CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONSERVAS DE FRUTAS A BASE DE FRESAS Y MORAS EN JARABE DE LICOR. UBICADA EN EL BARRIO SANTA ROSA DEL VALLE DE LOS CHILLOS 2017.

Proyecto previo a la obtención del título de Tecnólogo en Administración Industrial

y de la Producción.

Autor: Paucar, Gualotuña Alexander Fabricio

Tutor: Ing. Henry Ceron

Quito, Octubre 2017

TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **PAUCAR GUALOTUÑA ALEXANDER FABRICIO** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL SECTOR ALIMENTICIO MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CONSERVAS DE FRUTAS A BASE DE FRESAS Y MORAS EN JARABE DE LICOR, UBICADA EN EL BARRIO SANTA ROSA DEL VALLE DE LOS CHILLOS 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Henry Cerón
Tutor del Proyecto

Ing. Eduardo Vasconez
Lector del Proyecto

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR "CORDILLERA"
DIRECCIÓN DE CARRERA
Adm. Bancaria y Producción

Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación

Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

Alexander Fabricio Paucar G.

CC 172173342-4

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Paucar Gualotuña Alexander Fabricio portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1721733424.de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: "En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado apoyar al sector alimenticio mediante un estudio de factibilidad para la implementación de una micro empresa productora y comercializadora de conservas de frutas a base de fresas y moras en jarabe de licor. Ubicada en el barrio Santa Rosa del Valle de los Chillos 2017 con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA _____

NOMBRE **Alexander Fabricio Paucar Gualotuña**

CEDULA **CC 172173342-4**

Quito, a los 18 días del mes de octubre del 2017.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a toda mi familia a mis padres, hermana, abuelos, tíos, cuñadas por su apoyo, consejos y por estar siempre conmigo cuando los he necesitado.

De la misma forma a mí esposa Evelyn Navarrete por su apoyo y colaboración incondicional con el desarrollo de esta tesis, gracias por estar siempre pendiente.

Al igual agradecer al "Instituto Tecnológico Superior Cordillera" por haberme brindado la oportunidad de ser parte de sus distinguidos alumnos.

Agradecer a mis profesores que fueron de gran ayuda para el crecimiento en mi formación académica como en el crecimiento personal, gracias por sus enseñanzas y experiencias brindadas.

DEDICATORIA

Deseo dedicar el presente proyecto a mis padres Martha Jeaneth Gualotuña y Luis Edison Paucar, por el amor, apoyo y la confianza que me han dado durante mi etapa de formación estudiantil, además quiero demostrarles mi gratitud y admiración por haberme conducido por el sendero de la superación y progreso porque sus enseñanzas me sirvieron para guiarme por el camino del bien.

A mi esposa Evelyn Navarrete por ayudarme a trazar metas en mi camino, porque me da fuerza para seguir adelante en la vida, también por el amor que me ha demostrado durante todo este tiempo.

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

DECLARATORIA I

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL II

AGRADECIMIENTO III

DEDICATORIA IV

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS V

INDICE DE TABLAS XII

INDICE DE FIGURAS XIV

INDICE DE NEXOS XV

RESUMEN EJECUTIVO XVII

ABSTRACT XVIII

CAPITULO 1: INTRODUCCION 1

1.1 Justificación 1

1.2 Antecedentes 2

CAPITULO 2: ANALISIS SITUACIONAL 4

2.1 Ambiente externo 4

2.1.1 Factor económico 4

2.1.1.1 Inflación 4

2.1.1.2 PIB 6

2.1.1.3 Balanza Comercial 8

2.1.1.4 Riesgo País 9

2.1.1.5 Tasa De Interés 10

2.1.1.5.1 Tasa Activa 11

2.1.1.5.2 Tasa Pasiva 12

2.1.2. Factor Social 13

2.1.3. Factor Legal 14

2.1.3.1 Requisitos para sacar el RUC como persona natural 14

2.1.3.2 Requisitos para sacar Patentes Municipales.....15

2.1.3.3 Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades economicas ..15

2.1.3.4 Permiso de bomberos 15

2.1.3.5 Clave Patronal 15

2.1.3.6 Permiso Sanitario 16

2.1.4. Factor Tecnológico 17

2.2 Entorno Local..... 18

2.2.1. Clientes.....18

2.2.2. Proveedores 18

2.2.3. Competidores.....18

2.3. Análisis interno 19

2.3.1. Propuesta Estratégica 19

2.3.1.1 Misión.....19

2.3.1.2. Visión 19

2.3.1.3. Objetivos 20

2.3.1.3.1. Objetivo General 20

2.3.1.3.2. Objetivos específicos.....20

2.3.1.4. Principios y Valores 20

2.3.2 Gestión Administrativa 21

2.3.2.1 Organigrama Estructural 22

2.3.3 Gestión Operativa 23

2.3.4 Gestión Comercial 24

2.3.4.1 Producto 24

2.3.4.2 Precio 24

2.3.4.3 Promoción 25

2.4 Análisis Foda 25

CAPITULO 3: ESTUDIO DE MERCADO 27

3.1 Análisis del consumidor 27

3.1.1. Determinación de la población y muestra 27

3.1.1.1 Población 27

3.1.1.2 Tamaño del Universo 27

3.1.1.3 Muestra 28

3.1.1.4 Formulación de la muestra 28

3.1.2 Técnicas de obtención de información 29

3.2 Oferta 40

3.2.1 Oferta Histórica 40

3.2.2 Oferta Actual 40

3.2.3 Oferta Proyectada 40

3.3 Productos sustitutos 41

3.4 Demanda 42

3.4.1 Demanda histórica 42

3.4.2 Demanda Actual 42

3.4.2.1 Cálculo de la Demanda Actual 42

3.4.3 Demanda proyectada 43

3.5 Balance Oferta-Demanda 44

3.5.1 Balance Actual 44

3.5.2 Balance Proyectado 44

CAPITULO 4: ESTUDIO TÉCNICO 45

4.1 Tamaño del proyecto 45

4.1.1 Capacidad Instalada 45

4.1.2 Capacidad Óptima 46

4.2 Localización 47

4.2.1 Macro – localización 48

4.2.2 Micro –localización 50

4.2.3 Localización óptima 51

4.3 Ingeniería del producto 52

4.3.1 Definición del ByS 52

4.3.2 Distribución de planta 52

4.3.2.1Código de cercanía 53

4.3.2.2Razones de cercanía 54

4.3.2.3Matriz Triangular 54

4.3.2.4 Distribución de Planta 55

4.3.3 Proceso productivo 55

4.3.3.1. Receta 55

4.3.3.2. Operaciones básicas en la industrialización de frutas 55

4.3.3.3. Diagrama de Flujo....56
4.3.3.4. Diagrama de Procesos....57
4.3.4 Maquinaria....57
4.3.5 Equipos....58
CAPITULO 5: ESTUDIO FINANCIERO....59
5.1 Ingresos operacionales....59
5.1.1. No operacionales....59
5.2 Costos....60
5.2.1 Costo directo....60
5.2.2 Costos Indirectos....61
5.2.3 Gastos administrativos....61
5.2.4 Gasto de Ventas....62
5.2.5 Gastos financieros....63
5.3 Inversiones....64
5.3.1 Inversión fija....64
5.3.1.1 Activos Fijos....64
5.3.1.2 Activos nominales (diferidos)....65
5.3.2 Capital de trabajo....66
5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos....66
5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)....67
5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)....68
5.3.6 Estado de Situación Inicial....69
5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)....70

5.3.8 Flujo Caja 71
5.4 Evaluación 72
5.4.1 Tasa de descuento 72
5.4.2 VAN 73
5.4.4 TIR 73
5.4.5 PRI (Período de Recuperación de la Inversión) 74
5.4.6 RBC (Relación costo beneficio) 76
5.4.7 Punto de equilibrio 76
5.4.8 Análisis de índices financieros 78
CAPITULO 6: ANALISIS DE IMPACTO 80
6.1 Impacto ambiental 80
6.2 Impacto Económico 80
6.3 Impacto Productivo 81
6.4 Impacto Social 81
CAPITULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 82
7.1. Conclusiones 82
7.2 Recomendaciones 83
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 84

INDICE DE TABLAS

Tabla Nº 1 Inflación 4

Tabla Nº 2 Inflación por sectores 5

Tabla Nº 3 .PIB 6

Tabla Nº 4 Productividad 7

Tabla Nº 5 Balanza Comercial 8

Tabla Nº 6 Riesgo País 10

Tabla Nº 7 Tasa Activa 11

Tabla Nº 8 Tasa Pasiva 12

Tabla Nº 9 Análisis Foda 25

Tabla Nº 10 Tamaño del Universo 27

Tabla Nº 11 Pregunta 1 30

Tabla Nº 12 Pregunta 2 31

Tabla Nº 13 Pregunta 3 32

Tabla Nº 14 Pregunta 4 33

Tabla Nº 15 Pregunta 5 34

Tabla Nº 16 Pregunta 6 35

Tabla Nº 17 Pregunta 7 36

Tabla Nº 18 Pregunta 8 37

Tabla Nº 19 Pregunta 9 38

Tabla Nº 20 Pregunta 10 39

Tabla Nº 21 Oferta Actual....40

Tabla Nº 22 Proyección de la Oferta....41

Tabla Nº 23 Demanda actual....42

Tabla Nº 24 Resultado de la Encuesta....43

Tabla Nº 25 Proyección de la Demanda....44

Tabla Nº 26 Balance Actual....44

Tabla Nº 27 Demanda Insatisfecha....44

Tabla Nº 28 Localización óptima....51

Tabla Nº 29 Planta....53

Tabla Nº 30 Código de cercanía....53

Tabla Nº 31 Razones de cercanía....54

Tabla Nº 32 Diagrama de Procesos....57

Tabla Nº 33 Maquinaria....57

Tabla Nº 34 Equipos....58

Tabla Nº 35 Ingresos Operacionales....59

Tabla Nº 36 Costo Directo....60

Tabla Nº 37 Costos Indirectos....61

Tabla Nº 38 Gastos Administrativos....62

Tabla Nº 39 Gastos de Venta....63

Tabla Nº 40 Gastos Financieros....63

Tabla Nº 41 Activos Fijos....65

Tabla Nº 42 Activos Nominales....65

Tabla Nº 43 Capital de trabajo 66

Tabla Nº 44 Fuentes de financiamiento 67

Tabla Nº 45 Amortización francés 68

Tabla Nº 46 Amortización 68

Tabla Nº 47 Depreciaciones de activos 69

Tabla Nº 48 Estado de Resultado 71

Tabla Nº 49 Flujo de caja 72

Tabla Nº 50 Tasa de Descuentos 73

Tabla Nº 51 Van 73

Tabla Nº 52 Tir 74

Tabla Nº 53 Valores Corrientes 74

Tabla Nº 54 Periodo de Recuperación 75

Tabla Nº 55 Relación Costo Beneficio 76

Tabla Nº 56 Cálculo del Punto de Equilibrio 77

Tabla Nº 57 ROE 78

Tabla Nº 58 ROA 78

Tabla Nº 59 ROI 79

INDICE DE FIGURAS

Figura Nº 1 Gestion Admistración 21

Figura Nº 2 Organigrama 22

Figura Nº 3 Gestión Operativa 23

Figura Nº 4 Pregunta 30

Figura Nº 5 .Pregunta 2 31

Figura Nº 6 Pregunta 3 32

Figura Nº 7 . Pregunta 4 33

Figura Nº 8. Pregunta 5 34

Figura Nº 9 . Pregunta 6 35

Figura Nº 10. Pregunta 7 36

Figura Nº 11 .Pregunta 8 37

Figura Nº 12. Pregunta 9 38

Figura Nº 13. Pregunta 10 39

Figura Nº 14. Localización sector producción y distribución 48

Figura Nº 15.Localización 49

Figura Nº 16. Microlocalizacion 50

Figura Nº 17.Distrubuciòn de Planta 55

Figura Nº 18.Diagrama De Flujo 56

Figura Nº 19.Punto de Equilibrio 77

INDICE DE NEXOS

Anexo Nº 1 Encuesta……..……87

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo general es crear una micro empresa productora y comercializadora de conservas a base de jarabe de licor de esta manera apoyar a la matriz productiva mediante la generación de nuevas plazas de empleo y generando un giro a la economía del país.

Además se puede mencionar que este producto llamara la atención de los consumidores ya que es un producto innovador por lo tanto no tendrá competencia alguna en el mercado de esta manera se obtendrá una a cogida favorable en el mercado, gracias a su plus que es el jarabe de licor, no será enfocado simplemente a supermercados y bazares, si no que se expandirá a lugares de diversión nocturna donde nuestra conserva pueda ser utilizada para la elaboración de cocteles

Los resultados que se desea obtener con la realización de este emprendimiento, es generar una rentabilidad significativa y de esta manera poder ofrecer a los clientes un excelente producto, con las más altas normas de calidad; generando hábitos de consumo de frutos rojos que son beneficios para la salud, por su alto contenido de antioxidantes ya que ofrecen una serie de beneficios, se han promocionado como una posible prevención de enfermedades, que van desde el cáncer hasta la enfermedad de Alzheimer. También cabe recalcar protegen frente a los radicales libres, que son los causantes de los procesos de envejecimiento.

ABSTRACT

The general objective is to create a micro-enterprise producing and marketing canned syrup based liquor in this way to support the productive matrix by generating new jobs and generating a turn to the economy of the country.

In addition it can be mentioned that this product catches the attention of the consumers since it is an innovative product therefore it will not have any competition in the market in this way you will get a favorable take in the market, thanks to its plus that is the syrup of liquor, will not be focused simply on supermarkets and bazaars, but it will expand to places of nightlife where our can be used for the elaboration of cocktails

The results to be obtained with the realization of this enterprise, is to generate a significant profitability and in this way to be able to offer the customers an excellent product, with the highest quality standards; generating red fruit consumption habits that are health benefits, because of their high antioxidant content as they offer a number of benefits, have been promoted as a possible prevention of diseases, ranging from cancer to Alzheimer's disease. It is also worth stressing against free radicals, which are the cause of the aging process.

CAPITULO 1: INTRODUCCION

El Ecuador es maravilloso y cuenta con una diversidad de recursos naturales, convirtiéndolo en un país productivo, las fresas y moras son de las frutas más cotizadas por los consumidores y sobre todo comercializada en los distintos lugares del país como lo es en el cantón Tungurahua conocido por ser productores de fresas y moras.

El presente proyecto permitirá atender la demanda insatisfecha sobre el consumo de frutos tales como la fresa y mora que existe en el mercado, permitiendo mejorar la producción y el consumo de las conservas, a través de la producción industrial y técnica del producto, ya que como resultado se espera entregar al consumidor calidad en el producto y sobre todo la satisfacción de los demandantes en el mercado.

Cabe mencionar que el proyecto aportara a la economía como será la matriz productiva, mejorando la producción de conservas, facilitando a los demandantes una microempresa totalmente formada y confiable.

1.1 Justificación

El consumo de frutas juega un papel de vital importancia para proporcionar una dieta variada y equilibrada, su valor nutricional radica en el aporte de vitaminas, minerales, fibra, agua y otros nutrientes, indispensables para el buen funcionamiento del organismo.

Las investigaciones han reconocido el beneficio, especialmente de la fresa y mora que es un fruto rojo que ayuda en la prevención del cáncer y de enfermedades

cardiovasculares. El efecto benéfico de estas se atribuye a que contienen fenoles, un compuesto químico que le proporciona su característico color este es conocido también por sus poderosas cualidades como antioxidante natural que mantiene la salud de las células.

Actualmente se fomenta el consumo de frutas tales como la fresa y mora, el consumo diario recomendado es de, por lo menos, 400 gramos, dividido en 5 raciones por esta razón es importante la implementación de este proyecto ya que a más de mantenernos saludables es una opción de consumir la fruta, siendo en conserva en jarabe de licor las vitaminas que contienen los alimentos se mantienen activas y no se pierden en el proceso de conservación.

La materia prima para las conservas tienes buena aceptación en el mercado debido a los procesos de cosecha. Tungurahua y Cotopaxi son las dos más grandes provincias productoras con las cuales se enfoca en buscar pequeños invernaderos donde se formen alianzas para llevar con éxito este proyecto.

El proyecto está enfocado a un mercado de hombres y mujeres los que gusten de un producto diferente y exquisito para el paladar.

1.2 Antecedentes

En los últimos años el mercado de conservas de frutas ha experimentado grandes cambios ante las distintas presentaciones del producto, los cuales han sido regidas por las exigencias de los consumidores, los mismos buscaban la forma más rápida y segura de abrir una conserva, esta necesidad se obtuvo como resultado la implementación de

algunos productores de conservas y diferentes presentaciones de estas, ya que en el mercado se puede encontrar una gran variedad de presentación.

Para el mercado local después del proceso de cosecha selección, cocción, enlatado, las empresas deciden manejar su propia flota de distribución tanto para los supermercados, y el mercado tradicional como tiendas de abarrotes. El mercado tradicional representa el 60% de ingreso para estas empresas, dejando con una participación del 20% a los supermercados y lo restante ente mayoristas y otros tipos de despensas.

