



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

**CONTRIBUIR A IMPULSAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA,
MEDIANTE EL DESARROLLO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
PARA EL PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CONSERVAS
DE PALMITO, EN EL CANTÓN QUININDE, PROVINCIA DE
ESMERALDAS 2015.**

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

Autor: Evita Tamara Suquilanda Tipán

Tutor: Ing. Richard Pillajo

Lector: Ing. Juan Guevara Samaniego

Quito, Marzo 2015

ACTA DE APROBACIÓN

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.

Evita Tamara Suquilanda Tipán

C.C. 070373115-8

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Evita Tamara Suquilanda Tipán alumna de la Escuela de Administración Industrial y de la producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior "Cordillera".

C.C. 070373115-8

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD

INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante *Suquilanda Tipán Evita Tamara*, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA**, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.-

a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de análisis de Administración industrial y de la producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de **Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción**, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado “Contribuir a impulsar al cambio de la matriz productiva, mediante el desarrollo de un estudio de factibilidad para la comercialización de conservas de Palmito, en el cantón Quininde, provincia de Esmeraldas.”, el cual incluye las técnicas de investigación de mercado para la ejecución del proyecto, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de estudiante.

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del estudio de factibilidad, motivo por el cual se regula de forma

clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-

Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del estudio de factibilidad descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá hacer uso de la información obtenida, por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual. Esto es, realizar o prohibir, entre otro:

La reproducción del estudio de factibilidad de conservas de palmito.

La comunicación pública del estudio de factibilidad de conservas de palmito.

La distribución pública del estudio de factibilidad de conservas de palmito.

Cualquier transformación o modificación del estudio de factibilidad de conservas de palmito.

La protección y registro en el IEPI del estudio de factibilidad de conservas de palmito.

Ejercer la protección jurídica del estudio de factibilidad de conservas de palmito.

Los derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-

El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del

presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTIA.- La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.-

La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quininde. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quininde, y a las siguientes normas:

a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación;

b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral;

c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno;

d) El procedimiento será confidencial y en derecho;

e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quininde;

f) El idioma del arbitraje será el español; y,

g) La reconvencción, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-

Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 12 días del mes de abril del dos mil quince.

f) _____

f) _____

C.C. N° 0703731158

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE

CESIONARIO

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer:

Con devoción, a Dios quién con su divino poder me ha guiado y permitido llegar hasta donde estoy.

Con amor a mi hija, mis padres, y prima, por su respaldo para cumplir con mis metas.

Con gratitud, a mi tutor de tesis, Ing. Richard Pillajo y a los profesores del Instituto Tecnológico Superior Cordillera que gracias a su apoyo y conocimientos me han preparado para enfrentarme con seguridad en el campo profesional.

Con gratitud, al Ing. Juan Guevara Samaniego a quien debo horas de amable atención y dedicación para la revisión de mi proyecto de tesis.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo:

Con mucho amor, a mis queridos padres, cuyo sacrificio y esfuerzo me han permitido culminar con los estudios superiores, y pese a los momentos difíciles, han dado todo el cariño y apoyo para que pueda seguir adelante.

Con amor, a mi hija, que ha sido mi motor durante este transcurso educativo.

Con afecto, a mis compañeros, cuya alegría han llenado los días de mi vida estudiantil.

INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
ACTA DE APROBACIÓN.....	ii
DECLARATORIA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL ..	v
AGRADECIMIENTO	ix
DEDICATORIA	x
INDICE DE CONTENIDOS	xi
INDICE DE TABLAS	xvii
INDICE DE FIGURAS.....	xxi
RESUMEN EJECUTIVO	xxiv
ABSTRACT.....	xxv
Capítulo I.....	1
1.01. Introducción.....	1
1.01. Justificación.....	2
1.01.01. Lugar.....	2
1.01.02. Tiempo.....	2
1.01.03. Necesidad.....	3
1.01.04. Causas.....	4
1.01.05. Consecuencias	4
1.01.06. Beneficios	5
1.01.07. Importancia.....	5
1.02. Antecedentes.....	5
1.02.01. Competencia.....	7
1.02.02. Producto.....	9

Capítulo II	14
Análisis Situacional.....	14
2.01. Entorno Externo.....	14
2.01.01. Factor económico	14
2.01.01.01. Producto Interno Bruto P.I.B.....	15
2.01.01.02. Inflación.	16
2.01.01.03. Tasa de empleo y desempleo.....	18
2.01.01.03.01. Tasa de empleo.....	18
2.01.01.03.02. Tasa de desempleo	19
2.01.01.04. Balanza Comercial	20
2.01.01.05. Tasa de Interés.....	22
2.01.01.05.01. Tasa activa.....	22
2.01.01.05.02. Tasa pasiva	23
2.01.02. Factor Social.....	24
2.01.02.01. Educación.....	24
2.01.02.02. Salud.....	26
2.01.03. Factor legal	27
2.01.04. Factor tecnológico	33
2.01.05. Factor ambiental	34
2.02. Entorno local.....	35
2.02.01. Cliente.....	35
2.02.02. Proveedores	36
2.02.03. Competencia	37
2.03. Análisis organizacional.....	39
2.03.01. Direccionamiento estratégico	39
2.03.01.01. Misión.....	39

2.03.01.02. Visión	39
2.03.02. Objetivos.....	39
2.03.02.01. Objetivos generales	39
2.03.02.02. Objetivos específicos.....	39
2.03.03. Principios y valores	40
2.03.03.01. Principios.....	40
2.03.03.02. Valores	40
2.03.04. Gestión administrativa.....	40
2.03.04.01. Niveles organizacionales.....	40
2.03.04.01.01. Nivel estratégico.....	41
2.03.04.01.02. Nivel táctico	42
2.03.04.01.03. Nivel operativo.....	43
2.03.05. Gestión operativa y comercial	44
2.03.05.01. Gestión operativa.....	44
2.03.05.02. Gestión comercial.....	45
2.03.06. Análisis FODA	46
Capítulo III.....	50
Estudio de mercado	50
3.01. Análisis del consumidor	50
3.01.01. Determinación de la población.....	50
3.01.01.01. Población referencial.....	50
3.01.01.02. Población potencial	51
3.01.01.03. Población efectiva	51
3.01.01.04. Población.....	51
3.01.01.05. Muestra.....	52
3.01.01.06. Diseño de levantamiento de información.....	53

