecto.

2.1.4. Estudio Técnico

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

(Córdoba, 2011).

Un estudio técnico nos permite analizar y conocer de una manera precisa que nivel de capacidad operativa se es necesaria todo esto dependerá de la demanda, de igual manera nos da a conocer los materiales y equipos que sean necesarios dentro de un emprendimiento, empresa o compañía para de forma tal obtener una calidad de producto que cumpla específicamente con los objetivos planteados.

El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización, identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita. (Cotera, 2018).

La importancia radica en que esta determina la viabilidad de un proyecto y no solo esto también es el que ayuda a conocer el espacio físico que sería utilizado como el tiempo en que se llevará a ejecución el proyecto, con el fin y objetivo principal que todos y cada uno de los procesos se ejecuten de manera correcta.

Dentro del estudio técnico aparte de darnos a conocer la viabilidad del proyecto este también constará de otros elementos que se hacen necesario para lograr la ejecución de un proyecto, hay que tomar en cuenta la ubicación, aspectos geográficos, también socioeconómicos, Infraestructura e Institucionales, los que llevan de una forma objetiva a alcanzar las metas propuestas.

2.1.5. Estudio Financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Federico, 2021)

Se puede definir al estudio financiero como un análisis con la cual se conocerá cual será la capacidad de una empresa para ser sustentable así mismo nos arrojará la rentabilidad, de la puesta en marcha de dicha empresa, siendo fundamental para cualquier proyecto en la que es necesario invertir, esto puede ser la creación de una empresa, emprendimiento, adquisición de productos entre otros.

En general el estudio financiero es particular en cada presupuesto, se pueden elaborar a precios corrientes o a precios constantes. Siendo ambos útiles, ya que con los primeros se puede prever

situaciones relacionadas con la liquidez del proyecto, y los precios constantes son la base para evaluar la rentabilidad. (Laurent, 2015)

El estudio financiero es que el que nos ayuda a comprender en la parte financiera se obtendrán resultados en lo operacional y dentro de lo económico si los resultados y objetivos planteados de la empresa es a corto mediano y largo plazo, y de esta manera ejecutar las inversiones debidas para cumplir las metas propuestas.

2.2 Marco Conceptual

2.2.1. Comercialización

“La comercialización es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta y/o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor”. (Economipedia, 2017).

2.2.2. Calidad

“Es aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia. Todo lo que posee un cualitativo de calidad supone que ha pasado por una serie de pruebas o referencias las cuales dan la garantía de que es óptimo” (Pérez M. , 2021).

2.2.3. Producto

“Es el resultado de una serie de procedimientos para armar, construir, fabricar y elaborar algún objeto con una función útil para las personas”. (Pérez, 2021)

2.2.4. Precio

“El término precio hace referencia a que a las cosas se les da un valor representativo tanto en cantidad como en calidad para poder formar parte del sistema de intercambio de productos y bienes de la sociedad que se conoce como compra-venta”. (Pérez, 2021)

2.2.5. Cliente

“Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa”. (Quiroa, 2019).

2.2.6. Producción

Del latín *productio*, el concepto ‘producción’ hace referencia a la acción de generar (entendido como sinónimo de producir), al objeto producido, al modo en que se llevó a cabo el proceso o a la suma de los productos del suelo o de la industria (Pérez & Merino, 2012).

2.2.7. Proceso

“La palabra Proceso presenta origen latino, del vocablo *processus*, de *procedere*, que viene de *pro* (para adelante) y *cere* (caer, caminar), lo cual significa progreso, avance, marchar, ir adelante, ir hacia un fin determinado”. (Yirda, 2021).

2.2.8. Distribución

“La distribución es un elemento indispensable en el mundo de la empresa y del marketing. Con distribución estamos haciendo referencia al conjunto de actividades que se realizan desde que un producto es elaborado, hasta que es comprado por el cliente final”. (Coll, 2021).

2.2.9. Oferta

“Es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos”. (Pedrosa S. , 2015).

2.2.10. Demanda

“La demanda abarca una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos”. (Piero, 2015).

2.2.11. Estrategia.

“La estrategia es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario. Esto, buscando alcanzar uno o varios objetivos previamente definidos”. (Westreicher, 2021).

2.2.12. Marca.

La marca es el identificador comercial de los bienes y servicios que ofrece una empresa y los diferencia de los de la competencia. (Roldán, 2016).

2.3. Marco Legal

Este trabajo de investigación se basa en las normas y leyes que se encuentran en la Constitución de la República del Ecuador y junto a ella de la Ley de Salud (2008).

Sesión II

De la Prevención de Consumo de Bebidas Alcohólicas.

Art. 46.- La autoridad sanitaria nacional en coordinación con el Ministerio de Educación y Cultura, las universidades, los gobiernos seccionales y la sociedad civil, diseñará y ejecutará planes y programas de educación y prevención del consumo de bebidas alcohólicas.

Art.47.- Se prohíbe la distribución o entrega de bebidas alcohólicas, sea a título gratuito u oneroso, a personas menores de 18 años; así como su venta y consumo en establecimientos educativos, de salud y de expendio de medicamentos.

Art. 48.- La publicidad de bebidas alcohólicas por ningún motivo se vinculará a la salud, al éxito deportivo o a la imagen de la mujer como símbolo sexual. La autoridad sanitaria nacional vigilará y controlará el cumplimiento de esta disposición

Art. 49.- los envases de bebidas alcohólicas, deben incluir de forma clara, visible y comprensible, la advertencia de su carácter nocivo para la salud; y, para la impresión de la advertencia, se seguirán las especificaciones previstas en el reglamento correspondiente

Art. 50.- Salvo en los actos autorizados por la autoridad competente, se prohíbe consumir bebidas alcohólicas y de moderación, en instituciones públicas, establecimientos educativos, sean públicos o privados, servicios de salud, lugares de trabajo, medios de transporte colectivo, salas de cine y teatro, y otros espacios que se definan en los reglamentos correspondientes emitidos por la autoridad sanitaria nacional. En estos establecimientos se colocarán advertencias visibles que indiquen la prohibición del consumo de bebidas alcohólicas. (Ley Organica de Salud, 2006).

2.4. Marco Ambiental

Teniendo en cuenta que la aplicación de diversos tipos de proyectos y considerando que los mismo pueden provocar impactos negativos al ambiente, el estado ecuatoriano a través de la Constitución de la República del Ecuador establece una serie de leyes que van en beneficios del cuidado y preservación del Medio Ambiente, dándole así derechos a la naturaleza.

Según la Constitución del Ecuador 2008 en su Art.14 manifiesta Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados. (Constitucion de la República del Ecuador, 2008)

El Art. 15 establece que El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.

La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. (Constitucion de la República del Ecuador, 2008)

Que, el artículo 276, número 4, de la Constitución de la República del Ecuador, establece que uno de los objetivos del régimen de desarrollo será recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural. (Código Orgánico del Ambiente, 2017).

2.5. Variables

2.5.1. Variable Independiente

Estudio de Pre factibilidad

2.5.2. Variable Dependiente

Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana.

Operacionalización de las variables

Tabla: 1
Variable independiente: Estudio de prefactibilidad

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems básicos	Técnicas e instrumentos
El estudio de Pre-Factibilidad de un proyecto social y productivo; comprende la información recopilada del resultado del diagnóstico, el análisis del mercado, el tamaño, localización; disponibilidad de insumos, tecnología, mano de obra, monto de la inversión; marco físico, social y político, entre otros.	Demanda	Cliente Producto Precio del producto	¿Cuál es el precio que se establecerá para el producto?	¿Entrevista realizada al gerente de la empresa?
	Procesos	Orden. Gestión. Actividades.	¿La gestión de procesos se realiza de forma correcta?	¿Entrevista realizada al gerente de la empresa?
	Normas sanitarias y legales	Leyes del consumidor. Normas de salud. Leyes de seguridad al trabajador.	¿Conoce las normas legales que rigen el funcionamiento de la empresa?	¿Entrevista realizada al gerente de la empresa?
	Estructura técnica	Presupuestos Recursos Disponibles. Financiación	¿La estructura técnica que realiza la empresa es la idónea?	¿Entrevista realizada al gerente de la empresa?

ambiente luego de una succulenta comida,

cuando se tiene la sensación de llenura.

Sus propiedades harán que el consumidor

Distribución

Almacenamiento.
Logística
Abastecimiento

¿La empresa realiza un correcto manejo de información relacionada al transporte y distribución?

¿Entrevista realizada al gerente de la empresa?

sienta una frescura en su estómago,

ya que el licor dilata los vasos

y mejora el riesgo sanguíneo. **(Castañeda & Cerdeña, 2018)**

(Castañeda & Cerdeña, 2018)

Capítulo III

3. Marco Metodológico

3.1 Plan de Investigación

El presente plan de investigación contará con varias fases, donde en primer lugar se realizará la formulación del problema, el cual dará las pautas para establecer el tema “Estudio de Pre factibilidad para la Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo”, así mismo, estará la fase de recopilación de información secundaria que serán de apoyo para el desarrollo de la investigación.

Luego se procederá a la selección de la información bibliográfica redactando las partes esenciales que fundamentan el proyecto, también se realizara una investigación de campo aplicando la técnica de la entrevista para recopilar datos del entorno actual del mercado al que está encaminado el trabajo de investigación.

Finalmente se elaborará la conclusión tomando como base los datos obtenidos de los diferentes métodos y técnicas que se aplicaran en la investigación para la Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana.

3.2 Tipos de Investigación

Los tipos de niveles de investigación que se aplicarán, contemplarán la Investigación Exploratoria, que será utilizada al momento de identificar el problema que se va investigar, realizando el diagnostico macro, meso y micro del entorno en el que se encuentra el problema a investigar, la Investigación Descriptiva puesto que permitirá comparar sus problemas con otras actividades y también se utilizara la Investigación Analítica en donde se medita la información obtenida a través de artículos y fuentes bibliográficas, indicando lo que se va a necesitar para el proyecto de investigación, la Investigación Sintética, también, tiene su utilización ya que permite concretar las partes principales del proyecto de investigación, finalmente la Investigación

Propositiva tiene su uso al momento de examinar todas las técnicas y procedimientos que se efectuara para identificar el problema a investigar.

3.3 Fuentes de Investigación

“Una fuente de información es todo aquello que nos proporciona datos para reconstruir hechos y las bases del conocimiento”. (Maranto & González, 2015)

“Las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, la búsqueda y el acceso de la información”. (Maranto & González, 2015)

En cuanto las fuentes de investigación el desarrollo de este tema también se llevará efecto a través de las fuentes primarias o de información o resultado de campo, por ejemplo, las entrevistas a personas específicas y también de las fuentes secundarias como revistas, sitios web, artículos científicos, referencias bibliográficas las cuales serán de gran utilidad para la estructura del proyecto.

3.4 Población

De acuerdo a datos proporcionados por el INEC, según el Censo Nacional de Población y Vivienda, en el Cantón Portoviejo existían 290.199 habitantes en el año 2010, en la zona urbana y rural, teniendo conocimiento de la cantidad aproximada de personas que habita en la ciudad antes nombrada se hace necesario para la ejecución del proyecto conocer la aceptación que este pueda tener a través de la aplicación de una encuesta, para ello será encuestadas ciudadanos de 18 a 65 años de edad, para lo cual se estima que es de 182.698.

3.5 Tamaño de la Muestra

Para el tamaño de la muestra se aplicará la siguiente formula:

Muestra

p= Probabilidad de ocurrencia 50%

q= Probabilidad de no ocurrencia 50%

α²= Nivel de significancia 5%

N= número de Población 182.698

Z² α/2= Nivel de Confianza 1.96

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

$$n = \frac{182.698 (0.50). (0.50). (1.96)^2}{(182.698 - 1). (0.05)^2 + (1.96)^2. (0.50). (0.50)}$$

$$n = \frac{175.463,16}{455.20}$$

$$n = 385$$

Capítulo IV

4 Formulación del Proyecto

4.1 Análisis e interpretación de resultados

Objetivo: La presente investigación busca identificar la potencialidad de producción y comercialización de “Aguardiente de Manzana” en la ciudad de Portoviejo. Este trabajo de investigación corresponde al Trabajo de Titulación en la Carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial de la Universidad San Gregorio de Portoviejo.

Se realizaron 385 encuestas a un público consumidor de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo.

1. ¿Cuántos años tienes?

Tabla: 3
Edades

Variable	Frecuencia	%
18 Años	123	31.95%
19 Años	59	15.32%
20 Años	25	6.49%
21 Años	12	3.12%
22 Años	33	8.57%
23 Años	21	5.45%
24 Años	17	4.42%
25 Años en adelante	95	24.68%
Total	385	100.00%

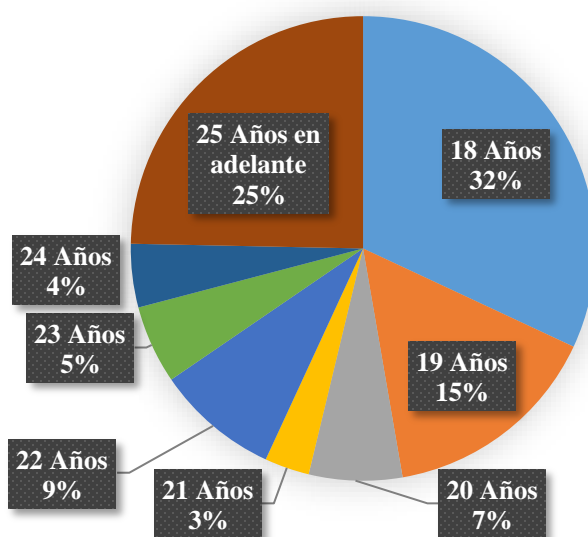


Figura 1. Edades

Análisis

Para la obtención de los resultados se consideraron a las personas con una edad promedio que va desde los 18 años hasta los 65 años de edad, para consumir el aguardiente de manzana en el Cantón Portoviejo y es así que se puede observar en la tabla anterior que la mayor frecuencia de encuestados fueron personas de 18 años con 31.95%.

2. ¿Qué género eres?

Tabla: 4
Sexo

Variable	Frecuencia	%
Masculino	231	60.00%
Femenino	154	40.00%
Total	385	100.00%

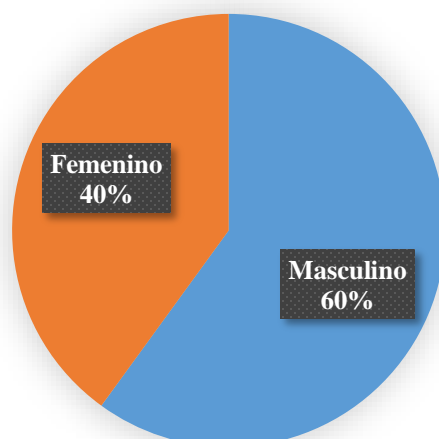


Figura 2. Sexo

Análisis

La encuesta realizada tuvo un enfoque de género masculino y femenino, con el fin de determinar cuál es el género que más consume el producto en estudio, en la tabla N°4 se puede observar que la mayoría de las personas encuestadas en el Cantón Portoviejo fueron personas del género masculino con el 60% y el género femenino con el 40%.

