



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE MORONA SANTIAGO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**“ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA
CREACIÓN DE YOGURT KEFIR DENTRO DE LA DEMANDA DE
ARTÍCULOS NATURALES EN EL CANTÓN SUCÚA.”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORA:

YADIRA CUMANDÁ SARMIENTO SALINAS

Macas – Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
SEDE MORONA SANTIAGO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**“ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA
CREACIÓN DE YOGURT KEFIR DENTRO DE LA DEMANDA DE
ARTÍCULOS NATURALES EN EL CANTÓN SUCÚA.”**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

AUTORA: YADIRA CUMANDÁ SARMIENTO SALINAS

DIRECTOR: Ing. Mgs. JAIME VINICIO FLORES DÁVILA

Macas – Ecuador

2021

© 2021, Yadira Cumandá Sarmiento Salinas

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Yadira Cumandá Sarmiento Salinas, declaro que el presente trabajo de integración curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de integración curricular. El patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Macas, 16 de septiembre de 2021



Yadira Cumandá Sarmiento Salinas

1400970933

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación, “ANÁLISIS DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN PARA LA CREACIÓN DE YOGURT KÉFIR DENTRO DE LA DEMANDA DE ARTÍCULOS NATURALES EN EL CANTÓN SUCÚA”, realizado por la señorita: **YADIRA CUMANDÁ SARMIENTO SALINAS**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Eco. Norma Yolanda Villacís Venegas Mg. PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: NORMA YOLANDA VILLACÍS VENEGAS	2021 – 09 – 16
Ing. Jaime Vinicio Flores Dávila Mgs. DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	 Firmado digitalmente por JAIME VINICIO FLORES DAVILA Fecha: 2021.10.12 18:58:21 -05'00'	2021 – 09 – 16
Lic. Segundo Enrique Vaca Zambrano Mgs. MIEMBRO DE TRIBUNAL	 Firmado electrónicamente por: SEGUNDO ENRIQUE VACA ZAMBRANO	2021 – 09 – 16

DEDICATORIA

Dedico este proyecto en primer lugar a Dios, por ayudarme en cada paso realizado en este proceso, por darme la fortaleza para continuar cada día. A mi madre, quien ha sido mi pilar en todo momento. A mi esposo, Edwin Siza, por siempre darme esa fuerza para no desfallecer en este camino, desde que empecé a estudiar y ser mi apoyo constante. Por ese sacrificio y confianza que han puesto en mí de salir adelante y ser una profesional y alcanzar esta meta tan anhelada, simplemente este triunfo se lo dedico a mi familia.

Yadira

AGRADECIMIENTOS

El más sincero agradecimiento principalmente a Dios, por estar día a día junto a mí, iluminando cada paso que doy, brindándome esperanza para vencer todos los obstáculos que se me han presentado en el transcurso de mi formación. A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo Sede Morona Santiago, por darme la oportunidad de formarme en sus instalaciones para llegar a ser un profesional, a todos los docentes que sembraron en mí, semillas de sabiduría y conocimiento. Al ingeniero Jaime Flores y al economista Marcelo Melendres que han sido un apoyo muy importante en este proceso de aprendizaje e investigación y el desarrollo de mi proyecto.

Y a todas aquellas personas que me supieron ayudar de una u otra manera, con apoyo moral, también les ofrezco mis sinceros agradecimientos.

Yadira

TABLA DE CONTENIDOS

ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT.....	xiii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Formulación del problema	3
1.3. Sistematización del problema	3
1.4. Objetivos.....	4
1.4.1. <i>Objetivo General</i>.....	4
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	4
1.5. Justificación.....	4
1.5.1. <i>Justificación Teórica</i>	4
1.5.2. <i>Justificación Metodológica</i>	4
1.5.3. <i>Justificación Práctica</i>	5
1.6. Antecedentes de la investigación.....	5
1.7. Marco teórico	5
1.7.1. <i>Mercado</i>	5
1.7.1.1. <i>Estudio de mercado</i>	6
1.7.1.2. <i>Objetivos de un estudio de mercado</i>.....	6
1.7.1.3. <i>Tipos de estudio de mercado</i>	6
1.7.2. <i>Oferta y Demanda</i>	7
1.7.3. <i>Muestra y Muestreo</i>	7
1.7.4. <i>Estudio Financiero</i>	7
1.7.4.1. <i>Tipos de estudios financieros</i>	7
1.7.5. <i>Comercialización</i>	8
1.7.6. <i>Emprendimiento</i>	8
1.7.6.1. <i>¿Cómo nacen las ideas de los emprendedores?</i>	9
1.7.7. <i>Yogurt</i>	10
1.7.7.1. <i>Yogurt Kéfir</i>.....	11

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO	13
2.1.	Enfoque de investigación.....	13
2.2.	Nivel de Investigación.....	13
2.3.	Diseño de investigación.....	13
2.4.	Tipo de estudio	13
2.5.	Población y muestra.....	14
2.6.	Análisis de costos de producción.....	14
2.7.	Canal de distribución.....	16
2.8.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	16

CAPÍTULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	19
3.1.	Análisis e interpretación de resultados	19
3.2.	Análisis general de resultados.....	27

	CONCLUSIONES	28
--	---------------------------	-----------

	RECOMENDACIONES	29
--	------------------------------	-----------

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-1:	Consumo del yogurt en Ecuador	11
Tabla 1-2:	Costos de producción por litro	15
Tabla 2-2:	Valor unitario del producto, 7 onzas	15
Tabla 3-2:	Valor unitario del producto, 12 onzas	15
Tabla 4-2:	Técnicas e instrumentos de la investigación.....	17
Tabla 1-3:	Necesidad de contar con un producto lácteos.....	19
Tabla 2-3:	Qué producto se necesita en el mercado.....	20
Tabla 3-3:	Se cuenta con productos hechos de kéfir.....	20
Tabla 4-3:	Beneficios del yogurt kéfir	21
Tabla 5-3:	La implementación de un producto innovador	22
Tabla 6-3:	Razón por la que se debe implementar un producto innovador.....	23
Tabla 7-3:	Precio en la presentación de un vaso de 7 onzas	24
Tabla 8-3:	Precio en la presentación de un vaso de 12 onzas	24
Tabla 9-3:	Frecuencia consumo del yogurt kéfir	25
Tabla 10-3:	Características del yogurt kéfir.....	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-1:	Árbol de problemas	3
Gráfico 1-2:	Canal de distribución.....	16
Gráfico 1-3:	Necesidad de contar con un producto lácteo	19
Gráfico 2-3:	Qué producto se necesita en el mercado.....	20
Gráfico 3-3:	Se cuenta con productos hechos de kéfir.....	21
Gráfico 4-3:	Beneficio del yogurt kéfir	21
Gráfico 5-3:	La implementación de un producto innovador genera recursos	22
Gráfico 6-3:	Razón por la que se debe implementar un producto innovador.....	23
Gráfico 7-3:	Precio en la presentación de un vaso de 7 onzas	24
Gráfico 8-3:	Precio en la presentación de un vaso de 12 onzas	24
Gráfico 9-3:	Frecuencia consumo del yogurt kéfir	25
Gráfico 10-3:	Características del yogurt kéfir.....	26

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIGITAL

ANEXO B: TRÍPTICO DE PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

ANEXO C: PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES

ANEXO D: ETIQUETA DEL PRODUCTO

ANEXO E: ESTUDIO DE MERCADO

RESUMEN

El presente proyecto realizó un análisis de costos de producción, para con ello impulsar la creación de yogurt kéfir en la ciudad de Sucúa, producto que permitirá en los consumidores grandes mejoras en su organismo. Para llevar a efecto se utilizó el método deductivo debido a que, se inició de la teoría en general para aplicar en un caso particular. El estudio tiene un enfoque cualitativo puesto que, hace énfasis en las características del producto y un enfoque cuantitativo por los datos numéricos obtenidos. El nivel es descriptivo y correlacional por la existencia de las variables como la necesidad y el precio. Por la forma de obtención y tratamiento de los datos, es una investigación documental y de campo. La técnica de entrevista se usó con un emprendedor del cantón Morona, para obtener información sobre los mecanismos para la puesta en marcha de este tipo de negocio. La técnica empleada para el estudio de mercado fue la encuesta para identificar los costos y la acogida del producto por parte de los potenciales clientes. Como resultado, se evidenció que el 50% de la población del cantón Sucúa está dispuesto a consumir el producto, porque el yogurt kéfir ayuda a fortalecer la flora intestinal, contrarrestando enfermedades gastro- intestinales en niños, jóvenes y adultos mayores, puesto que solo en el cantón Sucúa el 5,2% de la población sufre de este problema. Se desarrolló la propuesta de un sistema de promociones para el posicionamiento en el mercado. Como conclusión se logró un cálculo amplio de costos en cuanto a materia prima y maquinaria, así como la satisfacción del producto mediante los procesos de degustación. Se recomienda realizar estos estudios de mercado para el posicionamiento de un producto, y además, la generación de emprendimientos que respondan a necesidades prioritarias de la ciudadanía.

Palabras clave: <EMPREDIMIENTO>, <ANÁLISIS DE COSTOS>, <ESTUDIO DE MERCADO>, <MARKETING>, <POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO>.

INES
ZAPATA
ZUMARRAGA

Firmado digitalmente
por INES ZAPATA
ZUMARRAGA
DN: cn=INES ZAPATA
ZUMARRAGA,
gn=INES, o=EC,
ou=RODASIBA,
ou=Certificado de
Clase 2 de Persona
Física EC,
e=ineszapata@hotmail
.com
Motivo: Soy el autor de
este documento
Ubicación:
Fecha: 2021-03-19
09:47:05-05



0784-DBRAI-UPT-2021

ABSTRACT

This study implemented an input costs analysis, thereto boost kefir yogurt creation in Sucua, so that consumers would enjoy great body benefits. A deductive method was used due to the development of the study starting from a general theory applied to a specific case. Furthermore, it focuses on a qualitative approach, which emphasizes on the product features and on the other hand, a quantitative approach based on collected numerical data. It consists in a descriptive and correlation level as per the variable's existence such as necessity and price. It could be defined as a documental and field research as per its data collection and processing. A Morona entrepreneur was interviewed to obtain reliable information about mechanisms, which could be useful in setting up this kind of business. A market survey was applied in order to identify costs and the potential customers awareness to the product. As a result, it emerged that 50% of Sucua population would consume the product, as the kefir yogurt helps to reinforce the intestinal flora, to counter gastrointestinal diseases in children, teenagers and adults, since 5,2% of them suffer mentioned health problems locally. It was developed a proposal of a promotion system for its positioning in the market. In conclusion, it was achieved a vast range of costs calculation and raw material or machinery, as well as the product satisfaction through the tasting process. A market research is recommended in case of positioning a product, besides the generation of enterprises should be based on civic primary needs.