3.01.01.07. Análisis del estudio de mercado.....	53
3.02. Oferta.....	70
3.02.01. Oferta Histórica.....	71
3.02.02. Oferta Actual.....	71
3.02.03. Oferta Proyectada.....	72
3.03. Producto sustituto.....	72
3.04. Demanda.....	73
3.04.01. Demanda histórica.....	74
3.04.02. Demanda actual.....	74
3.04.03. Demanda proyectada.....	74
3.04.03.01. Demanda proyectada referencial.....	75
3.04.03.02. Demanda proyectada potencial.....	75
3.04.03.03. Demanda proyectada efectiva.....	76
3.05. Demanda insatisfecha.....	76
Capítulo IV.....	78
Estudio técnico.....	78
4.01. Tamaño del proyecto.....	78
4.02. Localización.....	83
4.02.01. Macro localización.....	84
4.02.02. Micro localización.....	84
4.02.02.01. Áreas del sector.....	86
4.03. Ingeniería del proyecto.....	87
4.03.01. Diagrama de procesos.....	88
4.03.02. Flujos de procesos.....	89
4.03.03. Estructura organizacional.....	91
4.03.03.01. Descripciones de estructura organizacional.....	92

4.04. Marketing del proyecto.....	93
4.04.01. Creación de la marca	93
4.04.02. Creación del slogan o filosofía	93
4.04.03. Estrategia del producto o servicio	93
4.05. Cronograma del proyecto	96
Capítulo V	97
Estudio financiero	97
5.01. Ingresos.....	97
5.02. Costos	101
5.02.01. Gastos administrativos.....	101
5.02.02. Costo de venta	102
5.02.03. Costo financiero.....	102
5.02.04. Costo fijo y variable	103
5.02.04.01. Costo fijo.....	103
5.02.04.02. Costo variable.....	105
5.03. Inversiones	105
5.03.01. Activos nominales	106
5.03.02. Activos fijos.....	107
5.03.03. Capital de trabajo.....	110
5.03.04. Fuente de financiamiento y uso de fondos	111
5.03.05. Amortización de financiamiento	111
5.03.06. Depreciaciones.....	113
5.03.07. Estado de Situación Inicial	113
5.03.08. Estado de Resultados	114
5.04. Evaluación	117
5.04.01. Tasa de descuento.....	117

5.04.02. VAN	117
5.04.04. Periodo de recuperación de la inversión.....	119
5.04.05. Relación Costo beneficio.....	120
5.04.06. Punto de equilibrio	120
5.04.07. Análisis de sensibilidad financiera.	122
Capítulo VI.....	129
Aspectos administrativos	129
6.01. Impacto ambiental	129
6.02. Impacto socio económico	131
6.02.01. Impacto social.....	131
6.02.02. Impacto económico.....	131
6.03. Otros impactos o beneficios	131
6.04. Presupuesto del proyecto	132
Capítulo VII	133
Conclusiones y recomendaciones	133
7.01. Conclusiones.....	133
7.02. Recomendaciones	135
BIBLIOGRAFÍA	136
WEBGRAFÍA	137

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Competencia</i>	8
Tabla 2. <i>Factores Económicos</i>	14
Tabla 3. <i>P.I.B.</i>	15
Tabla 4. <i>Inflación</i>	17
Tabla 5. <i>Tasa de Empleo</i>	18
Tabla 6. <i>Tasa de Desempleo</i>	19
Tabla 7. <i>Balanza Comercial</i>	21
Tabla 8. <i>Tasa Activa</i>	22
Tabla 9. <i>Tasa Pasiva</i>	23
Tabla 10. <i>Educación</i>	25
Tabla 11. <i>Salud</i>	27
Tabla 12. <i>Datos de los proveedores</i>	37
Tabla 13. <i>Competencias empresariales</i>	38
Tabla 14. <i>F.O.D.A.</i>	47
Tabla 15. <i>Matriz F.O.D.A.</i>	48
Tabla 16. <i>F.A.</i>	48
Tabla 17. <i>F.D.</i>	49
Tabla 18. <i>O.A.</i>	49
Tabla 19. <i>Población</i>	51
Tabla 20. <i>Datos Obtenidos</i>	56
Tabla 21. <i>Datos Obtenidos</i>	57
Tabla 22. <i>Datos Obtenidos</i>	58
Tabla 23. <i>Pregunta No. 1</i>	59
Tabla 24. <i>Pregunta No. 2</i>	60

Tabla 25. <i>Pregunta No. 3</i>	61
Tabla 26. <i>Pregunta No. 4</i>	62
Tabla 27. <i>Pregunta No. 5</i>	63
Tabla 28. <i>Criterio Priorizado</i>	64
Tabla 29. <i>Figura No. 6</i>	65
Tabla 30. <i>Criterios recopilados</i>	66
Tabla 31. <i>Pregunta No. 7</i>	67
Tabla 32. <i>Pregunta No. 8</i>	68
Tabla 33. <i>Pregunta No. 9</i>	69
Tabla 34. <i>Datos de la Encuesta</i>	70
Tabla 35. <i>Oferta Histórica</i>	71
Tabla 36. <i>Oferta Actual</i>	72
Tabla 37. <i>Oferta Proyectada</i>	72
Tabla 38. <i>Producto Sustituto</i>	73
Tabla 39. <i>Demanda Histórica</i>	74
Tabla 40. <i>Demanda Actual</i>	74
Tabla 41. <i>Demanda Proyectada</i>	75
Tabla 42. <i>Demanda Proyectada Referencial</i>	75
Tabla 43. <i>Demanda Proyectada Potencial</i>	76
Tabla 44. <i>Demanda Proyectada Efectiva</i>	76
Tabla 45. <i>Demanda insatisfecha</i>	77
Tabla 46. <i>Tamaño del proyecto</i>	79
Tabla 47. <i>Distribución de la Empresa</i>	79
Tabla 48. <i>Matriz Triangular</i>	80
Tabla 49. <i>Localización</i>	83

Tabla 50. <i>Macro-localización</i>	84
Tabla 51. <i>Cube</i>	84
Tabla 52. <i>Chura</i>	85
Tabla 53. <i>El Duana</i>	85
Tabla 54. <i>Matriz de Sectores</i>	85
Tabla 55. <i>Matriz de priorización</i>	86
Tabla 56. <i>Descripción de la Estructura Funcional</i>	92
Tabla 57. <i>Precios de la Referencia</i>	95
Tabla 58. <i>Cronograma del Proyecto</i>	96
Tabla 59. <i>Ingresos</i>	97
Tabla 60. <i>Mano de obra directa</i>	98
Tabla 61. <i>Materia prima directa</i>	99
Tabla 62. <i>Costo indirecto de fabricación</i>	99
Tabla 63. <i>Herramientas y equipos</i>	100
Tabla 64. <i>Servicios Básicos</i>	100
Tabla 65. <i>Producción Anual</i>	101
Tabla 66. <i>Gastos de personal administrativos</i>	101
Tabla 67. <i>Gastos de Ventas</i>	102
Tabla 68. <i>Costo financiero</i>	102
Tabla 69. <i>Costos fijos</i>	104
Tabla 70. <i>Costos variables</i>	105
Tabla 71. <i>Inversión Total</i>	106
Tabla 72. <i>Activos nominales</i>	107
Tabla 73. <i>Cuadro de activos</i>	107
Tabla 74. <i>Maquinaria y Equipos</i>	108