3. Su nivel de ingresos mensuales, actualmente se encuentra en el rango de:

Tabla: 5
Ingresos Mensuales

Variable	Frecuencia	%
Menos de 400 dólares.	339	88.05%
400 a 800 dólares.	36	9.35%
801 a 1200 dólares.	8	2.08%
1201 a 1600 dólares.	2	0.52%
1601 a 2000 dólares.	0	0.00%
Más de 2000 dólares.	0	0.00%
Total	385	100.00%

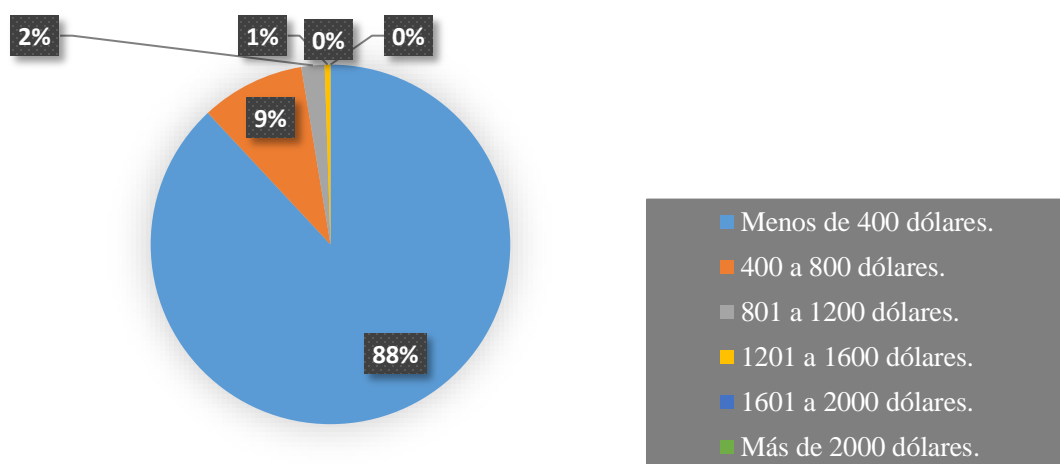


Figura 2. Ingresos Mensuales

Análisis

En la tabla N°5 que hace mención a los ingresos mensuales de las personas encuestadas, se pueden evidenciar que más de la mitad de los encuestados perciben un salario mensual de menos de \$400 ocupando en el rango de porcentaje el 88% y otra parte de los encuestados perciben un salario entre \$400 y \$800 ocupando en el rango de porcentaje el 9%

4. Su ocupación actual es:

Tabla: 6
Ocupación actual

Variable	Frecuencia	%
Estudiante	266	69.09%
Empleado público	10	2.60%
Empleado privado	6	1.56%
Jubilado	3	0.78%
Libre ejercicio de la profesión	14	3.64%
Artesano/Obrero independiente	0	0.00%
Desempleado	86	22.34%
Otro (especifique)	0	0.00%
Total	385	100.00%

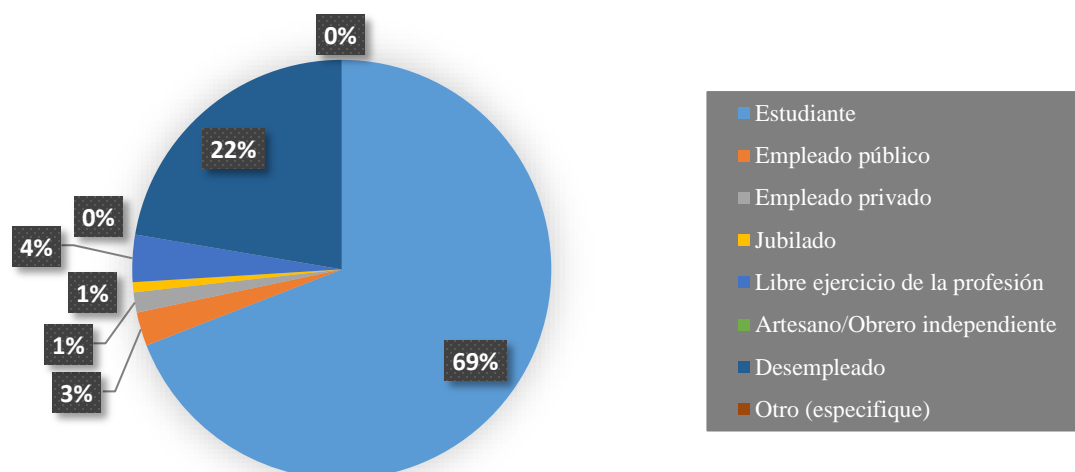


Figura 3. Ocupación actual

Análisis

En la tabla N° 6 derivando la ocupación actual de la población del Cantón Portoviejo, se puede concretar que un poco más de la mitad el 69% de los encuestados son personas que se dedican a estudiar y, otra parte de los encuestados que es el 22% son personas desempleadas.

5. ¿Consume usted bebidas Alcohólicas?

Tabla: 7
Consumo del producto

Variable	Frecuencia	%
Si	343	89.09%
No	42	10.91%
Total	385	100.00%

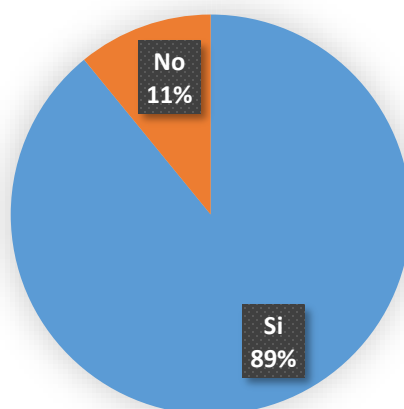


Figura 4. Consumo del producto

Análisis

En la tabla N°7 muestra el consumo de productos de bebidas alcohólicas, ya que se considera un alto nivel en el Cantón Portoviejo siendo así en un 89% de personas que consumen bebidas alcohólicas, esto nos indica que a las personas del Cantón Portoviejo si le gustan las bebidas alcohólicas y esto se considera un punto a favor para la puesta en marcha del proyecto, sin embargo existe un 11% de personas que no consumen bebidas alcohólicas.

6. ¿Con qué frecuencia consume usted bebidas alcohólicas?

Tabla: 8

Frecuencia del producto

Variable	Frecuencia	%
Nunca.	18	4.68%
Todos los días	2	0.52%
Una vez a la semana.	64	16.62%
Una vez cada quince días.	39	10.13%
Una vez al mes.	99	25.71%
Solo en reuniones sociales.	163	42.34%
Total	385	100.00%

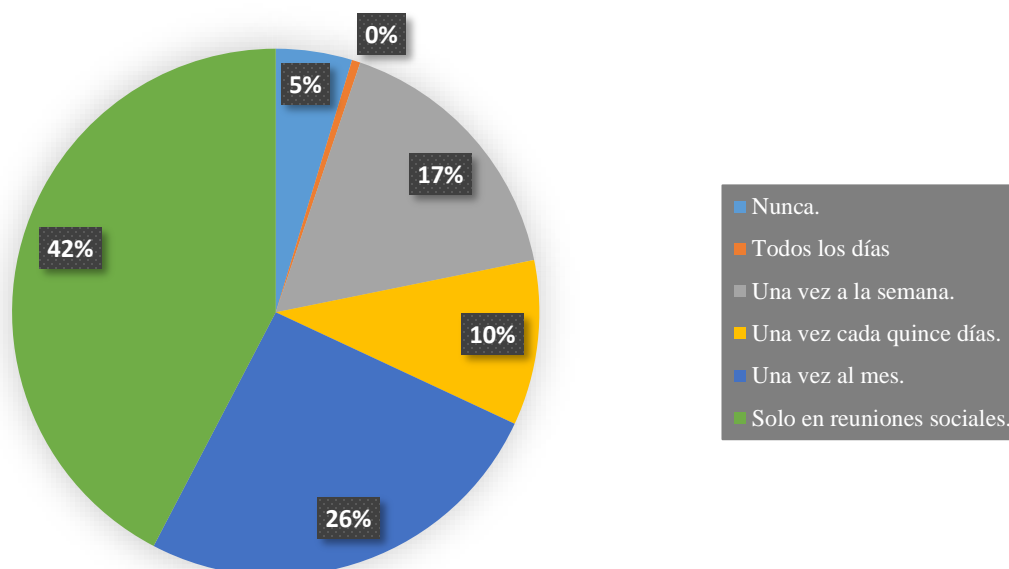


Figura 5. Frecuencia del producto

Análisis

En la tabla N° 8 se habla sobre la frecuencia del producto donde se puede observar que una vez obtenido los resultados de la encuesta, se determina que del total de las personas encuestadas el 42% solo consumen bebidas alcohólicas en reuniones sociales.

7. ¿Cuáles son los factores que usted considera, al momento de consumir una bebida alcohólica?

Tabla: 9
Factores del Producto

Variable	Frecuencia	%
Precio	32	8.31%
Calidad	153	39.74%
Confianza	165	42.86%
Servicio	31	8.05%
Marca	4	1.04%

Otros (especifique)	0	0.00%
Total	385	100.00%

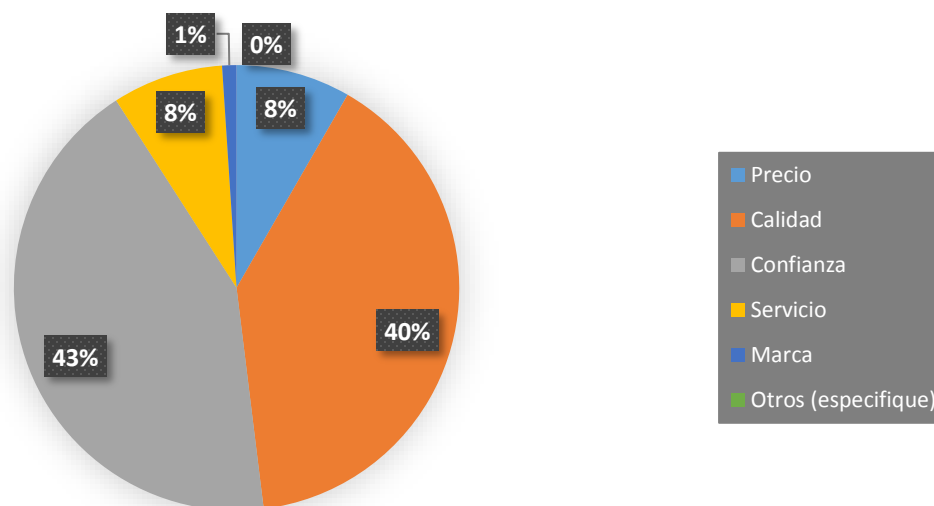


Figura 6. Factores del Producto

Análisis

Las bebidas alcohólicas que consumen los portovejenses están determinadas por varios factores como lo es el precio, la calidad, servicio, confianza entre otros. En la tabla N° 9 se puede apreciar que gran parte de la comunidad portovejense encuestada indica que la razón por la que elije consumir bebidas alcohólicas es por el nivel de confianza que el producto le brinda, ubicándose en el rango de porcentaje con un 43%.

8. ¿En qué tipo de locales acostumbra a comprar bebidas alcohólicas?

Tabla: 10

Locales del Producto

Variables	Frecuencia	%
Supermercados.	42	10.91%
Licorerías.	117	30.39%
Tienda del barrio.	223	57.92%
Gasolineras.	3	0.78%
Otros (especifique).	0	0.00%
Total	385	100.00%

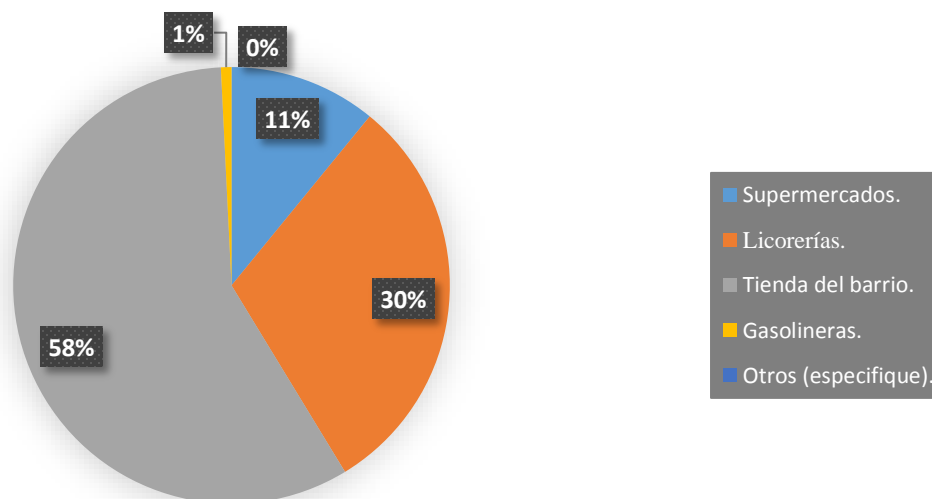


Figura 7. Locales del Producto

Análisis

La tabla N°10 hace referencia a los puntos de ventas de esta bebida alcohólica, mediante los resultados obtenidos se determina que los puntos de compra de mayor preferencia por parte de los consumidores de Portoviejo al momento de adquirir una bebida alcohólica son, las tiendas del barrio con un 58%, las licorerías con un 30% y los supermercados con un 11%.

9. ¿Ha probado usted Aguardiente de Manzana?

Tabla: 11
Catación del Producto

Variable	Frecuencia	%
Si	133	34.55%
No	252	65.45%
Total	385	100.00%

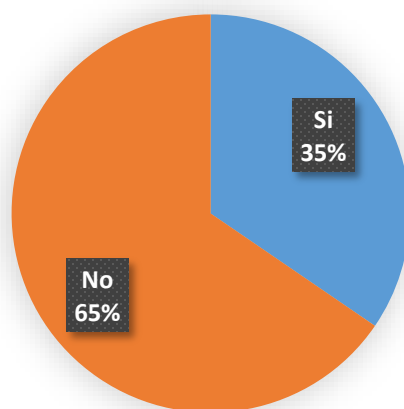


Figura 8. Catación del Producto

Análisis

Mediante la encuesta que hace referencia a la catación del aguardiente de manzana, se obtuvo que un 65% de las personas encuestadas no han probado el aguardiente de manzana y un 35% de la población portovejense encuestada confirma que si han probado el licor, de esta manera se puede determinar que en el Cantón Portoviejo existe un bajo nivel comercialización de aguardiente de manzana.

10. Si la respuesta a la pregunta 5 fue SI, ¿Cada que tiempo usted consume el

Aguardiente de Manzana?