Keywords: <ENTERPRENEURSHIP >, <COSTS ANALYSIS>, <MARKET RESEARCH>, <MARKETING>, <PRODUCT POSITIONING>.



INTRODUCCIÓN

El cantón Sucúa perteneciente a la provincia de Morona Santiago, tiene diversos atractivos turísticos, culturales y tradiciones, por ello, es visitado tanto por turistas nacionales como extranjeros. Cabe recalcar que en el cantón no existe un producto como es el yogurt kéfir que retribuya las necesidades de los consumidores de optar por productos naturales que permitan a la población mejorar su salud y organismo con un producto agradable al paladar, y que además labora con los respectivos permisos de las distintas entidades públicas para inaugurar este emprendimiento, favoreciendo de esta manera la facilidad del proyecto.

El yogurt kéfir tiene algunas bondades como: regenerar y mejorar la flora intestinal; prevenir molestias estomacales; ayudar frente a enfermedades gastrointestinales como el síndrome del intestino irritable, la colitis ulcerosa, la enfermedad de Crohn y las úlceras; y, activar el sistema inmunológico.

El presente proyecto tiene como propósito crear un producto natural, que emplee materia prima propia de la zona y además ofrezca un producto de calidad. Así mismo, este emprendimiento genera beneficios importantes para el desarrollo económico del cantón, puesto que se obtendrá materia prima de la zona, lo que generará fuentes de empleo para los habitantes del cantón y la provincia. A continuación, se detalla los capítulos a tratar en este documento:

En el capítulo I, se encuentra el planteamiento, formulación, sistematización del problema, objetivos, justificación, antecedentes y marco teórico.

Mientras que en el capítulo II, se describen los métodos y técnicas que se emplearon para encontrar la solución al problema planteado.

Finalmente, en el capítulo III, se explica los resultados que se obtuvieron durante la investigación realizada.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Planteamiento del problema

En el año 2019, el diario informativo El Pílon, indica que el sector El Cesar es uno de los productivos en el área ganadera, con un promedio de un millón de litros de leche diarios, mismos que son utilizados en la producción de láctea de los diferentes emprendimientos.

Tal es el caso de Alexis Lagos, quien hace quince años inició en la producción de bebidas de yogurt natural, mediante la aplicación de conocimientos en la preparación de alimentos adquiridos en cursos dictados por la Universidad nacional. Actualmente, son productores de la marca Diefres, que comercializa yogurt de diferentes sabores a supermercados y tiendas de Valledupar, Bogotá y Bucaramanga.

Así también, Ruby Jaramillo inició su emprendimiento hace seis meses, con la creación de la empresa Brunette, que ofrece bebidas de yogurt natural de 11 sabores diferentes, yogurt con galleta, yogurt con granola, entre otros; representando una opción alimenticia con alto contenido nutricional (El Pílon S.A. 2019, pp. 01-12).

Según María Victoria Coronel Merizalde en la ciudad de Guayaquil en el año 2019, uno de los principales problemas económicos del cantón Balzar es el exceso de recursos naturales no aprovechados, principalmente la producción de leche. Por lo que Coronel ha optado por la producción de yogurt artesanal para utilizar la materia prima ofertada en el sector, misma que comercializa en expendios de comida rápida (Coronel, 2019, p. xv).

El cantón Sucúa de la provincia de Morona Santiago, tiene como principales fuentes de producción las industrias maderera y ganadera. Sin embargo, la producción láctea no es aprovechada en su totalidad, por lo que es transportada hacia otras ciudades y reingresada como productos elaborados.

En vista de ello la propuesta de este proyecto se centra en analizar los costos de producción de yogurt natural dentro de la localidad para aprovechar la materia prima que es la leche, cuya producción es de 11051 litros diarios, siendo un 10,52 % de producción. Y a su vez impulsar el crecimiento económico de los emprendedores en el año 2020, puesto que se cuenta con un 9,11% de tasa de desempleo en comparación con el índice a nivel nacional. Motivo por el cual se centró este tema debido a que existe escases de recursos económicos, falta de políticas que vayan centradas al apoyo de emprendimientos y a su vez desconocimiento técnico para la generación de emprendimientos.

Para la comercialización del yogurt natural artesanal se ha enfocado en cada uno de los hogares de la localidad. Además de los beneficios económicos que se obtendrá del emprendimiento, se

aportará con beneficios que ayuden a contrarrestar las infecciones bacterianas (regeneración de las células) en el organismo.

1.2. Formulación del problema

El desconocimiento de costos de producción para la elaboración del producto ocasiona una demanda insatisfecha en productos naturales que nos ayude a contrarrestar las infecciones bacterianas en el organismo y a su vez impulsar el crecimiento económico de los emprendedores, lo que es muy necesario en la actualidad para la población en el cantón Sucúa en el año 2020.

1.3. Sistematización del problema



Gráfico 1-1: Árbol de problemas

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

Una vez planteado el árbol de problemas se puede evidenciar las causas y efectos considerados para este tema investigativo en el cual se denota como variable independiente el análisis de costos de producción para la elaboración del producto y como variable dependiente la demanda de productos naturales.

Analizando las variables consideradas en este trabajo investigativo, se pretende encontrar la solución a la hipótesis generada y a su vez solución al problema general planteado. A criterio de

la investigadora la estructura efectiva del árbol de problemas permite responder en mejor forma las necesidades establecidas en esta investigación, y obtener una meta clara del trabajo a realizar.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Análisis de costos de producción para la creación de yogurt kéfir dentro de la demanda de artículos naturales en el cantón Sucúa en el año 2020 con la creación de un bien que contrarreste las infecciones bacterianas en el organismo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Evaluar la satisfacción de la demanda del producto en el mercado.
- Estimar los costos de producción para la elaboración del producto mediante una comparación de precios de materia prima, maquinaria y mano de obra para saber cuan rentable es la producción del mismo.
- Realizar un sistema de promoción del emprendimiento para afianzar su posicionamiento en el mercado.

1.5. Justificación

1.5.1. Justificación Teórica

El presente estudio comprende la revisión y el análisis de las transacciones efectuadas anteriormente con el objetivo de verificar aspectos relacionados a la implementación de un emprendimiento.

Mediante la utilización de diferentes recursos y conocimientos adquiridos en la vida estudiantil en un período determinado con relación al análisis de factibilidad de un producto, permisos que se necesita para operar y dominar las estrategias de marketing para dar a conocer el artículo.

1.5.2. Justificación Metodológica

Se realizará mediante la utilización de encuestas de campo para dar respuesta a los problemas encontrados en el momento de la ejecución de la sistematización del problema la cual dará respuesta a la factibilidad del producto.

1.5.3. Justificación Práctica

Se realizará mediante un análisis de mercado que permitirá determinar la factibilidad de la implementación de un emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de yogur kéfir dentro de la oferta de productos orgánicos.

1.6. Antecedentes de la investigación

El cantón Sucúa como una de las localidades de mayor producción ganadera se ha visto abocado a una sobreproducción de leche, la cual al no tener un mercado de inserción se ve obligado a perder este excedente productivo, este tipo de inconvenientes transforma a la idea de un emprendimiento como vital y urgente en el sector de influencia del presente trabajo investigativo, coadyuvado al problema de pandemia mundial y la suma constante de desempleo nacional y local. La implementación de un producto más allá de sus bondades naturales conlleva a dar una respuesta inmediata como alternativa de ingreso a las personas que de una u otra manera puedan o deseen invertir su recurso escaso en un bien de prometedor futuro.

1.7. Marco teórico

1.7.1. Mercado

Es el lugar donde una persona denominada vendedor ofrece un bien o servicio y otra persona denominada comprador se acerca para tener una relación comercial ofreciendo dinero a cambio del producto (Pérez, 2020, p. 01).

Por lo que, para poder posicionar dicho mercado se debe tener en cuenta el marketing mix, las 4p's, mismas que se explican a continuación:

- **Producto:** es aquel bien o servicio que se puede vender siempre que este satisfaga las necesidades de los clientes.
- **Precio:** es el valor monetario que se da al producto o servicio para accesibilidad del consumidor.
- **Publicidad:** es el medio por el cual se promueve los productos que la persona o empresa realizan y ofrecen al mercado ya sea mediante páginas web, vallas publicitarias y tarjetas de presentación.
- **Plaza:** son aquellos intermediarios ya sea personas o empresas quienes distribuyen el bien o servicio desde el fabricante al consumidor (Ávila & Malla, 2010, pp. 61-76).

1.7.1.1. Estudio de mercado

Conociendo cuál o cuáles serán los productos, precios, medios de publicidad y plaza. Es necesario realizar un estudio de mercado. Puesto que, este permitirá conocer de manera precisa la aceptación por parte de los potenciales clientes (Da Silva, 2020, p. 01-10).

Donde los pasos a seguir para realizar dicho estudio son los siguientes:

1. *Buscar información sobre el sector:* a quienes va a ir direccionado, que tipo de personas adquirirán el bien o servicio
2. *Estudiar a la competencia:* conocer que es lo que les llama la atención a los clientes de ellos, su nivel de ventas en cuanto a bienes o servicios sustitutivos o propios.
3. *Permanencia en el mercado:* cuan rentable será el bien o servicio puesto que de ello dependerá la permanencia del bien o servicio en el tiempo.
4. *Nivel de precio del bien o servicio:* cuanto estarían dispuestos a pagar conociendo los beneficios que tiene el bien o servicio a ofertar.
5. *Aceptabilidad del producto o servicio:* un servicio o bien que satisfaga las necesidades del futuro cliente para con ello obtener su fidelidad y por ende un grado de aceptabilidad del bien o servicio a ofrecer (Infoautónomos, 2021, pp. 04-08).

1.7.1.2. Objetivos de un estudio de mercado

Se debe considerar que entre los objetivos de un estudio de mercado se encuentran el:

- Determinar las necesidades que tienen los consumidores.
- Comparar los precios con los de la competencia
- Identificar las propiedades valoradas por los consumidores clientes (Da Silva, 2020, p. 01-10).

1.7.1.3. Tipos de estudio de mercado

Estudio de mercado primario: Es aquel en el que se emplea pruebas tradicionales y que además son confiables, como pueden ser las encuestas, entrevistas e investigaciones de campo.

Estudio de mercado secundario: En este tipo de mercado utiliza datos que fueron obtenidos de otras investigaciones anteriores que se adapten al producto o servicio que ya existe o es nuevo (Da Silva, 2020, p. 01-10).