Tabla 75. <i>Muebles y enseres</i>	109
Tabla 76. <i>Equipos de Oficina</i>	110
Tabla 77. <i>Capital de trabajo</i>	111
Tabla 78. <i>Tabla de amortización del préstamo</i>	112
Tabla 79. <i>Depreciaciones</i>	113
Tabla 80. <i>Estado de situación inicial</i>	114
Tabla 81. <i>Estado de resultado proyectado desde 2015 al 2020</i>	115
Tabla 82. <i>Flujo de efectivo Proyectado desde 2015 al 2020</i>	116
Tabla 83. <i>TMAR o tasa de descuento</i>	117
Tabla 84. <i>VAN</i>	118
Tabla 85. <i>TIR</i>	119
Tabla 86. <i>Calculo del período de recuperación de la inversión (PRI)</i>	119
Tabla 87. <i>Relación costo beneficio (R C/B)</i>	120
Tabla 88. <i>Punto de Equilibrio</i>	121
Tabla 89. <i>Razón Apalancamiento Externo</i>	123
Tabla 90. <i>Razón Apalancamiento Interno</i>	124
Tabla 91. <i>Rotación del activo fijo</i>	125
Tabla 92. <i>Rotación del Activo Total</i>	125
Tabla 93. <i>Margen de utilidad Neta</i>	126
Tabla 94. <i>ROA</i>	126
Tabla 95. <i>ROE</i>	127
Tabla 96. <i>ROI</i>	128
Tabla 97. <i>Evaluación Ambiental</i>	130
Tabla 98. <i>Calificación Ambiental</i>	130
Tabla 99. <i>Presupuesto del proyecto</i>	132

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación.....	2
Figura 2. Propiedades Nutricionales del Palmito.....	10
Figura 3. Mapa del Ecuador.....	12
Figura 4. Datos Anuales PIB.....	16
Figura 5. Inflación.....	17
Figura 6. Tasa total de Empleo.....	18
Figura 7. Tasa de Desempleo %.....	20
Figura 8. Balanza Comercial.....	21
Figura 9. Tasa Activa.....	23
Figura 10. Tasa Pasiva.....	24
Figura 11. Educación.....	25
Figura 12. Área de Salud No. 5 (Quininde).....	26
Figura 13. Infraestructura de Hospitales.....	27
Figura 14. Pasos para crear una empresa.....	28
Figura 15. Pasos para crear una empresa.....	29
Figura 16. Pasos para crear una empresa.....	30
Figura 17. Pasos para crear una empresa.....	31
Figura 18. Ministerio del Ambiente.....	35
Figura 19. Niveles de Organización.....	41
Figura 20. Nivel Estratégico.....	41
Figura 21. Nivel Táctico.....	42
Figura 22. Nivel Operativo.....	44
Figura 23. Cadena de Valor de Palmito's S.A.....	44
Figura 24. Pasos de Muestreo.....	52

Figura 25. Género.....	56
Figura 26. Edad	57
Figura 27. Estado Civil	58
Figura 28. ¿Considera usted que se debería implementar una fábrica de palmito en conserva?.....	59
Figura 29. ¿Ha consumido usted Palmito?.....	60
Figura 30. ¿Qué marcas de conserva de palmito usted ha consumido?	61
Figura 31. ¿Con que frecuencia usted consume palmito?.....	62
Figura 32. ¿Qué tipo de envase prefiere al comprar palmito?	63
Figura 33. Criterio Priorizado	64
Figura 34. ¿En que supermercado compraría usted la nueva marca de palmito?	65
Figura 35. Criterios recopilados.....	66
Figura 36. ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de adquirir una conserva de palmito?.....	67
Figura 37. ¿En presentación de cuantos gramos usted compra la conserva de palmito?	68
Figura 38. ¿Cuál es el rango del precio que usted paga de acuerdo a la cantidad indicada en la pregunta anterior?	69
Figura 39. Distribución de Planta.....	80
Figura 40. Área de Producción	81
Figura 41. Área de Ventas.....	81
Figura 42. Área Administrativa y Financiera.....	82
Figura 43. Bodega	82
Figura 44. Baño.....	83
Figura 45. Mapa de Quininde.....	86

Figura 46. Mapa El Duana	87
Figura 47. Macro proceso del Palmito	88
Figura 48. Procesos del Palmito.....	89
Figura 49. Diagrama de flujo del palmito en conserva	90
Figura 50. Estandarización y planificación.....	91
Figura 51. Palmitin.....	94
Figura 52. Etiquetas	94
Figura 53. Diagrama de Gantt.....	96
Figura 54. Punto de Equilibrio	122

RESUMEN EJECUTIVO

La idea de crear el proyecto de una empresa comercializadora de palmito en el cantón Quininde nace luego de la investigación realizada, donde se identificó que existe una gran acogida del producto a nivel internacional, siendo Francia el principal consumidor. Este proyecto va encaminado a captar una parte de la demanda nacional, tomando en cuenta los siguientes antecedentes del producto.

El cultivo del palmito en Ecuador fue a inicios de 1987, convirtiendo a Ecuador en Latinoamérica en uno de los principales exportadores del mismo, crecimiento que se va dando con el desarrollo agroindustrial, dedicado al proceso de enlatado y enfrascado desde 1991, el mismo que en conjunto con otras empresas latinoamericanas abarcan el mayor porcentaje en el mercado mundial.

Para la investigación de mercado se ha considerado la población la El Duana, del cantón Quininde, provincia de Esmeraldas. Con un mercado efectivo de 7.422 habitantes que están dispuestos a comprar una nueva marca de Palmito enlatado fabricado en el sector, favoreciendo a los alrededores, creando fuentes de empleo, con una demanda insatisfecha nacional que cubrir.

Para este proyecto la técnica de recopilación de información que se utilizó es la encuesta, por ser la más directa con el cliente, obteniendo así información valiosa para la puesta en marcha de este proyecto de inversión.

Finalmente con el desarrollo del estudio tenemos como resultado un proyecto viable y rentable; con una inversión de \$200.011,62, que será recuperada en el lapso de 2 años. Es importante recalcar que por una parte se identifica un mercado potencial en la comercialización de palmito, convirtiéndose en una gran ventaja dentro del mismo.

ABSTRACT

The idea for the project of a trading company in Quininde town, palm comes after research conducted, which identified that there is a great reception from the product internationally, with France the main consumer. This project is aimed to capture a share of domestic demand, taking into account the following background of the product.

Palm cultivation in Ecuador was in early 1987, Ecuador in Latin America turning into one of the leading exporters of the same, growth happens according to agro-industrial development dedicated to canning and engaged since 1991, the same as in together with other Latin American companies comprise the largest share in the world market.

For market research has considered the population's Duana, Quininde Canton province of Esmeraldas. With an effective market 7,422 inhabitants who are willing to buy a new brand of canned Palmito made in the sector, favoring the surroundings, creating employment, with a national unmet demand to cover.

For this project the art of gathering information used is the survey, being the most direct with the client, obtaining valuable information for the implementation of this investment project.