Tabla: 12

Tiempo del consumo del producto

Variable	Frecuencia	%
Todos los días.	0	0.00%
Una vez a la semana	21	5.45%
Una vez cada quince días	83	21.56%
Una vez al mes	160	41.56%
Solo en reuniones sociales	121	31.43%
Total	385	100.00%

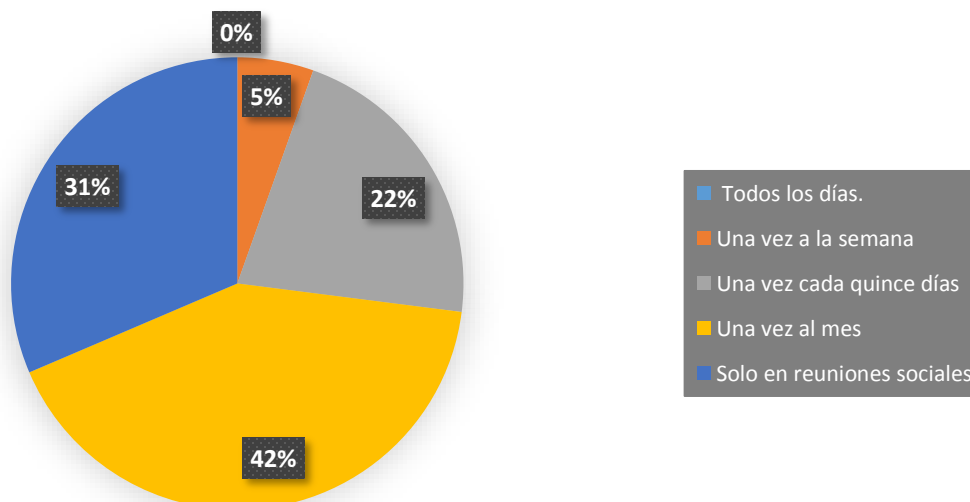


Figura 9. Tiempo del consumo del producto

Análisis

Según el resultado obtenido de la pregunta N°6 se puede determinar que en el Cantón Portoviejo existe un nivel medio de cultura hacia el consumo de aguardiente de manzana, esto se determina considerando a la población que contestó si a la pregunta 5 debido que el 42% de los encuestados consumen aguardiente de manzana una vez al mes.

11. Si la respuesta a la pregunta 5 fue NO, ¿Le interesaría consumir Aguardiente de Manzana?

Tabla: 13

Interés del consumo del Producto

Variable	Frecuencia	%
Si	357	92.73%
No	28	7.27%
Total	385	100.00%

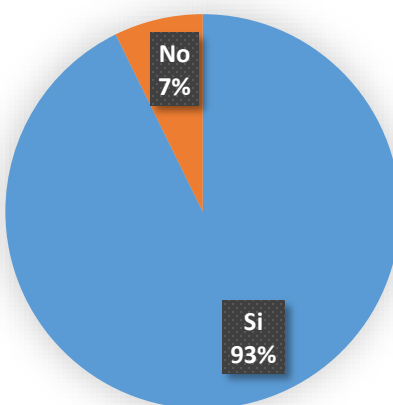


Figura 10. Interés del consumo del Producto

Análisis

Según el resultado obtenido de la pregunta N°7, se determinó que en el Cantón Portoviejo la mayoría de los encuestados aún no han consumido el aguardiente de manzana, pero el 93% de los encuestados mediante las respuestas, indican que, si les interesa consumir el aguardiente de manzana.

12. ¿Conoce usted alguna empresa que produzca o comercialice aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo?

Tabla: 14
Comercialización

Variable	Frecuencia	%
Si	92	23.90%
No	293	76.10%
Total	385	100.00%

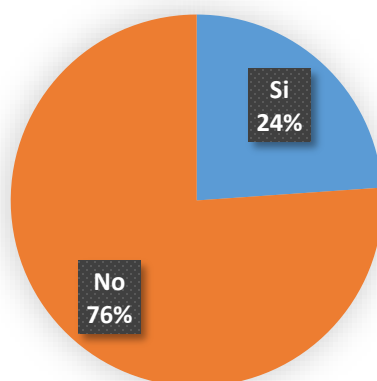


Figura 11. Comercialización

Análisis

La tabla N° 14 indica la comercialización del aguardiente de manzana que existe en el cantón Portoviejo, ya que, mediante los resultados se obtuvo que el 76% de los encuestados no conocen empresas donde se venda el aguardiente de manzana, y por eso es necesario que la empresa establezca estrategias de marketing que le permitan a los clientes tener facilidad para adquirir el producto.

13. Considera usted la demanda del mercado del aguardiente de Manzana en el Cantón

Portoviejo es:

Tabla: 15
Demanda de Mercado

Variable	Frecuencia	%
Alto	66	17.54%
Medio	275	71.03%
Bajo	44	11.43%
Total	385	100.00%

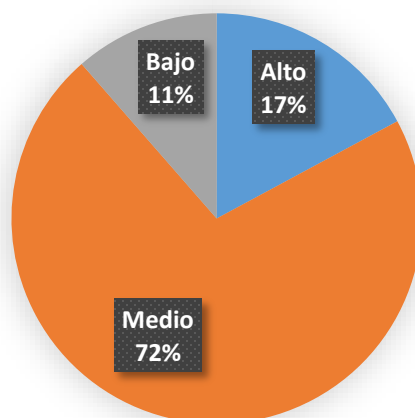


Figura 11. Demanda de Mercado

Análisis

Los mercados siempre están en constante desarrollo y con ellos, las nuevas tendencias de consumo generadas, en el análisis de la demanda del mercado hacia el consumo del aguardiente de manzana en el Cantón Portoviejo se determinó que es de un nivel de consumo medio, debido a que el 72% de los encuestados escogieron esa opción como respuesta.

14. Estima usted que la oferta de mercado de Aguardiente de Manzana en el Cantón

Portoviejo es:

Tabla: 16
Oferta de Mercado

Variable	Frecuencia	%
Alto	68	17.66%
Medio	176	45.71%
Bajo	141	36.62%
Total	385	100.00%

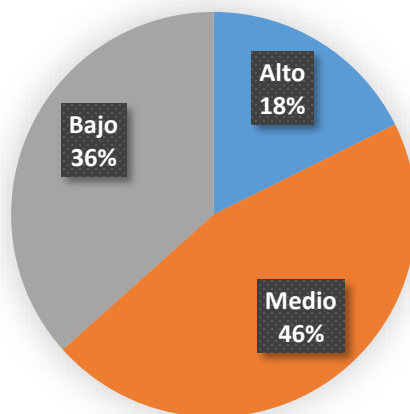


Figura 12. Oferta de Mercado

Análisis

La estimación de la oferta del mercado del aguardiente de manzana en el Cantón Portoviejo es de nivel medio, debido que el 46% de los encuestados escogieron esa opción, de esta manera se determina un nivel de consumo moderado y positivo para la empresa, ya que nos arroja un porcentaje de participación en el mercado con buenas estrategias.

15. ¿Cuál considera usted que debe ser un precio normal para una botella de Aguardiente de Manzana?

Tabla: 17
Consideración del Producto

Variable	Frecuencia	Variable
\$1	80	20,78%
\$1,25	2	0,52%
\$1,5	13	3,38%
\$2	173	44,94%
\$3	23	5,97%
\$3,5	4	1,04%
\$4	7	1,82%
\$5	17	4,42%
\$6	2	0,52%
\$7	1	0,26%
\$8	3	0,78%
\$10	14	3,64%
\$12	30	7,79%
\$15	16	4,16%
Total	385	100,00%

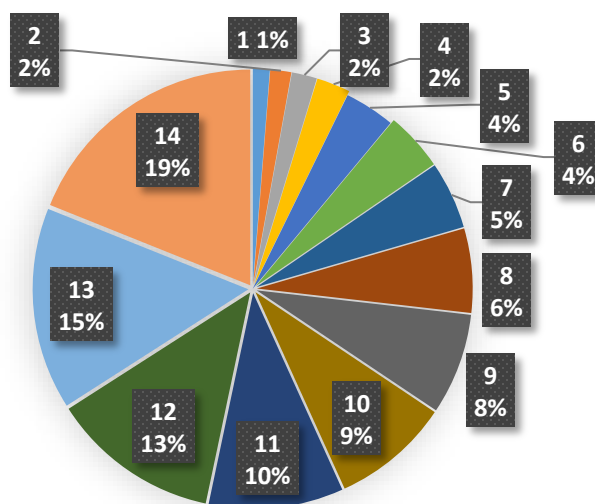


Figura 13. Consideración del Producto

Análisis

El precio de venta al público obedecen a muchos factores que requieren de un análisis específico, pero para tener una idea general del precio se determinó mediante la obtención de resultados de las

encuestas, que los consumidores estarían dispuestos a pagar un valor de \$2 por una botella de 500ml en un rango de 44.94%.

4.2 Estudio de Mercado

4.2.1 Micro Ambiente

El tema micro ambiental se encontraran elementos estrechamente relacionados con la empresa dentro de ellos podemos dar tanto a proveedores, intermediarios y consumidores este tema, se la podría considerar clave para toda empresa con el objetivo de diversificar amenazas con la que se pueden encontrar y de igual manera aprovechar las mismas terminar el análisis de micro ambiente a utilizar.

Teniendo en cuenta que la elaboración y distribución del Aguardiente de Manzana avanza por una serie de procesos es desde el cultivo de caña así como la producción de manzana pasando por la transformación de la materia prima antes mencionada hasta llegar a la promoción y adquisición de los posibles clientes, el mismo deja una serie de alteraciones al ambiente en su mayoría en ínfimas cantidades.

4.2.2 Análisis del consumidor

El análisis del consumidor es el estudio que se realiza sobre el consumidor cuando se elabora una investigación de mercado. Lo más importante es conocer cuáles son sus necesidades y los datos que resulten relevantes. (Quiroa, Myriam, 2021).

El proyecto va direccionado a una población que va desde los 18 años hasta los 65 años en el Cantón Portoviejo, y la provincia en general, teniendo en cuenta el aspecto legal que rige la Constitución ecuatoriana y Leyes a las que están sometidas. Se determinó este rango de edades porque son personas que están actos para consumir este tipo de alcohol, además el producto es de consumo popular por su bajo costo y a la personas les gusta consumir este tipo de bebidas con saborizante natural, debido que les da un toque especial para compartir entre amigos y familiares.

4.2.3 Proveedores

Un proveedor es la persona o empresa que abastece a otras empresas a producir sus bienes o servicios para el funcionamiento de correcto del negocio, algunas empresas no cuentan con material disponible y por ello necesitan proveedores.

4.2.4 Competencias e intermediarios

A nivel del Cantón Portoviejo y la Provincia de Manabí existen varios competidores por hacerse del mercado total, ya que, estos actualmente están compartiendo un alto porcentaje de consumidores. Existen una gran cantidad de productos que en su mayoría son fabricados en otros lugares de Manabí para ser introducidos en Portoviejo, ya que, ven en el Cantón un potencial económico atrayente.

Esta clase de competencia es alta, por lo tanto ha sido útil en mayor cantidad a los que se dedican a la elaboración y ventas de este producto, por lo cual es necesario ofertar y elaborar un preparado que se adapte a las necesidades de quienes lo consumen teniendo en cuenta la parte legislativa así como también la parte ambiental y de salud con el fin de respetar cada uno de los aspectos ya mencionados.

4.2.5 Macro Ambiente

Político.

El Ecuador en la actualidad, cuenta con un gobierno de derecha, lo que supone la generación de políticas públicas que fomenten la inversión privada y el emprendimiento. Esto se hace visible con la creación de líneas de créditos dirigidos al sector productivo del país con condiciones preferentes para los pequeños emprendedores. Estas políticas públicas brindan la posibilidad de alcanzar el éxito con el presente proyecto de inversión a pequeña escala.

Existe una normativa vigente que regula la producción y comercialización de bebidas alcohólicas. La propia Constitución, leyes y reglamentos, contienen una serie de artículos que busca regular y controlar la producción de bebidas alcohólicas, debiendo cumplir con procesos de acreditación ante la autoridad sanitaria ecuatoriana. Por otro lado, las leyes promueven la reducción del consumo de alcohol, la venta a menores de edad y una regulación respecto a los envases y etiquetas, en donde expresamente debe indicarse que el carácter nocivo que provoca su consumo.

Económico.

Según la información que arroja el Banco Central del Ecuador indica que el PIB en el año 2021 tuvo un crecimiento del 4,1% superando la proyección que era un 3,55%. El crecimiento de la economía se dio tras un acelerado y amplio plan de vacunación anticovid. Ecuador prevé un crecimiento económico de 2,85% para el 2022, este valor es inferior al estimado para el 2021 cuando las autoridades consideraron que el PIB de la nación andina crecería un 3,02%.

Social.

Según (El Diario, 2011) los datos del Censo de población y vivienda realizado en noviembre del 2010, Portoviejo es el cantón manabita más poblado, Manta es el segundo, y Montecristi el tercero, cabe recalcar que las cifras del Censo de población y vivienda sitúan a Portoviejo y a Manta entre las 10 jurisdicciones con mayor población del país.

Considerando la proyección del Censo para el 2020 se puede concretar que la población Portovejense ha tenido un mayor crecimiento en comparación a los datos obtenidos en el Censo del 2010.

En lo referente a la implementación de una planta de elaboración y ventas de aguardiente de manzana, este proyecto se lo realizará en la provincia de Manabí, en el Cantón Portoviejo, debido a que es una ciudad con constante demanda de licores saborizados, donde existen todo tipo de

consumidores de diferentes edades, sexos y gustos, personas con rango de edades desde los 18 años, hasta los 65 años.

Tecnológico.

Resulta vertiginoso el crecimiento de las comunicaciones, gracias a la masificación del uso del internet y con este, el uso de redes sociales que crecen en oferta y en cantidad de usuarios. Esto, sin lugar a dudas, permite acercar las empresas y sus productos a los consumidores finales, reduciendo el canal de distribución y accediendo al mercado durante las 24 horas del día, los 365 días del año. A esto se debe sumar la reducción de costos de comunicación y publicidad que ha supuesto a las empresas, el advenimiento de la comunicación digital y la publicidad no tradicional.

4.2.6 Oferta

La oferta, en economía, es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos. (Pedrosa J. , 2015).

El aguardiente es una oferta competitiva, debido a que existen varios productos del mismo, existen personas emprendedoras que eligen este tipo de negocio y lo difunde al mercado por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor.

Según las últimas cifras disponibles del Banco Central del Ecuador, en nuestro país la oferta de bebidas entre el años 2007 y 2018 dicha oferta creció a razón de 2,0% por año, cabe señalar que esta estructura se ha mantenido estable a lo largo del período evaluado, aunque se espera que a partir de 2019 se registre un mayor peso en el componente del ICE, durante 2019 la producción local de bebidas en general (alcohólicas y no alcohólicas) aportó con USD 1.004 millones al PIB del país, lo que representó un 6% del PIB, en el primer trimestre de 2020 dicho crecimiento fue bajo nuevamente, con una variación de 0,3% en comparación a los niveles del mismo período de 2019.