1.7.2. Oferta y Demanda

La oferta de mercado es la cantidad que un vendedor posee de bienes y servicios y está dispuesto a vender en un precio determinado para satisfacer las necesidades de los consumidores (Atucha y Gualdoni, 2018, p. 07).

La demanda se refiere a aquella solicitud para adquirir a precios de mercado una determinada cantidad de bienes o servicios para con ello satisfacer necesidades (Atucha y Gualdoni, 2018, p. 02). Y así lograr una ventaja competitiva que le permita a una persona o empresa posicionarse por encima de sus competidores en un sector determinado.

Así mismo, se realiza un estudio técnico que analiza y determina el tamaño del proyecto, es decir, la cantidad de producción, requerimiento numérico de maquinarias, obreros, espacio físico del proyecto. Además, permite establecer costos que provienen de la ejecución y operación del producto o servicio (Meneses, 2019, pp. 02-05).

1.7.3. Muestra y Muestreo

La muestra de una población permite evidenciar la facilidad y capacidad técnica del proyecto, se define como: una parte seleccionada de la población, la cual va a ser estudiada a través de un análisis estadístico, Mientras que, el muestreo, es el proceso por el cual se selecciona a un grupo de personas de una población determinada con el fin de realizar estudios y obtener con ello una correcta interpretación del total de la población (Ochoa, 2015, pp. 02-04).

1.7.4. Estudio Financiero

Es un procedimiento para determinar el riesgo y rentabilidad que tendrá la creación de una empresa o emprendimiento, es decir, un análisis de las relaciones contables. Se basa en los análisis numéricos del dinero necesario para la creación de una empresa.

1.7.4.1. Tipos de estudios financieros

Análisis horizontal: En este tipo de método se utiliza según la rentabilidad de años anteriores como punto estándar de comparación.

Análisis vertical: Es conocido como porcentajes de componentes, puesto que se realiza una comparación de las ganancias con los activos, pasivos y patrimonio.

Análisis de relación: Este método estudia algunos aspectos del estado actual en el que se encuentra la empresa, se utiliza además para avalar las evaluaciones que realizan los analistas en la organización.

Movimiento del precio de las acciones: Este método se fundamenta en examinar las acciones que tiene la empresa más no el estado actual de la misma, se utiliza como una herramienta analítica (Jileana, 2020, pp. 01-07).

1.7.5. Comercialización

Es vender un producto o servicio mediante herramientas como publicidad, a través de: degustaciones, muestras gratis, promoción en medios de comunicación, entre otras, para con ello lograr venderlos a los futuros clientes (Caurín, 2018, pp. 01-02).

La comercialización tiene como aliado fundamental al marketing, que es una actividad, la cual se encarga de investigar y crear un medio para satisfacer las necesidades de un cliente mediante la realización de un bien o servicio (Mesquita, 2018, p. 02.)

De esta manera lograr la satisfacción del cliente, que quiere decir, que el producto o servicio ofertado cumple con las perspectivas del cliente, para poder ofertar un producto o servicio se empieza realizando un emprendimiento, el cual tiene origen en el inicio de la humanidad, puesto que el hombre ha buscado siempre superarse y de esta manera mejorar su calidad de vida.

1.7.6. Emprendimiento

Debe considerarse al emprendimiento como algo congénito en la humanidad, algo que ha estado presente en todo momento, aunque se debe recalcar que no en todos los hombres. Se ha notado una diferencia entre el ser humano y los demás seres vivos, puesto que, estos no se han superado en algunos años, mientras que la humanidad ha progresado de manera admirable debido al espíritu emprendedor.

Por consiguiente, el emprendimiento es el acto de crear un negocio el cual ofrezca ya sea bienes o servicios con la finalidad de producir ingresos. Se puede decir además que el emprendimiento es la realización triunfante de ideas de la mente brillante de un emprendedor (Martins, 2021, pp. 02-03).

Donde existen algunos tipos de emprendimientos que podemos encontrar como son:

- *Pequeñas empresas:* son aquellas en las que se cuenta solo con el dueño quien dirige la empresa y con unos cuantos empleados.
- *Empresas escalables:* estas tienen como finalidad crecer considerablemente con ideas de innovación y aplicando estrategias.
- *Organizaciones sociales:* son aquellas que se integran para con ello crear un impacto en el mundo, principalmente son organizaciones sin fines de lucro.

- *Emprendimientos novedosos*: son emprendimientos novedosos cuando crean un producto o servicio innovador, pero requieren de demasiado capital para lograr implementar y poner en marcha su negocio.
- *Negocios oportunistas*: son aquellos donde la persona emprendedora tiene una visión para con ello crear un negocio en el momento determinado cubriendo así una necesidad específica.
- *Emprendimientos incubadores*: se diferencian de los demás tipos de emprendimiento puesto que estos permanecen por un tiempo largo para desarrollarse con la finalidad de satisfacer una necesidad en el mercado.
- *Negocios espejos*: son aquellos que no crean ni un producto ni un servicio más bien se centran en ofrecer un bien que ya se encuentra en el mercado (Content, 2018, pp. 01-15).

Conociendo la definición de emprendimiento, ahora, se definirá al emprendedor, como aquella persona que tiene una gran capacidad de crear e innovar, es decir no siguen rutinas sino que prefieren sobresalir y hacer cosas diferentes para renovar lo que ya existe (Alcaraz, 2011, p. 02).

1.7.6.1. ¿Cómo nacen las ideas de los emprendedores?

Entre algunas de las fuentes que inspiran a las personas emprendedoras ya sea por conocimientos o por experiencias, se encuentran:

Empezar con un negocio que ya funciona: Hace referencia a obtener un negocio que ya ha estado funcionando, es decir, recibir legalmente un negocio que ya tenía acogida y contaba con clientes fieles lo que permite que el negocio continúe siendo fructífero (Berenstein, 2019, p.07).

A partir de esta forma de negocio, para el proyecto en desarrollo, debe conocerse también qué son los productos naturales o productos orgánicos; mismos que están derivados de las plantas, animales o minerales que no han sido sujetos de procesamientos químicos. Teniendo ya en consideración todo ello, debemos saber cómo crear un producto, para lo cual se debe seguir algunos pasos, como son:

1. *Generación de ideas*: se debe tener en cuenta primero las ideas que se tiene para crear un producto, tomando en consideración las necesidades del cliente o a su vez las fortalezas que tiene uno como persona innovadora. Escogiendo las ideas más viables para la creación de un producto.
2. *Presentación del mejor concepto*: este paso es fundamental para asegurar que la idea propuesta sea la adecuada, estableciendo a su vez la que mejore la rentabilidad, tiempo de elaboración y cubra las necesidades de la demanda.
3. *Concepto y cuestionamiento*: en este punto se debe realizar una encuesta a los futuros clientes para conocer su opinión acerca de la idea que se quiere establecer en el mercado.
4. *Modelo de negocio*: se debe iniciar planteando un modelo de negocio, es decir, debe incluir la estrategia de marketing, proveedores, mercado objetivo, financiamiento, costos, entre otros.

5. *Desarrollo y prototipo*: en este ítem luego de aprobado el modelo de negocio se debe empezar a desarrollar el tema propuesto como algo tangible, mediante un modelo de producción.
6. *Comercialización*: se empieza a ofrecer el producto para conocer la reacción del cliente, es decir, si va a ser aceptado para empezar el lanzamiento final del producto.
7. *Lanzamiento*: difundir el producto, dando a conocer el lugar y cuando se lanzará el producto con el fin de obtener mayor clientela (Entrepreneur, 2017, pp. 01-08).

1.7.7. Yogurt

El yogurt es un producto lácteo, el cual pasa por un proceso de fermentación de la leche, ocasionada por microorganismos. Dicha fermentación transforma la lactosa en ácido láctico, lo que hace que el yogurt tenga esa textura y acidez. Por lo cual existen algunos tipos de yogurt según Katherin Beltrán:

Tipo I, son aquellas que se elaboran mediante leche entera.

Tipo II, se elabora el yogurt mediante leche descremada o semidescremada.

Tipo III, se elaboran mediante leche descremada o desnatada.

Según los ingredientes que se utilizan están:

- Azucarados
- Natural
- Con frutas
- Edulcorado
- Saborizado

Mediante el proceso de elaboración:

- Yogurt batido
- Yogurt aflanado
- Yogurt fluido (Beltrán, 2018, pp. 07-08).

Además, debe tenerse en cuenta que los aditivos son dañinos para la salud puesto que, en algunos casos ocasiona reacciones alérgicas, anemia, irritación en ojos y nariz, aumenta el colesterol, urticaria y descalcificación en niños.

Con respecto al consumo del yogurt en Ecuador, en la ciudad de Quito mediante un estudio de mercado realizado por Karina Quinatoa, nos muestra que un 31.46% consumen todos los días, mientras que el 33.15% una vez a la semana.

Tabla 1-1: Consumo del yogurt en Ecuador

CANTIDAD	FRECUENCIA	Nº DE PERSONAS QUE CONSUMEN YOGURT	PORCENTAJE
250ml	Todos los días	112	31.46%
500ml	Una vez a la semana	118	33.15%
750ml	Dos veces a la semana	50	14.04%
1000ml	Tres veces a la semana	40	11.24%
1500ml	Una vez al mes	36	10.11%
TOTAL		356	100%

Fuente: Guamán, 2011

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

1.7.7.1. Yogurt Kéfir

El yogurt kéfir se originó en las montañas del Cáucaso, su nombre en turco significa “bendición”. Según la leyenda de sumeria, fueron los dioses quienes entregaron a Noé una planta de Kéfir para retribuir el no haber podido regalarle la inmortalidad.

Mientras que en Oriente Medio el Kéfir fue un objeto de culto. Además, se debe tener en cuenta que el kéfir es parecido a la coliflor, pero más pequeño y suave, formada por muchos microorganismos (Cisternino, 2018, pp. 01-06).

Entre algunas de las propiedades con las que cuenta el kéfir están:

- Bacterias probióticas
- Levaduras
- Rico en aminoácidos
- Vitaminas
- Minerales
- Encimas (Calcio, fósforo, magnesio, vitaminas B2, B12, K, A y D) (Organic Gaia, 2016, p. 04).

Al mismo tiempo entre los beneficios del yogurt kéfir, se encuentran:

Aumenta la inmunidad: Puesto que contiene biotina y el folato lo cuales ayudan a poner en circulación el sistema inmunológico y preservar las células. Además, contiene un origen probiótico el cual se llama Lactobacillus Kefiri, que protege contra las bacterias dañinas en el organismo como la salmonela.

Construye la fuerza del hueso: Debido a que el kéfir es elaborado de productos lácteos que contienen altos niveles de calcio en la leche. Contiene además vitamina K2 que es esencial para la mejor impregnación de calcio, cuenta también con fósforo, magnesio y vitamina D.