Concluding with the development of the study has resulted in a viable and profitable project; with an investment of \$ 200.011,62, to be recovered in the span of two years.

Capítulo I

1.01. Introducción

El presente proyecto tiene miras a ser desarrollado con facilidad porque el país ha desarrollado oportunidades con el cambio de la matriz productiva en el sector agro-industrial. Está orientado a la elaboración de conservas de palmito de buena calidad, los cuales tengan una gran aceptación en el mercado nacional importante para que exista circulante en el país. Para la comercialización del producto se debe partir con la identificación de las necesidades de los clientes en el que se encuentra, la adaptación del producto a la cultura nacional, ya que el producto tiene transcendencia en Ecuador pero es exportado en su mayoría, después con la infraestructura suficiente para cumplir con dicho objetivo, así como cumplir con las expectativas del cliente. El palmito ecuatoriano es un producto muy apreciado en el mercado mundial por su excelente calidad, que responde a elevados estándares tanto en la producción como en el proceso industrial.

1.01. Justificación

1.01.01. Lugar



Figura 1. Ubicación

Fuente: Ministerio Autónomo de Quininde

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Demografía: Quininde está ubicado en un terreno sumamente llano, siendo las elevaciones más relevantes las de Cupa y Cojimíes. Esta característica del terreno hace que sus tierras sean muy apropiadas para la agricultura y la ganadería las mismas que son el eje principal de la actividad económica del cantón. En éste se inicia el río Esmeraldas al unirse los ríos Blanco y Quininde. Con una extensión de 3.855,3 km², se encuentra localizada a 100 km de la provincia de Esmeraldas; al Sur-Este de su territorio.

Límites: Norte; Los cantones de Esmeraldas y Río Verde. Sur: Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y El Carmen (Prov. de Manabí); Este: Los cantones Eloy Alfaro (Prov. Esmeraldas) y Puerto Quito (Prov. Pichincha); Oeste: Los cantones Muisne (Prov. Esmeraldas) y Pedernales (Prov. Manabí). (Bone, 2014)

1.01.02. Tiempo

El palmito tiene un tiempo muy largo para su producción, puesto que el crecimiento de una palma lo suficientemente grande para permitir su extracción es de 1 a 1.5 años. El rendimiento es de aproximadamente 500 g a 1,3 kg por planta. El palmito se extrae del cogollo tierno ubicado al cabo del estípide de la palma, formado por hojas aún

inmaduras, del cual se elimina la corteza y las capas fibrosas y duras de su interior. Es de color blanco, textura suave y flexible, rico en fibras. Sólo en la parte más fresca del brote el cogollo resulta comestible. (Beuzeville, 2014)

Históricamente el principal productor y exportador de palmito fue Brasil. A partir de los años noventa, Ecuador logró el liderazgo de las exportaciones, sin intervenir negativamente en los sistemas ambientales; Argentina, Bolivia y Paraguay producen también cantidades importantes. Costa Rica viene siendo el segundo productor en estos momentos, con más de 8mil toneladas en 2013. Hawái está produciendo este producto en el momento, pero es un proyecto relativamente nuevo, así que su exportación principal es a Francia. (Parera, 2002)

En la actualidad una de las barreras es la crisis económica porque influye para la comercialización, puesto que el palmito es un producto gourmet y que casi en su totalidad está destinado a la exportación, su precio se rige básicamente por la demanda de los países de destino y por, ende, comprimió la demanda y provocó una reducción de precios que afecta a toda la cadena productiva.

1.01.03. Necesidad

El presente proyecto demostrará inicialmente la factibilidad en el mercado nacional. Al desarrollar el estudio como herramienta metodológica se busca conocer, comprender e interpretar los aspectos que rodean la generación de este negocio y establecer el momento oportuno para su ejecución. Con este proyecto se busca además el desarrollo de los pequeños productores agrícolas de palmito que no han sido considerados como parte del emprendimiento empresarial.

La tendencia hacia los alimentos pre cocidos, de la cual la demanda ha aumentado a causa del rápido ritmo de vida, mayor cantidad de personas independientes y menos tiempo para cocinar. Los ingredientes frescos y sin procesar son reemplazados por

productos pre cocidos, que requiere menos tiempo de preparar. La participación del mercado de productos pre cocidos es pequeña. Sin embargo, la tendencia hacia alimentos preparados está presente en el mercado local. Este factor, combinado con el conocimiento creciente de la salud, la dieta y la nutrición, han aumentado el interés en los alimentos de cultivo biológico, inclusive de frutas y verduras orgánicas en conservas. Con este proyecto vamos a cubrir la demanda local del producto con estrategias de precios y haciendo publicidad de los beneficios nutricionales del palmito.

1.01.04. Causas

- El mercado local no está culturalizado a productos gourmet por el precio que tiene, por tal motivo el país lo exporta a Europa siendo su principal país consumidor Francia.
- La indecisión de los agricultores en emprender con empresas procesadoras propias, con la facilidad de materia prima propia.
- El desconocimiento de los beneficios nutricionales de Palmito es otra de las causas.

1.01.05. Consecuencias

- Aumentos incrementales del producto para demandar una mayor variedad de productos vegetales y frutas preparadas para ser consumidas como bocadillo para llevar.
- El poco interés de las personas en producir productos procesados en conservas, con beneficios para nuestra salud. Como consecuencia tenemos un alto grado de obesidad en el sector.
- Otra de las consecuencias es la tecnología de conservación de vegetales en general han quedado obsoletas, los fabricantes han comenzado a invertir en

innovación para asegurar el crecimiento, buscando productos con un alto valor añadido y con menores costos de producción.

1.01.06. Beneficios

- La posibilidad que el producto no dependa de las exportaciones, sino también del consumo local, haciendo conocer todos los beneficios que este tiene.
- La creación de nuevas fuentes de trabajo en el sector, contribuyendo de esta forma al poder adquisitivo en el sector.
- Brindar un producto de calidad que contribuya a mejorar el nivel alimenticio de la población a un precio accesible.

1.01.07. Importancia

El presente proyecto es importante por el cambio de la matriz productiva. CreEcuador invertirá temporalmente en proyectos de mayor necesidad de inversión y con alto impacto para maximizar la infraestructura y transformación productiva; para luego dar acceso a los pequeños productores a la propiedad de estas empresas o proyectos y de esta manera pueda apropiarse el valor del proceso de transformación. Se democratiza y cambia el modelo de acumulación. Se enfoca en 14 sectores priorizados. (Cely, 2003).

Con lo anterior expuesto tenemos mayor apoyo por medio del gobierno en el sector agro-industrial que en nuestro caso es primordial por el requerimiento de la materia prima. También para hacer conocer al mercado ecuatoriano los beneficios que tiene el consumir el palmito en conserva y el porqué es apetecido a nivel internacional.