En este caso las empresas son distribuidoras casi en su mayoría, de tal forma que pueden reducir costos y jugar con los precios de mercado.

CAPITULO 2: ANALISIS SITUACIONAL

Según Descals (2006, pág. 39)"Opina que para una empresa se identifica como el conjunto de fuerzas del entorno que influye sobre los consumidores".

2.1 Ambiente externo

2.1.1 Factor económico

Define Iborra (2014, pág. 97)"Que son estrategias para todas las empresas que operan en el ámbito nacional y puede llegar hacer una amenaza como oportunidad".

2.1.1.1 Inflación

Opina Tugores(2004, pág. 27)" Que cuando se habla de precios en un ámbito macroeconómico, nos referimos alguna noción de nivel general de precios y su evolución es decir la subida de precios".

Tabla Nº 1 Inflación

MES	AÑOS	PORCENTAJE
Mayo	2012	4,85%
Mayo	2013	3,01%
Mayo	2014	3,41%,
Mayo	2015	4,55%
Mayo	2016	1 ,63%

Fuente INEC
Elaborado por: Alexander Paucar

Tabla Nº 2 Inflación por sectores

No. Orden	Grupos y Subgrupos de Consumo	Encarecimiento Mensual	Costo Actual en Dólares	Distribución del ingreso actual**	Restricción en el consumo	
					En Dólares	% del Costo
1	TOTAL	0,26	688,53	683,2	5,33	0,77
2	Alimentos y Bebidas	-0,38	238,23	236,96	1,28	0,19
3	Cereales	-0,41	55,8	55,78	0,02	0
4	Carne	-0,91	39,18	39,12	0,05	0,01
5	Pescados	-0,43	11,31	11,23	0,08	0,01
6	Grasas	-0,5	10,47	10,44	0,03	0
7	productos lácteos	-0,08	32,8	32,74	0,06	0,01
8	Verduras frescas	-4,52	15,29	14,91	0,38	0,06
9	Tubérculos	0,7	15,49	15,48	0,02	0
10	Leguminosas y derivados	4,67	7,23	6,97	0,26	0,04
11	Frutas frescas	-1,76	10,93	10,64	0,29	0,04
12	Azúcar, sal y condimentos	-0,96	10,79	10,79	0	0
13	bebidas gaseosas	3,86	7,13	7,09	0,04	0,01
14	ALQUILER	0,6	146,43	146,43	0	0
15	Alumbrado	0,01	15,06	15,06	0	0
16	mantenimiento	0,35	16,68	16,63	0,05	0,01
17	artefactos hogar	-0,53	1,7	1,42	0,28	0,04

Fuente: INEC
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis:

En la inflación se puede observar que el alto precio de los alimentos está bien posicionado para beneficiarse de los precios elevados y de una mayor producción de alimentos con una 0,19% por lo que los mercados de los productos básicos cada vez van más en consenso debido a cambios fundamentales en la oferta y la demanda mundiales. Esto en el proyecto tendría una ventaja ya que se centra en la parte de manufactura que es la producción de conservas de fresas y moras es decir alimentos por lo que el

ingreso y el consumo están aumentando y, por este motivo, también se incrementa la demanda.

2.1.1.2 PIB

Según Parkin (2006, pág. 504)"Define que cuando hablamos de PIB generalmente nos referimos a la productividad de trabajo para producir ciertos bienes y servicios realizados por el hombre.

Tabla Nº 3 .PIB

Producto Interno Bruto - Anual	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PIB Nominal	69.555	79.277	87.925	95.130	102.292	100.177
PIB Real	56.481	60.925	64.362	67.546	70.243	70.354
Tasa de crecimiento anual del PIB real	3,53%	7,87%	5,64%	4,95%	3,99%	0,16%

Producto Interno Bruto - Trimestral 201	2016
PIB Real Trimestral	17.109
Tasa de crecimiento anual del PIB real	-1,60%

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente Banco central del Ecuador

Tabla Nº 4 Productividad

Actividad	2014	2015	Variación
Construcción	0,9	-0,11	1,01
Actividades profesionales, técnicas y admi.	0,58	0,46	0,12
Petróleo y Minas	0,57	-0,27	0,84
Comercio	0,45	0,24	0,21
Manufactura	0,35	0,29	0,06
Transporte	0,21	0,15	0,06
Suministro de Electricidad y Agua	0,21	0,18	0,03
Enseñanzas y Servicio Sociales y de Salud	0,19	0,27	-0,08
Agricultura	0,13	0,11	0,02
Otros Servicios	0,09	0,07	0,02
Actividades de Servicio Financiero	0,09	0,03	0,06
Acuicultura y Pesca de Camarón	0,09	0,08	0,01
Alojamiento y Servicios de Comida	0,05	-0,02	1,07
Pesca	0,03	0,04	-0,01
Correo y Comunicación	0,01	-0,07	0,08
Servicios Domésticos	0,01	0	0,01
Administración Pública y Defensa	-0,01	0,24	-0,25

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente Banco central del Ecuador

Análisis:

El PIB dentro del país ha tenido diferentes variaciones en los distintos años podemos observar que en el año del 2015 existió una tasa de crecimiento anual de 0.16% y en el año 2016 el PIB tuvo – 1.6% de crecimiento anual su mayoría se debe por el mal desempeño del sector no petrolero , los componentes que contribuyeron en mayor medida al crecimiento económico fueron el gasto de consumo final de los hogares y las exportaciones de bienes y servicios y, el gasto de consumo final del gobierno, tomando en cuenta en el proyecto la industria manufacturera se compone de diversas empresas, entre las principales se dedican a la producción, elaboración y conservación de carne, pescado, entre otros productos alimenticios, fabricación de

productos químicos, de papel y sus productos, así como productos minerales no metálicos estas empresas registran un crecimiento de sus ingresos en relación a otras por la tanto es una oportunidad que me beneficiara al llevar al mercado este tipo de producto .

2.1.1.3 Balanza Comercial

Menciona Bermudez (2002, pág. 105)"Que la balanza comercial es la diferencia entre exportaciones e importaciones, es decir, entre el valor de los bienes que un país vende al exterior y el de los que compra a otros países.".

Tabla Nº 5 Balanza Comercial

	Ene - Oct 2014		Ene - Oct 2015		Ene - Oct 2016		Variación Interanual (relativa)		Variación Interanual (absoluta)	
	TM	USD millones	TM	USD millones	TM	USD millones	TM	USD millones	TM	USD millones
Exportaciones totales	**25.703**	**22.036**	**26.574**	**15.661**	**26.730**	**13.778**	**0,6%**	**-12,0%**	**156**	**-1.883**
Petroleras	17.983	11.706	18.685	5.943	18.515	4.407	-0,9%	-25,8%	-169	-1.536
No petroleras	7.720	10.331	7.889	9.718	8.214	9.371	4,1%	-3,6%	325	-347
Importaciones totales	**14.120**	**21.887**	**13.056**	**17.586**	**10.970**	**12.577**	**-16,0%**	**-28,5%**	**-2.086**	**-5.009**
Bienes de consumo	901	4.097	748	3.454	609	2.658	-18,5%	-23,0%	-139	-796
Tráfico Postal Internacional	4	174	2	99	2	100	10,4%	1,2%	0	1
Materias primas	7.174	6.718	6.142	5.901	5.408	4.571	-12,0%	-22,5%	-734	-1.331
Bienes de capital	479	5.514	421	4.629	298	3.213	-29,3%	-30,6%	-123	-1.416
Combustibles y Lubricantes	5.558	5.330	5.738	3.448	4.648	1.985	-19,0%	-42,4%	-1.090	-1.463
Diversos	5	41	5	49	5	49		-0,2%		0
Ajustes		13		5		1		-		
Balanza Comercial		**150**		**-1.924**		**1.202**				**3.126**
Balanza Comercial Petrolera		6.418		2.545		2.424				-121
Exportaciones petroleras		11.706		5.943		4.407		-25,8%		-1.536
Importaciones petroleras		5.288		3.398		1.984		-41,6%		-1.415
Balanza Comercial No Petrolera		-6.268		-4.469		-1.222				3.247
Exportaciones no petroleras		10.331		9.718		9.371		-3,6%		-347
Importaciones no petroleras		16.599		14.187		10.593		-25,3%		-3.594

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente Banco central del Ecuador

Análisis:

En octubre de 2016, la Balanza Comercial contabilizó un superávit mensual de USD 225 millones, un saldo superior al déficit observado en octubre de 2015 por USD 211 millones.

De manera acumulada, las cuentas de Comercio Exterior, reflejan una contracción. Las exportaciones petroleras acumuladas a octubre se redujeron en 25,8% frente al mismo periodo del año anterior. Durante enero-octubre 2015, el precio promedio por barril de crudo ecuatoriano fue de USD 45,19; mientras que para el mismo lapso del 2016, el precio promedio fue de USD 33,96 lo que implica una diferencia de USD 11,23, es decir una reducción anual en el precio de 24,8%. Por otro lado, las exportaciones no petroleras hasta octubre registraron una reducción de 3,6% en relación al mismo lapso de 2015.

Afectando la producción industrial del país, por lo que conlleva si los exportadores no pueden producir más cuando hay precios al alza, de tal forma cuando esos mismos precios comiencen a bajar eso sería una amenaza para el proyecto porque se deteriora aquellas industrias a reducir su producción cuando tenían precios favorables en el mercado por lo que a nivel macroeconómico, sería un problema de competitividad en el país.

2.1.1.4 Riesgo País

Según Yala (2005, págs. 21-29)"Define que el riesgo país es un indicador de las posibilidades del pago de las deudas, realizadas por diversos procedimientos, es decir la

tasa de rendimiento de los bonos de un país menos la tasa de los bonos del tesoro americano".

Tabla Nº 6 Riesgo País

RIESGO PAIS		
AÑOS	**VALOR**	**VARIACION**
jun-12	826	0,35%
jun-13	530	-12,30%
jun-14	592	-14,20%
jun-15	824	0,37%
jun-16	913	0,22%

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Banco Central

Análisis

Dentro del país se ha observado que el porcentaje cada año ha incrementado con una variación en el 2016 del 0,22% pero no superando al 0,37% en el año 2015 que tuvo una reducción debido a inversiones extranjeras del país afectando económicamente, durante los últimos años una de las causas fue el incremento del precio del petróleo que se observó durante el año 2015 al año 2016 tuvo alto índice de subida esto se debe a que el ecuador busca tener un nivel de confianza para que otras entidades logran invertir en el país.

2.1.1.5 Tasa De Interés

Menciona Acosta (2001, pág. 202)"Que la tasa de interés tiene recuperaciones en los niveles de ingreso, teóricamente si aumenta cabría esperar una contracción del producto, es decir es la interacción de la demanda y oferta de los fondos".

2.1.1.5.1 Tasa Activa

Define Churión (1994, pág. 187)"Se llama tasa activa cuando es lo que se cobra por otorgar un préstamo".

Tabla Nº 7 Tasa Activa

TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		**Tasas Máximas**	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	**% anual**	**Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:**	**% anual**
Productivo Corporativo	9.30	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	10.12	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.82	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.43	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.67	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.98	Comercial Prioritario Empres	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.16	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.44	**Consumo Ordinario***	**17.30**
Consumo Prioritario	16.30	**Consumo Prioritario ****	**17.30**
Educativo	9.43	**Educativo ****	**9.50**
Inmobiliario	10.78	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	24.96	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simp	23.80	Microcrédito de Acumulación	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	20.87	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.23	Inversión Pública	9.33

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Banco Central

Análisis:

La tasa de interés activa se puede observar que en el sector del PYMES tiene un porcentaje de 11,83 % comparada con otras instituciones financieras del país, es una oportunidad que le genera a la microempresa debido a que le genera un incremento a la tasa activa de esta forma se puede combatir un poco la inflación, sin embargo si la tasa

activa llegue a bajar el consumo del producto de igual forma bajaría por la tanto afectaría a la economía del país como a la microempresa.

2.1.1.5.2 Tasa Pasiva

Indica Torrez (2004, pág. 258)" que sucede lo contrario para niveles de bajo nivel de liquidez monetaria, en los cuales la demanda de crédito de los agentes económicos presionaría la tasa de iteres pasiva hacia el alza".

Tabla Nº 8 Tasa Pasiva

TASAS DE INTERÉS PASIVAS			
Tasas Referenciales	**% anual**	**Tasas Referenciales**	**% anual**
Depósitos a plazo	6.01	Depósitos de Ahorro	1.28
Depósitos monetarios	0.62	Depósitos de Tarjetahabientes	1.10
Operaciones de Repos	0.08		
TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	**% anual**	**Tasas Referenciales**	**% anual**
Plazo 30-60	5.10	Plazo 121-180	6.55
Plazo 61-90	5.17	Plazo 181-360	7.01
Plazo 91-120	6.05	Plazo 361 y más	7.88
4. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS M			
(según regulación No. 009-2010)			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
5. TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR			
Tasa Pasiva Referenci	6.01	Tasa Legal	8.67
Tasa Activa Referenci	8.67	Tasa Máxima Convencional	9.33

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Banco Central

Análisis:

En la tasa pasiva se puede observar que el país tiene un porcentaje del 5,10% la cual indica que para obtener un préstamo el valor llegara a un 7,88 % con un plazo de 361 días y más .Este factor es un oportunidad para la empresa debido a que al otorgar un préstamo por parte de la entidad bancaria sea cual sea la cantidad otorgado se tendrá un plazo corto o largo ya antes mencionado dependiendo del dinero que se adquiera en el banco.

2.1.2. Factor Social

Manifiesta Echevarría (1994,pag, 56)"Que dentro de una organización debe estar caracterizada por una fuerte descentralización y la búsqueda de una mayor eficiencias económica a través de la integración, motivación de la persona dentro del entorno".

Las conservas en licor se vincularan principalmente con un nicho de mercado de hombres y mujeres que este en el rango de los 18 años en a delante ya que esta es la edad permitida por la ley donde los consumidores pueden ingerir cualquier tipo de sustancia que contenga alcohol.

Análisis:

El cantón más pequeño de Pichincha tiene alrededor de 139 kilómetros cuadrados .Las cifras del último Censo de Población y Vivienda del 2010, señalan que hay más: en una década el cantón ha experimentado un crecimiento poblacional significativo igual al 30 por ciento, al pasar de 65.882 habitantes en el 2001, a 85.852, en el 2011. De estas cifras el 58 por ciento corresponde a mujeres y el 42 por ciento a hombres.

La población de Rumiñahui en su conjunto es relativamente joven. El 50.6 por ciento de los habitantes tiene un promedio entre 20 y 54 años; el 37 por ciento tiene menos de 20 y, el 13 por ciento, 55 años en adelante.

La población económicamente activa, PEA, del cantón, está compuesta por 42.408 personas, de las cuales 18.707 son mujeres y 23.701 hombres. Los rubros más altos de actividad son: el comercio al por mayor y menor, en la que trabajan 7.951 personas, igual al 18 por ciento. La industria manufacturera ocupa a 6.638, 15 por ciento. Siguen rubros tales como construcción, 2.756, 6.5 por ciento; enseñanza, 2.687, 6.3 por ciento; y administración pública y defensa, 2.255, 5.3 %.

2.1.3. Factor Legal

Define Iborra (2014, pág. 97)"Que el factor legal recogen el conjunto de factores que permitir definir el sistema institucional de una nación determinada".

2.1.3.1 Requisitos para sacar el RUC como persona natural

- Presentaran cédula de identidad
- Presentaran certificado de votación
- Planilla de servicio básico
- Especificaciones físicas y químicas del material del envase
- Descripción del código del lote
- En caso de maquila, declaración del titular del registro sanitario

2.1.3.2 Requisitos para sacar Patentes Municipales

- Presentaran cédula de identidad
- Presentaran certificado de votación
- Presentar copia del RUC

2.1.3.3 Licencia Metropolitana única para el ejercicio de actividades economicas

- Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.
- Presentar copia del RUC
- Presentar copia de cedula y papeleta de votación actualizados

2.1.3.4 Permiso de bomberos

- Solicitud de inspección de local
- Informe favorable de la inspección
- Presentar copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal

2.1.3.5 Clave Patronal

- Solicitud de entrega de clave(formulario que llenaste en la web del IESS)
- Presentar copia del RUC
- Copias a color de las cedulas de identidad del representante legal de la empresa y delegado, en el caso de que el primero no pueda asistir a retirar la clave.

- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones del representante legal como el delegado.
- Copia de pago de una planilla de servicios básicos
- Presentar original la cedula de identidad

2.1.3.6 Permiso Sanitario

- Presentar copia de cedula de identidad
- Presentar copia del RUC
- Presentar copia de la papeleta de votación
- Presentar copia de la patente municipal
- Presentar exámenes médicos, odontológicos y de laboratorio de los empleados

Análisis:

En el aspecto legal, las normas sanitarias y de seguridad son disposiciones públicas de cumplimiento obligatorio, susceptibles de fiscalización y sanción por su incumplimiento. Por otra parte, las normas y sistemas de calidad son de adopción voluntaria, y establecen las pautas de identificación y diferenciación de un producto o servicio en el mercado de los consumidores alimentarios. Las leyes son las que deciden las normas para regular los establecimientos, aperturas, cierres, sanciones. Los principales aspectos de los factores político-legales son los impuestos que pueden poner a los productos (con lo que se complicaría su comercio), aranceles .El tipo de leyes serán las que dictaminen ciertos aspectos internos de la empresa.