Apoya la digestión y combate el síndrome de intestino irritable: Ayuda a restaurar el equilibrio, también lucha contra enfermedades gastrointestinales como son las úlceras, enfermedad de Crohn

y el síndrome del intestino irritable; además ayuda a restaurar la flora intestinal. Entre muchos otros beneficios como son calmar las alergias, sanar la piel; y, mejorar los síntomas de intolerancia a la lactosa (ADILAC, 2019, pp. 02-03).

Es así que una taza de yogurt kéfir contiene los siguientes nutrientes:

- 160 calorías
- 12 gramos de carbohidratos
- 10 gramos de proteínas
- 8 gramos de grasa
- 390 miligramos de calcio
- 5 microgramos de vitamina D
- 90 microgramos de vitamina A y
- 376 miligramos de potasio (ADILAC, 2019, p. 04).

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación

El presente trabajo investigativo está orientado a dar una respuesta técnica a las variables objeto de la misma a través de técnicas y métodos cualitativos y cuantitativos, que coadyuven al objetivo investigativo objeto y fin del presente trabajo.

2.2. Nivel de Investigación

El nivel de investigación considerado para el presente trabajo es de carácter descriptivo y correlacional, en virtud de la técnica y método valorado en el presente trabajo, adicional a este también se considera el nivel exploratorio, al hacer referencia a un campo por demás novedoso y no tan analizado a profundidad en el sector de influencia del presente trabajo investigativo.

2.3. Diseño de investigación

Estudio descriptivo

La investigación para el desarrollo de este tema fue de manera descriptiva ya que con ello permite entender distintas opiniones y preferencias mediante la encuesta obteniendo así datos reales del cantón Sucúa.

Investigación transversal

Mediante la observación de las encuestas realizadas a una determinada población.

2.4. Tipo de estudio

Estudio descriptivo

Puesto que permite analizar una serie de elementos dando respuesta a cada una de ellas y su respectiva injerencia en el desarrollo del proyecto de investigación.

Estudio documental

Porque las evidencias desarrolladas en este trabajo serán realizadas en base a la evidencia levantada en esta investigación, los archivos realizados y las evidencias levantadas serán de custodia absoluta de la investigadora.

2.5. Población y muestra

En el cantón Sucúa se cuenta con una población de 18.318 habitantes. Mediante la fórmula de muestreo poblacional que se muestra a continuación:

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

Posterior a la aplicación de la fórmula matemática mostrada, se obtuvo una muestra de 137 personas, es decir, la encuesta se aplicó a 137 habitantes del cantón Sucúa.

2.6. Análisis de costos de producción

En primer lugar, debe conocerse qué es un costo directo e indirecto; lo que a su vez en cuanto al costo directo se refiere a los gastos que netamente están ligados a la producción y realización del bien o servicio a ofrecer; mientras que, los costos indirectos son aquellos que no están ligados a la producción del bien o servicio, pero son necesarios para la realización de dicho bien.

A continuación, se presenta el costo de producción para 900 vasos de yogurt en un periodo de un mes; puesto que después de realizar un estudio de mercado se estableció como meta de venta diaria un total de 30 vasos, esta cantidad se estableció también según la información recabada en la pregunta número ocho de la encuesta, que indica que, más del 50% de la población de Sucúa consumirían este yogurt cada semana.

Ahora bien, se definió una presentación en vasos de 7 onzas para la comercialización del producto; por lo que, los costos de producción directos son: fruta, leche, azúcar, yogurt y mano de obra; mientras que, en los costos indirectos están: energía eléctrica, 4 mesas, congelador, 2 licuadoras, refrigeradora, sorbetes, vasos y por supuesto las etiquetas del producto. Dando como resultado en cuanto a costos directos de 1,61 dólares y costos indirectos 0,13, es decir, un total de 1.74 dólares por litro de yogurt.

Tabla 1-2: Costos de producción por litro

COSTOS DIRECTOS	
DETALLE	PRECIO (\$)
Fruta (Mora)	0,14
Leche	0,45
Yogurt	0,15
Azúcar	0,03
Sueldo básico	0,83
TOTAL	1,61
COSTOS INDIRECTOS	
Energía Eléctrica	0,05
Mesas	0,0026
Congelador	0,0040
Licuadoras	0,0020
Refrigeradora	0,0058
Etiquetas	0,06
Sorbetes	0,0013
Vasos	0,0090
TOTAL	0,13

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

Tabla 2-2: Valor unitario del producto, 7 onzas

	V/UNIT por litro	V/U por 7 onzas
DIRECTO	1.61	0.33
INDIRECTO	0.13	0.02
TOTAL	1.74	0.35

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

De igual manera, se presenta el valor unitario por vaso de yogurt kéfir en la presentación personal de vaso de 12 onzas.

Tabla 3-2: Valor unitario del producto, 12 onzas

	V/UNIT por litro	V/U por 12 onzas
DIRECTO	1.61	0.57
INDIRECTO	0.13	0.05
TOTAL	1.74	0.62

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

Además, se debe considerar que la promoción de este producto como es el yogurt se realizó mediante trípticos y redes sociales. Por consiguiente, este producto llevará una marca institucional, es decir la etiqueta.

2.7. Canal de distribución

Para la realización del yogurt kéfir, lo primero que se debe hacer es comprar los productos a necesitar para proceder a la elaboración como son la fruta, el azúcar, la leche, los vasos y sorbetes por lo que se procede a comprar estos materiales al productor, seguido de ello se procede a la elaboración del mismo, donde se pone el yogurt natural kéfir, se agrega la fruta, la leche y el azúcar; por consiguiente agregamos el producto terminado en su respectivo vaso y se entrega al cliente el producto final.

Además, se debe tener en cuenta que este producto estará direccionado al consumo de niños, jóvenes, así como también de adultos, por consiguiente, las entregas de dicho producto serán solo dentro del cantón Sucúa de manera directa. Se debe considerar además que el producto desde el momento de su elaboración hasta el momento de consumo dura aproximadamente 30 minutos en una cadena de frío.

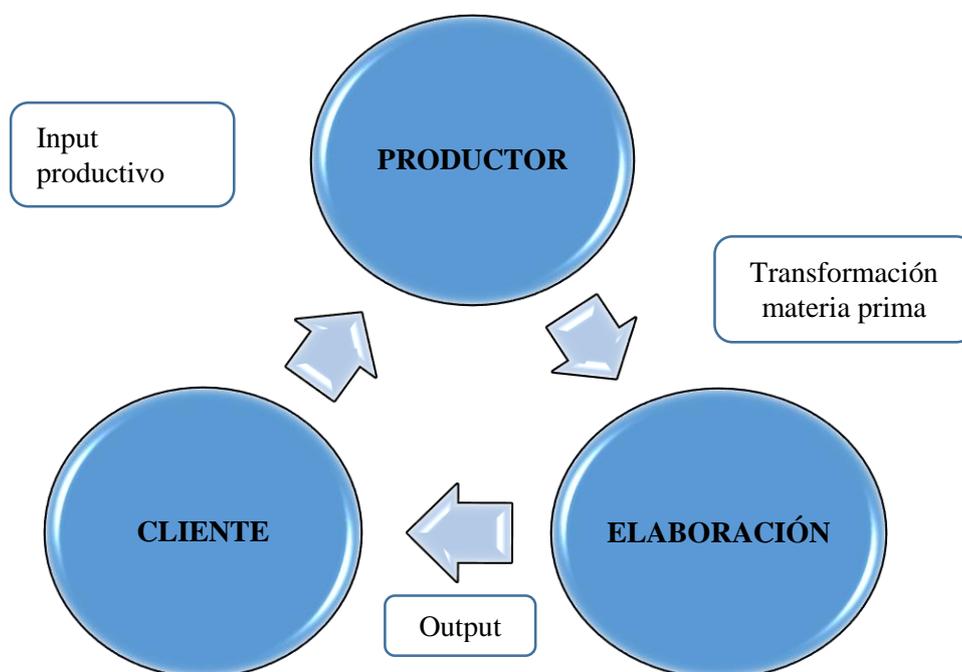


Gráfico 1-2: Canal de distribución

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

2.8. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

Los métodos aplicados para esta investigación son el método deductivo. En cuanto a las técnicas e instrumentos, se precisa, que a cada técnica le corresponde un instrumento. El investigador debe detallar cuales empleará y en qué momento serán usadas. Una línea base de técnicas e instrumentos son:

Tabla 4-2. Técnicas e instrumentos de la investigación

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS																																				
ENTREVISTA	<ul style="list-style-type: none"> - Guía de entrevista: Contactos persona a persona, a fin de considera en forma integral con varios individuos la sistematización de variables, asegurando de esta manera una base solidad de enfoque investigativo. - Registro de entrevista: Se mantiene bajo archivos detallados, la evidencia de estas entrevistas, así como el resultado de las mismas, de tal manera permitan la evidencia constante y toma de datos de la investigadora. 																																				
ENCUESTA	<ul style="list-style-type: none"> - Económico. En el ámbito económico la presente actividad es realizada en base al propio recurso de la investigadora. - Social. En el ámbito social el presente trabajo está enfocado en las personas de escasos recursos quienes son el motivo del trabajo investigativo. - Administrativo. Esta actividad esta direccionada a entregar un criterio técnico de base científica que sirva como modelo para futuros trabajos de investigación en el área. <p>Las encuestas se considerarán en un archivo físico que resguarde la evidencia del presente trabajo, así como también la tabulación respectiva en hojas electrónicas diseñadas para la presente. La encuesta a aplicarse tendrá las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Datos técnicos, se considerará las preguntas esenciales que permitan dar respuestas a las variables dependientes e independientes a fin de dar respuesta a la hipótesis planteada. - Datos espaciales, se torna importantes este tipo de datos porque permite al investigador tener una referenciación geográfica de la factibilidad de la ejecución del proyecto. 																																				
OBSERVACIÓN	<p>Previo a definir el instrumento es necesario indicar que la técnica de la observación puede ser participativa (el investigador es parte del fenómeno de estudio), y no participativa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Guía de observación: formato que contiene los objetivos de la investigación plasmados en parámetros, factores, aspectos o elementos a ser observados en su comportamiento. - Registro de observación: para el registro se sugiere evidencia física – formularios y video de ser necesario. <table border="1" data-bbox="483 1167 1313 1702" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th data-bbox="483 1167 786 1211"></th> <th colspan="3" data-bbox="786 1167 1313 1211">IMPACTO DEL PROYECTO</th> </tr> <tr> <th data-bbox="483 1211 786 1290">Observación</th> <th data-bbox="786 1211 975 1290">Satisfactorio</th> <th data-bbox="975 1211 1142 1290">Poco satisfactorio</th> <th data-bbox="1142 1211 1313 1290">Irrelevante</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="483 1290 786 1335">Entrevista directa</td> <td data-bbox="786 1290 975 1335"></td> <td data-bbox="975 1290 1142 1335">X</td> <td data-bbox="1142 1290 1313 1335"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1335 786 1379">Análisis de casos</td> <td data-bbox="786 1335 975 1379"></td> <td data-bbox="975 1335 1142 1379">X</td> <td data-bbox="1142 1335 1313 1379"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1379 786 1458">Elaboración de informes de entrevista</td> <td data-bbox="786 1379 975 1458">X</td> <td data-bbox="975 1379 1142 1458"></td> <td data-bbox="1142 1379 1313 1458"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1458 786 1503">Encuestas</td> <td data-bbox="786 1458 975 1503">X</td> <td data-bbox="975 1458 1142 1503"></td> <td data-bbox="1142 1458 1313 1503"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1503 786 1581">Determinar población y muestra</td> <td data-bbox="786 1503 975 1581"></td> <td data-bbox="975 1503 1142 1581">X</td> <td data-bbox="1142 1503 1313 1581"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1581 786 1626">Población objeto</td> <td data-bbox="786 1581 975 1626"></td> <td data-bbox="975 1581 1142 1626">X</td> <td data-bbox="1142 1581 1313 1626"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="483 1626 786 1702">Segmento del mercado a considerar</td> <td data-bbox="786 1626 975 1702"></td> <td data-bbox="975 1626 1142 1702"></td> <td data-bbox="1142 1626 1313 1702">X</td> </tr> </tbody> </table> <p data-bbox="483 1702 1313 1780">Nota: Debido al estado de emergencia se ha considerado hacerlo a través del ámbito virtual</p>		IMPACTO DEL PROYECTO			Observación	Satisfactorio	Poco satisfactorio	Irrelevante	Entrevista directa		X		Análisis de casos		X		Elaboración de informes de entrevista	X			Encuestas	X			Determinar población y muestra		X		Población objeto		X		Segmento del mercado a considerar			X
	IMPACTO DEL PROYECTO																																				
Observación	Satisfactorio	Poco satisfactorio	Irrelevante																																		
Entrevista directa		X																																			
Análisis de casos		X																																			
Elaboración de informes de entrevista	X																																				
Encuestas	X																																				
Determinar población y muestra		X																																			
Población objeto		X																																			
Segmento del mercado a considerar			X																																		
MUESTREO	<p>En la presente investigación se consideró la fórmula cuando se conoce el tamaño de la población, por lo que se aplica la siguiente fórmula debido a que se cuenta con una población finita:</p>																																				

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

El significado de los términos es:

n= Tamaño de la muestra

Z = Margen de confiabilidad, 95% constante 1,96;

p = Probabilidad de que el evento ocurra

q = Probabilidad de que el evento no ocurra

E = Error de estimación o error muestral 1% al 3% y del 5% al 6%

N = Población o universo de estudio

N-1 = Factor de corrección.

En donde,

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.90 * 0.10 * 18318}{(0.05)^2(18318 - 1) + (1.96)^2 * 0.90 * 0.10}$$

$$n = \frac{6333.34}{46.14}$$

$$n = 137.27 \cong 137 \text{ personas}$$

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

CAPÍTULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de resultados

Se detalla a continuación las preguntas realizadas a la ciudadanía del cantón Sucúa, mismas que dan respuesta a las variables propuestas y su correspondiente análisis estadístico que determinaron la factibilidad del proyecto en estudio.

Pregunta 01

¿Podría señalar usted si existe la necesidad de contar con un producto lácteo que beneficie al organismo?

Tabla 1-3: Necesidad de contar con un producto lácteos

SÍ	132
NO	5

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

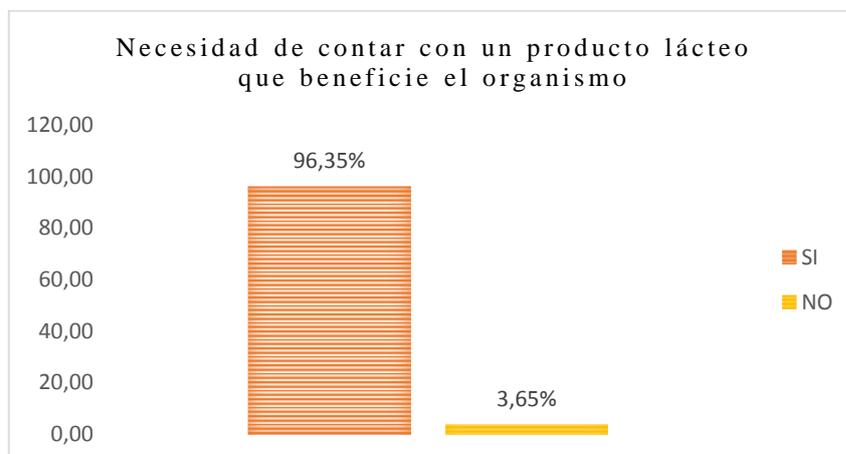


Gráfico 1-3: Necesidad de contar con un producto lácteo

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

En el análisis de la pregunta número uno, se evidencia que el 96,35% de la población del cantón Sucúa manifiesta que existe la necesidad de contar con un producto lácteo que beneficie al organismo, es por ello que según la doctora Ascensión Marcos, quien respalda la información proyectada dentro de la encuesta al manifestar que, los productos lácteos tienen una gran variedad de propiedades y beneficios, debido a su fuente de calcio y una gran variedad de micro y macronutrientes como vitamina A, ácido fólico, zinc, proteínas y ácidos grasos de buena calidad (Tovar, 2019, pp. 01-02).

Pregunta 02

Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, responda ¿Qué producto se necesita en el mercado?

Tabla 2-3: Qué producto se necesita en el mercado

LECHE	21
QUESO	6
YOGURT	110

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

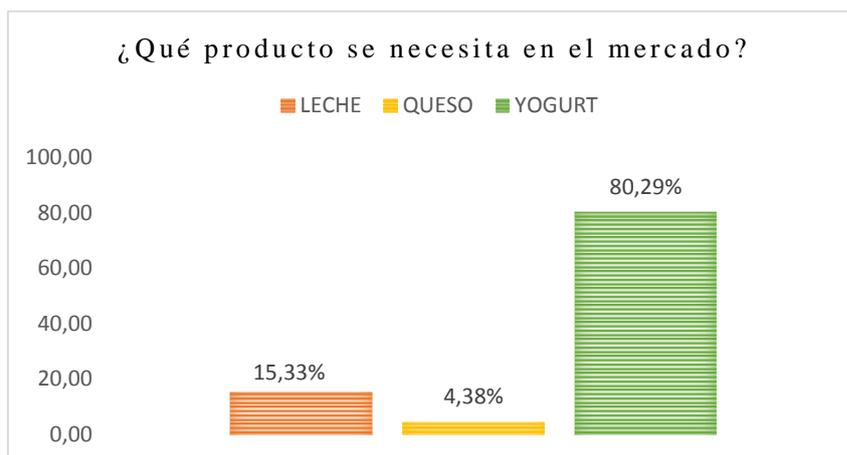


Gráfico 2-3: Qué producto se necesita en el mercado

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

En el análisis de la pregunta número dos, se evidenció que, el 80,29% de la población del cantón Sucúa, opinan que el producto que se necesita en el mercado es el yogurt debido a su densidad nutricional y fuente de vitaminas.

Pregunta 03

¿Conoce usted si en el cantón Sucúa se cuenta con productos hechos de kéfir (Honguitos-Bichitos)?

Tabla 3-3: Se cuenta con productos hechos de kéfir

SÍ	36
NO	101

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

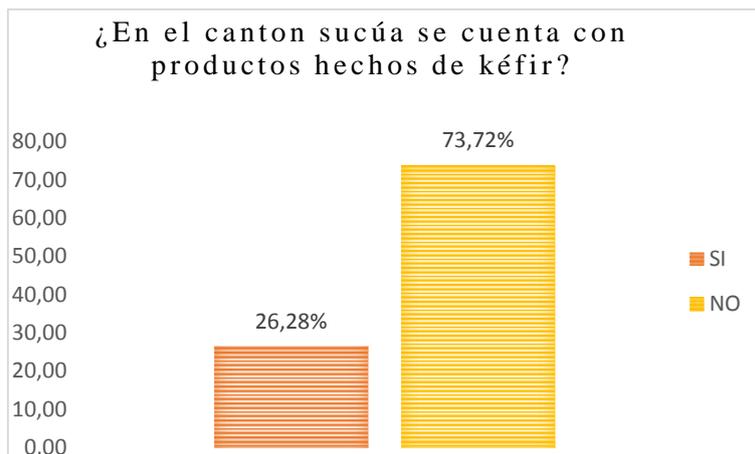


Gráfico 3-3: Se cuenta con productos hechos de kéfir

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

El gráfico correspondiente a la pregunta número tres, muestra que, el 73,72% de los encuestados manifiesta que no existen productos hechos de kéfir, debido al desconocimiento del kéfir y a su vez de la variedad de productos que resultan del mismo. Por lo que, según el autor, Alonso González, el kéfir es una composición de bacterias probióticas, levaduras, azúcares, lípidos y proteínas que ayudan al sistema inmunológico, del cual pueden extraerse derivados como el kéfir de té o más conocido como Kombucha y además el tepache (González, 2011; citado en Bolaños, 2014, p. 15).

Pregunta 04

¿Sabía usted que el yogurt kéfir ayuda a la digestión y restaura la flora intestinal?

Tabla 4-3: Beneficios del yogurt kéfir

SÍ	76
NO	61

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

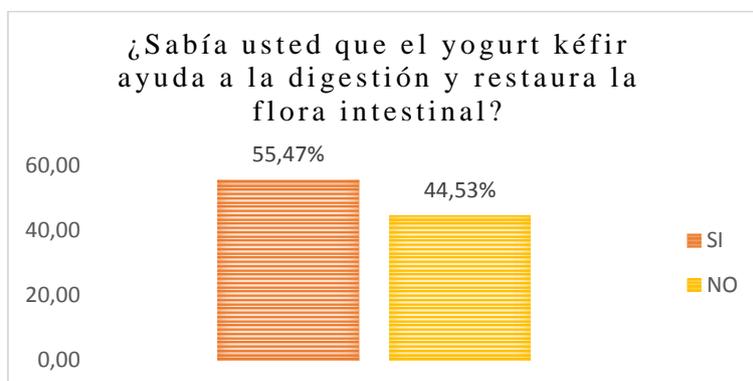


Gráfico 4-3: Beneficio del yogurt kéfir

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

En el análisis de la pregunta número cuatro, se evidenció que, el 55,47% de la población del cantón Sucúa conocían que el yogurt kéfir ayuda a la digestión y restaura la flora intestinal, es por ello que, según la autora Gabriela Velázquez, quien respalda la información presentada dentro de la encuesta y ha afirmado que el kéfir ayuda a regenerar, mejorar la flora intestinal, prevenir molestias estomacales, ayuda frente al síndrome del intestino irritable y como antiinflamatorio (Velázquez, 2020, pp. 07-10).