1.02. Antecedentes

El palmito es de origen pre-colombino, fue desarrollado por las tribus indígenas que habitaban en el trópico húmedo desde Honduras hasta Bolivia y constituyó la planta más apreciada por algunos de ellos. Los indios de Talamanca en Costa Rica

utilizaban el palmito de pejibaye como alimento, el fruto y la savia del tallo, la madera del árbol para la construcción y fabricación de armas. Del mismo modo los indios del resto del trópico americano cultivaron esta palmera y la utilizaron de forma similar. (Louis, 2008)

El desarrollo de este cultivo ha tenido su asiento principal en Costa Rica, y se ha desarrollado y se ha propagado su tecnología por los demás países que han seguido el ejemplo con creciente interés. Existen dos diversidades genéticas, el pejibaye silvestre y el cultivado, el mercado marca una diferencia entre estos dos tipos de palmito, siendo el cultivado el que actualmente prevalece en el comercio internacional. La exportación de palmito silvestre afecta la ecología de los bosques tropicales, factor que ha generado una creciente demanda por el producto cultivado en la mayor parte de los mercados; sin embargo, se mantienen segmentos que prefieren el palmito silvestre que en ocasiones hasta se comercializa a un nivel superior de precios. No se han definido variedades específicas de palmito siendo su variabilidad genética muy amplia debido a la polinización cruzada y a la diversidad en el origen de las semillas. Brasil, Bolivia, Colombia, Ecuador, Guatemala, República Dominicana, Panamá y Venezuela están incrementando las áreas dedicadas a la producción de palmito, además de estos países, existen también países asiáticos y africanos interesados en este cultivo que se desplaza rápidamente, por sus singulares características de producción, fácil extracción, cultivo intensivo, rusticidad y sostenibilidad. El palmito que se encuentra en el Ecuador, corresponde a una variedad domesticada perteneciente al género *Bactris*. Es importante en el comercio internacional ya que una parte de la producción es destinada a la exportación y la misma viene creciendo con el transcurso del tiempo. En el Ecuador el cultivo comercial del palmito se inició en el año 1987. El desarrollo de la agroindustria, dedicada al proceso de enlatado y envasado, comenzó en 1991. Este

sector ha experimentado un crecimiento constante y sostenido, convirtiéndose en un producto con creciente representatividad dentro de las exportaciones No Tradicionales, manteniendo una conciencia ecológica, el palmito ecuatoriano proviene de cultivos de las palmáceas; preservando así los palmitos silvestres provenientes del bosque tropical.

Además por ser palmito cultivado, la textura del producto ecuatoriano es más compacta y agradable (sin trozos fibrosos), presenta un color blanco-marfil más claro y una mayor resistencia ante la oxidación. (Historia del Palmito, 2013)

1.02.01. Competencia

Es la habilidad de las empresas para controlar el precio y utilizar como arma estratégica. La forma extrema de la competencia es la competencia "perfecta". En este mercado la competencia es tan intensa y las empresas se encuentran tan uniformemente divididas, que ningún vendedor o grupo de vendedores puede ejercer control alguno sobre el precio. Es decir, todos son tomadores de precios. Una segunda medida de la competencia en el análisis económico, es la habilidad de una empresa para obtener utilidad "por arriba de lo normal" o "económica" en el largo plazo. (Young, 2004)

Dentro de la competencia tenemos importantes empresas que comercializan el producto en el mercado entre los cuales encontramos:

Tabla 1.

Competencia

	<p>Son empresas que se dedican a la comercialización de conservas de palmito, ya sea en lata o envase de vidrio; estas empresas tienen gran capacidad ya que cuentan con una diversidad de productos lo cual les facilita aprovechar al máximo su capacidad instalada y reducir costos.</p>
	
	

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

La matriz Boston Consulting Group (BCG) o el también conocido matriz del portafolio corporativo creada en la década del setenta será para este proyecto un aporte fundamental para el ingreso al mercado y poder tener claro nuestro producto potencial y cuáles serán nuestros frenos para el desarrollo del proyecto. (Maldonado, 2014)

Para entender a nuestra competencia tomaremos como referencia lo indicado por Boston Consulting Group B.S.G. considerando que la parte horizontal superior es la participación en el mercado de la empresa y la parte vertical indica el crecimiento del mercado anticipado.

- Estrellas: Indica un alto crecimiento y una alta participación en el mercado, pero no son generadores netos de efectivo ya que exigen que se invierta en ellos prácticamente todo lo que generan, por ejemplo, en publicidad, promoción de venta, actividades de venta, etc.
- Vacas de efectivo: Menciona el poco crecimiento y una alta participación en el mercado.
- Incógnita: Aquí tienen alto crecimiento pero una baja participación en el mercado.

- Perros o producto Hueso: Indica el bajo crecimiento y la baja participación en el mercado en relación al proyecto.

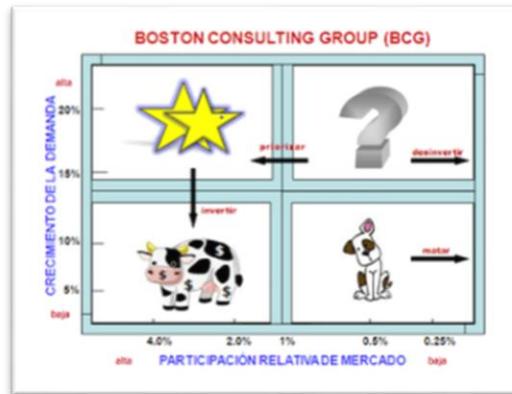


Figura N. 1. Matriz BCG

Fuente: Matriz Boston Consulting Group (BCG)

Elaborado por: Suquilanda Tamara

1.02.02. Producto

Teniendo en cuenta la filosofía de marketing implica la orientación de la empresa hacia el mercado. En este sentido, Kotler lo define como todo aquello que puede ofrecerse a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que además puede satisfacer un deseo o necesidad. Abarca objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas. Sin embargo, esta definición es muy genérica por lo que tendremos en consideración la propuesta de Martín Armario en la que define el producto como un conjunto de atributos tangibles e intangibles que el consumidor cree que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades. En esta definición, podemos observar que lo importante no son los atributos sino lo que percibe el consumidor. (Producto y Marketing, 2004)

Palmito



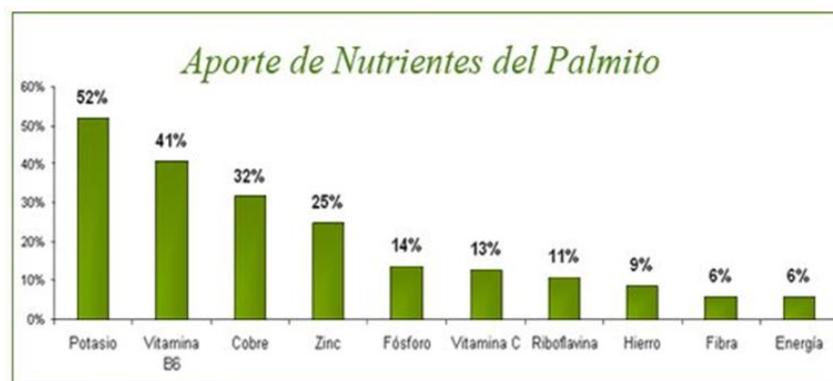
Figura N. 2. Palmito

Fuente: Producto

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Es un producto con alto contenido de fibras, sin colesterol y además contiene altas cantidades de hierro y calcio. Los corazones de palmito son suaves, de color marfil, textura firme y sabor delicado. Utilizado en ensaladas o como aderezo. La variedad existente en Ecuador es conocida como "Chontaduro". (NICEGIRL, 2004)