2.1.4. Factor Tecnológico

Argumenta Chavarria (2001, pág. 11)**”** Que el factor tecnológico se determina como el potencial tecnológico dentro de una empresa la intensidad y especialización, el enfoque de la competitividad y el esfuerzo e investigación.

Análisis:

Cualquier tipo de empresa es eficaz cuando utiliza menos recursos para producir una mayor cantidad de productos, aprovechando todos los recursos de la mano de obra y realizando mejores inversiones se mejorar la tecnología para la producción. Con la tecnología consigues resolver problemas prácticos y los procesos hacerlos prácticos mejorando el sistema productivo y reduciendo los costos de mano de obra y obteniendo productos de alta,

Los utencillos y maquinaria a utilizar para llevar acabo la elaboración de las conservas serán los siguientes:

- Despulpadora
- Licuadoras semi industriales
- Marmita con acondicionamiento eléctrico
- Cortadora
- Lavadora y selección de frutas
- Centrifuga
- balanza eléctrica

2.2 Entorno Local

Manifiesta Javier Vele s (2002,pag 45)" tiene como objetivo conocer los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa e identificar sus fortalezas y debilidades, y así establecer objetivos en base a dichos recursos y capacidades, y formular estrategias que le permitan potenciar o aprovechar dichas fortalezas, y reducir o superar dichas debilidades.

2.2.1. Clientes

Clientes potenciales: adultos mayores de 18 años con preferencias vegetativas a sensaciones como el licor, los clientes que están más cercanos y que llegaríamos con mayor acogida, para esto consideramos a los lugares de preparación y expendio de bebidas que contengan este tipo de conservas.

2.2.2. Proveedores

Los proveedores de nuestra empresa serán pequeños productores ubicados en las grandes provincias productoras de fresas y moras como son la provincia de Tungurahua y Cotopaxi realizando alianzas estratégicas entre ambas partes para tener réditos económicos común es.

2.2.3. Competidores

Ya que es un producto con un plus como es el jarabe de licores un producto novedoso y no tendrá competidores en el mercado.

2.3. Análisis interno

Eslogan

"Conservas en jarabe de licor creados a la perfección"

2.3.1. Propuesta Estratégica

Dentro de la microempresa la propuesta será:

Reducir costos negociar con los proveedores para obtener materia prima como lo es la fresa y mora a un menor costo comprando de manera formal a un mejor precio, que sería más económico.

Descuentos se elabora con el Departamento de Finanzas un plan de descuentos especiales para cliente fijos que llevan un volumen de cantidad sobre este producto.

Distribución efectiva consistirá en Desarrollar un plan de logística donde se organice la distribución directa del producto hacia nuestros clientes minoristas, evitando perder tiempo en la entrega y gastos innecesarios.

2.3.1.1 Misión

Trabajar en equipo compartiendo conocimiento para dar solución de manera que satisfagan las necesidades de nuestros clientes brindando un producto de calidad.

2.3.1.2. Visión

Ser líder en el mercado nacional con procesos y procedimientos establecidos que garanticen la calidad del producto, teniendo amplias redes de distribución, brindando un servicio eficaz, responsable al cliente.

2.3.1.3. Objetivos

2.3.1.3.1. Objetivo General

Ser líderes en la producción y comercialización de conservas en jarabe de licor, generando una mayor rentabilidad en la empresa.

2.3.1.3.2. Objetivos específicos

- Estructurar los aspectos técnicos a tener en cuenta para el montaje de una Empresa productora de conservas a base de frutas.
- Lograr el 100% de las ventas de los productos y obtener las mejores ganancias y beneficio de los clientes y la empresa.
- Realizar mejora continua en los procesos de producción.
- Generar utilidades representativas que aporten al crecimiento de la organización.

2.3.1.4. Principios y Valores

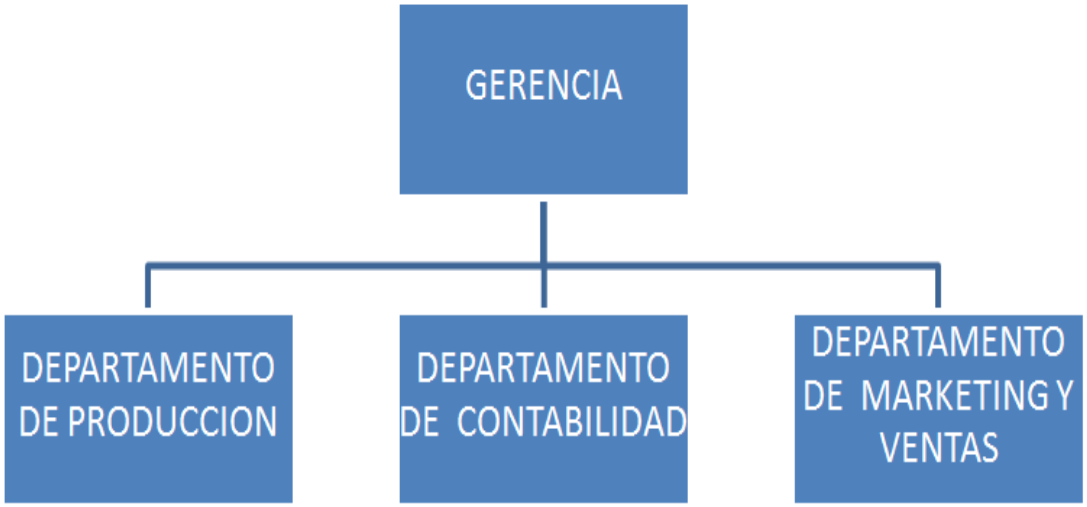
- **Trabajo en equipo:** Habrá un compromiso por parte del personal para realizar las tareas en conjunto de esta forma se podrá llegar a la meta establecida.
- **Calidad: La** organización se compromete a elaborar productos de calidad siguiendo todas las normativas impuestas por la ley a modo de brindar un producto que satisfaga las necesidades de nuestros clientes.
- **Puntualidad:** la organización tendrá un compromiso de entregar sus productos terminados a tiempo para la mejor satisfacción de nuestros clientes.

- **Honestidad:** Nuestro comportamiento debe ser socialmente responsable, mostrando respeto, imparcialidad y sinceridad, hablando siempre con la verdad y apegado a las reglas de la compañía.
- **Lealtad.** Debemos cuidar por siempre que nuestras relaciones de trabajo que no se debiliten, siendo fieles evitando cosas que alteren nuestro compromiso y cuidando nuestra "intimidad".
- **Respeto.** Apegarse a las normas establecidas, buscando el bien común sin ofender a nadie o que sientan afectados en su persona o en sus bienes.

2.3.2 Gestión Administrativa

Afirma Palomo(2001, pág. 65)"Que la gestión administrativa dentro de una empresa consiste en la división por departamentos o áreas en la que se desempeñan funciones y se encargan de todo la parte administrativa".

Figura Nº 1 Gestión Administración



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

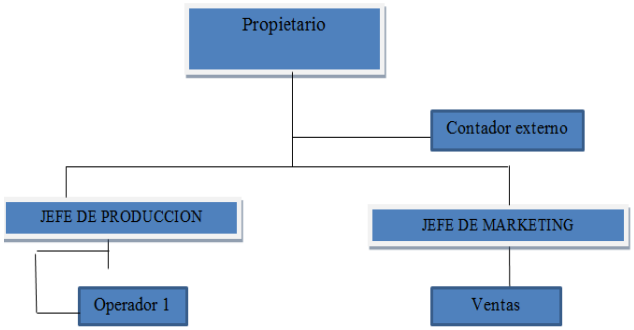
Análisis:

Ya que es una micro empresa, solo se implementará cuatro departamentos para la organización como: la gerencia en donde se velara por el cumplimiento de todos los requisitos legales, operaciones que afecte a la organización, dirección y cumplimiento de los objetivos; departamento de producción que se encargara de todos los procesos productivos, desde la recepción de la materia prima hasta obtener un producto terminado de calidad; departamento de Contabilidad se encarga de los procedimientos y operaciones financieras; departamento de ventas será el encargado de realizar la facturación y ventas de todos nuestros productos terminamos, como también del marketing a modo de dar a conocer nuestro producto en el mercado .

2.3.2.1 Organigrama Estructural

Según Valdés (1994, pág. 65)"Que generalmente esta actividad se lleva acabo como la parte inicial de la función administrativa y consiste en la estructuración formal de la empresa en la que se desempeñara los cargos que se empleara por departamentos".

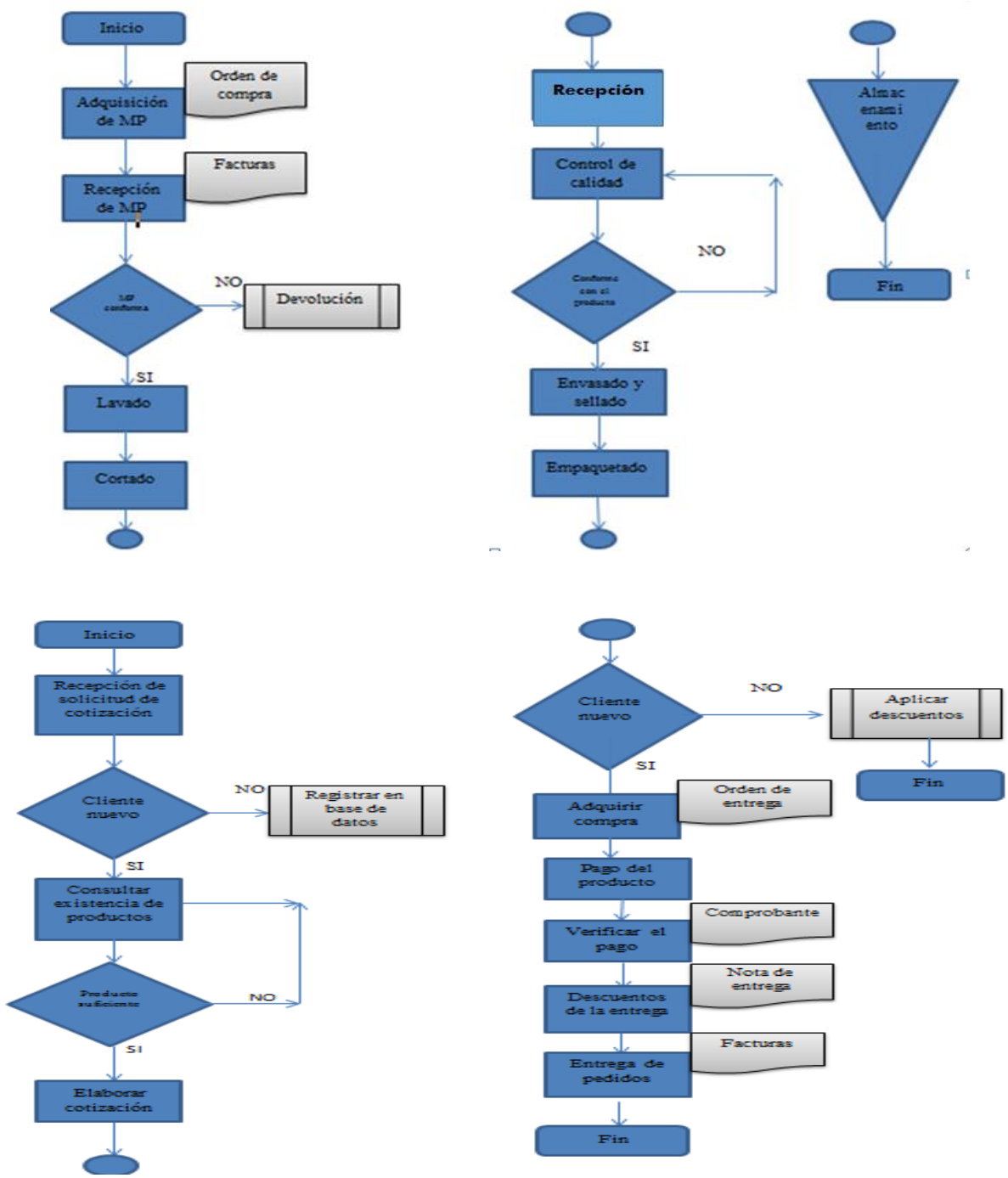
Figura Nº 2 Organigrama



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Alexander Paucar

2.3.3 Gestión Operativa

Figura Nº 3 Gestión Operativa



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Alexander Paucar

2.3.4 Gestión Comercial

Según Pérez (pág. 85)"La gestión comercial es la gestión diaria de la empresa por parte de los conocimientos de los empresario que consiste en la responsabilidad de fijar las características de los productos situados en el mercado y venderlos".

2.3.4.1 Producto

Opina Belo (2007, pág. 12)"Que el producto es una fuente de satisfacción de necesidades, una adecuada gestión del producto gira siempre entorno a las necesidades del consumidor".

- Las conservas serán pequeños, de fácil manejo al momento de abrirla y muy adecuado para cualquier tipo de actividad.
- Tendrá las instrucciones de preparación y de salubridad.
- Vendrán en diferentes presentaciones, lo que hace que se active la marca, si hay descuentos o lanzamientos especiales, el empaque lo comunica adecuadamente

2.3.4.2 Precio

Según Wells (2007, pág. 57)"El precio es el aspecto crucial de un mercado competitivo en la que el comprador como el vendedor influyen sobre el precio al que se vende el bien".

Análisis:

Lanzar un nuevo producto con el precio bajo a fin de lograr una pronta a cogida en el mercad

Las conservas tendrá su punto de distribución en el sector de Sangolqui ya que el lugar es muy comercial y visitado por los pobladores.

2.3.4.3 Promoción

Opina Jhonson (2003, pág. 25)"Que la promoción es una potente variable de marketing en las organizaciones para llamar la atención de los consumidores al lanzar una nueva marca al mercado",

- Las conservas de licor tendrán una promoción al momento de ser presentadas en el mercado, ya que al comprar una conserva se otorgara otra gratis.
- Se regalara conjuntamente una pulsera de tela con el logo de la empresa.

2.4 Análisis Foda

Tabla Nº 9 Análisis Foda

Fortalezas: 1. Tener buen desempeño laboral como empresa. 2. Mano de obra eficiente. 3. Alta disponibilidad del producto. 4. Ubicación estratégica para pronta distribución del producto.	**Oportunidades** 1. Ingresar al mercado y abrir campo implementando un nuevo producto. 2. Inexistencia de competidores. 3. Producto novedoso 4. Tendencias favorables en el producto
Debilidades: 1. Poco poder adquisitivo. 2. Poco conocimiento de los procesos de elaboración de las conservas 3. Incapacidad para ver errores 4. Salarios bajos	**Amenazas:** 1. Productores no entregan a tiempo la materia prima 2. Competencia con mejor publicidad 3. Gran variedad de marcas en productos sustitutos 4. Aumento de precios en la materia

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis:

Al analizar el FODA, se observa diferentes tipos de amenazas y oportunidades que no serán fáciles. Para llevar a una empresa al éxito, se tiene que analizar el ambiente externo como interno, que factores van a influir y ayudar al crecimiento de la empresa. Como se puede apreciar las fortalezas y oportunidades la organización y el desempeño laboral por parte de los integrantes siempre será eficiente teniendo alta disponibilidad del producto y una ubicación estratégica ya que ofrece un producto novedoso el que no tienen competencia alguna, podremos ingresar al mercado con facilidad teniendo una alta aceptación por parte de nuestros demandantes. Las debilidades y amenazas que posee la organización por el poco poder adquisitivo que dificulta la adquisición de maquinaria básica, por la falta de recurso económico la infraestructura del proyecto es pequeña y básica para la elaboración del producto, la falta de conocimiento en los procesos de producción de conservas hace que se cometan errores , el aumento de productos sustitutos en el mercado es una amenaza para nuestro producto y por la recesión económica del país, hace que opten por productos similares los que satisfagan sus necesidades.

CAPITULO 3: ESTUDIO DE MERCADO

Menciona Ruis (2001, pág. 35)**"**La concepción planificación y ejecución de un estudio de mercado se realiza a través de un proceso de investigación, consiste en una serie de etapas que guían dichas investigación desde su concepción hasta su análisis."

3.1 Análisis del consumidor

Admite Lopez (2008, pág. 56**)**"El análisis y la comprensión del comportamiento del consumidor es parte imprescindible del trabajo previo que permite adaptar la oferta de la empresa a las necesidades y deseos de los consumidores ".

3.1.1. Determinación de la población y muestra

3.1.1.1 Población

Comenta (Juez & Diez, 1996, pág. 95)"La población es el conjunto de elementos que tienen características comunes y son sujetos de una población".