Hasta junio de 2020, en esta industria se encontraron 1.300 productores cuya actividad se desarrollaba bajo la figura de una persona natural, y otros 451 productores que lo hicieron bajo la figura de una sociedad como tal (personas jurídicas). (Andrade, Pisco, Quinde, & Coronel , 2020).

4.2.7 Demanda

La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir. (Peiro, 2015).

La demanda es una gama de bienes y servicios que pueden ser alcanzados a precios del mercado para satisfacer las necesidades o deseos de los consumidores.

Estos bienes y servicios pueden englobar la práctica totalidad de la producción humana como la alimentación, medios de transporte, educación, ocio, medicamentos y un largo etcétera. Por esta razón, casi todos los seres humanos que participan de la vida moderna, son considerados como ‘demandantes’ (Peiro, 2015).

En Ecuador la demanda de las bebidas alcohólicas y los precios provocan grandes cantidades de contrabando que corresponde a un 10% y, el otro 90% de alcohol es el que entra de forma legal y pasa por un proceso de control establecido, permitiendo que los policías y aduaneros hagan sus respectivas revisiones y otorguen el ingreso de las bebidas alcohólicas.

4.2.7.1 Estimación de la Demanda

La población de Portoviejo equivale a 182.698 donde la demanda actual es estimada con base a la pregunta N° 13 de la población económicamente activa del cantón, donde el 71.03% de las personas encuestada, instancia el nivel medio, por lo tanto, se presentaría una demanda actual de:

- Demanda actual: $182.698 * 71.03\%$
- Demanda actual: 129.770

Considerando que el producto interno bruto crecerá en estos próximos años a una tasa de 0.90% según las proyecciones de crecimiento de América Latina y el Caribe del 2019, se tendría una demanda total estimada de:

Tabla: 18
Demanda Proyectada

Año	Demanda
0	129,770
1	130,938
2	132,116
3	133,305
4	134,505
5	135,716

4.2.8 Demanda Insatisfecha

Se entiende cuando hay demanda Insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta, hay demanda insatisfecha cuando no ha sido considerado por el mercado, ya que esto procede a toda la demanda total para obtener los resultados obtenidos del estudio de mercado.

Para calcular la demanda Insatisfecha se la aplicara en el método cuantitativo que ayudara a establecer el segmento del mercado para que la empresa de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo pueda ser aceptado, para eso se debe tomar en consideración la pregunta N° 14 Estima usted que la oferta de mercado de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo es:

Producto. En la que se obtiene un porcentaje 45.71% que estima que la oferta es media.

Tabla: 19
Demanda Insatisfecha

Demanda Insatisfecha=	Demanda Actual * Factor
Demanda Insatisfecha=	129,770*45.71%
Demanda Insatisfecha=	59, 318 habitantes

Para determinar un nicho real de mercado se considera la pregunta N°12 de la encuesta aplicada ¿Conoce usted alguna otra empresa que produzca o comercialice Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo? En la que el 76.10% manifestó que no conocen otra empresa de aguardiente de manzana de esto se obtiene:

Tabla: 20
Demanda Insatisfecha

Demanda Insatisfecha=	Demanda Actual * Factor
Demanda Insatisfecha=	59, 318 *76.10%
Demanda Insatisfecha=	45,140 habitantes

El nicho de mercado da como respuesta 45,140 habitantes, considerando una tasa de crecimiento de 0,09% anual del producto interno bruto obteniendo la siguiente estimación de la demanda.

Tabla: 21
Proyección de la Demanda

Año	Número de Habitantes
0	45,140
1	45,546
2	46,956
3	46,370
4	46,787
5	47,208

4.2.9 Producto

El Aguardiente “MANCEVA” ofrecerá al consumidor final una bebida 100% natural, obtenido de la caña de azúcar y de la Manzana con excelente calidad, aplicando las normas e higiene con personal altamente capacitado, una excelente atención al cliente, precios accesibles al público.

4.2.10 Empaquetado

Se ha elegido los tipos de envases para el Aguardiente de manzana “MANCEVA” va hacer distribuido en envases plásticos.

4.2.11 Precio

Para determinar el precio de los productos se deberá tomar en cuenta según los costos de producción, mano de obra, insumos de empaquetados y se prospecta lanzar el producto a un precio accesible y satisfacción al cliente, el mismo que será determinado en el estudio financiero.

4.2.12 Plaza

La venta del Aguardiente de Manzana estará ubicada en el Cantón Portoviejo y a la vez esto incluye que el personal estará capacitado para brindar un excelente servicio. Lo cual se conforma en un canal de distribución vendiendo de una forma directa al consumidor final.

4.2.13 Promoción

La promoción del producto se realizará a través de medios publicitarios tales como: medios de comunicación como la radio, letreros y redes sociales.

La estrategia más adecuada es utilizar las redes sociales para hacer la publicidad con el fin de llegar a todos los consumidores que les guste el aguardiente de manzana. Las promociones que se proyecta realizar van hacer por el 2x1, en fechas especiales, compras al mayor, entre otros.

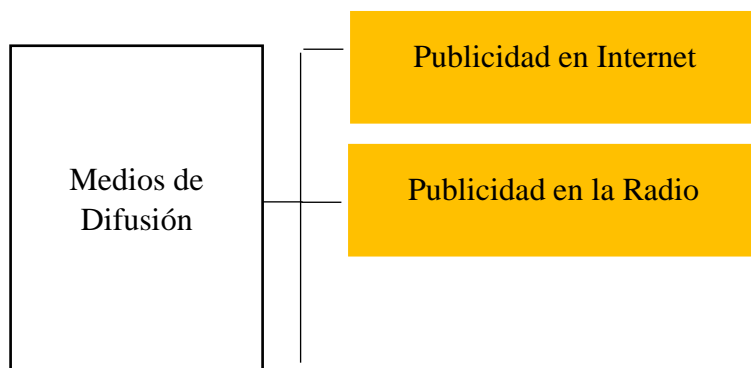




Figura 14. Medios de Difusión

Elaboración: Propia

4.2.14 Logotipo



Figura 15. Logo Tipo

Elaboración: Propia

4.3 Estudio Técnico

4.3.1 Dimensión y Características del mercado

El estudio técnico ayudara al proyecto a determinar el tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización, el monto que se necesitara para la inversión y de los costos de operación pertinentes.

4.3.2 Tamaño del proyecto

El Aguardiente de Manzana debe tener la capacidad de producir ciertas cantidades que requieran los clientes al momento de consumir.

4.3.2.1 Distribución y Espacio de la Planta

La empresa contara con algunas áreas, la primera área servirá para la elaboración y producción del Aguardiente de Manzana, por lo tanto, se requiere un espacio grande y amplio para la elaboración del mismo, también contara con un área para el almacenamiento y la comercialización del preparado y el área donde se va atender a los clientes.

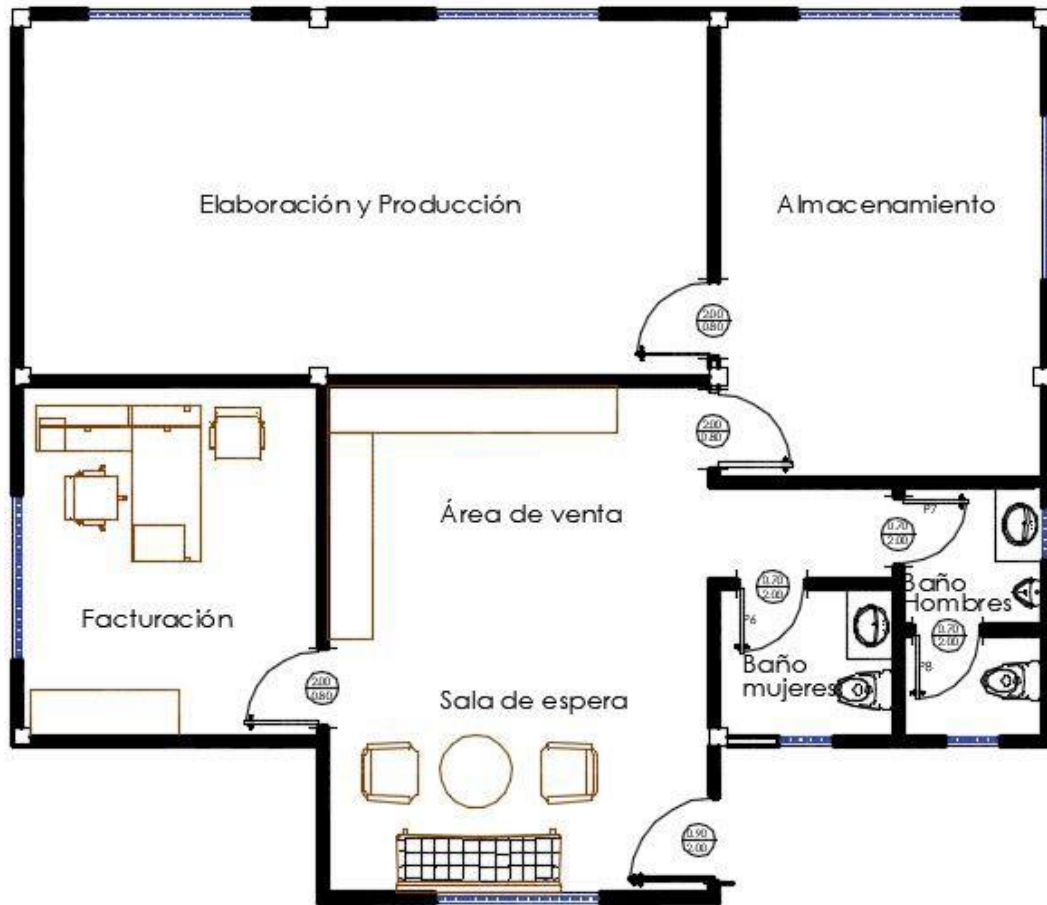


Figura 16. Layout

Elaboración: Propia

4.3.3 Localización del Proyecto

La localización del proyecto es la que ayudara a determinar el sitio en donde se va a instalar el local, considerando la facilidad y el acceso que tenga el cliente hacia nuestro producto.

En el estudio de localización del proyecto, se debe considerar dos aspectos importantes que son: La macro localización la cual consiste en determinar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, que puede ser nacional o territorial y la micro localización, es la ubicación donde se dará el proyecto a realizar y en ésta se hará la comercialización en las instalaciones.

4.3.4 Macro localización

En lo que compete a la macro localización la empresa será instalada en la República de Ecuador, Provincia de Manabí en el Cantón de Portoviejo, la cual limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con las provincias de Santa Elena y Guayas, al este con las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y Guayas, y al oeste con el Océano Pacífico. Su capital es el Cantón de Portoviejo.

Manabí es una de las provincias más importantes del Ecuador, es una de las 24 provincias que conforman la República del Ecuador; en ella habitan 1'562.079 personas, está constituida por 22 cantones, con sus respectivas parroquias urbanas y rurales, según la proyección demográfica del INEC para 2020, siendo la tercera provincia más poblada del país después de Guayas y Pichincha (Pazmiño & López, 2021).

Portoviejo también conocida como “San Gregorio de Portoviejo” cabecera Cantonal de la provincia de Manabí, como división política es llamada como “La Ciudad de los Reales Tamarindos” desde la época colonial tiene mucha historia, tradición y gran potencial arqueológico, se la distingue por su actividad comercial y turística, porque cuenta con los recursos naturales, culturales, turísticos que forman parte de un turismo cultural, rural, de sol y de playa.



Figura17. Macro localización.

Fuente: Google Maps

4.3.5 Micro localización

Es la selección específica del lugar o terreno dentro de la región que muestra las principales ventajas. Para establecer la micro localización se debe reflexionar sobre la disponibilidad de elementos fundamentales para el mejor funcionamiento del proyecto como los clientes, proveedores y competidores; materia prima, recursos materiales, humanos y técnicos; infraestructura física y de servicios como la electricidad, agua, telefonía, eliminación de desechos.

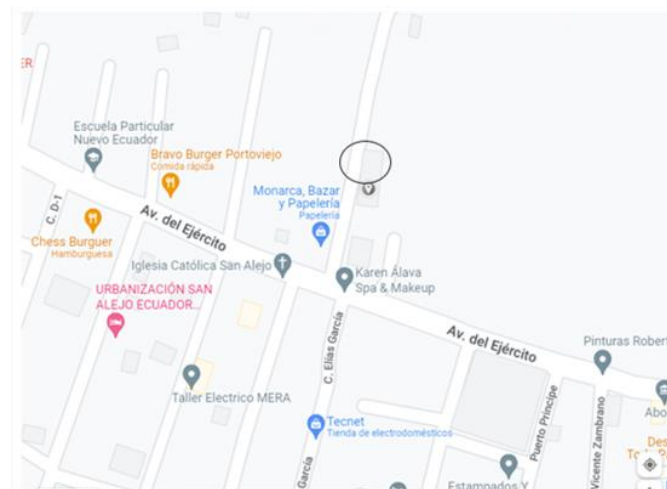


Figura 18. Micro localización

Fuente: Google maps

La empresa se establecerá en la ciudad de Portoviejo, en la avenida del ejercito a la altura del fuerte militar, el ingreso es por la calle que esta diagonal a la tienda el paso a 40 metros de la avenida principal se instalará el negocio.

4.3.6 Tecnología del proceso productivo

4.3.6.1 Equipos

Los implementos tecnológicos o industriales que se necesitan para la producción del Aguardiente de Manzana son los siguientes:

- Trapiche.
- Tanques para la Fermentación.
- Ollas o Calderas.
- Palas.
- Cocina Industrial.

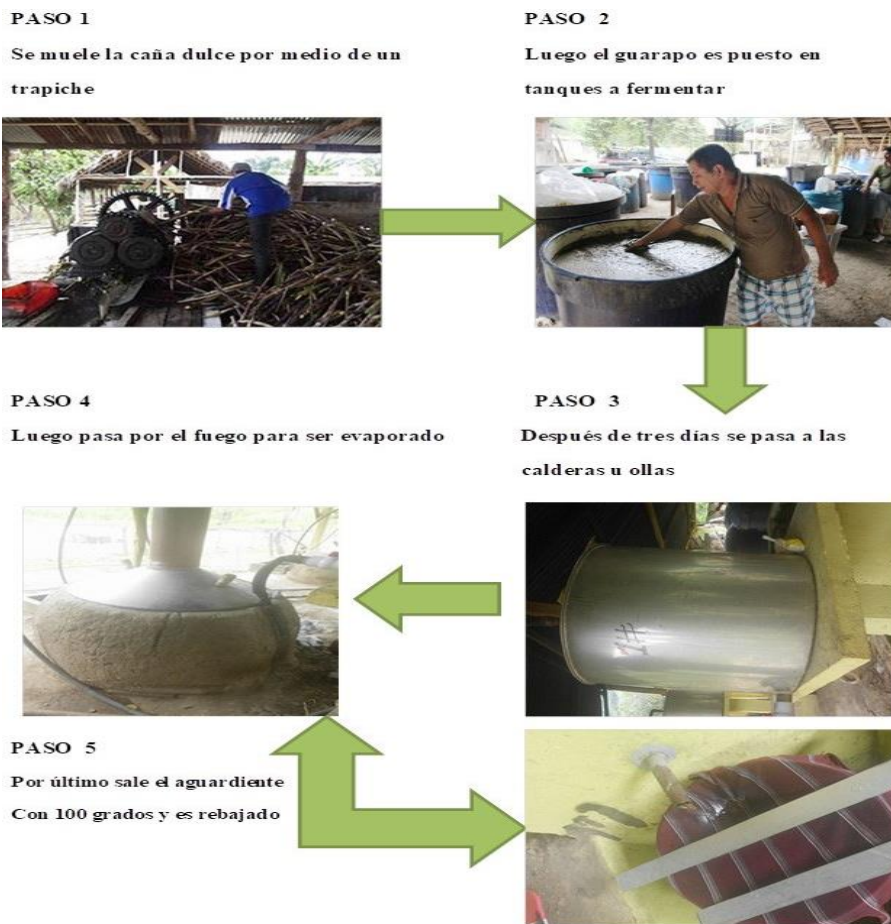


Figura19. Equipos.