El palmito constituye la parte central o el corazón de algunas palmeras silvestres originarias de la región selvática y amazónica, que para ser producida e industrializada ha sufrido un proceso de adaptación, para transformarse así en una especie de cultivo. Las propiedades nutricionales del palmito te benefician así:



* Aporte en 100 g de alimento

Figura 2. Propiedades Nutricionales del Palmito

Fuente: PRONACA

Elaborado por: Suquilanda Tamara

- Potasio: Contribuye a la regularización de todas las funciones celulares e incluyendo las del corazón, del sistema nervioso y de los músculos.
- Vitamina B6: Ayuda al mantenimiento del sistema nervioso.
- Cobre: Indispensable para que los huesos, tendones, tejido conectivo y el sistema vascular se desarrollen y estén en perfecto estado.
- Zinc: Acelera la cicatrización de heridas y ayuda a la digestión de proteínas.
- Fósforo: Favorece el mantenimiento del cerebro.
- Vitamina C: Es importante para el mantenimiento de las defensas del cuerpo.
- Riboflavina: Interviene en la producción de glóbulos rojos.
- Hierro: La carencia de hierro en el cuerpo puede dar lugar a: debilidad corporal, palidez de la piel, fatiga habitual, entre otros.
- Fibra: Es fuente de fibra soluble la cual es importante porque equilibra los niveles de colesterol y glucosa en sangre, contribuye a prevenir el cáncer de colon y también ayuda a regular el tránsito intestinal. El principal componente del palmito es el agua, seguido de los hidratos de carbono y en menor cantidad de proteínas, grasas y vitaminas y minerales. Los palmitos enlatados han sufrido un tratamiento térmico de esterilización que facilita y prolonga hasta un año su conservación. Sin embargo, este tratamiento también afecta a su valor nutritivo, principalmente a su contenido vitamínico, que se reduce notablemente. El palmito fresco contiene cantidades apreciables de vitamina C, fosfatos y vitamina B3, vitaminas sensibles al calor que se reducen a la mitad en el palmito enlatado. Del contenido en minerales, destaca el potasio.

(Bcampdera, 2013)



Figura 3. Mapa del Ecuador

Fuente: Provincias Productoras de Palmito

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Desde los comienzos de su cultivo formal, las áreas productoras han crecido y actualmente se encuentran en:

- Esmeraldas: Quininde, La Concordia, San Lorenzo, Cayapas.
- Pichincha: Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito.
- Manabí: Nueva Delicia.
- Morona Santiago: Yaupi.
- Pastaza: Sarayacu, Teniente Hugo Ortiz.
- Napo: Loreto, Coca, Nueva Rocafuerte.
- Sucumbíos: Nueva Loja, Shushufindi.

Las zonas en las cuales existen cultivos de palmito son zonas calientes, húmedas y tropicales que favorecen el crecimiento de plantas de trópico; por lo cual, varias plantaciones de palmito son cultivos asociados con palma africana, bananas, caucho,

nueces de macadamia, entre otros. En base a estudios climatológicos en la Amazonía, las áreas con condiciones óptimas para el cultivo de palmito son Lago Agrio Shushufindi y Sacha; respecto a las condiciones de topografía y fertilidad del suelo, Shushufindi y Sacha son las zonas de mejores condiciones. (ECUADOR, 2015)

Capítulo II

Análisis Situacional

2.01. Entorno Externo

Para la realización del proyecto es importante concentrarse en el sector de producción, por lo tanto se debe estudiar las características principales de éste y el impacto que sus componentes puedan tener en el funcionamiento regular de la empresa, es necesario incluir todos y cada uno de los factores tanto internos como externos que de una u otra forma alteren el estudio como tal, decisiones políticas, nuevas leyes, nuevos tributos, cambios en la estabilidad económica actual, nuevas inversiones.

2.01.01. Factor económico

Para el proyecto es necesario conocer la situación económica que se presenta en el país para su desarrollo.

Tabla 2.

Factores Económicos

Producto Interno Bruto P.I.B.
Inflación
Tasa de Empleo
Tasa de Desempleo
Balanza Comercial
Tasa de Interes
Tasa Activa
Tasa Pasiva

Fuente: Factor Económico

Elaborado por: Suquilanda Tamara

2.01.01.01. Producto Interno Bruto P.I.B.

El Producto Interno Bruto es el valor monetario total de la producción de bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un determinante período de tiempo; el PIB suele ser medido anualmente, es decir cada año. Podemos ir desglosando poco a poco sus palabras para poder entender mejor su significado; Producto: se refiere a valor agregado; Interno: se refiere a que es la producción dentro de las fronteras de una economía; y Bruto: se refiere a que no se contabilizan la variación de inventarios ni las depreciaciones o apreciaciones de capital. El incremento del PIB en el Ecuador en los sectores que han tenido su evolución son varios: manufacturero, construcción y comercio los de mayor impacto. Según los datos indicados de ese período la economía ecuatoriana fue vista entre las más robustas a nivel latinoamericana.

Tabla 3.

P.I.B.

Años	P.I.B.	% Ponderación
2010	3,5	44,87
2011	7,8	152,94
2012	5,1	113,33
2013	4,5	90
2014	5	-
Σ	25,9	401,14
\bar{X}	5,18	100,29

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

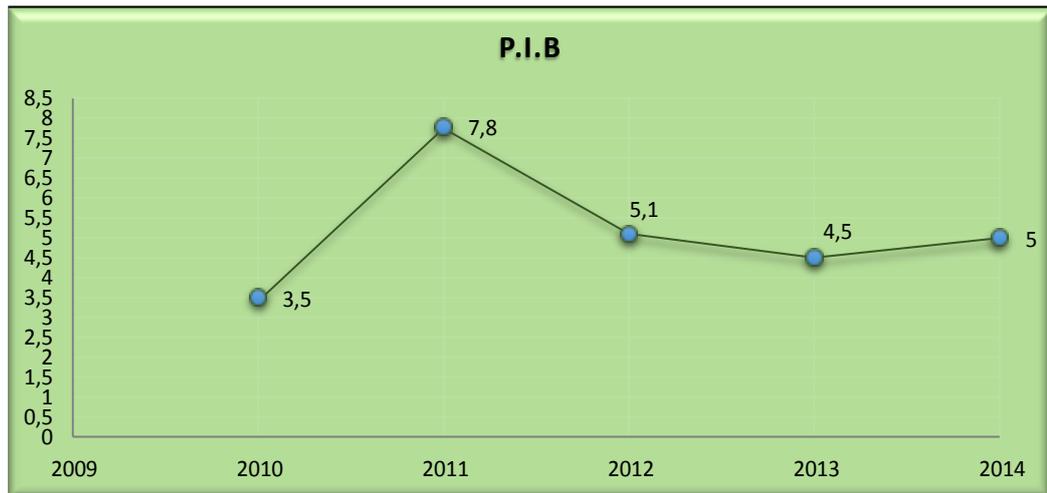


Figura 4. Datos Anuales PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador en porcentajes del PIB podemos observar que tenemos una media de 5,18 y la media de ponderación es de 100.29 para nuestro proyecto es una oportunidad porque la ponderación es positiva.