3.1.1.2 Tamaño del Universo

Tabla Nº 10 Tamaño del Universo

Universo	No.
POBLACION DEL CANTON RUMIÑAHUI	85,852
POBLACION DE SANGOLQUI	59,196
POBLACIÓN PEA	29,223

Fuente: INEC
Elaborado por: Alexander Paucar

3.1.1.3 Muestra

Afirma (Juez & Diez, 1996, pág. 95)"Que la muestra es un subconjunto de individuos pertenecientes a una población y representativos del mismo. En diversas aplicaciones interesa que una muestra sea una muestra representativa y para ello debe escogerse una técnica de muestra adecuada que produzca una muestra aleatoria adecuada (se obtiene una muestra sesgada cuyo interés y utilidad es más limitado dependiendo del grado de sesgo que presente)".

3.1.1.4 Formulación de la muestra

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

De donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E = Error máximo admisible (5%)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

z = Distribución normal en estadística cuando el NC=95%

Desarrollo de la muestra

$$\mathbf{n} = \frac{59196 * (0.50) * (0.50) * \ (1.96)^{2}}{(59196-1)(0.05)^{2} + \ (0.50) * (0.50) * (1.96)^{2}}$$

$$\mathbf{n} = \frac{56851.8384}{(59195)(0.0025) + 0.9604}$$

$$\mathbf{n} = \frac{56851.8384}{148.9479}$$

n =382

3.1.2 Técnicas de obtención de información

Entrevista

Describe Alles (2004, pág. 18)"La entrevista es una herramienta de intercambio de ideas, opiniones mediante una conversación que se da entre una, dos o más personas donde un entrevistador es el designado para preguntar. Todos aquellos presentes en la charla dialogan en pos de una cuestión determinada planteada por el profesional. Muchas veces la espontaneidad y el periodismo moderno llevan a que se dialogue libremente generando temas de debate surgidos a medida que la charla fluye".

Cuestionarios

Escribe Cordoba (2005, pág. 2)"Un cuestionario, en sentido estricto, es un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información".

Encuestas

Dice Granda (2005, pág. 14) La encuesta se puede definir como un técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantizara que la información proporcionada por una muestra pueda ser analizada.

En el proyecto se utilizara la herramienta de encuestas porque es la técnica que más se conoce y que también nos ayudara a recoger la información con más facilidad y más seguro armado una encuesta con preguntas puntuales.

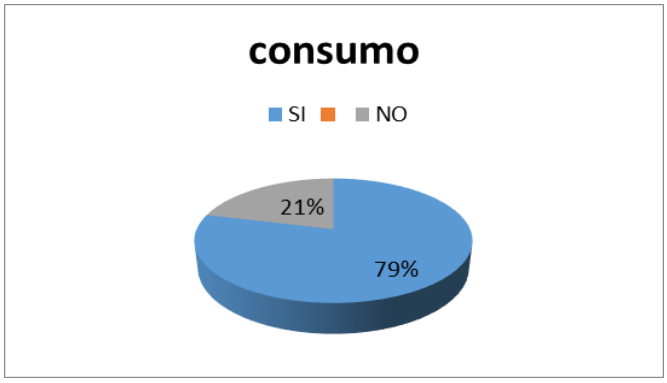
1.- ¿Está Usted de acuerdo con la implementación de una empresa de producción y comercialización de conservas de fresas y moras a base de jarabe de licor?

Tabla Nº 11 Pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	301	79%
NO	81	21%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 4 Pregunta



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos de la pregunta, se desprende que el 79% de la muestra está de acuerdo con la creación de la empresa dedicada a la producción y comercialización de conservas de fresas y, sin embargo cabe señalar que un 21% no acepta la idea, el mismo que es un porcentaje pequeño.

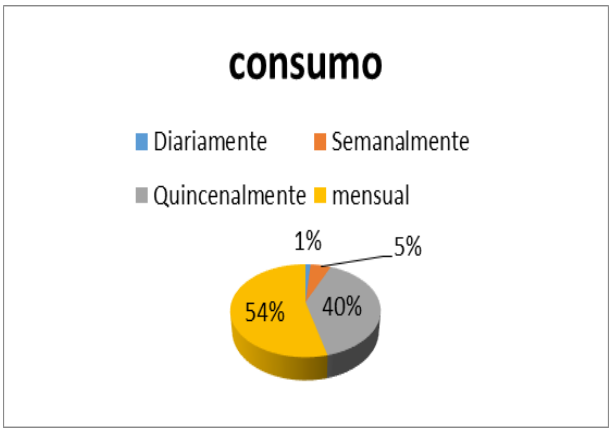
2.- ¿Con qué frecuencia consume conservas?

Tabla Nº 12 Pregunta 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	5	1,00%
Semanalmente	20	5,00%
Quincenalmente	151	40,00%
Mensual	206	54,00%
Total	**382**	**100%**

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Figura Nº 5 .Pregunta 2



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos de la pregunta, podemos apreciar que el promedio de frecuencia de compras de las conservas es mensual con un 54% indicándonos que la población encuestada compra las conservas cada mes.

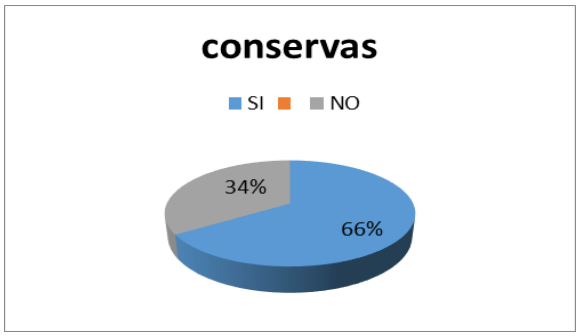
3.- ¿le gustaría que las conservas de fresas y moras se sirvieran en cocteles?

Tabla Nº 13 Pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	251	66,00%
NO	131	34,00%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 6 Pregunta 3



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. Del 100% de las personas encuestadas, el 66% manifestó que si desearía consumir las conservas en forma de cocteles, apreciando que nuestro producto si tiene una gran acogida a que se sirva como un coctel dando un mayor valor agregado para así poder captar más clientes que degustan de este tipo de bebidas.

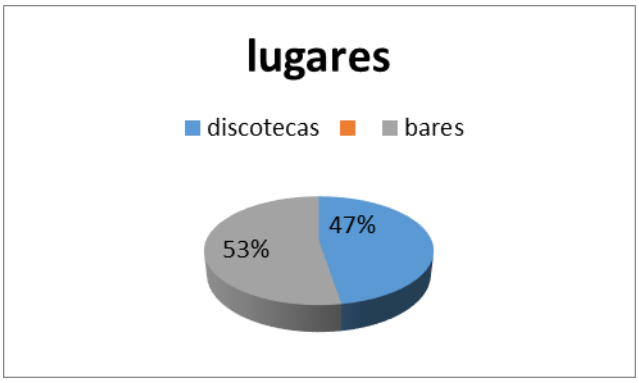
4.- ¿en qué lugares le gustaría encontrar este tipo de coctel de fresas y moras?

Tabla Nº 14 Pregunta 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Discotecas	180	47,00%
Bares	200	53,00%
Total	**380**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 7 . Pregunta 4



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De las personas encuestadas podemos apreciar que los márgenes de porcentaje tienen diferencias mínimas en donde les gustaría adquirir el coctel esto nos permite poder ofrecer nuestro producto en más lugares y así llegar a muchos más clientes que puedan degustarlo.

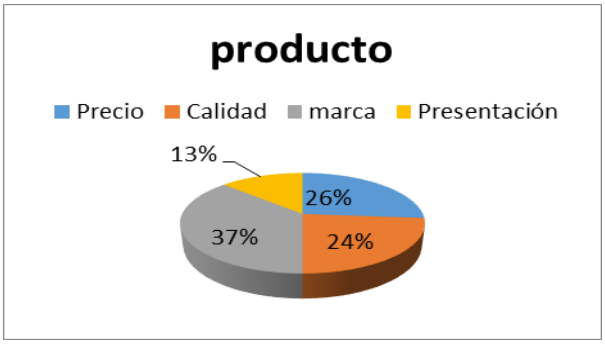
5.- ¿Qué aspecto considera Usted importante al momento de adquirir un producto?

Tabla Nº 15 Pregunta 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Precio	101	25,00%
Calidad	90	24,00%
Marca	141	37,00%
Presentación	50	13,00%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 8. Pregunta 5



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos de la pregunta, podemos apreciar que la población encuestada en lo que se fija al momento de adquirir el producto es la marca y el precio el producto debe enfocarse en precios accesibles, ya que es un producto nuevo y no disponemos de una marca establecida conocida por los consumidores.

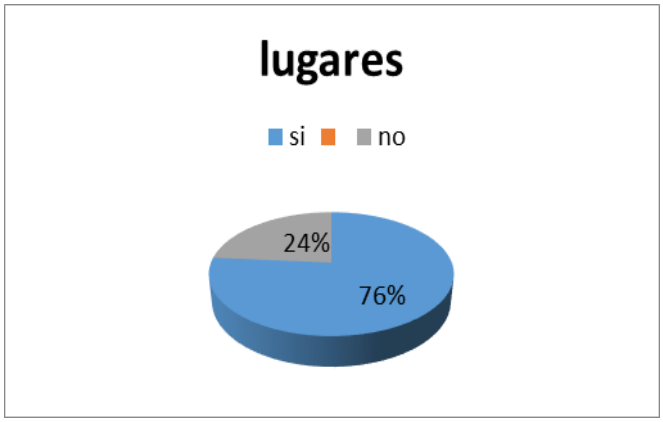
6. ¿cuál es la probabilidad de que usted le recomiende este producto a sus amigos y familiares?

Tabla Nº 16 Pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	291	76,00%
No	91	24,00%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 9 . Pregunta 6



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos de la pregunta, la mayor parte de personas encuestados si recomendaría nuestro producto a un amigo siendo esta una ventaja que nos ayudara a llegar a posibles clientes potenciales que deseen consumir o conocer el producto.

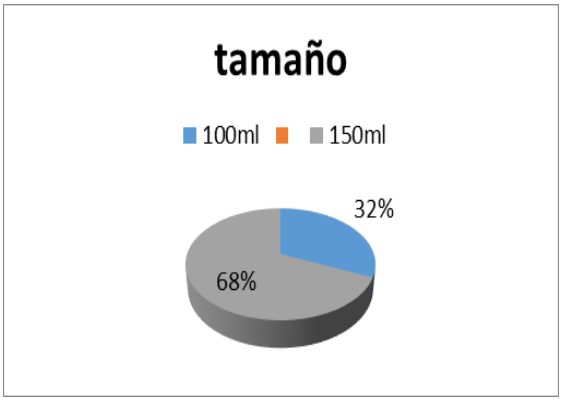
7. ¿en qué presentación le gustaría encontrar nuestro producto?

Tabla Nº 17 Pregunta 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
100ml	121	32,00%
150ml	261	68,00%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 10. Pregunta 7



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos de la pregunta, se puede observar que la presentación deberá ser de 150ml esto nos permite percibir que la población encuestada le gustaría que nuestro producto tenga una presentación mediana a comparación de otras productos sustitutos.

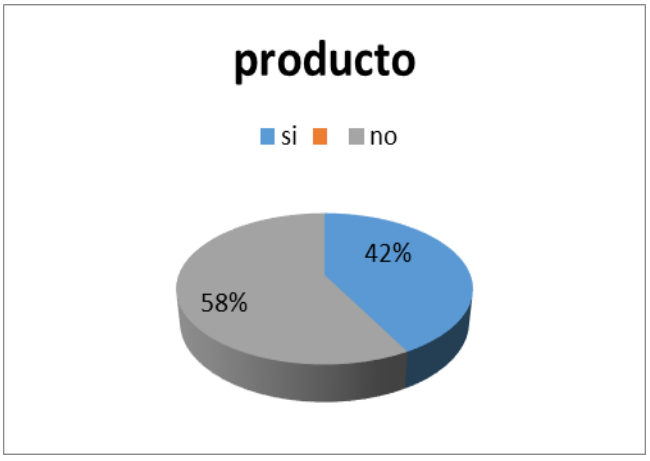
8. ¿Cree usted que el consumo de las conservas de fresas y moras en jarabe de licor puede ser adictivo?

Tabla Nº 18 Pregunta 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	160	58,00%
No	222	42,00%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 11 .Pregunta 8



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos de la pregunta, podemos apreciar que nuestro producto se lo ve como algo que puede causar por esto de esta manera el producto es enfocado a un mercado de personas con su criterio bien definido de lo que consume .

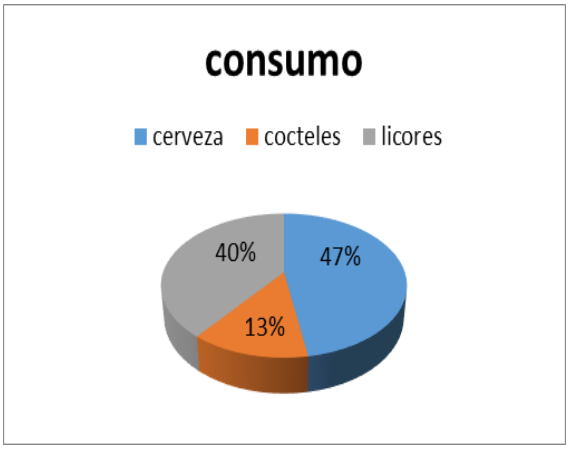
9. ¿Cuándo usted acude a lugares nocturnos que consume frecuentemente?

Tabla Nº 19 Pregunta 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cerveza	180	47,00%
Cocteles	52	13,00%
Licores	150	40,00%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 12. Pregunta 9



Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos de la pregunta, observaos que la cerveza será uno delos productos sustitutos más fuertes al momento de ofrecer nuestros cocteles ya que la mayor parte de la población encuestada así lo afirma en las encuestas.

10. ¿Está Usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

Tabla Nº 20 Pregunta 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	74,00%
No	102	26,00%
Total	**382**	**100%**

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Figura Nº 13. Pregunta 10

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación

Análisis. De los datos obtenidos la mayor parte de personas encuestadas está de acuerdo con los precios y productos que ofrece la competencia esto refleja que debemos enfocarnos en un precio que esté de acuerdo al de nuestra competencia y con posibilidades de tendencia a disminuir.

3.2 Oferta

Explica Ávila (2006, pág. 45) "La oferta es el fenómeno correlativo a la demanda. Se le considera como la cantidad de mercancía que se ofrece a la venta a un precio dado por unidad de tiempo."

3.2.1 Oferta Histórica

Argumenta Zallo (2000, pág. 35)"Que la oferta histórica es más la que opera como reserva de valor, capital y garantía y cuya valorización ha sido comprobado repetidas veces alrededor de un valor medio asegurado"

3.2.2 Oferta Actual

Opina Zallo (2000, pág. 35)"Que la oferta actual es reconocida por el mercado, es incierta y sujeta a cambios muchas veces ajena a la materialidad y tiempo de trabajo de la obra".

Tabla Nº 21 Oferta Actual

Aceptación de la competencia (%)			
	74,00%		
OFERTA ACTUAL			
Años	Demanda Proyectada	Porcentaje de la competencia	Oferta
2017	$ 1.418.209,24	0,74	$ 1.049.474,84

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

3.2.3 Oferta Proyectada

Expresa Miranda (2005, pág. 102) "Para el análisis de la oferta se siguen las mismas pautas de manejo de la información estadística anotadas para la demanda, dado que se

realiza el estudio histórico actual y futuro con el propósitos de verificar la cantidad de bienes y servicios que se han ofrecido y se están ofreciendo y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta."

Tabla Nº 22 Proyección de la Oferta

Proyeccion de la oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	$ 1.418.209,24	74,00%	$ 1.049.474,84
2018	$ 2.212.406,42	74,00%	$ 1.637.180,75
2019	$ 3.451.354,01	74,00%	$ 2.554.001,97
2020	$ 5.384.112,26	74,00%	$ 3.984.243,07
2021	$ 8.399.215,12	74,00%	$ 6.215.419,19

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

3.3 Productos sustitutos

Argumenta Martinez (2003,pág. 95) Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.

Análisis:

Como se puede apreciar nuestro producto por tener el plus del jarabe de licor es un producto nuevo en el mercado que no tiene un sustituto siendo una fortaleza más grandes.

3.4 Demanda

Argumenta Casado (2005, pág. 95) La demanda es la exteriorización de las necesidades y deseos del mercado y está condicionado por los recursos disponibles del comprador y los estímulos

3.4.1 Demanda histórica

Comenta López (2012, pág. 134)"Una serie de datos explica suficientemente el comportamiento de la demanda pasada y presente es decir valores que dependen del tiempo y que evolucionara en el futuro para el producto".

3.4.2 Demanda Actual

Explica Dvoskin (2004, págs. 90-91) Calcular la de manda actual implica cuantificar la demanda existente que hemos definido como la suma de la demanda atendida y la demanda efectiva mente atendida dicha cuantificación debe expresarse tanto en términos físicos la cantidad de unidades compradas como monetarios es decir esa cantidad multiplicada por el precio de venta de cada una

3.4.2.1 Cálculo de la Demanda Actual

Para calcular la demanda actual se procedió a tomar como referencia los datos obtenidos en la encuesta realizada a la muestra, utilizando la población y la tasa de crecimiento.