Fuente: Google

4.3.6.2 Materia Prima

- Caña de Azúcar
- Agua
- Manzana
- Azúcar



Figura: 20. Materia prima
Fuente: Elaboración Propia

4.3.7 Ingeniería del Proyecto

La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros. (Pérez A. , 2015).

“La Ingeniería del proyecto permite que funcionen todos los procesos del producto para la mejora continua de la empresa con una buena estabilidad de ordenamiento hasta obtener el producto final.”

“En este proyecto se pretende establecer pasos para asegurar el proceso con una excelente calidad para la elaboración de aguardiente de Manzana y captar la atención de los clientes en el Cantón Portoviejo.”

Costo de maquinaria

Tabla: 22
Costo de Maquinaria

Nombre	Características	Precio
Cocina Industrial	Para la preparación del aguardiente de manzana	\$ 325
Ollas	Para la colocación del aguardiente de manzana	\$ 90
Tanques Reservorios	Para almacenar el aguardiente de manzana	\$ 300
Palas	Para mezclar el producto	\$ 25
Trapiche	Molino para extraer el jugo de la caña de azúcar	\$ 800
Total		\$ 1,540

Muebles y Equipo de Oficina

Tabla:23

Muebles y Equipo de Oficina

Detalles	Precio
Escritorios	\$ 130.00
Asientos	\$ 40.00
Impresoras	\$ 70.00
Teléfono	\$ 80.00
Computadora	\$ 500.00
Total	\$ 820.00

Mano de Obra Directa

Tabla:24

Mano de Obra Directa

Trabajadores	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Mensual	Total Anual
Operador de producción 1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$35,42	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 6.994,65
Operador de producción 2	\$ 425,00	\$ 35,42	\$35,42	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 6.994,65
Total						\$1.165,78	\$ 13.989,30

Sueldos Administrativos

Tabla:25

Sueldos Administrativos

	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Mensual	Total Anual
Gerente	\$900,00	\$75,00	\$35,42	\$109,35	\$75,00	\$1.194,77	\$ 14.337,20
Contador	\$800,00	\$66,67	\$35,42	\$97,20	\$66,67	\$1.065,95	\$ 12.791,40
Total						\$2.260,72	\$27.128,60

4.3.8 Flujograma del Proceso

El flujograma de proceso que se utilizara representa los pasos para la entrega del producto terminado:

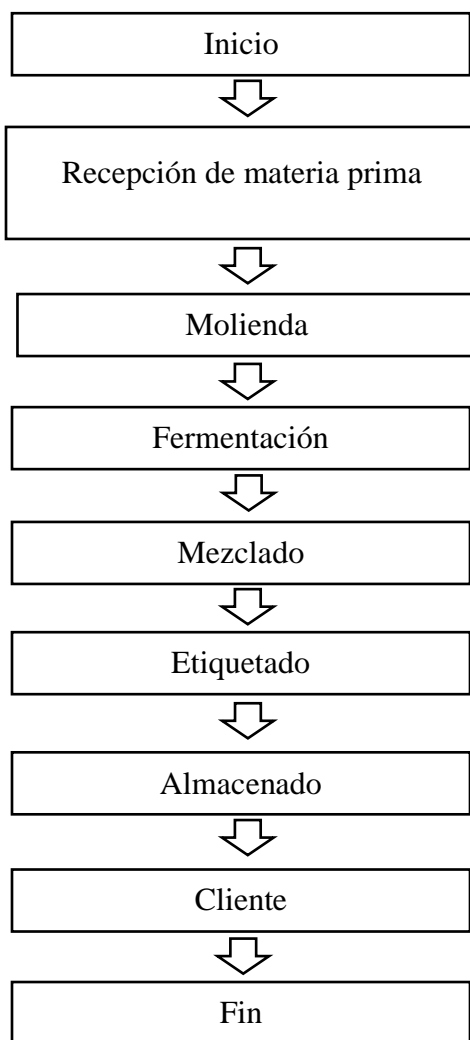


Figura: 21. Flujograma de proceso

Recepción de materia prima

El proceso de la elaboración de Aguardiente de Manzana inicia en la bodega donde se almacena la materia prima empleada para la producción, en este espacio se encuentra la caña de azúcar, el aguardiente y la manzana, con un ambiente controlado para prevenir que cualquier factor ambiental que afecte a la materia prima.

Molienda

Este proceso consiste en moler la caña de azúcar para la extracción del aguardiente.

Fermentación

Una vez ya extraído el aguardiente se procede a fermentar en tanques para obtener el grado de alcohol.

Mezclado

El proceso del mezclado inicia al momento del tener el grado de aguardiente deseado, luego de eso se procede a combinar todos los componentes.

Etiquetado

Una vez que el producto este embotellado se le coloca la etiqueta.

Almacenado

Cuando el producto final llega a la línea de producción, el personal encargado empaqueta las botellas y son trasladadas a la bodega.

Cliente

Esta es la etapa donde se procede a distribuir los productos a los diferentes clientes, también se ubica los productos en exhibición para que aquellos clientes que se acercan al local puedan hacer su adquisición.

4.4 Estudio Administrativo

4.4.1 Formulación Estratégica

Tabla: 26

Matriz FODA

<p>Fortalezas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Calidad y Control del Producto. • Atención al Cliente. • Responsabilidad Social. • Protección al Consumidor. • Misión y Visión. • Excelente comunicación entre clientes, empleados y jefes. • Precios accesibles. 	<p>Oportunidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos e insumos. • Proveedores eficientes. • Comercialización. • Desarrollo del mercado. • Demanda estable. • Publicidad masiva.
<p>Debilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnologías. • Infraestructuras. • Lugares de Ventas. • Escasez de Recursos Económicos. • Decretos Gubernamentales. • Tramites de permisos, licencia y registros sanitarios. • Clima Laboral. 	<p>Amenazas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altas Competencias. • Impuestos. • Incrementos de los costos y operación. • Elevada Inflación. • Poca aceptación del Producto.

4.4.2 Misión y Visión de la Empresa

Misión

Somos una empresa que elabora, envasa y comercializa bebidas alcohólicas de excelente calidad, llenando las expectativas de nuestros clientes, brindando un producto de gran exquisitez para delectar a los paladares más exigentes, contribuyendo al desarrollo y bienestar de la comunidad con responsabilidad social.

Visión

Ser una empresa posicionada en el mercado de bebidas que garantice la satisfacción al consumidor y permita el crecimiento constante, superando los ingresos que fortalezcan el nivel económico de sus colaboradores sin descuidar la responsabilidad social y el medio ambiente.

4.4.3 Valores Corporativos

Responsabilidad y compromiso: Valor por el cual el colaborador toma conciencia de la importancia de la ejecución de las acciones en las cuales se comprometió en el plazo que se le ha estipulado, y asume las consecuencias de sus actos.

Respeto: Mantener un trato respetuoso y cordial con los clientes, proveedores y con el equipo de trabajo.

Lealtad: Tener un alto nivel de lealtad con los clientes.

Honradez: Procurar alcanzar nuestro objetivo con honradez y transparencia.

Confidencialidad: Generar confianza a los clientes a través transacciones justas y de nuestros productos de calidad.

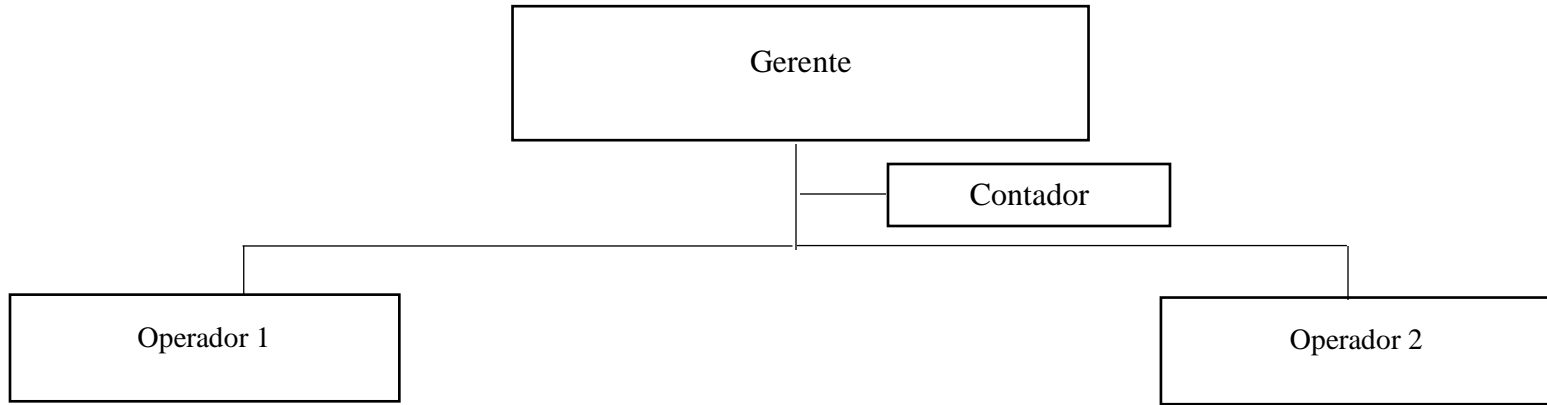
4.4.4 Objetivos Estratégicos

- Posicionar y expandir la empresa “MANCEVA” en todo el Ecuador.
- Mejorar la relación con el cliente, brindando mejores opciones de financiamiento y distribución del producto.
- Realizar un cálculo realista de los posibles volúmenes de ventas en los diferentes aspectos.

4.4.5 Estrategia Empresarial

La empresa “MANCEVA” utilizará productos de la mejor calidad como estrategias para la elaboración y ventas de Aguardiente de Manzana, para de esta manera brindar lo mejor a los clientes y competir de forma directa dentro del mercado de los licores tanto dentro como fuera de la provincia.

4.4.6 Organigrama



4.4.7 Funciones del Talento Humano

La empresa MANCEVA dedicada a la elaboración de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo, presenta su organigrama y, cuáles son los requerimientos que se necesitan para ocupar los puestos.

Gerente: Su responsabilidad es velar por que se ejecuten cada una de las actividades establecidas estratégicamente de forma eficiente, eficaz y efectiva, llevando una de manera correcta el objetivo y la misión que promueve en la empresa.

Contador: Es recaudar los valores monetarios por la venta del producto de forma efectiva, cumpliendo con el requisito de hacer la entrega de facturas correspondientes al cliente.

Operador de producción 1 y 2: La responsabilidad del operador se ubica en el área de producción y es el encargado hacer la parte manual en proceso de producción.

4.5 Estudio Legal

En el Estudio Legal, se busca identificar la existencia de alguna restricción legal a la realización de una inversión en un proyecto, debiendo realizarse en las etapas iniciales de la formulación y preparación, ya que, un proyecto altamente rentable, puede resultar no factible por una norma legal. Hay tener en cuenta que todo proyecto debe ser llevado a cabo dentro del Marco Legal existente en el país donde se realice, es decir, teniendo en cuenta la Constitución vigente, leyes, reglamentos, decretos y usos o costumbres que determinen las normas permisivas o prohibitivas que afectarán directa o indirectamente al proyecto en cuestión (Bocher, 2019).

En la Carta Magna de la Republica establece sus normas fundamentales de la regulación y ventas de bebidas alcohólicas para los ciudadanos, en los numerales 4 y 7 del artículo 83 establecen como deberes y responsabilidades de los ecuatorianos y las

ecuatorianas los siguientes “Colaborar en el Mantenimiento de la paz y la seguridad”, así como el “Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme el buen vivir”.

La inexistencia de un estudio legal en una empresa genera el desconocimiento de los objetivos a cumplir y las funciones para el personal.

4.5.1 Tipo de Empresa

La empresa “MANCEVA” será constituida como una Micro Empresa

4.5.2 Permisos de Funcionamiento

- ***Registro Sanitario:***

Según el Ministerio de Salud Pública, a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, es el responsable de la realización de las actividades de vigilancia y control establecidas en la Ley Orgánica de Salud y en este Reglamento todas las empresas que elaboren, vendan o distribuyan productos naturales, procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, entre otros, fabricados en el Ecuador deben de contar con un registro sanitario.

- ***Registro Municipal:***

Según lo establece la Ley Orgánica de Régimen Municipal la patente municipal es otorgada por el gobierno autónomo descentralizado municipal de competente, en el presente caso, el municipio de Portoviejo, para lo cual se deberá presentar los siguientes requisitos:

- Ingresar al portal ciudadano,
- Obtener usuario y contraseña,
- Ingresar a servicios en línea,
- Llenar solicitud de inscripción,
- Inscripción de patente en la página web del Municipio de Portoviejo.
- Presentar copia de RUC,
- Presentar declaración de impuestos a la renta,
- Permiso de cuerpo de bombero vigente. (Portoviejo D. , 2018)

Permiso de funcionamiento del cuerpo de Bombero:

La Ley Orgánica de Régimen Municipal dice que una vez que la empresa ha obtenido la patente municipal, como forma de aseguramiento que la empresa tiene el permiso de funcionamiento por parte de dicha institución, para lo cual se deberá presentar:

- Solicitud del permiso del Municipio,
- Solicitud de inspección de local,
- Informe favorable de la inspección,
- Copia del RUC,
- Copia de factura a nombre del propietario de compra o recarga de extintores.
- Copia de facturas a nombre del propietario de compra de señaléticas, detectores de humo. (Portoviejo C. d., 2020).