2.01.01.02. Inflación.

El fenómeno de la inflación se define como un aumento persistente y sostenido del nivel general de precios a través del tiempo. La inflación en el Ecuador es un indicador que afecta a todos los sectores económicos del país, por ello la información que se encuentra en las páginas de los entes reguladores son de libre acceso, esto servirá para poder tener conocimiento de un escenario real de cómo el proyecto se desarrollará. La inflación se la mide estadísticamente a través de IPCU índice de precios al consumidor del área urbana, a partir de una canasta básica de bienes y servicios demandados por los consumidores de extractos medios y bajos establecidas a través de encuestas de hogar. La inflación puede afectar a una economía de varias maneras disminuye el poder adquisitivo del dinero, genera algunos costos

administrativos, confunde la toma de decisiones , afecta a las inversiones por ende a la producción, esto no solo afecta a una economía global como país sino genera un impacto en la actividad empresarial. Podemos analizar el siguiente cuadro relacionando los últimos años en la inflación del Ecuador. (Ecuador, 2014)

Tabla 4.

Inflación

Años	P.I.B.	% Ponderación
2010	1,34	84,81
2011	1,58	69,91
2012	4,77	200
2013	2,3	73,68
2014	3,76	-
Σ	13,75	428,40
\bar{X}	2,75	107,1

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara



Figura 5. Inflación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos del Banco Central del Ecuador podemos observar que a pesar de que la inflación en el 2013 ha tenido una tendencia a la baja en comparación con el 2012, en el 2014 tuvo una ligera subida, pero tenemos una

media de 2.75 en la matriz realizada que nos representa una amenaza baja para nuestro proyecto.

2.01.01.03. Tasa de empleo y desempleo

2.01.01.03.01. Tasa de empleo

Por empleo se entiende el número total de personas ocupadas o que trabajan en una actividad económica, las personas ocupadas pueden ser remuneradas si perciben un sueldo o un salario, o pueden ser trabajadores por cuenta propia. (Jimenes, 2006)

Debido a su importancia se está analizando la aplicabilidad de la tasa de empleo, en nuestro proyecto de inversión. Se refiere en este caso a las posibilidades de oportunidad, ya que si las personas tienen trabajo tendrán recursos para poder adquirir nuestro producto.

Tabla 5.

Tasa de Empleo

Años	Tasa de Empleo Adecuado %	Tasa de Empleo Inadecuado %	Tasa Total de Empleo	%Crecimiento
2010	44,68	49,47	94,15	98,9
2011	45,53	49,67	95,2	101,61
2012	46,53	47,16	93,69	97,96
2013	47,87	47,77	95,64	99,66
2014	49,28	46,69	95,97	-
		Σ	474,65	398,13
		X	94,93	99,53

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

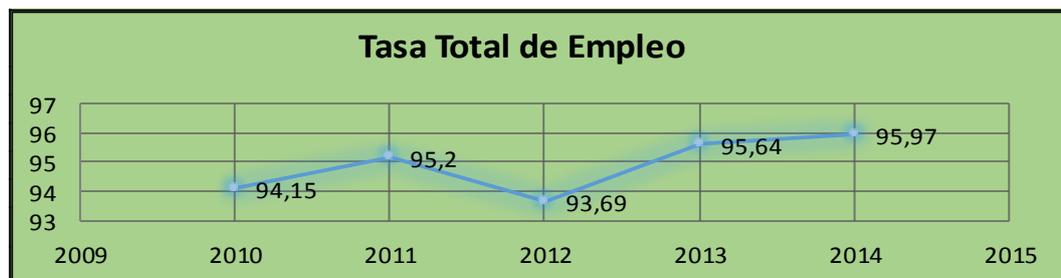


Figura 6. Tasa total de Empleo

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos de la tasa de empleo observamos que ha ido creciendo en los últimos años por lo que podemos decir que tenemos una oportunidad para nuestro proyecto porque tenemos un promedio del 94,93 de tasa de empleo y así incurra nuestro producto en el mercado a un plazo estable de crecimiento anual.

2.01.01.03.02. Tasa de desempleo

Felipe Larraín B., afirma que:

“El desempleo es una segunda variable importante que estudia la macroeconomía. La tasa de desempleo se mide el número de personas que buscan activamente un trabajo sin encontrarlo, como porcentajes o fracción de la fuerza laboral total.” (pág. 82).

Tabla 6.

Tasa de Desempleo

Años	Tasa de Desempleo	% Ponderación
2010	6,11	120,51
2011	5,07	101,4
2012	5	102,88
2013	4,86	107,05
2014	4,54	-
Σ	25,58	431,84
\bar{X}	5,12	107,96

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara



Figura 7. Tasa de Desempleo %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: En el último año la tasa de desempleo ha ido disminuyendo, esto nos representa una oportunidad para el proyecto, ya que el desempleo está disminuyendo.

2.01.01.04. Balanza Comercial

Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

En 2013 Ecuador registró un déficit en su Balanza comercial de 1.767,2 millones de euros, un 1,54% de su PIB, superior al registrado en 2012, que fue de 1.050,3 millones de euros, el 1,54% del PIB. La variación de la Balanza comercial se ha debido a un incremento de las importaciones superior al de las exportaciones de Ecuador. Si tomamos como referencia la balanza comercial con respecto al PIB, en 2013 Ecuador ha mantenido su posición en la posición 66 de dicho ranking, así pues tiene un saldo de la balanza comercial medio si lo comparamos con el del resto de los países.

Tabla 7.