Tabla Nº 23 Demanda actual

Población	59.196
Total Encuestas	382
Porcentaje mayor de acept	79%
Porcentaje mayor de frecu	54%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Tabla Nº 24 Resultado de la Encuesta

RESULTADOS DE LA ENCUESTA		
ACEPTACCION		
Población * Porcentaje de Aceptación mayor	=	Aceptación de personas
59196 * 0,79	=	46764,84
FRECUENCIA		
Aceptación * Porcentaje de Frecuencia * tiempo	=	Frecuencia de Compra
46764,84 * 0,54 * 12	=	303036,163
PRECIO PROMEDIO		
Rango de precios / 2	=	Precio Promedio
, ($2,50 + $3,50) / 2	=	$ 3,00
CALCULO DE LA DEMANDA ACTUAL		
Frecuencia de compra * Precio promedio aceptado	=	Aceptación de personas
303036,163 * $ 3,00	=	$ 909.108,49

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

3.4.3 Demanda Proyectada

Menciona: (Instituto interamericano de ciencias agricolas , 1970, pág. 16) "Cuando se realiza una evaluación de mercados dentro de un proyecto específico hay que tener en cuenta obligadamente que la producción generada por el proyecto entrara al mercado en el futuro."

Tabla Nº 25 Proyección de la Demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA			
AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2017	$ 909.108,49	1,56	$ 1.418.209,24
2018	$ 1.418.209,24	1,56	$ 2.212.406,42
2019	$ 2.212.406,42	1,56	$ 3.451.354,01
2020	$ 3.451.354,01	1,56	$ 5.384.112,26
2021	$ 5.384.112,26	1,56	$ 8.399.215,12

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

3.5 Balance Oferta-Demanda

3.5.1 Balance Actual

Tabla Nº 26 Balance Actual

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	$ 1.418.209,24	$ 1.049.474,84	$ 368.734,40

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

3.5.2 Balance Proyectado

Tabla Nº 27 Demanda Insatisfecha

Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	$ 1.418.209,24	$ 1.049.474,84	$ 368.734,40
2018	$ 2.212.406,42	$ 1.637.180,75	$ 575.225,67
2019	$ 3.451.354,01	$ 2.554.001,97	$ 897.352,04
2020	$ 5.384.112,26	$ 3.984.243,07	$ 139.986,19
2021	$ 8.399.215,12	$ 6.215.419,19	$ 2.183.795,93

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

CAPITULO 4: ESTUDIO TÉCNICO

Afirma Erossan (2004, pág. 99) "Que el estudio técnico se concentra en las unidades físicas de insumos, productos, maquinarias, equipos, procesos de producción etc.es decir está relacionado con el cálculo de costos".

4.1 Tamaño del proyecto

Para Miranda (2005, pág. 120) "En apelar la información disponible en torno al mercado, al proceso productivo, a la localización, a la disponibilidad de insumos y otros factores que serán considerados es decir dimensionarlo".

4.1.1 Capacidad Instalada

Menciona Nulez (2003 , pág. 45)**"** La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles.**"**

AREA	DIMENCION	TOTAL M2
Producción	15m x 4	60m2
Administrativa	3m x 4	12m2
Recepción		9m2
Baños	3m x 3	4.5m2
Bodega		20m2
Parqueadero	1.5m x 1.5x2	50m2
	5m x 4	
	12.5m x 4	
Total Capacidad		155.5m2

Jefe asignado para la producción

$$T.disponible = frecuencia * hora * minutos$$

$$T.disponible = 20 * 2{,}5 * 60$$

$$T.disponible = 3000$$

$$\frac{Tiempo\ demandado}{Tiempo\ disponible} = \frac{2800}{3000} = 1\ Jefe$$

4.1.2 Capacidad Óptima

Expresa: (Fleitman, 2007, pág. 313) La capacidad optima puede ser definida como la velocidad o ritmo de producción que permite el mayor aprovechamiento de los hombres, el equipo y el espacio combinados, y que da como resultado la obtención del costo unitario mínimo respecto de todas las variables que influyen en los costos.

Tiempo necesario para la producción de una conserva

40 conservas- 150 min

1 conserva - x

x= 1 conserva */20 conservas =3 minutos

Una conserva se la realiza en 3 minutos

20 conservas * 8 horas de trabajo = 160 conservas diarias

160 conservas diarias * 7 días de trabajo = 1120conservas mensuales

1120 conservas semanales * 4 semanas = 4480 conservas mensuales

4480 conservas mensuales * 12 meses = 53760 mensuales

4.2 Localización

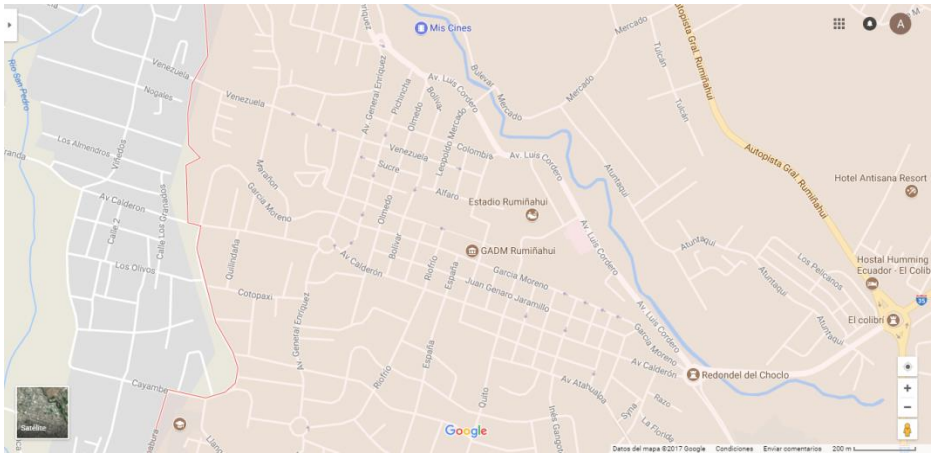
Opina Miranda(2005, pág. 122) " Que la localización orienta y analiza las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando en todo caso una mayor rentabilidad o una minimización de costos.

Análisis: Los proveedores se encuentran muy cerca es una ayuda ya que procedería a ser un costo menos como la logística el trasporte y sería más beneficioso para el proyecto a continuación se podrá Nivel de localización existen dos tipos de niveles como el nivel de la zona o región donde se realizara el proyecto y la elección del terreno especifico donde se realizara.

Hay ocasiones en el que la ubicación es un factor decisivo para el impulso de la empresa para ayudar a poner de pie un proyecto se necesita realizar un estudio de campo para determinar un lugar o ubicación estratégicos que nos ayude tanto para la elaboración del producto los proveedores y las ventas.

Lo que consta con la ubicación de nuestro proyecto se lo realizara en el sector Sangolqui hemos seleccionado este lugar porque se realizó un estudio y se verifico que esta zona es comercial y muy afluida por personas de todo tipo lo que nos interesa en nuestro proyecto es que se tenga gran afluencia de personas mayores de edad también es una zona céntrica con muchos negocios de todo tipo que ayudara a la comercialización del producto.

Figura Nº 14. Localización sector producción y distribución



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Elementos que inciden en la localización

Hay muchos elementos que inciden en la localización por eso hay que hacer un estudio de todo esto para no tener dificultadas o prejuicios en un futuro los índices beneficiosos para el proyecto son.

- Proveedores
- Afluencia de gente
- Zona comercial
- Zona céntrica

4.2.1 Macro – localización

Menciona Marcial Cordoba (2001, pág. 56)**"** "Macro localización, tiene por objeto determinar el territorio o región en la que el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. La región seleccionada puede ser en el ámbito internacional, nacional o territorial, solo requiere analizar los factores de localización de acuerdo a su alcance geográfico".

Análisis. El sector que se elige como macro-localización para el proyecto es Sangolqui ya que se ha tomado una serie de factores para determinar esto como son:

Figura Nº 15.Localización

Fuente: google maps
Elaborado por: Alexander Paucar

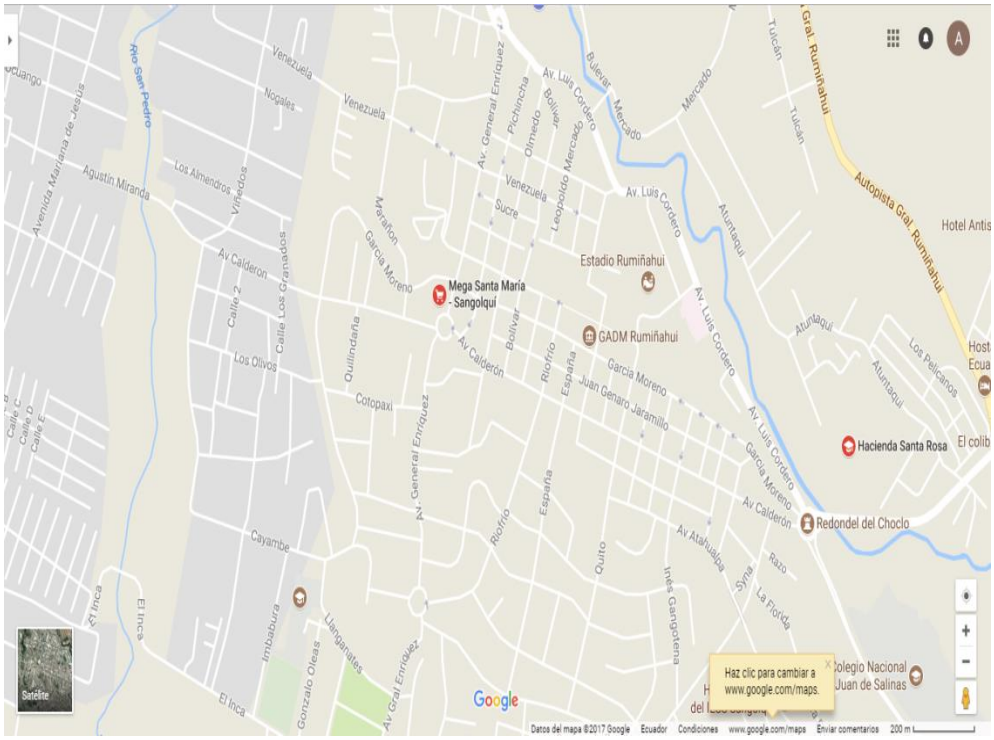
Materia prima y transporte

Si la materia prima se necesita en grandes cantidades y peso el trasporte de materia prima procedería a ser muy elevado su costo pero como los proveedores se encuentran cerca de la empresa no será tan elevado el costo de trasporte nuestro media de trasporte va hacer vía terrestre ya que va a distribuir dentro del sector y por la ciudad.

4.2.2 Micro –localización

Menciona: (Marcial Cordoba , pág. 56)**”** “Micro localización, elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio”.

Figura Nº 16. Microlocalizacion



Fuente: google maps
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis. La micro –localización del proyecto se hará en el sector de Santa Rosa y se tomó ciertos factor para determinar que este es el punto exacto como son Talleres de mantenimiento cercanos al punto de ubicación esto ayudar a facilitar cualquier reparación o mantenimiento de la maquinaria en menor tiempo, pago de servicios cercanos y con bancos a los alrededores para realizar cualquier transacción.

4.2.3 Localización óptima

Menciona Antonio Moreno (2003, pág. 77)**"** La localización optima es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital , Ya que nuestro mercado".

Tabla Nº 28 Localización óptima

		Avenidas		Avenidas cercas		Avenidas cercas	
Factores	Ponderación	Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Trasporte	15	10	1.5	8	1.2	7	1.05
Vía de acceso	0.20	10	2.0	9	1.8	7	1.5
Competencia	0.15	8	1.20	7	1.05	7	1.05
Seguridad	0,15	9	1.35	9	1.35	9	1.35
Servicios básicos	0.20	10	2.0	10	2.0	10	2.0
Instituciones financieras	0,15	9	1.35	7	1.05	6	0.9
Costo de arriendo	0,15	9	1.35	8	1.2	7	1.05
Total	1.00	10.75		9.65		8.9	

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación Propia

Análisis:

Para el proyecto la localización óptima será en sector de santa rosa en la calle Juan General Jaramillo y Bolívar Tomando en cuenta los diferentes factores que se pudo detallar se puede analizar que beneficiara de alguna manera a la empresa en la producción y comercialización del producto otorgando ventajas con el resto de la competencia, es decir ayudara a muchos de los compradores a obtener este producto con un excelente servicio de calidad y diferentes comodidades.

4.3 Ingeniería del producto

Comenta Vaughn (2001, pág. 49) "Qué es la responsable de la funcionalidad final del producto, de la tecnología necesaria el diseño detallado y las cantidades que se estiman se venderán".

4.3.1 Definición del ByS

Define Dvoskin (2004, pág. 212) "El producto es el bien que una organización ofrece al consumidor y al mercado con el fin de satisfacer la necesidad del cliente".

Análisis:

El proyecto como tal es un bien que en gran parte ayudara a generar empleo y ingresos que ayuden al crecimiento de la empresa.

4.3.2 Distribución de planta

Menciona García.Parreño (2008, pág. 176) La distribución en planta consistirá en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa en la distribución del área en la determinación de las figuras formas relativas y ubicación de los distintos departamentos y la ubicación exacta y más óptima de nuestra maquinaria.

Tabla Nº 29 Planta

AREA	DIMENCION	TOTAL M2
Producción	15m x 4	60m2
Administrativa	3m x 4	12m2
Recepción		9m2
Baños	3m x 3	4.5m2
Bodega		20m2
Parqueadero	1.5m x 1.5x2	50m2
Total Capacidad		155.5m2

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación Propia

4.3.2.1Código de cercanía

Tabla Nº 30 Código de cercanía

CODIGO DE CERCANIA	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación Propia

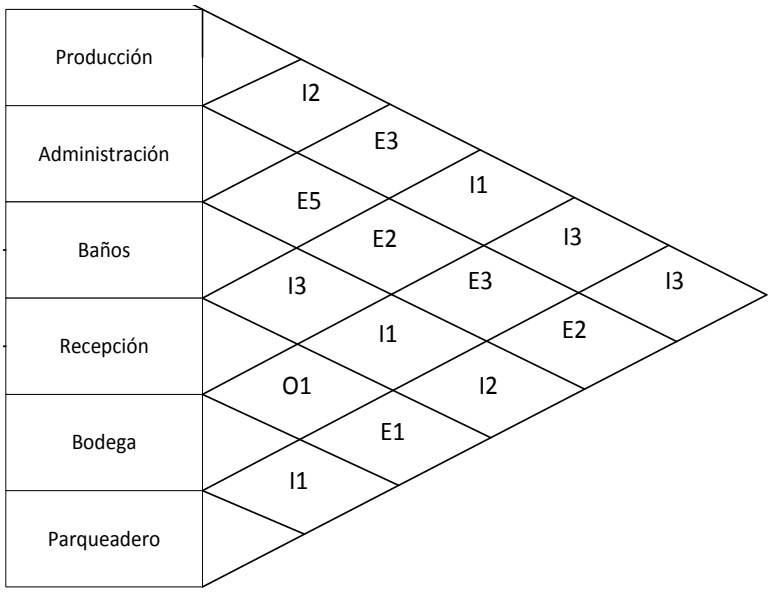
4.3.2.2Razones de cercanía

Tabla Nº 31 Razones de cercanía

RAZONES DE CERCANIAS	
A	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
E	Especialmente Necesario Que Este Cerca
I	Importante Que Este Cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indeseable

Elaborado por: Alexander Paucar
Fuente: Investigación Propia

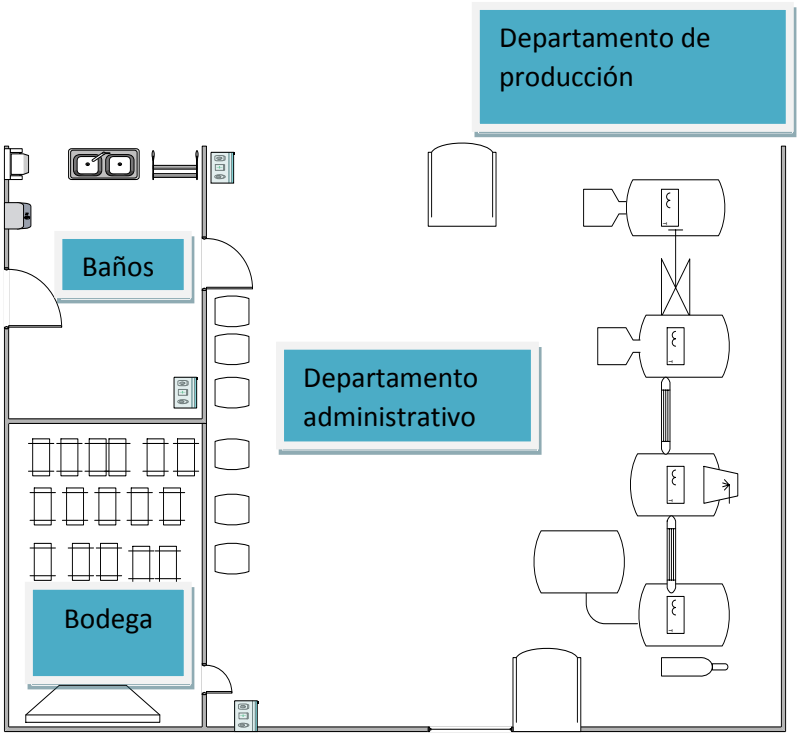
4.3.2.3Matriz Triangular



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

4.3.2.4 Distribución de Planta

Figura Nº 17.Distrubuciòn de Planta



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

4.3.3 Proceso productivo

Menciona Azua begoña(2005, pág. 166)**”** “Proceso productivo es el conjunto de operaciones planificadas de transformación de unos determinados factores o insumos en bienes o servicios mediante la aplicación de un procedimiento tecnológico”

4.3.3.1. Receta

Frutas: Fresas, Moras.