4.5.3 Conclusiones

Una vez evaluado el proyecto de prefactibilidad para la implementación de la planta de elaboración y ventas de aguardiente de manzana en el Cantón Portoviejo, se puede concluir que es una opción viable ya que los resultados obtenidos a través de los estudios realizados son favorables, los cuales se describen de la siguiente manera:

- A través del estudio de mercado y mediante la aplicación de encuestas se pudo conocer datos sobre los encuestados como, por ejemplo, cuáles son sus preferencias al momento de consumir aguardiente de manzana, también se determinó que tan aceptable puede ser la bebida de aguardiente de manzana.
- El estudio técnico sirvió para determinar la localización del proyecto y el tamaño de la planta, también permitió conocer de forma más clara cuales serían los insumos y las maquinarias que se utilizarían para la puesta en marcha del negocio.
- Mediante el estudio administrativo se concretó quienes serían las personas que trabajarían ejecutando las diferentes actividades de la empresa, así mismo el estudio legal, permitió conocer cuáles serían las normas y leyes por las cuales se registraría el proyecto.

4.5.4 Recomendaciones

- La empresa debe realizar capacitaciones periódicas a los empleados con el fin de mantener al grupo de trabajo motivado y actualizado en temas de trato al cliente.
- Se sugiere a la empresa mantener precios justos y de calidad, con un buen servicio, de tal manera que se genere confianza y se logre fidelizar al cliente.
- Se recomienda a la empresa fijar un valor agregado que les permita tener una ventaja competitiva del producto.
- La empresa deberá ser muy precisa en la aplicación y observancia de las normas emitidas por el ministerio de salud, para no violar alguna ley que cause sanciones o daños a la salud de las personas.
- Se recomienda al Gerente de la empresa establecer un sistema de control que permita llevar un correcto manejo del inventario dentro de la empresa.

Capítulo V

5 Propuestas

5.1 Título de la propuesta

Estudio de Pre Factibilidad para la Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo

5.2 Autores de la Propuesta

- Cedeño Intriago Gema María
- Vargas Rodríguez Efraín Fernando

5.3 Empresa Auspiciante

Ninguna

5.4 Fecha de Presentación

Octubre 2021

5.5 Fecha de Terminación

Marzo 2022

5.6 Duración del Proyecto

El proyecto no tiene fecha límite para su finalización porque depende de cuándo se haya iniciado el estudio inicial que nos asegura para el éxito de la propuesta realizada en el mercado que se tiene predilecto.

5.7 Participación del Proyecto

Autores del Proyecto

5.8 Objetivos General

- Determinar el nivel de Pre factibilidad económica del proyecto de Elaboración y Ventas de Aguardiente de Manzana.

5.9 Objetivos Específicos

- Determinar la viabilidad financiera del proyecto Manceva en el sector San alejo.
- Detallar los costos y gastos necesarios que se requieren para desarrollar las actividades del proyecto.
- Evaluar la rentabilidad del proyecto a través de Indicadores Financieros.

5.10 Beneficiarios Directos

Autores de Proyecto de Investigación.

5.11 Beneficiarios indirectos

Autores de Proyecto.

5.12 Impacto de la Propuesta

El presente proyecto es poner en funcionamiento la elaboración y ventas de Aguardiente de Manzana en el Cantón Portoviejo, este tipo de emprendimiento es muy acogedor por las personas. En el ámbito social tendrá gran impacto por la importancia de la creación del producto para la población que busca calidad, variedad y con precios económicos al alcance de todos.

5.13 Descripción de la Propuesta

Este proyecto tiene como finalidad la creación de una empresa dedicada a la elaboración y ventas de aguardiente de manzana, ya que, se propone llevar el producto a gran nivel de participación en el mercado nacional y con muy poca popularidad por su falta de oferta en el mercado nacional, para lo cual se investigó en el INEC la proyección para el 2020.

Tabla: 27
Datos Generales

Nombre del Emprendimiento	MANCEVA
Tasa de crecimiento de Producción	0.90%
Tasa de crecimiento de PVP	0.90%
Tasa de Inflación	0.12%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2020)

Los datos generales obtenidos a través del Instituto Nacional de Estadística y Censo en el año 2020 dan un valor en la tasa de crecimiento de producción de un 0,90%; el crecimiento del PVP (Precio de Venta al Público) de 0,90% y una tasa de inflación del 0,12%.

Tabla: 28
Descripción de la tasa

Plazo Prestamos en año	5		
Plazo Préstamo en trimestres	20		
Tasa Interés	11,53%	Tasa Efectiva Trimestral	2,76%
Anual Tasa de Descuento	5,14%	Tasa Interna de Retorno	27,56%

Fuente de: (Ecuador, 2020)

Este proyecto se realizará con recursos propios y de un préstamo bancario de inversión, el monto total de inversión se va dividir en un 27% del préstamo bancario y el 73% por nuestros recursos. La Tasa interés anual del préstamo es de 11,53% y se lo hará en pagos trimestrales, con un total de 20 con cuota fija. Siendo pagos trimestrales la tasa efectiva será trimestral y equivaldrá a un 2,76%. Con una tasa de descuento de 5,14%, el proyecto da un TIR del 27,56% que es mayor a la tasa de descuento, y esto da que el proyecto de inversión sea factible económicamente.

Ingresos

Tabla: 28

Producción Proyectada

Aguardiente de Manzana	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Por Año	45140	45546	45956	46370	46787
Por mes	3762	3796	3830	3864	3899
Por día	125	127	128	129	130

En la tabla N° 28 se muestra las cantidades de producción proyectada del Aguardiente de Manzana durante los 5 años que dura el proyecto, en cada año se proyectará un crecimiento en la producción de 0,90% que es el crecimiento de la tasa de producción en el año 2020.

Tabla: 29

Proyección de ingresos en (USD)

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aguardiente de Manzana (bot X 500ml)	45140	45546	45956	46370	46787
PVP	\$2,00	\$2,02	\$2,04	\$2,05	\$2,07
Ingresos Totales	\$90.280,00	\$91.912,35	\$93.574,22	\$95.266,14	\$96.988,64

En la tabla N°29 está la proyección ingresos en dólares de forma anual durante los cinco años de duración del proyecto, el precio de venta al público es de \$2,00 donde a

través de la pregunta N°15 ¿Cuál considera usted que debe ser un precio normal para una botella de aguardiente de manzana?, el 44,94% del público prefirió un rango de precio de \$2, con la tasa de crecimiento del PVP que es de 0,90% obtenido por el INEN 2020.

Tabla: 30

Costos y gastos*Detalles de la materia Prima*

Aguardiente de Manzana	Cantidad	Costo por unidad	Costo	Cantidad producida	Costo unitario
Caña de Azúcar (qq)	94,05	\$10,00	\$940,50		\$0,25
Azúcar (kg)	470,25	\$0,80	\$376,20		\$0,10
Manzana (kg)	470,25	\$2,10	\$987,53	3762	\$0,26
Botellas de 1/2 (unid)	3762,00	\$0,07	\$263,34		\$0,07
Etiqueta (unid)	3762,00	\$0,05	\$188,10		\$0,05
Costo unitario total					\$0,73

En la tabla N°30 se muestra cada uno de los materiales para la elaboración del aguardiente de manzana, la cantidad que se va a necesitar, costo y medias necesarias para elaborar el aguardiente de manzana de 500 ml.

Tabla: 31

Proyecciones del costo de materia prima anual

Aguardiente de Manzana	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo unitario	\$0,73	\$0,74	\$0,75	\$0,75	\$0,76
Costo anual	\$33.065,11	\$33.662,96	\$34.271,62	\$34.891,29	\$35.522,15

La proyección de los costos de la materia prima anual tiene un aumento del 0,12% que es la tasa de inflación.

Tabla: 32
Costo de Mano de Obra Directa

Trabajadores	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Mensual	Total Anual
Operador de producción 1	\$ 425,00	\$ 35,42	\$35,42	\$ 51,64	\$ 35,42	\$ 582,89	\$ 6.994,65
Operador de producción 2	\$ 425,00	\$ 35,42	\$35,42	\$ 51,64	\$ 35,42	\$582,89	\$ 6.994,65
Total						\$ 1.165,78	\$ 13.989,30

En la tabla superior se muestra los costos de mano de obra directa, para la producción se contratarán dos personas encargadas de realizar los procesos del producto.

Tabla: 33
Proyección de costos de mano de obra directa

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Aguardiente de Manzana	\$13.989,30	\$14.115,20	\$14.242,24	\$14.370,42	\$14.499,75

La proyección de costos para la mano de obra directa durante los cinco años tendrá un aumento del 0,12 % basado en la tasa de inflación.

Tabla: 34
Sueldos Administrativos

	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Fondo de Reserva	Costo Mensual	Total Anual
Gerente	\$900,00	\$75,00	\$35,42	\$109,35	\$75,00	\$1.194,77	\$ 14.337,20
Contador	\$800,00	\$66,67	\$35,42	\$97,20	\$66,67	\$1.065,95	\$ 12.791,40
Total						\$2.260,72	\$27.128,60

En la tabla superior se muestran los sueldos administrativos del proyecto ya que contará con dos personas que formarán parte del personal administrativo que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla: 35
Proyección de Sueldos Administrativos

Personal	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente	\$ 14.337,20	\$ 14.354,40	\$ 14.526,66	\$ 14.700,98	\$ 14.877,39
Contador	\$ 12.791,40	\$ 12.806,75	\$ 12.822,12	\$ 12.837,50	\$ 12.852,91
Total	\$ 27.128,60	\$ 27.161,15	\$ 27.348,78	\$ 27.538,48	\$ 27.730,30

Los sueldos anuales del personal administrativo tendrán una proyección de aumento de 0,12% basado en la tasa de inflación durante los años que dure el proyecto.

Tabla: 36
Servicios básicos

En el siguiente cuadro se muestran los egresos correspondientes a los diferentes gastos que tendría la empresa para su desarrollo.

Gastos Servicios Básicos	Total de Mensual	Total Anual
Luz	\$ 30,00	\$ 360,00
Agua	\$ 40,00	\$ 480,00
Teléfono	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet	\$ 25,00	\$ 300,00
Material de Oficina	\$ 60,00	\$ 720,00
Total de gastos	\$ 170,00	\$ 2.040,00

En la tabla 36 se puede apreciar los gastos de servicios básicos que incurren en la desarrollo del proyecto.

Tabla: 37
Proyección de servicios básicos

En la siguiente tabla muestra las proyecciones del aumento de los costos de los servicios básicos durante los años que dura el proyecto.

Detalles	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	\$360,00	\$363,24	\$366,51	\$369,81	\$373,14
Agua	\$480,00	\$484,32	\$488,68	\$493,08	\$497,51
Teléfono	\$180,00	\$181,62	\$183,25	\$184,90	\$186,57
Internet	\$300,00	\$302,70	\$305,42	\$308,17	\$310,95
Material de oficina	\$720,00	\$726,48	\$733,02	\$739,62	\$746,27
Total, de gastos	\$2.040,00	\$2.058,36	\$2.076,89	\$2.095,58	\$2.114,44

Tabla: 38
Estados de Costos de Producción

En la siguiente tabla muestra el estado de costo de producción y gastos mensuales asumidos en la fabricación del aguardiente de manzana, los cuales son los costos de materia prima, la mano de obra de obra directa y los costos indirectos de fabricación, al final del proyecto se resuelve el costo total de producción para fabricar una botella de 500ml de aguardiente de manzana.

Materia Prima Directa			
Inventario Inicial de Materia Prima		\$0,00	
Compras	\$33.065,11		
Fletes	\$0,00		
Material Disponible		\$33.065,11	
Menos: Inventario Final		\$0,00	
Material Utilizado en Producción		\$33.065,11	
Menos: Inventario Final de Materia Prima		\$0,00	
Materia Prima Directa (Utilizada)			\$33.065,11
Mano de Obra Directa			
Sueldos de Fabricación		\$13.989,30	
Menos: Mano de Obra Indirecta			
Mano de Obra Directa			\$13.989,30
Mano de Obra Indirecta			
Servicios Básicos		\$2.040,00	
Transporte		\$100,00	
Depreciación		\$61,33	
Costos Indirectos de Fabricación			\$2.201,33
Costos de Productos Fabricados			\$49.255,74
Unidades Producidas			45140,00
Costo unitario de producción			\$1,09

Tabla: 39
Activos Fijos

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Terreno						
Obra civil	\$10,000.00					
Maquinarias y equipos	\$ 1,540.00					
Muebles y enseres	\$ 820.00					
Vehículo						
Tecnología						
Total de activos fijos	\$12.360,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

En la tabla superior se muestran los activos fijos que precisan los costos de inversión desde el año cero.

Tabla: 40
Depreciación

	Depreciación anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Terreno	0%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Obra civil	5%	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Maquinarias y equipos	10%	\$154,00	\$154,00	\$154,00	\$154,00	\$154,00
Maquinarias y equipos	10%	\$82,00	\$82,00	\$82,00	\$82,00	\$82,00
Vehículo	20%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Tecnología	33%	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Total de activos fijos		\$736,00	\$736,00	\$736,00	\$736,00	\$736,00

En la tabla superior muestra la depreciación de los activos fijos de acuerdo a la duración de vida útil que poseen los activos, estos activos van perdiendo un porcentaje de su valor económico en el periodo que dura el proyecto de forma anual.

Tabla: 41
Inversión

Descripción	Total	% Participación
Activos Fijos	\$12.360,00	39%
Otros Activos	\$618,00	2%
Capital de Trabajo	\$19.055,75	59%
Total	\$32.033,75	100%

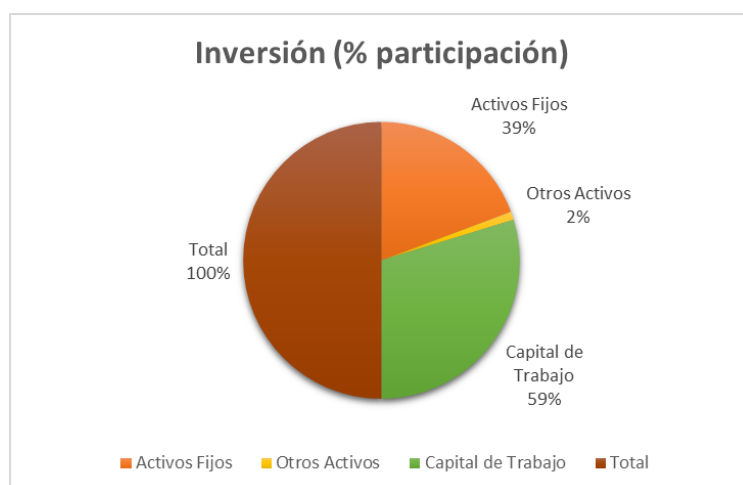


Figura.22 *Porcentaje de inversión*
Elaboración: *Propia*

La tabla de inversión está formada por los activos fijos, otros activos que representado por el 2% de activos fijos, el capital de trabajo que es el costo que la empresa debe cubrir durante los tres primeros meses de funcionamiento del proyecto.