Pregunta 05

¿Considera usted si la implementación de un producto innovador puede generar recursos y oportunidades laborales en el cantón Sucúa?

Tabla 5-3: La implementación de un producto innovador

SÍ	132
NO	5

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

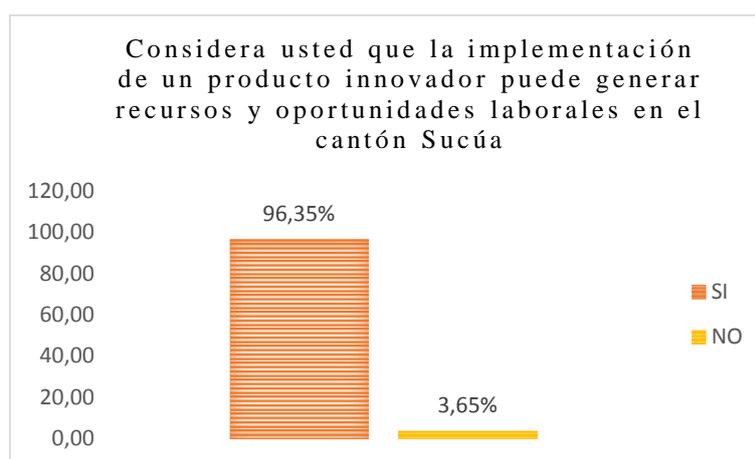


Gráfico 5-3: La implementación de un producto innovador genera recursos

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

El gráfico correspondiente al análisis de la pregunta número cinco, muestra que el 96,35% de la población del cantón Sucúa considera que la implementación de un producto innovador puede generar recursos y oportunidades laborales en el cantón antes mencionado. En este sentido, el autor Gupta afirma que, para innovar se debe conocer la necesidad para implementar una solución ya sea de un bien o servicio y a su vez concluir con la comercialización del mismo; además, el autor Porter manifiesta que, para que las empresas tengan una ventaja competitiva deben crear productos o servicios innovadores que marquen la diferencia de los competidores (Díaz & Guambi, 2018, pp. 223-226).

Pregunta 06

Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, responda ¿Cuál es la razón por la que se debe implementar un producto innovador?

Tabla 6-3: Razón por la que se debe implementar un producto innovador

Genera recursos económicos	50
Es un Producto de Consumo Masivo	10
Genera Empleo	77

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

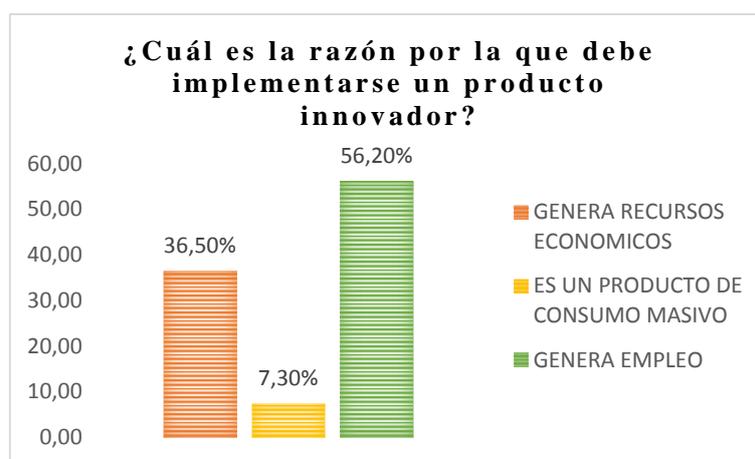


Gráfico 6-3: Razón por la que se debe implementar un producto innovador

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

En el análisis de la pregunta número seis, se muestra que, el 56,20% de la población del cantón Sucúa señala que una de las razones por el cual se debe implementar un producto innovador es debido a que genera empleo, es por ello que según la autora Clarisa Zamora, las personas que deciden emprender, es decir, desarrollar nuevos negocios es para lograr cubrir las necesidades que tiene la sociedad y que a su vez con ello logra generar empleo e incrementar la productividad (Zamora, 2017, p.01).

Pregunta 07

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el yogurt kéfir, en la presentación de un vaso de 7 onzas (175ml)?

Tabla 7-3: Precio en la presentación de un vaso de 7 onzas

Valor	Frecuencia absoluta
0,75	55
1,00	50
1,25	32

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

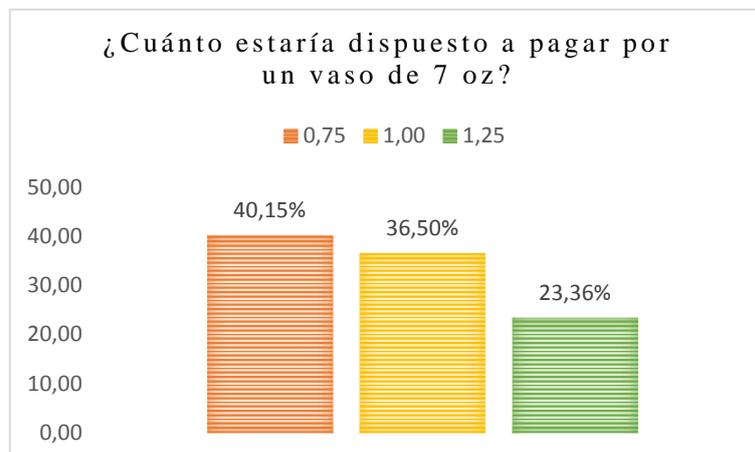


Gráfico 7-3: Precio en la presentación de un vaso de 7 onzas

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

Pregunta 08

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el yogurt kéfir, en la presentación de un vaso de 12 onzas (325ml)?

Tabla 8-3: Precio en la presentación de un vaso de 12 onzas

Valor	Frecuencia absoluta
1,25	62
1,50	39
1,75	36

Realizado por: Sarmiento, 2021.

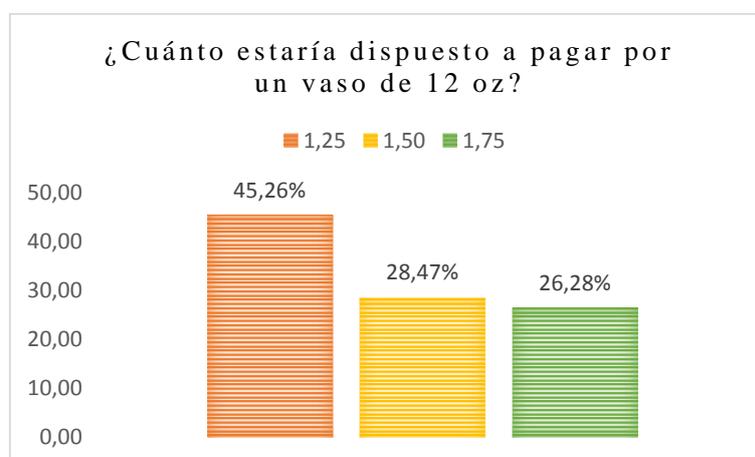


Gráfico 8-3: Precio en la presentación de un vaso de 12 onzas

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

En el análisis de la pregunta número siete donde se evidenció que, el 40,15% y el 45,26% respectivamente, de la población del cantón Sucúa manifiesta que estarían dispuestos a pagar \$ 0,75 correspondiente al vaso de 7 onzas y en la pregunta ocho, se menciona que el valor a pagar es de \$ 1,25 por el vaso de 12 onzas, lo que según el autor José Domínguez apoya la información presentada dentro de la encuesta mencionando que, para obtener un precio accesible a la demanda es necesario lograr ofrecer un precio lo más bajo posible en cuanto al producto (Domínguez, 2017, pp. 01-02).

Pregunta 09

¿Con qué frecuencia adquiriría el yogurt kéfir para el consumo del hogar, conociendo los beneficios de este yogurt?

Tabla 9-3: Frecuencia consumo del yogurt kéfir

Frecuencia de consumo	Frecuencia absoluta
Cada semana	105
Cada 2 semanas	19
Cada 4 semanas	4
Cada mes	7
Muy rara vez	2
Nunca	0

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

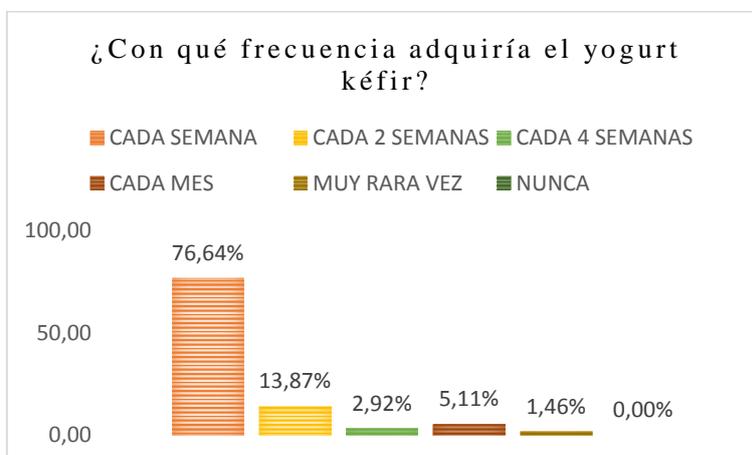


Gráfico 9-3: Frecuencia consumo del yogurt kéfir

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

El gráfico correspondiente al análisis de la pregunta nueve, muestra que, el 76,64% de la población del cantón Sucúa estaría dispuesta a adquirir el yogurt kéfir cada semana, lo que, según los autores Claudia Costaguta y Osvaldo Retondaro apoyan esta información presentada dentro de la encuesta y afirman que los productos innovadores tienen una buena acogida, puesto que la demanda se centra en la curiosidad, búsqueda de algo novedoso, nuevo y el incentivo positivo que genera el producto innovador (Constaguta & Retondaro, 2018, p. 113).