Jarabe de licor: Ron Blanco, Azúcar, Canela.

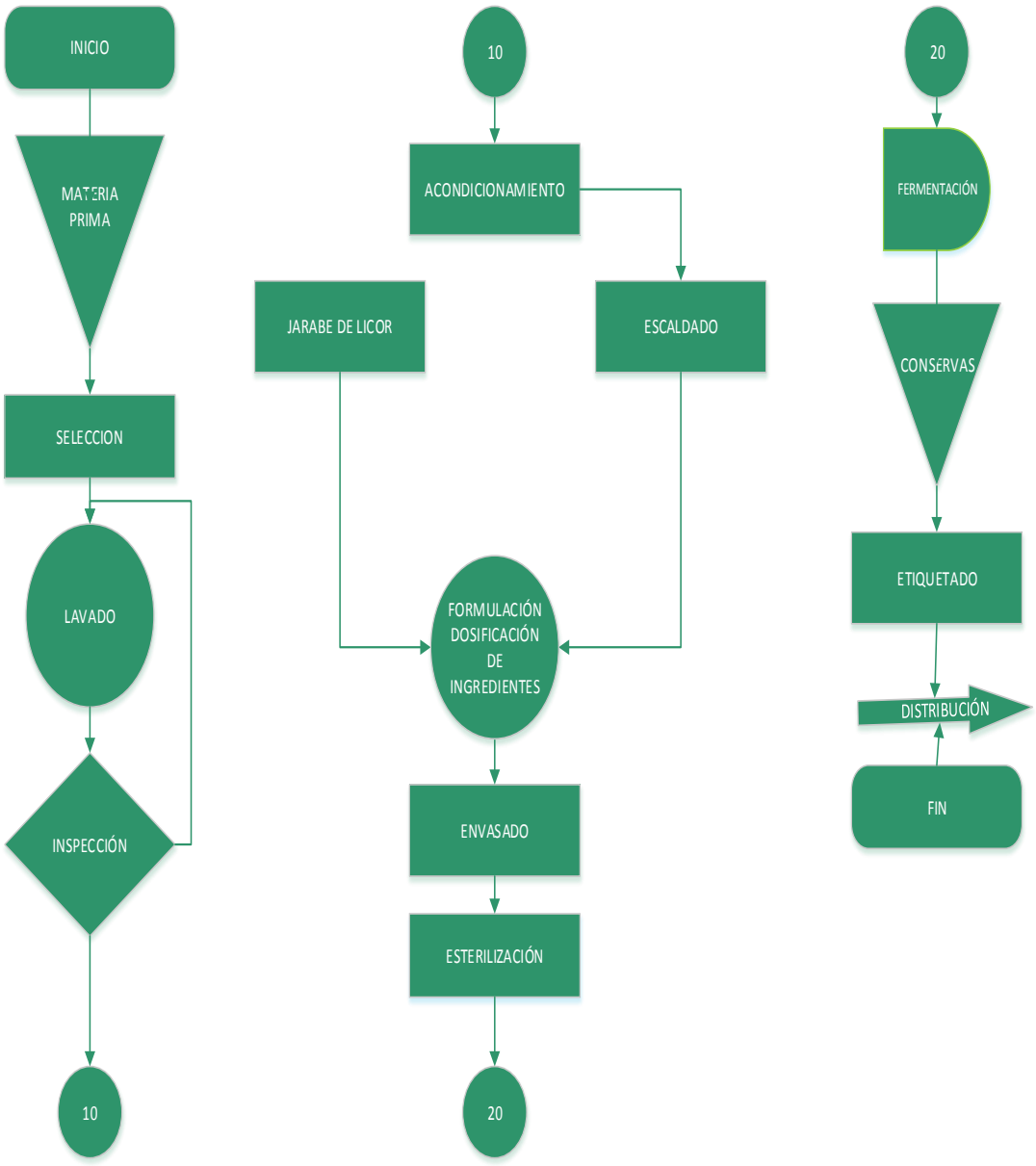
4.3.3.2. Operaciones básicas en la industrialización de frutas

Recepción, selección, Clasificación, Lavado Pelado, Inmersión en agua caliente

Tratamiento.

4.3.3.3. Diagrama de Flujo

Figura Nº 18.Diagrama De Flujo



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

4.3.3.4. Diagrama de Procesos

Tabla Nº 32 Diagrama de Procesos

ACTIVIDAD	SIMBOLO	TIEMPO (MINUTOS)	FRECUENCIA DIARIA	FRECUENCIA	TIEMPO	OPERADORES	JEFE
RECEPCION MATERIA PRIMA		20	2	15	600	X	X
SELECCION		20	2	15	600	X	
LAVADO (inmersión)		5	1	15	75	X	
INSPECCION		8	2	15	240	X	X
ACONDICIONAMIENTO		15	2	15	450	X	
ESCALDADO		15	1	15	225	X	
JARABE DE LICOR		15	1	15	225	X	
FORMULACION DOSIFICACION DE INGREDIENTES		20	2	15	600	X	X
ESTERILIZACION (ENVASES)		12	1	15	180	X	X
ENVASADO		15	25	15	5625	X	X
SUMAN		145			8820		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

4.3.4 Maquinaria

Opina Costas (2004, pág. 2) "Que la maquinaria es el conjunto de mecanismos interrelacionados entre sí que tienen la facultad de generar una función concreta, con el objetivo de desarrollar concretamente el diseño".

Tabla Nº 33 Maquinaria

Maquina	Cantidad	Proveedor	Precio	Total
Despulpadora	1	Eco serv	1090	1090
Licuadoras semi industriales	2	Oster	130	260
Caldero marmita	1	Eco serv	4500	4500
Cortador de frutas	1	Eco serv	1000	1000
Llenadora	1	Eco serv	2200	2200
Esterilizador de embaces	1	Macoms	5600	5600
			Total	14650

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

4.3.5 Equipos

Argumenta Calderon (2005, pág. 516) "Hace referencia al monto de capital que se invierte en la empresa por parte de los inversionistas sea tecnología y cualquier tipo de inmueble que ayudara a la empresa a tener una calidad para desarrollar su trabajo"

Tabla Nº 34 Equipos

Equipos	Cantidad	Proveedor	Precio	Total
Caro transportador	2	Kiwi	200	400
Balanza electrónica de plataforma	1	Import Quito	350	350
Balanza electrónica de laboratorio	1	Import Quito	250	250
Tinas	1	Macoms	150	150
Banda transportador	1	Import Quito	1100	1100
Mesa de trabajo	1	Macoms	1200	1200
			Total	3450

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

CAPITULO 5: ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Ingresos operacionales

Comenta Torres (2001, pág. 36) "Los ingresos operacionales son aquellos ingresos producto de la actividad económica principal de la empresa. Por lo general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas principales ".

Tabla Nº 35 Ingresos Operacionales

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Productos	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso
moras en jarabe de licor	53760	3	161.280,00	54599	3,12	170152,32	55451	3,24	179512,43	56316	3,36	189386,44	57195	3,49	199805,34
TOTALES	53760	3	161280	54599	3,12	170152	55451	3,24	179512	56316	3,36	189386	57195	3,49	199805

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

5.1.1. No operacionales

Comenta Torres (2001, pág. 36) "Son todos los aumentos brutos del patrimonio originados en forma indirecta al desarrollo del objeto social del ente, distintos de los aumentos en los aportes de los propietarios. Un ingreso no operacional no tiene relación directa con la producción de un bien o servicio que constituye el objeto social de la empresa. Todo ingreso no operacional también representa una fuente bruta interna de recursos y resulta de operaciones distintas del giro ordinario del negocio ".

Análisis: como es un nuevo emprendimiento de fresas y moras en jarabe de licor no tendremos ingresos no operaciones

5.2 Costos

Comenta Torres (2001, pág. 36) "costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión ".

5.2.1 Costo directo

Comenta Charles Homgrem (2003, pág. 76) "Costo Directo es todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por tanto sólo debe figurar en la contabilidad de costos ".

Tabla Nº 36 Costo Directo

COSTOS DIRECTOS		
Descripcion	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
Materia Prima	$ 5.639,83	$ 67.678,00
Materiales Directos	$ 1.228,80	$ 14.745,60
Mano de obra Directa	$ 1.150,00	$ 13.800,00
Prestaciones sociales	$ 501,27	$ 6.015,24
Total		$ 102.238,84

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: los costos directos son valores que tienen una relación directa con la producción por esta razón analizamos cada uno de ellos se identificaron a cada uno de tal manera que proporcionamos los valores correctos a fin de que nuestros costos directos sean mínimos y esto beneficien a la implementación del proyecto.

5.2.2 Costos Indirectos

Comenta Charles Homgrem (2003, pág. 78) "Coste indirecto es aquel coste que afecta al proceso productivo en general de uno o más productos, por lo que no se puede asignar directamente a un solo producto sin usar algún criterio de asignación. ".

Tabla Nº 37 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	$ 329,00	$ 3.948,00
Útiles de aseo	$ 9,05	$ 108,60
Útiles de oficina	$ 14,45	$ 173,40
Depreciación de Maquinaria		$ 1.505,00
Total		$ 5.735,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: los costos indirectos son valores que no tiene una relación directa con la producción pero si intervienen de tal modo que se identifica los más necesarios para reducir estos costos de tal manera que no afecte a la producción brindando la viabilidad del proyecto.

5.2.3 Gastos administrativos

Comenta Charles Homgrem (2003, pág. 78) "Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas ".

Tabla Nº 38 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripcion	**Valor mensual**	**Valor anual**
Sueldos	$ 775,00	$ 9.300,00
Prestaciones Sociales	$ 316,60	$ 3.799,14
Servicios básicos	$ 19,25	$ 231,00
Utiles de Aseo	$ 12,40	$ 148,75
Utiles de Oficina	$ 9,33	$ 112,00
Arriendo	$ 0,00	$ 0,00
Depreciacion equipo de computo	-	$ 650,00
Depresaciòn de Equipo de Oficina	-	$ 59,00
Depreciación muebles y enceres	-	$ 188,00
Depreciacion infraestructura	-	$ 2.100,00
Depreciación vehículo	-	$ 1.600,00
TOTAL		$ 18.187,89

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Son aquellos rubros que tienen que ver directamente con la administración general de la organización, en la elaboración de las conservas a base de jarabe de licor, pero no directamente identificables con la financiación, la comercialización o las operaciones de producción. Tal es el caso de los sueldos de los ejecutivos y los costes de los servicios generales.

5.2.4 Gasto de Ventas

Comenta Charles Homgrem (2003, pág. 78) "Expresión usada en el contexto de la administración, de organización de la Empresa, negocios y gestión. Son las erogaciones que están directamente relacionadas con la operación de ventas ".

Tabla Nº 39 Gastos de Venta

Gastos de Venta		
Descripcion	**Valor mensual**	**Valor anual**
servicios básicos	$ 30,50	$ 366,00
Transporte y Fletes	$ 70,00	$ 840,00
Publicidad	$ 20,42	$ 245,00
Sueldos	$ 375,00	$ 4.500,00
Prestaciones sociales	$ 154,18	$ 1.850,10
TOTAL		7801,10

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: son los rubros originados por las ventas en una empresa o los que se ocasionan para el fomento de éstas, que pueden ser comisiones, gastos de publicidad, transporte, etc. los cuales manejados eficientemente nos generan incrementos en las ventas y por ende un incremento en la producción de las conservas.

5.2.5 Gastos financieros

Comenta Charles Homgrem (2003, pág. 45) "Gastos correspondientes a los intereses de las obligaciones financieras ".

Tabla Nº 40 Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS	
Descripción	**Valor**
Intereses a corto plazo	$ 4.274,86
Intereses a largo plazo	$ 11.160,75
TOTAL	$ 15.435,61

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Estos rubros son manejables para el proyecto, por cuanto no son valores muy significativos ya que por la liquidez y flexibilidad que otorgan las

entidades financieras al corto y largo plazo, facilitan el manejo para proyectos de emprendimiento.

5.3 Inversiones

Comenta Werner (2002, pág. 55) "Es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo ".

5.3.1 Inversión fija

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 66) "es la inversión en activos físicos tales como maquinaria, terrenos, edificios, instalaciones, vehículos o tecnología. Normalmente, un balance de la empresa indicará tanto la cantidad de gasto en activos fijos durante el trimestre o año y el valor total del stock de activos fijos de propiedad ".

Análisis: Inversión fija es un punto estratégico para la viabilidad del proyecto por eso se realizó la mayor inversión en equipos y maquinaria de óptima calidad que será beneficioso esto ayudara a crecer e incrementar el volumen de producción y ventas .

5.3.1.1 Activos Fijos

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 72) "Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se

destinan a la venta. Son ejemplos de activos fijos: bienes inmuebles, maquinaria, material de oficina, etc. ".

Tabla Nº 41 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	$ 15.050,00
Muebles y Enseres	$ 1.880,00
Equipo de Computo	$ 1.950,00
Equipo de oficina	$ 590,00
Infraestructura	$ 21.000,00
Vehículo	$ 8.000,00
TOTAL	**$ 48.470,00**

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Son bienes necesarios que la empresa tiene para realizar el giro del negocio y son los respaldos indirectos que intervienen para brindar un producto de alta calidad y de esta manera satisfacer al cliente

5.3.1.2 Activos nominales (diferidos)

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 73) "Las inversiones durante la operación generalmente son necesarias para el reemplazo de activos desgastados o incrementar la capacidad productiva o de volumen de servicio ".

Tabla Nº 42 Activos Nominales

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	1020
Gastos de Instalación	0
Capacitación de Personal	120
TOTAL	**1140**

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Estos rubro son importantes, ya que se enfoca directamente a tener un personal altamente capacitado y empoderado trabajando en una empresa legalmente constituida, siendo estos aspectos relevantes al momento de tomar en cuenta para la adquisición de las conservas por parte de nuestros potenciales clientes.

5.3.2 Capital de trabajo

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 77) "El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvirtiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio ".

Tabla Nº 43 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existe	$ 5.414,83	$ 5.414,83	$ 5.414,83
Servicios Básicos	$ 329,00	$ 329,00	$ 329,00
Mano de obra directa	$ 1.150,00	$ 1.150,00	$ 1.150,00
Caja Bancos	$ 722,05	$ 722,05	$ 722,05
TOTAL	$ 7.615,88	$ 7.615,88	$ 7.615,88

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Para llevar a cabo la producción mensual de las conservas, se necesita $ 7.615,88, los mismos que son manejables, por cuanto la materia prima es adquirida a los propios productores, así como también con una mano de obra calificada con remuneraciones acorde al mercado y con podremos cumplir mes a mes cuales son vitales para la consecución de todas las actividades inmersas en la organización.

5.3.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 79) "fuentes de financiamiento Identifican el origen de los recursos con que se cubren las asignaciones presupuestarias. Por lo mismo son los canales e instituciones bancarias y financieras, tanto internas

como externas por cuyo medio se obtienen los recursos necesarios para equilibrar las finanzas “.

Tabla Nº 44 Fuentes de financiamiento

Fuentes de financiamieto				
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	PROVEEDORES
INVERSIONES FIJAS	**$ 48.470,00**	**$ 21.000,00**	**$ 27.470,00**	**$ 0,00**
Maquinaria y Equipo	$ 15.050,00		$ 15.050,00	
Muebles y Enseres	$ 1.880,00		$ 1.880,00	
Equipo de Computo	$ 1.950,00		$ 1.950,00	
Equipo de oficina	$ 590,00		$ 590,00	
Infraestructura	$ 21.000,00	$ 21.000,00		
Vehiculo	$ 8.000,00		$ 8.000,00	
ACTIVOS DIFERIDOS	$ 1.260,00	$ 0,00	$ 1.260,00	$ 0,00
Gastos de Organización	$ 1.140,00		$ 1.140,00	
Gastos de Instalación	$ 0,00			
Capacitación de Personal	$ 120,00		$ 120,00	
CAPITAL DE TRABAJ	$ 7.615,88	$ 722,05	$ 6.893,83	$ 0,00
Materia Prima Existente	$ 5.414,83		$ 5.414,83	
Servicios Básicos	$ 329,00		$ 329,00	
Mano de obra directa	$ 1.150,00		$ 1.150,00	
Caja Bancos	$ 722,05	$ 722,05		
TOTAL	$ 57.345,88	$ 21.722,05	$ 35.623,83	$ 0,00
	100%	38%	62%	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: las fuentes de financiamiento son favorables en el proyecto por cuanto cuenta con la infraestructura y esto ser beneficioso para nuestra organizaron ya que el préstamo pedir en el banco será de un valor que es de 35.623,83.