5.14 Capital de Trabajo

Tabla: 42
Capital de trabajo

Descripción	Prevención	Mensual	Total
Materia prima	3	\$2.755,43	\$8.266,28
Mano de Obra Directa	3	\$1.165,78	\$3.497,33
Sueldo Administrativo	3	\$2.260,72	\$6.782,15
Gastos	3	\$170,00	\$510,00
Capital de Trabajo		\$6.351,92	\$19.055,75

Los valores detallados en la tabla 42 muestran el capital de trabajo requerido para que la empresa pueda realizar sus actividades, la proyección se ha establecido en cubrir los tres primeros meses de operación.

Amortización (Crédito bancario)

La financiación del proyecto será a través de un crédito bancario y de capital propio, el crédito comprenderá el 27% del costo del total de activo fijo y el 73% será dinero propio.

A continuación, se detallan las condiciones del crédito:

- Monto: \$8.652,00
- Cuotas: 20
- Interés: 11,53 %
- Modalidad: Cuota fija
- Período: 5 años

Tabla: 43
Tabla de Amortización

Periodo	Saldo inicial	Interés	Cuota	Amortización	Saldo final
0					\$8.652,00
1	\$8.652,00	\$83,13	\$477,56	\$394,43	\$8.257,57
2	\$8.257,57	\$79,34	\$477,56	\$398,22	\$7.859,34
3	\$7.859,34	\$75,52	\$477,56	\$402,05	\$7.457,29
4	\$7.457,29	\$71,65	\$477,56	\$405,91	\$7.051,38
5	\$7.051,38	\$67,75	\$477,56	\$409,81	\$6.641,57
6	\$6.641,57	\$63,81	\$477,56	\$413,75	\$6.227,82
7	\$6.227,82	\$59,84	\$477,56	\$417,73	\$5.810,09
8	\$5.810,09	\$55,83	\$477,56	\$421,74	\$5.388,35
9	\$5.388,35	\$51,77	\$477,56	\$425,79	\$4.962,56
10	\$4.962,56	\$47,68	\$477,56	\$429,88	\$4.532,68
11	\$4.532,68	\$43,55	\$477,56	\$434,01	\$4.098,67
12	\$4.098,67	\$39,38	\$477,56	\$438,18	\$3.660,48
13	\$3.660,48	\$35,17	\$477,56	\$442,39	\$3.218,09
14	\$3.218,09	\$30,92	\$477,56	\$446,64	\$2.771,44
15	\$2.771,44	\$26,63	\$477,56	\$450,94	\$2.320,51
16	\$2.320,51	\$22,30	\$477,56	\$455,27	\$1.865,24
17	\$1.865,24	\$17,92	\$477,56	\$459,64	\$1.405,60
18	\$1.405,60	\$13,51	\$477,56	\$464,06	\$941,54
19	\$941,54	\$9,05	\$477,56	\$468,52	\$473,02
20	\$473,02	\$4,54	\$477,56	\$473,02	\$0,00

En la presente tabla de amortización se puede apreciar la proyección de pagos de cuota fija, el monto de los intereses y la amortización del crédito que se deberá efectuar durante los cinco años que dura el proyecto.

5.15 Estados Financieros

Tabla: 44
Balance general Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo					
Activo Corriente	\$15.690,83	\$16.347,27	\$16.913,58	\$17.491,42	\$18.081,00
Caja					
Banco	\$9.672,17	\$10.219,78	\$10.675,30	\$11.140,35	\$11.615,09
Cuentas por Cobrar	\$3.761,67	\$3.829,68	\$3.898,93	\$3.969,42	\$4.041,19
Inventario	\$2.257,00	\$2.297,81	\$2.339,36	\$2.381,65	\$2.424,72
Activo no Corriente	\$11.624,00	\$10.888,00	\$10.152,00	\$9.416,00	\$8.680,00
Activos fijos	\$12.360,00	\$12.360,00	\$12.360,00	\$12.360,00	\$12.360,00
Depreciación Acumulada	\$736,00	\$1.472,00	\$2.208,00	\$2.944,00	\$3.680,00
Total de Activos	\$27.314,83	\$27.235,27	\$27.065,58	\$26.907,42	\$26.761,00
Pasivo					
Pasivo Corriente	\$7.425,48	\$7.824,00	\$8.179,85	\$8.544,84	\$8.919,20
Pasivo a corto Plazo	\$1.600,62	\$1.663,03	\$1.727,87	\$1.795,24	\$1.865,24
Cuentas por pagar Proveedores	\$1.440,04	\$1.466,08	\$1.492,59	\$1.519,57	\$1.547,05
Obligaciones Patronales	\$1.951,70	\$2.089,72	\$2.207,45	\$2.327,90	\$2.451,15
Obligaciones SRI	\$2.433,12	\$2.605,18	\$2.751,95	\$2.902,12	\$3.055,76
Pasivo no Corriente	\$7.051,38	\$5.388,35	\$3.660,48	\$1.865,24	\$0,00
Prestamos	\$7.051,38	\$5.388,35	\$3.660,48	\$1.865,24	\$0,00
Total pasivo	\$14.476,87	\$13.212,36	\$11.840,34	\$10.410,08	\$8.919,20
Patrimonio					
Reserva legal	\$862,65	\$923,65	\$975,69	\$1.028,93	\$1.083,41
Capital Social	\$4.211,44	\$4.786,37	\$5.468,33	\$6.208,01	\$7.007,73
Utilidad retenida	\$7.763,87	\$8.312,89	\$8.781,22	\$9.260,40	\$9.750,66
Total de Patrimonio	\$12.837,96	\$14.022,92	\$15.225,24	\$16.497,34	\$17.841,80
Total de Patrimonio más pasivo	\$27.314,83	\$27.235,27	\$27.065,58	\$26.907,42	\$26.761,00

El balance general proyectado refleja la situación financiera del proyecto al final de cada año durante los cinco años que dura el proyecto, se compone de los activos, pasivos y patrimonio y nos permite medir un excedente o faltante de las cuentas del pasivo o el activo. En la proyección del balance general no existe ningún excedente o faltante del activo o pasivo debido a que las cuentas del pasivo junto con el patrimonio coinciden con el total de activos.

Tabla: 45
Estados de Resultados Proyectados

En el estado de resultados proyectado podemos observar los ingresos y egresos que tiene la empresa a lo largo de cinco años, el valor más importante que se detalla aquí es la utilidad neta, es decir la ganancia absoluta que tendrá la empresa al final de cada año.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	\$90.280,00	\$91.912,35	\$93.574,22	\$95.266,14	\$96.988,64	
Costo de venta	\$47.054,41	\$47.778,16	\$48.513,86	\$49.261,71	\$50.021,91	
Utilidad Bruta en Ventas	\$43.225,59	\$44.134,19	\$45.060,36	\$46.004,43	\$46.966,73	
Gastos administrativos	\$27.128,60	\$27.161,15	\$27.348,78	\$27.538,48	\$27.730,30	
Gastos generales	\$2.040,00	\$2.058,36	\$2.076,89	\$2.095,58	\$2.114,44	
Gasto financiero (Intereses)	\$309,64	\$247,23	\$182,39	\$115,02	\$45,02	
Depreciación	\$736,00	\$736,00	\$736,00	\$736,00	\$736,00	
Egresos	\$30.214,24	\$30.202,75	\$30.344,05	\$30.485,08	\$30.625,75	
Utilidad antes de participación de empleados e Impuestos	\$13.011,35	\$13.931,44	\$14.716,31	\$15.519,35	\$16.340,98	
15% participación de empleados	\$1.951,70	\$2.089,72	\$2.207,45	\$2.327,90	\$2.451,15	
Utilidad antes de impuesto a la renta	\$11.059,65	\$11.841,73	\$12.508,86	\$13.191,45	\$13.889,83	
22% impuesto a la renta	\$2.433,12	\$2.605,18	\$2.751,95	\$2.902,12	\$3.055,76	
Utilidad Neta	\$8.626,52	\$9.236,55	\$9.756,91	\$10.289,33	\$10.834,07	

5.16 Flujo de Caja

Tabla: 46
Flujo de Caja

En el flujo de caja proyectado se puede visualizar el nivel de liquidez que el negocio posee en cada año, en el año 0 se parte con un valor negativo por la deuda del activo fijo y el capital de trabajo, en el año uno la empresa posee un flujo de efectivo de \$9.672,17 dólares y crece a los \$11.140,35 en el año 4, por último, en el año 5 donde finaliza el proyecto y se liquida la empresa queda un flujo de efectivo de \$11.615,09.

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total de ingresos		\$90.280,00	\$91.912,35	\$93.574,22	\$95.266,14	\$96.988,64
Materia prima		\$33.065,11	\$33.662,96	\$34.271,62	\$34.891,29	\$35.522,15
Mano de obra directa		\$13.989,30	\$14.115,20	\$14.242,24	\$14.370,42	\$14.499,75
Sueldo administrativo		\$27.128,60	\$27.161,15	\$27.348,78	\$27.538,48	\$27.730,30
Gastos		\$ 2.040,00	\$ 2.058,36	\$ 2.076,89	\$ 2.095,58	\$ 2.114,44
Depreciación		\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 736,00
Intereses		\$ 309,64	\$ 247,23	\$ 182,39	\$ 115,02	\$ 45,02
Total de egresos		\$77.268,65	\$77.980,91	\$78.857,91	\$79.746,78	\$80.647,66
Utilidad antes imp y part		\$13.011,35	\$13.931,44	\$14.716,31	\$15.519,35	\$16.340,98
Participación (15%)		\$1.951,70	\$2.089,72	\$2.207,45	\$2.327,90	\$2.451,15
Utilidad antes imp		\$11.059,65	\$11.841,73	\$12.508,86	\$13.191,45	\$13.889,83
Impuesto renta (22%)		\$2.433,12	\$2.605,18	\$2.751,95	\$2.902,12	\$3.055,76
Utilidad neta		\$8.626,52	\$9.236,55	\$9.756,91	\$10.289,33	\$10.834,07
Depreciación		\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 736,00	\$ 736,00
Intereses		\$ 309,64	\$ 247,23	\$ 182,39	\$ 115,02	\$ 45,02
Otros activos	-\$ 618,00					
Activo fijo	-\$12.360,00					
Capital de trabajo	-\$19.055,75					
Valor de desecho						
Flujo de caja	-\$32.033,75	\$9.672,17	\$10.219,78	\$10.675,30	\$11.140,35	\$11.615,09

5.17 Evaluación Económica

La evaluación financiera para esta propuesta se la realiza a través de métodos matemáticos-financieros, de los cuales se obtuvieron resultados para la toma de decisiones, evitando en un futuro posibles desviaciones y problemas a largo plazo; de igual forma, permitirá conocer si es rentable o no.

5.17.1 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el cálculo que determina la cantidad de unidades producidas para no ganar ni perder y también ayuda a determinar las cantidades de unidades a producir

para generar determinada rentabilidad. Para realizar el cálculo se requiere del costo fijo, el costo variable unitario, el precio de venta al público y la rentabilidad deseada de ser el caso

La fórmula para el punto de equilibrio es la siguiente:

$$Q = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{PVP-CUV}}$$

La fórmula para el punto de equilibrio con utilidad neta es la siguiente:

$$Q = \frac{\text{Costos Fijos} + \frac{\text{Utilidad Neta}}{1-t}}{\text{PVP-CUV}}$$

Tabla: 47
Punto de Equilibrio Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos	\$30.214,24	\$30.202,75	\$30.344,05	\$30.485,08	\$30.625,75
Utilidad neta	\$8.626,52	\$9.236,55	\$9.756,91	\$10.289,33	\$10.834,07
PVP (Precio de venta al público)	\$2,00	\$2,02	\$2,04	\$2,05	\$2,07
CUV (Costo unitario variable)	\$1,04	\$1,05	\$1,06	\$1,06	\$1,07
Punto de equilibrio	31552	31169	30947	30727	30509
Porcentaje de proyección de ventas	69,90%	68,43%	67,34%	66,27%	65,21%

COSTOS VARIABLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de obra directa	13989,3	14115,2037	14242,2405	14370,4207	14499,7545
Materia prima	33065,11	33662,9602	34271,6202	34891,2854	35522,1547
TOTAL COSTOS VARIABLES	47054,41	47778,1639	48513,8608	49261,7061	50021,9092
Cantidad de productos vendidos	45140	45546	45956	46370	46787

5.17.2 Evaluación Financiera

Tabla: 48

Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de caja	-\$32.033,75	\$9.672,17	\$10.219,78	\$10.675,30	\$11.140,35	\$11.615,09

Tabla: 49

VAN, TIR Y Razón Beneficio Costo

Tasa de oportunidad	10%
VAN	\$8.046,80
TIR	19%
B/C	\$1,25

El Valor actual neto (VAN) y la Tasa interna de retorno (TIR) son indicadores financieros para la evaluación financiera de proyecto de inversión, dependiendo de los resultados que se generen, se podrá ver si el proyecto será aprobado o rechazado.

Si VAN es mayor a cero se dice que el proyecto es rentable, en el presente proyecto posee un VAN de \$8.046,80 dólares por lo que indica que es favorable.

La Tasa interna de retorno muestra la tasa de interés o de rentabilidad de la propuesta del aguardiente de manzana si el TIR calculado es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se aprueba, si la TIR es menor a la tasa de descuento el proyecto se rechaza. En este se obtiene una TIR del 19%.

Si el beneficio / costo es mayor 1 el proyecto indica que es rentable, su el beneficio/costo es menor 1 el proyecto indica que no es rentable, si el beneficio / costo es igual 0 no habrá ni pérdidas, no ganancias, de acuerdo al valor obtenido demuestra que este es mayor a 1, lo que muestra que los ingresos son favorables para la empresa y es rentable.

Payback

Tabla: 50
Payback

PayBack		3 años y 6 meses			
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-\$32.033,75	\$9.672,17	\$10.219,78	\$10.675,30	\$11.140,35	\$11.615,09
-\$32.033,75	-\$22.361,59	-\$12.141,81	-\$1.466,51	\$9.673,84	\$21.288,93

El payback de recuperación es el periodo de duración requerido para amortizar el monto inicial de la inversión usando el flujo de caja proyectado, el proyecto tiene un periodo de restauración de tres años y 6 meses en restaurar la inversión.

5.17.3 Indicadores o Ratios Financieros

Índices de Rentabilidad

$$\text{MARGEN DE UTILIDAD} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}} = \frac{\$8.626,52}{\$90.280,00} = 0,10 = 10\%$$

El proyecto produce un beneficio del 10% en el primer año.

$$\text{RETORNO SOBRE ACTIVOS} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{TOTAL ACTIVO}} = \frac{\$8.626,52}{\$27.314,83} = 0,3158 = 31,58\%$$

En el índice de retorno sobre activos, para el año uno por cada \$100,00 invertidos en activos, se produce \$31,58 o un beneficio de activo es del 31,58%

$$\text{RETORNO SOBRE PATRIMONIO} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO DE LOS ACCIONISTAS}} = \frac{\$8.626,52}{\$12.837,96} = 0,6720 = 67,20\%$$

En índice de retorno sobre pasivo, para el año uno por cada \$100,00 de patrimonio se produce \$67,20 o la inversión de los accionistas en la empresa genera una utilidad del 67,20%.