Pregunta 10

De las siguientes características del yogurt kéfir, seleccione las más importantes al momento de elegir uno

Tabla 10-3: Características del yogurt kéfir

Características	Frecuencia absoluta
Textura	19
Presentación	23
Beneficios para la salud	96
Sabor	64
Precio	44

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

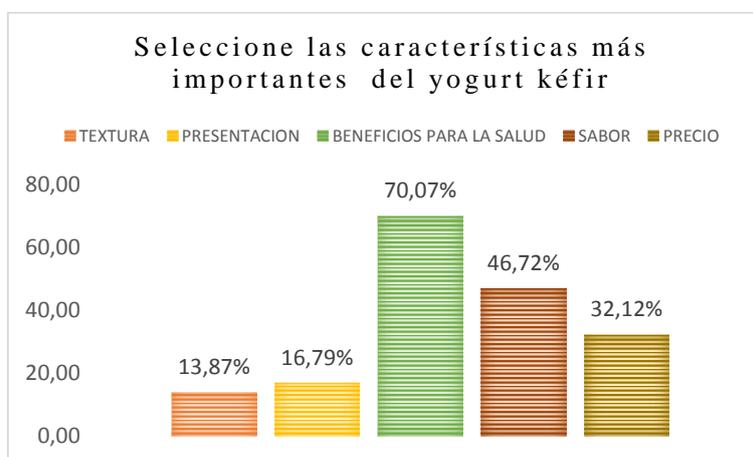


Gráfico 10-3: Características del yogurt kéfir

Realizado por: Sarmiento, Yadira, 2021.

En el análisis de la pregunta número diez se evidencia que, el 70,07% de la población del cantón Sucúa considera como una de las características más importantes del yogurt kéfir el beneficio para salud, el cual según la naturópata Paulina Vargas, quien apoya la información presentada dentro de la encuesta y ha afirmado que el kéfir ayuda a la renovación de la flora bacteriana, lo que a su vez mejora la calidad, el pH en la sangre disminución del estreñimiento, dolores de cabeza y enfermedades inmunológicas (Espinoza, 2018, pp. 03-04).

3.2. Análisis general de resultados

Una vez determinados los costos de producción, se obtuvieron precios de realización de la presentación de 7 y 12 onzas del producto de 0,35 y 0,87 dólares, respectivamente; por lo que más del 50% de la población del cantón Sucúa está dispuesto a consumir el yogurt kéfir.

Además, una de las características principales de este producto es el beneficio para la salud, ya que ayuda con las infecciones bacterianas, aumenta la inmunidad y construye la base del hueso; también es un producto innovador que generará empleo, por lo que se puede definir la necesidad de este producto, que tendrá una gran acogida ya que no se cuenta con productos hechos de kéfir en este cantón.

Así también, se determinó que la manera de distribuir el producto será de manera directa ya que será del productor al cliente, así como también una ventaja de este producto es que será apto para el consumo tanto para niños, jóvenes y adultos.

CONCLUSIONES

- De acuerdo con los resultados obtenidos a través de la aplicación de la encuesta, se determinó que el 80.29% de la población del cantón Sucúa considera que el yogurt es un alimento necesario en la dieta familiar, por lo que, se realizaron degustaciones del producto estudiado en esta investigación.
- El cálculo de costos de producción directos e indirectos del yogurt kéfir se realizó con base en los precios de la materia prima propia del sector, maquinaria, mano de obra y otros costos analizados de acuerdo con el mercado local del cantón Sucúa.
- Las estrategias de marketing, en cuanto a la publicidad del producto se realizó mediante redes sociales, trípticos; además, se generó la marca institucional para obtener la diferenciación de la competencia y principalmente crear la idea de negocio que se desea instaurar como una alternativa de producto orgánico y natural; además, instaurar en los potenciales clientes la preferencia por el producto desarrollado.

RECOMENDACIONES

- Desde un punto de vista médico y considerando los problemas de salud de la región amazónica, que en el año 2017 registro el ingreso a atención hospitalaria del 5.2% de la población, se recomienda el consumo de productos 100% naturales, como el caso del yogurt kéfir, que tengan alto aporte nutricional, así como, beneficios para la salud.
- Una vez implementado este proyecto en la creación de un emprendimiento dedicado a la producción de yogurt kéfir, resulta predominante la realización de nuevos estudios de mercado que permitan evidenciar el estado de la demanda del producto, así como, la factibilidad de la ampliación de la empresa.
- Concibiendo al emprendimiento como una necesidad de las personas en la búsqueda de desarrollo económico, resulta importante que estos emprendimientos sean dirigidos a cumplir satisfacer las necesidades prioritarias de la ciudadanía del cantón Sucúa, así como, en el aprovechamiento de los recursos propios del sector.

GLOSARIO

Kéfir: es parecido a la coliflor, pero más pequeño y suave, formada por muchos microorganismos.

Emprendimiento: es el acto de crear un negocio el cual ofrezca ya sea bienes o servicios con la finalidad de producir ingresos.

Estudio de mercado: es aquella investigación que uno realiza para conocer la aceptación de los futuros clientes.

Oferta de mercado: es la cantidad que un vendedor posee de bienes y servicios y está dispuesto a vender en un precio determinado.

Demanda: es aquella solicitud para adquirir a precios de mercado una extensa cantidad de bienes o servicios para con ello satisfacer necesidades.

Ventaja competitiva: le permita a una persona o empresa posicionarse por encima de sus competidores en un sector determinado.

Marketing: es una actividad, la cual se encarga de investigar y crear un medio para satisfacer las necesidades de un cliente mediante la realización de un bien o servicio.

Satisfacción del cliente: es cuando el producto o servicio ofertado cumple con las perspectivas del cliente.

Aditivos: son dañinos para la salud puesto en algunos casos ocasiona reacciones alérgicas, anemia, irritación en ojos y nariz, aumenta el colesterol, urticaria y descalcificación en niños.

Materia prima: es todo bien que se transforma mediante un proceso de producción hasta lograr convertirse en un bien terminado.

Costos de producción: es el gasto que se necesita para crear un bien o generar un servicio.

Tasa de desempleo: es aquella que representa un nivel de desempleo (no tiene trabajo) que no se reduce y es lo que se considera normal en una economía.

Crecimiento económico: es una serie de factores sociales, demográficos, económicos y políticos que se necesitan para que un país crezca de manera sostenible económicamente.

Análisis de factibilidad: evalúa si un proyecto puede o no llevarse a cabo y generar utilidad.

Cadena de frío: es un suministro que asegura el proceso de almacenamiento, la correcta conservación, transporte y distribución del yogurt a una determinada temperatura.

Demanda insatisfecha: es aquella donde parte de una población no obtiene un bien o servicio que necesita.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaraz, R. (2011). El Emprendedor de Éxito. 4ª ed. México: McGraw-Hill.

Asociación de intolerantes a la lactosa España (ADILAC). (2019). Los 7 beneficios del kéfir e información nutricional. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://lactosa.org/los-7-beneficios-del-kefir/>

Atucha, A. & Gualdoni, P. (2018). El Funcionamiento de los Mercados. Buenos Aires: Universidad Nacional de Mar de Plata. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>

Ávila, L. & Malla, D. (2010). "Plan estratégico de Marketing para la empresa de sombreros Ávila" (Tesis de pregrado, Universidad de Cuenca). Recuperado de: <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1146/1/tad997.pdf>

Beltrán, K. (2018). Desarrollo de un yogurt natural de bajo contenido calórico, enriquecido con quinoa entera tostada (tunkahuan) y edulcorado con stevia (rebaudiana bertonii) y sucralosa (Tesis de postgrado). Universidad de las Américas UDLA.

Berenstein, M. (26 de marzo de 2019). ¿Cómo nacen las ideas de los emprendedores? [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://emprendedoresnews.com/emprendedores/nacen-las-ideas-los-emprendedores.html>

Bolaños, V. (2014). Elaboración de dos bebidas, fermentadas con gránulos de kéfir en agua y leche para corroborar si son bebidas probióticas según la Norma INEN 2395-2011 (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7976/1/BCIEQ-%20T-%200006%20Bola%20c3%b1os%20Ortega%20Ver%c3%b3nica%20Valeria.pdf>

Caurín, J. (21 de febrero de 2018). Comercialización. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>

Cisternino, A. (24 de diciembre de 2018.) Kéfir: todo sobre el probiótico de moda. [Entrada de blog]. Recuperado de: https://www.abc.es/sumum/gastronomia-gourmet/abci-kefir-todo-sobre-probiotico-moda-201803161348_noticia.html

Content, R. (19 de diciembre de 2018). ¿Qué tipos de emprendimientos existen? Descubre cuál se identifica mejor con tu negocio. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/tipos-de-emprendimiento/>

Coronel Merizalde, M. (2019). Análisis de emprendimiento y comercialización de yegurt natural artesanal como materia prima a locales de comidas rápidas del cantón Balzar (Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38864/1/TESIS%20FINAL%20VICTORIA%2004-04-2019.pdf>

Costaguta, C. & Retondaro, O. (2018). Distribución y consumo. La demanda de los consumidores por productos innovadores, 4, 111-126. Recuperado de: https://www.mercasa.es/media/publicaciones/251/Consumidores_productos_innovadores_150px.pdf

Da Silva, E. (03 de septiembre de 2020). ¿Qué es y cómo se hace un estudio de mercado? [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>

Díaz Muñoz, G. & Guambi Espinosa, D. (2018). La innovavión: baluarte fundamental para las organizaciones, 3(10.1), 212-229, doi; <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n10.1.2018.843>

Domínguez Martínez, J. (2017). eXtoikos. ¿Cuál es el precio óptimo de un bien o servicio desde el punto de vista social?, 51-52. Recuperado de: <file:///D:/Downloads/Dialnet-CualEsElPrecioOptimoDeUnBienOServicioDesdeElPuntoD-6108225.pdf>

El Pilón S.A. (08 de julio de 2019). Emprendimiento a base de yogurt que mantienen familias. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://elpilon.com.co/emprendimientos-a-base-de-yogurt-que-mantienen-familias/>

Entrepreneur. (17 de octubre de 2017). Pasos para crear productos innovadores. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/pasos-para-crear-productos-innovadores>

Espinoza, C. (04 de febrero de 2018). Kéfir: La reinvección de un clásico "healthy". [Entrada de blog]. Recuperado de: <http://www.revistamujer.cl/2018/02/04/01/contenido/kefir-la-reinveccion-de-un-clasico-healthy.shtml/>

- Infoautónomos. (08 de enero de 2021). Guía para realizar un estudio de mercado. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.infoautonomos.com/estudio-de-mercado/breve-guia-para-estudio-de-mercado/>
- Jileana. (24 de julio de 2020). ¿Qué es un Estudio Financiero de un proyecto? [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.webyempresas.com/estudio-financiero/>
- Martins, N. (27 de enero de 2021). ¿Qué es el emprendimiento? Definición, significado de emprendedor y emprendimiento. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- Meneses, J. (12 de octubre de 2019). Estudio Técnico – Evaluación de Proyectos. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/manroland700/estudio-tnico-evaluacin-de-proyectos>
- Mesquita, R. (23 de julio de 2018). ¿Qué es el Marketing? Una guía completa del concepto, tipos, objetivos y estrategias. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-2/>
- Ochoa, C. (19 de febrero de 2015). El muestreo: ¿qué es y por qué funciona? [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-que-es-porque-funciona>
- Organic Gaia. (12 de abril de 2016). El Kéfir: historia, propiedades y cultivo. [Entrada de blog]. Recuperado de: http://www.organicgaia.es/blog/16_El-Kefir-historia-propiedades-y-cultivo.html
- Pérez, M. (25 de junio de 2020). Definición, Economía, Mercado. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/mercado/>
- Tovar, J. (28 de mayo de 2019). La importancia de los lácteos en la nutrición. EFE: Salud. Recuperado de: <https://www.efesalud.com/importancia-lacteos-nutricion/>
- Velázquez, G. (21 de febrero de 2020). Kéfir de leche, qué es, beneficios, propiedades y contraindicaciones. [Entrada de blog]. Recuperado de: <https://www.bonviveur.es/gastroteca/que-es-el-kefir>

Zamora Boza, C. (2017). ESPACIOS. La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador, 39(07), 15-27. Recuperado de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>

ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA DIGITAL

Análisis de los costos de producción para la creación de yogurt kéfir dentro de la demanda

Objetivo: Analizar los costos de producción para la creación de yogurt "kéfir" y conocer cuales son los resultados obtenidos tras su aplicación en el cantón Sucúa.