5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 80) “usadas para calcular cuál será el pago mensual del prestatario. Un calendario de amortización muestra el pago, los intereses y

el desglose de capital, y el Saldo impago del préstamo para cada período de la duración del mismo ".

Tabla Nº 45 Amortización francés

Amortización francés		
Deuda	$ 35.623,83	
N cuotas	6	anual
Tasa	12%	anual

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Tabla Nº 46 Amortización

ncuotas	amortización	interes	valor anual	saldo insoluto
0				$ 35.623,83
1	$ 4.389,77	$ 4.274,86	$ 8.664,63	$ 31.234,06
2	$ 4.916,55	$ 3.748,09	$ 8.664,63	$ 26.317,52
3	$ 5.506,53	$ 3.158,10	$ 8.664,63	$ 20.810,99
4	$ 6.167,31	$ 2.497,32	$ 8.664,63	$ 14.643,67
5	$ 6.907,39	$ 1.757,24	$ 8.664,63	$ 7.736,28
6	$ 7.736,28	$ 928,35	$ 8.664,63	$ 0,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Se utilizó el método francés ya que es uno de los más usados por los bancos ecuatorianos y que nos da mayor posibilidad de pagar nuestro préstamo a largo plazo en cuotas razonables ya que la tasa activa en el mercado es favorable para los proyectos de emprendimiento.

5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 82) "La depreciación es una disminución del valor o del precio de algo. Esta caída puede detectarse a partir de la comparación con el valor o el precio previo, o en relación a otras cosas de su misma clase ".

Tabla Nº 47 Depreciaciones de activos

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	$ 15.050,00	10	$ 1.505,00	$ 1.505,00	$ 1.505,00	$ 1.505,00	$ 1.505,00
Muebles y Enseres	$ 1.880,00	10	$ 188,00	$ 188,00	$ 188,00	$ 188,00	$ 188,00
Equipo de oficina	$ 590,00	10	$ 59,00	$ 59,00	$ 59,00	$ 59,00	$ 59,00
Equipo de Computación	$ 1.950,00	3	$ 650,00	$ 650,00	$ 650,00	-	-
Infraestructura	$ 21.000,00	10	$ 2.100,00	$ 2.100,00	$ 2.100,00	$ 2.100,00	$ 2.100,00
Vehículo	$ 8.000,00	5	$ 1.600,00	$ 1.600,00	$ 1.600,00	$ 1.600,00	$ 1.600,00
TOTAL			$ 6.102,00	$ 6.102,00	$ 6.102,00	$ 5.452,00	$ 5.452,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: la depreciación en la maquinaria y equipo son favorables puesto que tienen una vida útil a largo plazo y de esta manera evitamos costos en la adquisición de nuevos activos, cabe recalcar que se debe estar a par con la tecnología para ser competitivos en el mercado.

5.3.6 Estado de Situación Inicial

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 88) "El estado de situación inicial , también llamado balance general o balance de situación , es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado ".

EMPRESA "Delifrut "
Balance General
AL 31 DE OCTUBRE DEL 2017

ACTIVO				PASIVO			
ACTIVO CORRIENTE			$ 722,05	PASIVO CORRIENTE			
Bancos	$ 722,05			Cuentas por pagar	-		
				Total Pasivo Corriente		-	
ACTIVOS NO CORRIENTE			$ 48.470,00				
Propiedad planta y equipo		$ 48.470,00		PASIVO LARGO / PLAZO		$ 35.623,83	
Equipo de Oficina	$ 590,00			Prestamo L/P	$ 35.623,83		
Maquinaria o Equipos	$ 15.050,00			TOTAL DE PASIVO			$ 35.623,83
Infraestructura	$ 21.000,00						
Vehículo	$ 8.000,00						
Equipo de Computo	$ 1.950,00						
Muebles y Enseres	$ 1.880,00			PATRIMONIO			$ 14.708,22
				Capital		$ 14.708,22	
OTROS ACTIVOS			$ 1.140,00				
Gastos d Organización	$ 1.020,00						
Gastos de Instalación	$ 0,00						
Gastos de Publicidad	$ 0,00						
Capacitación personal	$ 120,00						
TOTAL DE ACTIVOS			$ 50.332,05	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			$ 50.332,05

FIRMA GERENTE FIRMA CONTADOR

Análisis: En el estado de Situación Inicial se puede apreciar claramente que es favorable para la consecución del proyecto, por cuanto nos da una imagen numérica de lo que está sucediendo en la vida y en la actividad organizacional, para la toma de decisiones.

5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 90) "El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en

el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa ".

Tabla Nº 48 Estado de Resultado

EMPRESA "LAMPERSULED" ESTADOS DE RESULTADOS AL 31 DE OCTUBRE 2017					
DETALLE	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS	$ 161.280,00	$ 170.152,32	$ 179.512,43	$ 189.386,44	$ 199.805,34
SERVICIOS TOTALES	$ 161.280,00	$ 170.152,32	$ 179.512,43	$ 189.386,44	$ 199.805,34
INFLACIÓN:	3,84%				
	1	**2**	**3**	**4**	**5**
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	$ 107.973,84	$ 112.120,04	$ 116.425,44	$ 120.896,18	$ 125.538,60
COSTO DIRECTO	$ 102.238,84	$ 106.164,81	$ 110.241,54	$ 114.474,82	$ 118.870,65
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FAB	$ 5.735,00	$ 5.955,22	$ 6.183,90	$ 6.421,37	$ 6.667,95
GASTOS DE VENTAS	$ 7.801,10	$ 8.100,66	$ 8.411,73	$ 8.734,74	$ 9.070,15
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	$ 18.187,89	$ 18.886,30	$ 19.611,54	$ 20.364,62	$ 21.146,62
GASTOS FINANCIEROS	$ 15.435,61	$ 16.028,34	$ 16.643,82	$ 17.282,95	$ 17.946,61
UTILIDAD BRUTA	$ 11.881,56	$ 15.016,99	$ 18.419,89	$ 22.107,95	$ 26.103,35
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	$ 1.782,23	$ 2.252,55	$ 2.762,98	$ 3.316,19	$ 3.915,50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 10.099,33	$ 12.764,44	$ 15.656,91	$ 18.791,76	$ 22.187,85
IMPUESTO A LA RENTA	-$ 752,60	-$ 1.852,11	-$ 1.273,62	-$ 646,65	$ 32,57
UTILIDAD NETA	$ 10.851,93	$ 14.616,55	$ 16.930,53	$ 19.438,41	$ 22.155,28

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Se aprecia que el comportamiento del estado de resultados en sus diferentes años tiene un incremento significativo en la ejecución del proyecto, lo que significa un crecimiento para la organización.

5.3.8 Flujo Caja

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 92) "los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado .El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante

de la liquidez de una empresa. El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar ".

Tabla Nº 49 Flujo de caja

	FLUJO DE CAJA				
	PERIODOS				
DETALLE	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS	$ 161.280,00	$ 170.152,32	$ 179.512,43	$ 189.386,44	$ 199.805,34
SERVICIOS TOTALES	$ 161.280,00	$ 170.152,32	$ 179.512,43	$ 189.386,44	$ 199.805,34
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	$ 107.973,84	$ 112.120,04	$ 116.425,44	$ 120.896,18	$ 125.538,60
COSTO DIRECTO	$ 102.238,84	$ 106.164,81	$ 110.241,54	$ 114.474,82	$ 118.870,65
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS	$ 5.735,00	$ 5.955,22	$ 6.183,90	$ 6.421,37	$ 6.667,95
GASTOS DE VENTAS	$ 7.801,10	$ 8.100,66	$ 8.411,73	$ 8.734,74	$ 9.070,15
GASTOS DE ADMINISTRACI	$ 18.187,89	$ 18.886,30	$ 19.611,54	$ 20.364,62	$ 21.146,62
GASTOS FINANCIEROS	$ 15.435,61	$ 16.028,34	$ 16.643,82	$ 17.282,95	$ 17.946,61
UTILIDAD BRUTA	$ 11.881,56	$ 15.016,99	$ 18.419,89	$ 22.107,95	$ 26.103,35
PARTICIPACION EMPLEADOS	$ 1.782,23	$ 2.252,55	$ 2.762,98	$ 3.316,19	$ 3.915,50
UTILIDAD ANTES DE IMPUES	$ 10.099,33	$ 12.764,44	$ 15.656,91	$ 18.791,76	$ 22.187,85
IMPUESTO A LA RENTA	-$ 752,60	-$ 1.852,11	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
UTILIDAD NETA	$ 10.851,93	$ 14.616,55	$ 16.930,53	$ 19.438,41	$ 22.155,28
DEPRECIACIONES (+)	$ 6.102,00	$ 6.102,00	$ 6.102,00	$ 5.452,00	$ 5.452,00
AMORTIZACIONES (+)	$ 228,00	$ 228,00	$ 228,00	$ 228,00	$ 228,00
EXCEDENTE OPERACIONAL	$ 17.181,93	$ 20.946,55	$ 23.260,53	$ 25.118,41	$ 27.835,28

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: Podemos apreciar en el comportamiento que ha tenido el proyecto en un periodo determinado y observamos que es favorable, por cuanto nos genera utilidades significativas para el crecimiento de la organización.

5.4 Evaluación

5.4.1 Tasa de descuento

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 103) "La tasa de descuento es un factor financiero que se utiliza, en general, para determinar el valor del dinero en el tiempo y, en particular, para: calcular el valor actual de un capital futuro ".

Tabla Nº 50 Tasa de Descuentos

Tasa de descuento	
TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA	
Tasa Activa	8,68%
Tasa Pasiva	4,28%
TMAR	12,96%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: la tasa de descuento en el proyecto es de menor riesgo con un 12,96%, por lo cual es favorable para la ejecución del mismo, ya que se tomó en consideración la tasa activa y pasiva de instituciones financieras con menor porcentaje de interés.

5.4.2 VAN

Comenta Ernesto Reye (2002, pág. 1105)"Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión ".

Tabla Nº 51 Van

Van											
VAN =	- P	+	FNE 1 (1+i)^1	+	FNE 2 (1+i)^2	+	FNE 3 (1+i)^3	+	FNE 4 (1+i)^4	+	FNE 5 (1+i)^5
VAN =	-$ 64.123,83	+	$ 17.181,93 1,13	+	$ 20.946,55 1,28	+	$ 21.310,53 1,44	+	$ 25.118,41 1,63	+	$ 27.835,28 1,84
VAN =	-$ 64.123,83	+	$ 15.210,63	+	$ 16.415,84	+	$ 14.784,96	+	$ 15.427,42	+	$ 15.134,64
VAN =	-$ 64.123,83	+	$ 76.973,50								
VAN =	**$ 12.849,66**										

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: El van es positivo esto determina que es factible la realización del proyecto y que luego de descontar la inversión inicial se obtiene ganancia.

5.4.4 TIR

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 103) "El tir nos da una medida relativa de la rentabilidad, es decir, va a venir expresada en tanto por ciento ".

Tabla Nº 52 Tir

TIR=	20,24%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: la tasa de rendimiento del proyecto expresada por la tir supera la tasa de corte, se acepta la inversión en caso contrario se rechazaría.

5.4.5 PRI (Período de Recuperación de la Inversión)

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 103) "Periodo de recuperación de la inversión y Valor Presente Neto. 1. Periodo de Recuperación de la Inversión El periodo de recuperación de la inversión es el tiempo requerido para que la empresa recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo ".

Tabla Nº 53 Valores Corrientes

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES								
	Ingresos	Inversión a Recuperar						
AÑO 1	$ 17.181,93	-$ 64.123,83	16 mes	$ 1.431,83	-$ 41.214,60	32 mes	$ 1.431,83	-$ 18.305,36
1 mes	$ 1.431,83	-$ 62.692,01	17 mes	$ 1.431,83	-$ 39.782,77	33 mes	$ 1.431,83	-$ 16.873,53
2 mes	$ 1.431,83	-$ 61.260,18	18 mes	$ 1.431,83	-$ 38.350,94	34 mes	$ 1.431,83	-$ 15.441,70
3 mes	$ 1.431,83	-$ 59.828,35	19 mes	$ 1.431,83	-$ 36.919,11	35 mes	$ 1.431,83	-$ 14.009,87
4 mes	$ 1.431,83	-$ 58.396,52	20 mes	$ 1.431,83	-$ 35.487,29	36 mes	$ 1.431,83	-$ 12.578,05
5 mes	$ 1.431,83	-$ 56.964,70	21 mes	$ 1.431,83	-$ 34.055,46	37 mes	$ 1.431,83	-$ 11.146,22
6 mes	$ 1.431,83	-$ 55.532,87	22 mes	$ 1.431,83	-$ 32.623,63	38 mes	$ 1.431,83	-$ 9.714,39
7 mes	$ 1.431,83	-$ 54.101,04	23 mes	$ 1.431,83	-$ 31.191,80	39 mes	$ 1.431,83	-$ 8.282,57
8 mes	$ 1.431,83	-$ 52.669,21	24 mes	$ 1.431,83	-$ 29.759,98	40 mes	$ 1.431,83	-$ 6.850,74
9 mes	$ 1.431,83	-$ 51.237,39	25 mes	$ 1.431,83	-$ 28.328,15	41 mes	$ 1.431,83	-$ 5.418,91
10 mes	$ 1.431,83	-$ 49.805,56	26 mes	$ 1.431,83	-$ 26.896,32	42 mes	$ 1.431,83	-$ 3.987,08
11 mes	$ 1.431,83	-$ 48.373,73	27 mes	$ 1.431,83	-$ 25.464,49	43 mes	$ 1.431,83	-$ 2.555,26
12 mes	$ 1.431,83	-$ 46.941,90	28 mes	$ 1.431,83	-$ 24.032,67	44 mes	$ 1.431,83	-$ 1.123,43
13 mes	$ 1.431,83	-$ 45.510,08	29 mes	$ 1.431,83	-$ 22.600,84	45 mes	$ 1.431,83	$ 308,40
14 mes	$ 1.431,83	-$ 44.078,25	30 mes	$ 1.431,83	-$ 21.169,01			
15 mes	$ 1.431,83	-$ 42.646,42	31 mes	$ 1.431,83	-$ 19.737,18			

PERIODO DE RECUPERACION:	**3 años 9 meses**	**PRVC**

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: el resultado demuestra que se va a recuperar la inversión de valores corrientes, en un periodo de 3 años y 9 meses .

Tabla Nº 54 Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS								
	Ingresos	Inversión a Recuperar						
AÑO 1	$ 15.210,63	-$ 64.123,83	16 mes	$ 1.267,55	-$ 43.842,99	32 mes	$ 1.267,55	-$ 23.562,15
1 mes	$ 1.267,55	-$ 62.856,28	17 mes	$ 1.267,55	-$ 42.575,44	33 mes	$ 1.267,55	-$ 22.294,60
2 mes	$ 1.267,55	-$ 61.588,73	18 mes	$ 1.267,55	-$ 41.307,89	34 mes	$ 1.267,55	-$ 21.027,05
3 mes	$ 1.267,55	-$ 60.321,18	19 mes	$ 1.267,55	-$ 40.040,33	35 mes	$ 1.267,55	-$ 19.759,49
4 mes	$ 1.267,55	-$ 59.053,62	20 mes	$ 1.267,55	-$ 38.772,78	36 mes	$ 1.267,55	-$ 18.491,94
5 mes	$ 1.267,55	-$ 57.786,07	21 mes	$ 1.267,55	-$ 37.505,23	37 mes	$ 1.267,55	-$ 17.224,39
6 mes	$ 1.267,55	-$ 56.518,52	22 mes	$ 1.267,55	-$ 36.237,68	38 mes	$ 1.267,55	-$ 15.956,84
7 mes	$ 1.267,55	-$ 55.250,97	23 mes	$ 1.267,55	-$ 34.970,12	39 mes	$ 1.267,55	-$ 14.689,28
8 mes	$ 1.267,55	-$ 53.983,41	24 mes	$ 1.267,55	-$ 33.702,57	40 mes	$ 1.267,55	-$ 13.421,73
9 mes	$ 1.267,55	-$ 52.715,86	25 mes	$ 1.267,55	-$ 32.435,02	41 mes	$ 1.267,55	-$ 12.154,18
10 mes	$ 1.267,55	-$ 51.448,31	26 mes	$ 1.267,55	-$ 31.167,47	42 mes	$ 1.267,55	-$ 10.886,63
11 mes	$ 1.267,55	-$ 50.180,76	27 mes	$ 1.267,55	-$ 29.899,91	43 mes	$ 1.267,55	-$ 9.619,07
12 mes	$ 1.267,55	-$ 48.913,20	28 mes	$ 1.267,55	-$ 28.632,36	44 mes	$ 1.267,55	-$ 8.351,52
13 mes	$ 1.267,55	-$ 47.645,65	29 mes	$ 1.267,55	-$ 27.364,81	45 mes	$ 1.267,55	-$ 7.083,97
14 mes	$ 1.267,55	-$ 46.378,10	30 mes	$ 1.267,55	-$ 26.097,26	46 mes	$ 1.267,55	-$ 5.816,42
15 mes	$ 1.267,55	-$ 45.110,54	31 mes	$ 1.267,55	-$ 24.829,70	47 mes	$ 1.267,55	-$ 4.548,86
						48 mes	$ 1.267,55	-$ 3.281,31
						49 mes	$ 1.267,55	-$ 2.013,76
						50 mes	$ 1.267,55	-$ 746,20
						51 mes	$ 1.267,55	$ 521,35

PERIODO DE RECUPERACIÓN: 4 años 3 meses	**PRVA**

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: el resultado esta expresado en años, es decir que en 4 años de llevar el proyecto en marcha se estima recuperar la inversión de valores actuales

.