Índices de Rotación de Activos

$$\text{ROTACIÓN DE CUENTAS POR COBRAR} = \frac{\text{VENTAS(CRÉDITO)}}{\text{CUENTAS POR COBRAR}} = \frac{\$90.280,00}{\$3.761,67} = 24 \text{ VECES}$$

Para el año uno la rotación de cuentas por cobrar, se puede ver que rotó 24 veces.

$$\text{PERÍODO PROMEDIO DE RECAUDO} = \frac{\text{CUENTAS POR COBRAR}}{\text{PROMEDIO DIARIO DE VENTAS CRÉDITO}} = \frac{\$3.761,67}{\$250,78} = 15 \text{ DIAS}$$

Para el año uno del período promedio de recaudo, se dio a conocer que la empresa rotó 15 días.

$$\text{ROTACIÓN DE INVENTARIO} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{INVENTARIO}} = \frac{\$90.280,00}{\$2.257,00} = 40 \text{ VECES}$$

La rotación de inventario generó sus ingresos 40 veces.

$$\text{ROTACIÓN DE ACTIVOS FIJOS} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{TOTAL DE ACTIVOS FIJOS}} = \frac{\$90.280,00}{\$12.360,00} = 7,30 \text{ VECES}$$

En el primer año la rotación de activos fijos produce sus ingresos por medio de sus activos, donde se puede ver que la empresa rotó sus activos fijos 7,30.

$$\text{ROTACIÓN DEL ACTIVO TOTAL} = \frac{\text{VENTAS}}{\text{TOTAL DE ACTIVOS}} = \frac{\$90.280,00}{\$27.314,83} = 3,31 \quad \text{VECES}$$

La rotación de activos total se calcula la eficiencia que la empresa de Aguardiente de Manzana produce ingresos por medio de sus activos, donde se puede ver que la empresa rotó sus activos 3,31 veces durante el primer año.

Índices de Liquidez

$$\text{LIQUIDEZ CORRIENTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{\$ 15.690,83}{\$ 7.425,48} = 2,11$$

En el índice de liquidez si se cambian los activos corrientes a efectivo, en el año uno se puede cubrir 2,11 veces la deuda a corto plazo.

$$\text{PRUEBA ÁCIDA} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE} - \text{INVENTARIO}}{\text{PASIVO CORRIENTE}} = \frac{\$15.690,83 - \$ 2.257,00}{\$7.425,48} = 1,81$$

Transformando los activos corrientes a efectivo a excepción de los inventarios, en el año uno se puede cubrir 1.81 veces la deuda a corto plazo.

Índices de Endeudamiento

$$\text{ENDEUDAMINETO} = \frac{\text{TOTAL DE DEUDA}}{\text{TOTAL DE ACTIVOS}} = \frac{\$ 14.476,87}{\$ 27.314,83} = 0,5300 = 53,00\%$$

El índice de endeudamiento en el año uno la empresa puede responder ante sus acreedores con el 53% de sus activos.

$$\text{RAZÓN DE COBERTURA DE INTERESES} = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE INTERÉS E IMPUESTOS}}{\text{INTERÉS}}$$

$$\frac{\$11.369,29}{\$309,64} = 36,72 \text{ VECES}$$

En razón de cobertura de intereses en el año uno la empresa puede cubrir los pagos de intereses 36,72 veces a la institución bancaria.

$$\text{COBERTURA DE CARGOS FIJOS} = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y CARGOS FIJOS}}{\text{CARGOS FIJOS}} =$$

$$\frac{\$13.011,35}{\$1.951,70} = 6,67 \text{ VECES}$$

En la cobertura de caros fijos en el año la empresa puede pagar sus obligaciones fijas 6,67 veces.

5.17.4 Importancia

Este proyecto es de gran importancia ya que establece todos los costos, gastos, y las formas de prevenir las cantidades de variables y factores que pueden ocurrir antes de invertir en la creación de una empresa dedicada a la Elaboración y ventas de aguardiente de manzana.

Metas del Proyecto

- Conseguir el crédito necesario para iniciar con este proyecto.
- Limitación de las amenazas como el fraude y otras pérdidas.
- Ser reconocidos por los consumidores por la calidad del producto.
- Predecir las necesidades financieras del emprendimiento.

5.17.5 Finalidad de la Propuesta

El proyecto tiene como finalidad aplicar todas las habilidades que se necesitan para la elaboración y ventas de aguardiente de manzana para que los consumidores puedan degustar este producto y que este proyecto sea beneficioso durante los 5 años de producción.

Bibliografía

(03 de 09 de 2011). Recuperado el 15 de 03 de 2022, de El Diario:

<https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/203400-el-421-de-manabi-vive-entre-portoviejo-montecristi-y-manta/>

Alerco. (2021). *Esencia de Vanilla*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Alerco :

<https://www.blogichef.com/esencia-de-vainilla-definicion-propiedades-y-para-que-sirve/>

Álvarez, F. (05 de Agosto de 2021). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 16 de 12 de 2021,

de MediaSource: <https://www.mediasource.mx/blog/estudio-de-mercado>

Andrade, X., Pisco, I., Quinde, L., & Coronel , C. (28 de Agostp de 2020). *IND Industrias*.

Recuperado el 09 de Enero de 2022, de Mercado de Bebidas Alcoholicas Ecuador:

<https://revistaindustrias.com/el-mercado-de-bebidas-alcoholicas-en-ecuador/>

Arce, S. (14 de Mayo de 2011). *Aguardiente*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Enologia:

<https://enologia.blogia.com/2011/051402-aguardientes.php>

Ayala, S., & Calle, K. (1 de Noviembre de 2016). *Manzana*. Recuperado el 16 de 12 de

2021, de Universidad de Cuenca:

<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25845/1/Proyecto%20de%20Intervenci%C3%B3n.pdf>

Bocher, N. (28 de Octubre de 2019). *Untreef*. Recuperado el 16 de Febrero de 2022, de

Estudio Legal: <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-del-estudio-legal>

Carmen. (19 de Julio de 2011). *Estudio Administrativo*. Recuperado el 13 de 12 de 2021, de OverBlog: [https://es.over-](https://es.over-blog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html)

[blog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html](https://es.over-blog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html)

Cartay , R., Garcia, M., Intriago, J., & Romero, F. (18 de 01 de 2019). Caracterizacion Economica de un productor Aguardiente en Junin Manabi. *ECA Sinergia*, 10(1), 85-97. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6819755>

Castañeda, G., & Cerdeña, V. (15 de 2 de 2018). *Estudio de pre-factibilidad para instalación de una planta productora de licor de manzana*. Recuperado el 18 de 12 de 2021, de Universidad de Lima:

file:///C:/Users/efrai/OneDrive/Escritorio/10mo%20semestre/Casta%20B1eda_Contreras_Giovanna_Alexandra.pdf

Cocteleria Creativa s. f. (29 de Mayo de 2005). *Aguardiente*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Cocteleria Creativa: <https://cocteleriacreativa.com/cocteles/clasicos>

Código Orgánico del Ambiente. (12 de Abril de 2017). *Código Orgánico del Ambiente*. Recuperado el 14 de 12 de 2021, de LexisFinder: https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/01/CODIGO_ORGANICO_AMBIENTE.pdf?fbclid=IwAR3Yzx-4i4IhHDqmwnQ74R4HLi5b5RY3SKB6DSjTt31a4CP_kbFPxR9Pu6A

Coll, F. (15 de Mayo de 2021). *Distribución*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/distribucion.html>

Constitucion de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitucion de la República del Ecuador*. Recuperado el 14 de 12 de 2021, de Lexis:

https://www.cosedec.gob.ec/wp-content/uploads/2019/08/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf?fbclid=IwAR0gwL6B0-h7_fK2jJCKaxVp9TB0h_UGs9sGaJchCK48ibcZBBW73ttEQIk

Córdoba, M. (2011). *Estudio Tecnico*. Recuperado el 05 de 12 de 2021, de Vilex:

<https://vlex.com.co/vid/estudio-tecnico-361201770>

Cotera, E. (Septiembre de 2018). *Estudio Tecnico*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Universidad Autónoma de Estado de México:

http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/103125/secme-31_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Economipedia. (05 de Febrero de 2017). *Comercialización*. Recuperado el 28 de 11 de 2021, de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

Ecuador, B. C. (2020). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 2022 de Febrero de 19,

de (Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/direccion-nacional-de-servicios-financieros>

Elizalde , M. (25 de Julio de 2015). *Mejoramiento de la Rentabilidad con Diversificación de subproductos de la caña de azucar*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de

Universidad Tecnica de Machala:

http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/1983/1/CD769_TESIS.pdf

Federico. (17 de Diciembre de 2021). *Estudio Financiero*. Recuperado el 2021 de 12 de 10, de Zona Economica: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

Galán, J. S. (25 de Junio de 2015). *Estudio de Mercado*. Recuperado el 10 de 12 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2020). *Inec*. Recuperado el 19 de Febrero de 2022, de Instituto Nacional de Estadística y Censo: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46501/14/BP2020_Ecuador_es.pdf

Laurent, L. (10 de Agosto de 2015). Recuperado el 29 de 11 de 2021, de Universidad autonoma del Estado de Mexico: <http://ri.uaemex.mx/oca/bitstream/20.500.11799/31837/1/secme-17068.pdf>

Ley Organica de Salud. (22 de Diciembre de 2006). *De La Prevención del Consumo de bebidas alcoholicas*. Recuperado el 14 de 12 de 2021, de LexisFinder: <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2017/03/LEY-ORG%C3%81NICA-DE-SALUD4.pdf>

Lopez, M., Nereida, J., Pellat, A., & Puerta, C. (15 de Abril de 2008). *Estudio administrativo*. Recuperado el 29 de 11 de 2021, de Un apoyo a la estructura organizacional del proyecto de inversión: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no56/estudioadmtivo.pdf>

Maranto, M., & González, M. E. (5 de Febrero de 2015). *Fuentes de Información*. Recuperado el 09 de 12 de 2021, de Universidad Autónoma del estado de Hidalgo:

<https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>

Moncayo, C. (12 de Marzo de 2018). *Facultad de Ciencias Economicas y Administrativa*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10412/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM-460.pdf>

Muñoz, J. (10 de Febrero de 2010). *Las bebidas alcohólicas en la historia de la humanidad*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Medigraphic: https://www.medigraphic.com/pdfs/aapaunam/pa-2010/pae101i.pdf?fbclid=IwAR3ogJblr2HBNYddgzLqqEDwX9vXrRz-0R_WVw-VQLAxnYnsSHHesyJ7t44

Pazmiño, K., & López, C. (06 de Junio de 2021). *Journal Business Science*. Recuperado el 11 de Enero de 2022, de Contratación Pública y el Procedimiento en situaciones de emergencia del covid en Manabi: [file:///C:/Users/COMPUTEACH/Downloads/123-Texto%20del%20art%C3%ADculo-783-1-10-20211223%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/COMPUTEACH/Downloads/123-Texto%20del%20art%C3%ADculo-783-1-10-20211223%20(1).pdf)

Pedrosa, J. (9 de Octubre de 2015). *Economipedia*. Recuperado el 09 de Enero de 2022, de Oferta: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Pedrosa, S. (09 de Octubre de 2015). *Oferta*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>

Peiro, A. (16 de Julio de 2015). *Economipedia*. Recuperado el 09 de Enero de 2022, de Demanda: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

- Pérez , J., & Merino, M. (2012). *Produccion*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de
Definición.De: <https://definicion.de/produccion/>
- Pérez. (17 de Agosto de 2021). *Precio*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de
ConceptoDefinición: <https://conceptodefinicion.de/precio/>
- Pérez. (20 de Octubre de 2021). *Producto*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de
ConceptoDefinicion: <https://conceptodefinicion.de/producto/>
- Pérez, A. (20 de Julio de 2015). *OBS (Business School)*. Recuperado el 19 de Febrero de
2022, de Ingeniería del Proyecto: <https://www.obsbusiness.school/blog/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos#:~:text=La%20ingenier%C3%ADa%20de%20proyectos%20es,de%20protecci%C3%B3n%20ambiental%2C%20entre%20otros.>
- Pérez, M. (11 de Noviembre de 2021). *Calidad*. Recuperado el 12 de 12 de 2021, de
ConceptoDefinición: <https://conceptodefinicion.de/calidad/>
- Piero, A. (16 de Julio de 2015). *Demanda*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de
Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Portoviejo, C. d. (Marzo de 2020). *Portoviejo Nace de Ti*. Recuperado el 19 de Febrero de
2022, de Cuerpo de Bomberos Portoviejo:
<https://www.bomberosportoviejo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/04/REQUISITOS-PERMISOS-FUNCIONAMIENTOS-MARZO-2020.pdf>

- Portoviejo, D. (2018). *Portoviejo Digital*. Recuperado el 19 de Febrero de 2022, de Requisitos de Trámites y Solicitudes Municipales:
<https://online.portoviejo.gob.ec/Patente/InscripcionPatente.aspx>
- Quintuña, J., & Samaniego, M. (2016). *Agua*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Facultad de Ciencias Químicas- Escuela de Bioquímica y Farmacia:
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24847/1/TESIS.PDF>
- Quiroa, M. (01 de Noviembre de 2019). *Cliente*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Quiroa, Myriam. (06 de Mayo de 2021). *Análisis del Consumidor*. Recuperado el 14 de 03 de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/analisis-del-consumidor.html#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20del%20consumidor%20es%20el%20estudio%20que,sus%20necesidades%20y%20los%20datos%20que%20resultan%20relevantes>
- Roldán, N. (23 de Noviembre de 2016). *Marca*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/marca.html>
- Rus, E. (29 de Septiembre de 2020). *Tipos de Factibilidad*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-factibilidad.html?fbclid=IwAR3OO3_H56cjmLy5RSYUYDPbtCcDqIHuCrq2NIyVyHME5OWiavZ5mVZFwO4
- Sánchez, J. (30 de Noviembre de 2015). *Emprendedor*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html>
- Seipel et al. (2009). 27-36.

- Sevilla, P. (23 de Abril de 2015). *Marketing*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/mercadotecnia-marketing.html?fbclid=IwAR3q5PoDXs4p_xUV5y9ANPlkkq5N0UF81Cf7MdYNI XuyjZVucG8tZnw_Xuk
- Tapia, M., Granizo, S., & Granizo, L. V. (01 de Enero de 2017). *Estudio de pre-factibilidad de proyectos sociales y productivos*. Recuperado el 12 de 12 de 2021, de Revista Caribeña de Ciencias Sociales: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>
- Ucha, F. (Junio de 2011). *Azúcar*. Recuperado el 16 de 12 de 2021, de Definición ABC: <https://www.definicionabc.com/general/azucar.php>
- Westreicher, G. (08 de Junio de 2021). *Estrategia*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>
- Yirda, A. (26 de Enero de 2021). *Definicion de Proceso*. Recuperado el 11 de 12 de 2021, de ConceptoDefinición: <https://conceptodefinition.de/proceso/>