1. ¿Podría señalar usted si existe la necesidad de contar con un producto lácteo que beneficie al organismo? *

- Si
- No

2. Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, responda ¿Qué producto se necesita en el mercado? *

- Leche (Lactosa)
- Queso (Amebas)
- Yogurt kéfir (Hongos)

3. ¿Conoce usted si en el cantón Sucúa se cuenta con productos hechos de kéfir (Honguitos-Bichitos)? *

- Si
- No

4. ¿Sabía usted que el yogurt Kéfir ayuda a la digestión y restaura la flora intestinal? *

- Si
- No

5. ¿Considera usted si la implementación de un producto innovador puede generar recursos y oportunidades laborales en el cantón Sucúa? *

- Si
- No

6. Si su respuesta a la pregunta anterior fue sí, responda ¿Cuál es la razón por la que se debe implementar un producto innovador? *

- Genera recursos económicos
- Es un producto de consumo masivo
- Genera empleo

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el yogurt kéfir, en la presentación de un vaso de 7 onzas (175ml) ? *

- 0,75
- 1,00
- 1,25

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el yogurt kéfir, en la presentación de un vaso de 12 onzas (325ml)? *

- 1,25
- 1,50
- 1,75

9. ¿Con que frecuencia adquiriría el yogurt kéfir para el consumo del hogar, conociendo los beneficios de este yogurt? *

- Cada semana
- Cada 2 semanas
- Cada 4 semanas
- Cada mes
- Muy rara vez
- Nunca

10. De las siguientes características del yogurt kéfir, seleccione las más importantes al momento de elegir uno. *

- Textura
- Presentación
- Beneficios para la salud
- Sabor
- Precio

ANEXO B: TRÍPTICO DE PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

 <p>¡Ven y disfruta lo natural!</p> <p>Ofrece yogures de una gran variedad de sabores</p>	<p>Para mayor información comunicarse con:</p> <p>Marcia Salinas</p> <p>Número de contacto: 0986482056</p> <p>Dirección: Barrio la Cruz Calles S y 14</p> 	 <p>Sabores:</p> <ul style="list-style-type: none">MoraFresaGuanábanaMembrillo
---	--	--

ANEXO C: PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES

 **Yadira Sarmiento** 10 min • 

Próximamente delicioso yogurt kéfir 100% natural, un producto muy benéfico para tu organismo ya que permite renovar la flora intestinal, aumenta la inmunidad, ayuda a combatir las infecciones bacterianas, a más que construye la base del hueso.

Nuevo emprendimiento, el cual se basa en un producto innovador puesto que en la ciudad de Sucúa no se cuenta con productos hechos a base kéfir o más conocido como honguitos.

 <p>¡Ven y disfruta lo natural!</p> <p>Ofrece yogures de una gran variedad de sabores</p>	<p>Para mayor información comunicarse con:</p> <p>Marcia Salinas</p> <p>Número de contacto: 0986482056</p> <p>Dirección: Barrio la Cruz Calles S y 14</p> 	 <p>Sabores:</p>
--	---	--



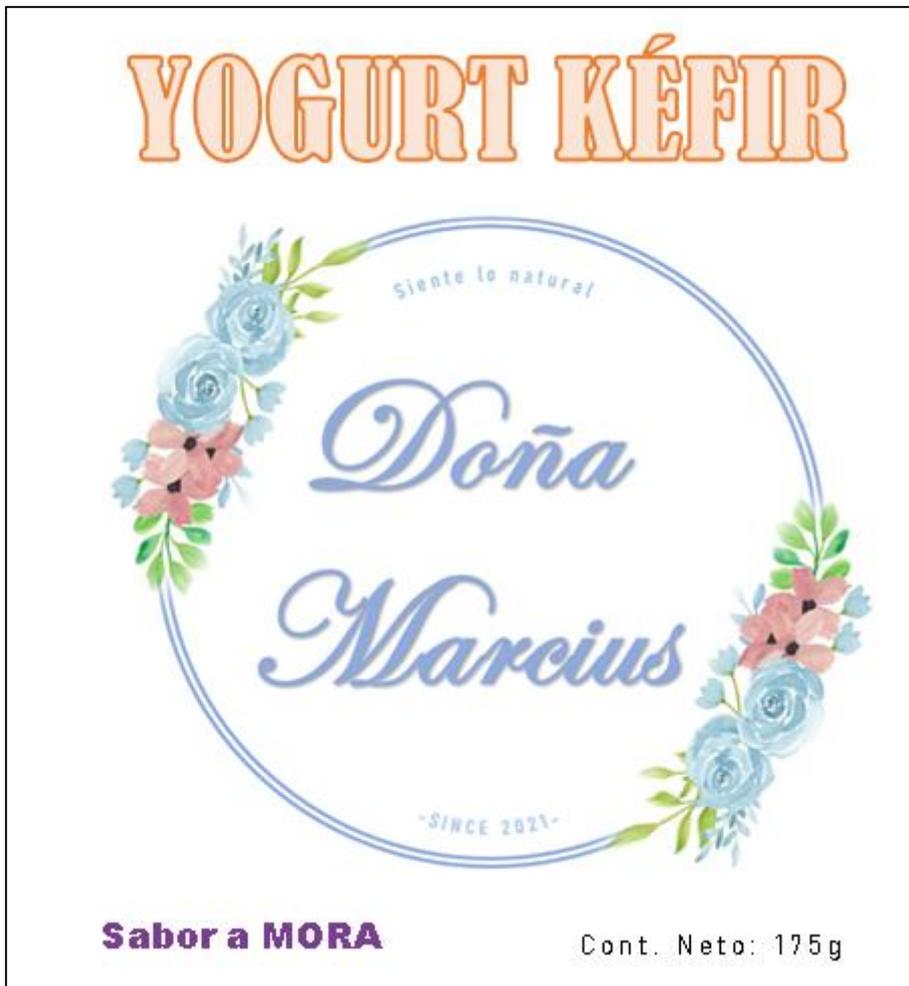
YOGURT KÉFIR



Sabor a MORA

Cont. Neto: 175g

ANEXO D: ETIQUETA DEL PRODUCTO



ANEXO E: ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DEL MERCADO

DIRECCIÓN DE MARKETING

Por:

ANA BELÉN QUINTANA NAVARRO

1. Introducción

El mercado es el entorno donde se encuentran el producto o servicio y el consumidor. Es el conjunto de individuos y organizaciones de todo tipo que tienen, o pueden tener, una influencia en el consumo o utilización del producto en un determinado territorio geográfico. Para el marketiniano es fundamental conocerlo, ya que cuanto más sepa del mismo mejor podrá anticiparse a satisfacer las necesidades que van surgiendo. El estudio de la población, su distribución por edades, características regionales, estilos familiares, ingresos, el grado de competencia, los productos sustitutos, son muchas de las variables que deben tenerse en cuenta antes de llevar a cabo cualquier estrategia de posicionamiento o de lanzamiento del producto o servicio. La siguiente clasificación muestra los distintos tipos de mercado.

Tipos de mercado

1. Se pueden distinguir diferentes tipos de mercado según sea el conocimiento y actitud del usuario respecto al producto-servicio ofrecido:
 - **Mercado potencial:** es el constituido por la totalidad de los posibles usuarios de un producto totalmente nuevo en el mercado, no existiendo conocimiento ni actitud de compra hacia el mismo.
 - **Mercado real:** es el conjunto de individuos y organizaciones que adquieren el producto en un determinado territorio geográfico.
 - **Mercado no motivado:** es aquel que conociendo el producto que la empresa ofrece, no tiene interés por él. Es el mercado sobre el que se incide para obtener un mayor número de usuarios.
 - **Mercado cautivo:** es aquel donde por existir estrechos lazos de unión entre el producto-distribuidor del producto y el usuario, éste se ve obligado a realizar la adquisición del mismo a un determinado proveedor.
 - **Mercado libre:** este mercado exige una total libertad por parte de los usuarios de adquirir el producto a cualquiera de los proveedores que se lo ofrezcan.
2. Otra clasificación ordena los mercados según la naturaleza de los productos:
 - Mercados de productos agropecuarios y de productos procedentes del mar.
 - Mercados de materias primas.
 - Mercados de productos técnicos o industriales.
 - Mercados de productos manufacturados.
 - Mercados de servicios.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
DIRECCIÓN DE BIBLIOTECAS Y RECURSOS
PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN



UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS
REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

FECHA DE ENTREGA: 15 / 10/ 2021

INFORMACIÓN DEL AUTORA (S)

NOMBRES – APELLIDOS: YADIRA CUMANDÁ SARMIENTO SALINAS

INFORMACIÓN INSTITUCIONAL

FACULTAD: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA: LICENCIATURA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TÍTULO A OPTAR: LICENCIADA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

F. ANALISTA DE BIBLIOTECA RESPONSABLE:

Lcda. INÉS ZAPATA ZUMÁRRAGA Mgtr.

INES
ZAPATA
ZUMARRAGA

Creado digitalmente por INÉS ZAPATA ZUMARRAGA
Día: 08/10/2021 a las 10:00:00 AM
IP: 192.168.1.100
Página: 1/1



0784-DBRA-UPT-2021