5.4.6 RBC (Relación costo beneficio)

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 135) "a relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. Cuando se menciona los ingresos netos, se hace referencia a los ingresos que efectivamente se recibirán en los años proyectados ".

Tabla Nº 55 Relación Costo Beneficio

Relacion Costo beneficoo				
RBC =	INGRESOS ACTUALIZADOS / COSTOS ACTUALIZADOS			
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	$ 161.280,00	$ 161.280,00	$ 107.973,84	$ 107.973,84
2	$ 170.152,32	$ 170.152,32	$ 112.120,04	$ 112.120,04
3	$ 179.512,43	$ 179.512,43	$ 110.241,54	$ 110.241,54
4	$ 189.386,44	$ 189.386,44	$ 120.896,18	$ 120.896,18
5	$ 199.805,34	$ 199.805,34	$ 125.538,60	$ 125.538,60
		$ 900.136,53		$ 576.770,19
RBC =	1,56			

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: después de haber realizado el análisis financiero del proyecto se puede establecer que es rentable, con este se establece que el proyecto es factible de tal manera que queda aceptada la hipótesis planteada al inicio del proyecto y se determina el valor de cada dólar que se invertirá en el proyecto .

5.4.7 Punto De Equilibrio

Comenta Ernesto Reyes (2002, pág. 155) "El Punto de Equilibrio es aquel punto de actividad en el cual los ingresos totales son exactamente equivalentes a los

costos totales asociados con la venta o creación de un producto. Es decir, es aquel punto de actividad en el cual no existe utilidad, ni pérdida “.

Tabla Nº 56 Cálculo del Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$$

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	$ 18.187,89
Gastos de Ventas	$ 7.801,10
Gastos Financieros	$ 15.435,61
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 41.424,60**
Costo Variable unitario	$ 1,75
Precio	$ 3,00

$$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$$

$$PE = \frac{\$\ 41.424,60}{\$\ 3,00 - \$\ 1,75}$$

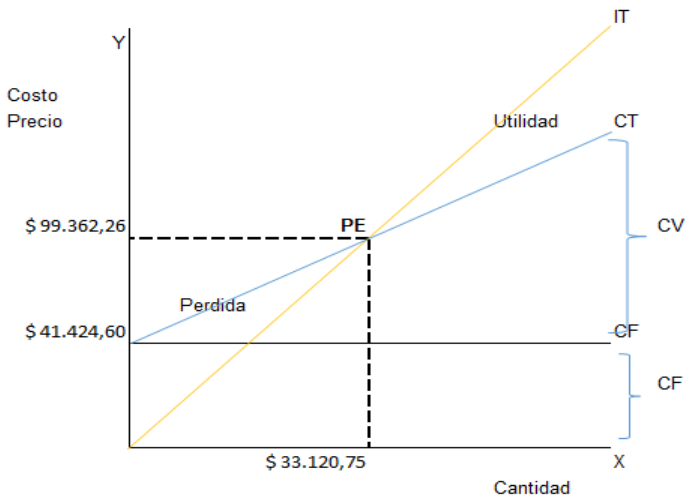
$$PE = \frac{\$\ 41.424,60}{\$\ 1,25} = 33121\ u$$

DEMOSTRACION

VENTAS	$ 99.362,26
(-) Costo Variable	$ 57.937,66
(=) Margen Contribucion	$ 41.424,60
(-) Costo Fijos	$ 41.424,60
(=) Utilidad Operacional	$ 0,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Figura Nº 19.Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: se observa que al incrementar el punto de equilibrio se obtendrá utilidades para la organización, caso contrario existirá perdidas en la ejecución del proyecto.

5.4.8 Análisis de índices financieros

Comenta (Ernesto Reyes , 2002, pág. 155) "Un indicador financiero o índice financiero es una relación entre cifras extractadas de los estados financieros y otros informes contables de una empresa con el propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de la misma. Refleja, en forma numérica, el comportamiento o el desempeño de toda una organización o una de sus partes".

Tabla Nº 57 ROE

R.O.E	=	Utilidad Neta / Patrimonio
R.O.E	=	10.851,93 / 21.722,05
R.O.E	=	0,50

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: este indicador da a notar que se obtiene un beneficio de $ 0,50 por cada dólar del patrimonio.

Tabla Nº 58 ROA

R.O.A	=	Utilidad Neta / Activo Total
R.O.A	=	10.851,93 / 48.470,00
R.O.A	=	0,22

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: este indicador nos da a notar que se debe invertir $ 0,22 para incrementar los activos de la organización.

Tabla Nº 59 ROI

ROI=	UTILIDAD NETA
	INVERSIÓN
ROI=	10.851,93
	57.345,88
ROI=	0,19

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Alexander Paucar

Análisis: este indicador da a notar que por cada dólar de la utilidad neta recuperamos $ 0,19 de nuestra inversión.

CAPITULO 6: ANALISIS DE IMPACTO

6.1 Impacto ambiental

Dentro de la empresa se tomara en cuenta diferentes procedimientos que permitan la autorización y cumplimiento del proyecto, en la que se permita contar con los permisos, normas que generen impactos a la naturaleza como serán los desechos orgánicos que de tal manera tendrá aspectos positivos y negativos que tendrá planes para reducir o reutilizar los desechos que se generen al producir las conservas en jarabe de licor el desecho más común que se tendrá es los desechos de las frutas en el caso de que se dañara la materia prima, queda como desecho para la empresa pero lo que se va hacer para que esos desechos no se acumulen o vayan a basura lo que se ara es dar la malta para comida de animales en las granjas establos por las afueras de Sangolqui , como se reutilizara la materia prima y no habrá desperdicio, con lo que tiene relación a este proyecto.

6.2 Impacto Económico

El proyecto producirá un impacto económico en el sector de las PYMES y todo lo relacionado con el sector de las conservas artesanales, aumentara el número de mercado en Sangolqui y ayudara al crecimiento de este producto dentro del país.

Este proyecto tendrá un impacto económico debido a que se pueda generar un alto índice en los costos con el tiempo, pero también puede generar un crecimiento al país si se logra participar en el comercio mundial con este producto, de esta forma se mejoraría el nivel de ingresos económicos para el país.

6.3 Impacto Productivo

Dentro del proyecto los impactos que se tomara en cuenta son los procesos productivos cómo será la materia prima, recursos humanos, y el costo industrial del bien de esta forma se podrá determinar la cantidad de productos que se llevaran a cabo en la transformación y sobre todo ir lo más rápido para que no se contamine de ninguna bacteria este proceso que cumple con todos los estándares de garantiza una conserva de calidad con todos sus aromas, sabores y beneficios que podrán apreciar nuestros clientes .

6.4 Impacto Social

Con este proyecto se ayudara con fuentes de empleo en la parte productiva y administrativa, pero también se realizara un proyecto con personas de zonas rurales de Rumiñahui para que ellos nos proporcionen de materia prima, beneficiando a los consumidores a probar algo nuevo y llamativo con características beneficiara al cantón Rumiñahui como a sus agricultores aumentando los rendimientos de producción.

CAPITULO 7: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- Para realizar el continuo desarrollo de este proyecto se concluye que se debe continuamente evaluar los procesos de producción y la mano de obra fin de mejor la eficiencia de cada uno de ellos y poder crecer como organización.
- Como conclusión los aspectos de procesos de producción se manejara de forma adecuada la cual permita llevar un producto de calidad al consumidor, mediante el uso de técnicas adecuadas de los implementando técnicas de eliminación de desechos en la que no ocasione daño a la comunidad ni a los procesos productivos de la organización.
- Con el análisis de demanda del proyecto, se estableció el nivel aceptación del producto por el mercado meta y por ende la viabilidad del proyecto, además ya que es un producto novedoso aún no cuenta con falta de competencia alguna.
- El VAN es positivo por lo tanto esto es muy beneficioso ya que el proyecto se ejecutará con éxito.
- El proyecto es rentable ya que La TIR es mayor a la Tasa mínima de rendimiento esto ayuda para que este proyecto pueda ser aceptando y posteriormente pueda ejecutarse con mucho éxito.
- Con el estudio de la capacidad de la planta se fijó la mano de obra, maquinaria para la producción de la cantidad de demanda calculada, así como el proceso adecuado para la fabricación del producto.
- El proyecto cuenta con la disposición para cumplir con las leyes

ambientales del Ecuador.

7.2 Recomendaciones

- Se recomienda Cumplir con los objetivos propuestos dentro del proyecto y proponiendo mejoras dentro de todas la áreas cumpliendo con todas las expectativas, innovando en la parte del producto y de su producción siempre cumpliendo con estándares de calidad y sanidad a la hora de producir conservas para que tenga un sabor distinguido y diferente.
- Mantener y controlar los gastos y costos para mantener la inversión de la empresa segura y su crecimiento.
- Continuar con los requerimientos y trámites en el tiempo y condiciones dispuestas por la Superintendencia de Compañías para crear la empresa productora y comercializadora de conservas de frutilla.
- Aprovechar la falta de competencia, potencializando la publicidad del producto y las necesidades del consumidor en cuanto a gustos y mejorando los procesos productivos.
- Implementar el proyecto y reforzar estrategias competitivas tomando en consideración que la elaboración del producto no produce daño alguno al medio ambiente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Rivera , J., & López , M. (2012). *Dirección de Marketing. Fundamentos y aplicaciones.* ESIC Editorial.

Alles. (2004). *Elija al mejor como entrevistar por competencias.* Buenos Aires: Granica.

ÁLVAREZ, A. (21 de Febrero de 2013). *Talleres de Capaitaciones .* (U. E. Elena, Ed.) Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://repositorio.upse.edu.ec:8080/bitstream/123456789/689/1/85.-ALAVA%20ALAREZ%20AMNABELLI.pdf

Álvarez, Á., & Amnabelli, A. (15 de Enero de 2011). Recuperado el 22 de Mayo de 2015, de http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1980/1/TESIS%20KATALINA%20RODRIGUEZ%20MOREANO.pdf

Arteaga, F. (06 de 2012). *http://es.scribd.com/.* Recuperado el 10 de Julio de 2015, de http://es.scribd.com/doc/37811428/Matriz-de-Marco-Logico-Analisis-de-Alternativas#scribd

Avilés, J. (02 de Mayo de 2011). Recuperado el 12 de Junio de 2015, de Scribd.: http://es.scribd.com/doc/59239763/Matriz-de-Fuerzas#

Ayala, A. (2002). Obtenido de Eumed.com.

Becerra, F. (febrero de 2001). Recuperado el 02 de julio de 2015, de virtual.unal: http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4100002/lecciones/instrumentos/arbol.htm

Calderon, G. (2005). *Investigacion en Administracion en America Latina.* Univ. Nacional de Colombia.

Ceron, G. (2005). *Economía aplicada a la valoración de impactos ambientales.* Universidad de Caldas, .

Cordoba. (2005). *El cuestionario .* Mexico : Limusa.

Costas, P. C. (2004). *Manual Tecnico para el Instalador de Maquinas y Equipos Industriales.* Ideaspropias Editorial S.L.

Cristian, C. (junio de 2002). Recuperado el 17 de junio de 2015, de monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos12/desorgan/desorgan.shtml

Dvoskin, R. (2004). Ediciones Granica S.A.

Erossan, V. (2004). Editorial Limusa.

Espinosa, J. A. (2000). *Evaluacion del Impacto Ambiental y Productivo de Proyectos de Desarrollo Tecnologico en el Cultivo de Trigo en Mexico.* IICA Biblioteca Venezuela.

Fleitman. (2007). *Evaluacón integral para implementar modelos de calidad .* Pax Mexico.

Frigo, E. (junio de 2002). *Foro de seguridad*. Recuperado el 09 de septiembre de 2015, de http://www.forodeseguridad.com/artic/rrhh/7011.htm

García.Parreño.Fernandez.Pino.Gomez.Puente. (2008). *Ingeniería de organización en la empresa Dirección de operaciones .* ediuno.

Gonzales, N. (26 de Agosto de 2010). Recuperado el 02 de julio de 2015, de buenas tareas: http://www.buenastareas.com/ensayos/Arbol-De-Objetivos/638346.html

Grande, A. (2005). *Analisis de Encuestas .* Madrid: ESIC.

Gutierrez, M. (08 de 2009). Obtenido de Administración empresarial: http://admindeempresas.blogspot.com/2011/04/las-matrices-de-analisis-estrategico.html

Jimeno, J. (2001). *monografias*. Recuperado el 26 de junio de 2015, de http://www.monografias.com/trabajos16/capacitacion-personal/capacitacion-personal.shtml

Juez, P., & Diez, F. (1996). *Probabilidad y estadística matemática.* Ediciones Díaz de Santos.

Lopez. (2008). *Dirteccion comercial .* Barcelona : Bellaterra.

Lozada, J. (julio de 2007). *Plan de capacitación*. Recuperado el 09 de sepiembre de 2015, de www.proagua.org.pe/pmri/gps/EstructuraProgCapacitacion_FV-JL.doc

Melina, G. (Marzo de 2015). *Repositorio UTE.* Recuperado el junio de 2015, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8947/1/59335_1.pdf

Miranda, J. J. (2005). *Gestion de proyectos.* MMEditores.

Morillo, M. (septiembre de 2009). Recuperado el 17 de junio de 2015, de monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos82/a-satisfaccion-laboral-y-productividad-empresas-ambato-a/a-satisfaccion-laboral-y-productividad-empresas-ambato-a2.shtml

Ortega, A. (2006).

Oyarce, H. (05 de 2012). *Inditec*. Recuperado el 25 de 06 de 2015, de http://www.indetec.gob.mx/eventos/cepal2012/materiales/HectorOyarcePRESS3.pdf

Presupuestos, D. d. (05 de 2008). Obtenido de Division de Control: https://www.alcobendas.org/recursos/doc/Cooperacion/259557627_2610201213342 8.pdf

Reinoso, H. (20013). *Escuela de Oganización Industrial*. Recuperado el 09 de septiembre de 2015, de http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/05/14/modelo-de-un-plan-de-capacitacion-2/

Rivas, J. (23 de Febrero de 2012). *Elaborar tu monografia.* Recuperado el Julio 10 de 2015, de http://elaboratumonografiapasoapaso.com/blog/tipos-de-antecedentes-de-investigacion/

Vaughn, R. C. (2001). *Introducción a la ingeniería industrial.* Reverte.

Zallo, R. (2000). *Economía de la comunicación y la cultura.* Ediciones AKAL.

ANEXOS

Anexo Nº 1 Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO "CORDILLERA"

ADMINISTRACION DE LA INDUSTRIA Y LA PRODUCCION

OBJETIVO

La presente encuesta tiene fines académicos y su objetivo es recolectar información referente a la creación de un nuevo producto de conservas de fresas y moras a base de jarabe de licor.

CUESTIONARIO

1.- ¿Está Usted de acuerdo con la implementación de una empresa de producción y comercialización de conservas de fresas y moras a base de jarabe de licor?

Sí ☐ No ☐

2.- ¿Con qué frecuencia consume conservas?

Diario ☐ Quincenal ☐

Semanal ☐ Mensual ☐

3.- ¿le gustaría que las conservas de fresas y moras se sirvieran en cocteles?

Sí ☐ No ☐

4.- ¿en qué lugares le gustaría encontrar este ti pode coctel de fresas y moras?

Discotecas ☐ bares ☐

5.- ¿Qué aspecto considera Usted importante al momento de adquirir un producto?

Precio ☐ Calidad ☐

Presentación ☐ Marca ☐

6. ¿cuál es la probabilidad de que usted le recomiende este producto a sus amigos y familiares?

si ☐ no ☐

7. ¿en qué presentación le gustaría encontrar nuestro producto?

100ml ☐

150ml ☐

8. ¿Cree usted que el consumo de las conservas de fresas y moras en jarabe de licor puede ser adictivo?

si ☐ no ☐

9. ¿Cuándo usted acude a lugares nocturnos que consume frecuentemente?

Cerveza ☐

Cocteles ☐

Licores ☐

10. ¿Está Usted de acuerdo con los productos y precios que ofrece la competencia?

si ☐ ☐ no

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ALEXANDER FABRICIO PAUCAR GUALOTUÑA.pdf (D30341757)
Submitted: 2017-09-02 03:55:00
Submitted By: apaucar123@gmail.com
Significance: 10 %

Sources included in the report:

urkund_irene_karina_produccion_2016.docx (D23217107)
Tesis Peach Palm Chonta en almíbar de Marizol Solórzano Apa sara e APA.pdf (D30323411)
cabrera_eliceo_produccion_1616.docx (D23471576)
urkun_chulde_david_produccion_2016.docx (D23217006)
PROYECTO TERMINAD NEIRA CARMITA .pdf (D30341716)

Instances where selected sources appear:

48