Balanza Comercial

Años	Balanza Comercial	% Crecimiento
2010	-1205,3	1,45
2011	-829,5	1,88
2012	-440,6	0,42
2013	-1041,0	1,43
2014	-727,0	-
Σ	-4243,4	5,18
\bar{X}	-848,68	1,30

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

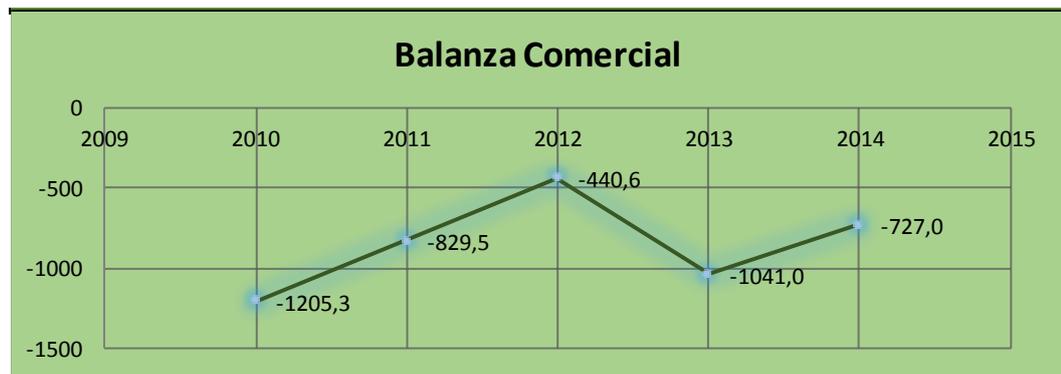


Figura 8. Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Uno de los graves problemas que ha enfrentado el Ecuador en los últimos años es su balanza comercial que ha sido negativa, es decir que hemos importado más de lo que exportamos, ante esta situación el gobierno central limitó las importaciones, lo cual ha sido beneficioso para el país, puesto que la tendencia es a consumir lo nuestro, para nuestro proyecto vendría a ser una amenaza en proporción media puesto que lo que interesa es producir más y exportar.

2.01.01.05. Tasa de Interés

La tasa de interés es un elemento clave en el modelo financiero del proyecto de comercialización de conservas de palmito, para lo cual debemos conocer las cifras que menciona en las políticas económicas del gobierno actual y actuar conforme a la tabla que indica mensualmente el banco central.

2.01.01.05.01. Tasa activa

Es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. Es decir, es el porcentaje que las instituciones bancarias, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del banco central, cobran por los diferentes tipos de servicios de crédito a los usuarios de los mismos. Son activas porque son recursos a favor de la banca. (PEZO, 2008)

La tasa activa influye mucho en nuestro proyecto ya que si no tenemos capital propio.

Tabla 8.

Tasa Activa

Años	Tasa Activa	% Crecimiento
2010	8,68	1,06
2011	8,17	1,00
2012	8,17	1,00
2013	8,17	1,00
2014	8,19	-
Σ	41,38	4,06
\bar{X}	8,28	1,02

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara



Figura 9. Tasa Activa

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La tasa de interés activa tuvo un pequeño descenso desde el año 2011 con 8.17%, seguida de una estabilidad en los últimos 3 años. Siendo la tasa de interés activa una variable clave en la economía por indicar el costo de financiamiento de las empresas, para el proyecto representa una amenaza de carácter bajo, debido a que necesitaremos financiamiento bancario para realizar las operaciones.

2.01.01.05.02. Tasa pasiva

Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. (PEZO, 2008)

Tabla 9.

Tasa Pasiva

Años	Tasa Pasiva	% Crecimiento
2010	4,28	0,25
2011	4,53	0
2012	4,53	0
2013	4,53	0,65
2014	5,18	17,87
Σ	23,05	18,77
\bar{X}	4,61	3,75

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara



Figura 10. Tasa Pasiva

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La tasa de Interés Pasiva está en crecimiento, tiende a fijarse que para el presente proyecto simboliza una oportunidad.

2.01.02. Factor Social

2.01.02.01. Educación

Formación destinada a desarrollar la capacidad intelectual, moral y afectiva de las personas de acuerdo con la cultura y las normas de convivencia de la sociedad a la que pertenecen. Si bien el Cantón cuenta con 89 escuelas primarias en el sector rural, estos centros educacionales se reducen, en la mayoría de los casos a 3 grados de educación primaria, atendidos por un profesor, como lo indica la relación de 16 profesores por escuela. El número de alumnos por profesor, distribuidos en los diversos grados es de 44 en el área rural, lo que demuestra el grado deficiente de la enseñanza.

La enseñanza básica, se aprobó en la última Constitución y comprende 10 años de educación. Equivale al nivel jardín de infantes, primario y los tres primeros años de educación secundaria del anterior sistema, Por ello, la población de referencia para esta medida son los niños/as de 5 a 14 años.

La enseñanza media o bachillerato, se aprobó en la última Constitución y comprende 3 años de educación. Equivale a los tres últimos años de educación secundaria del anterior sistema, Por ello, la población de referencia para esta medida son los niños/as de 15 a 17 años. (Quinide, 2013).

Tabla 10.

Educación

Educación	Tota	% Crecimiento
Preescolar	4,5	-96,40
Educación básica	124,9	262,03
Bachillerato	34,5	-4,17
Educación superior	36	-
Σ	199,9	161,47
\bar{X}	49,98	40,37

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

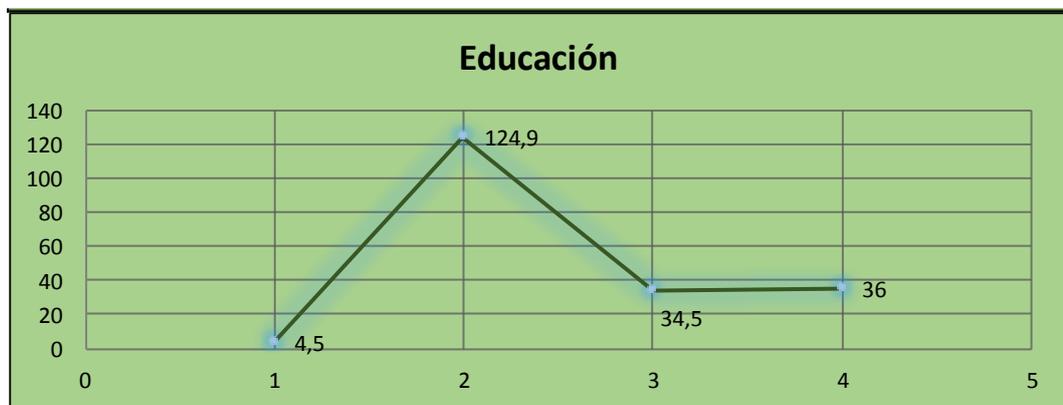


Figura 11. Educación

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos en Ecuador en cifras podemos ver que la educación está en aumento gracias a todos los programas contra el analfabetismo.

2.01.02.02. Salud

La salud es el estado en que un ser u organismo vivo no tiene ninguna lesión ni padece ninguna enfermedad y ejerce con normalidad todas sus funciones.

La provincia de esmeraldas, dispone de 7 hospitales con 206 camas para atender a una población de más de 200.000 habitantes. La relación de 1.1 camas por cada mil habitantes es insuficiente, de acuerdo a los requerimientos mínimos. Además la ciudad de Esmeraldas es la única que dispone, dentro de la provincia, de los servicios de agua potable, alcantarillado y luz eléctrica.

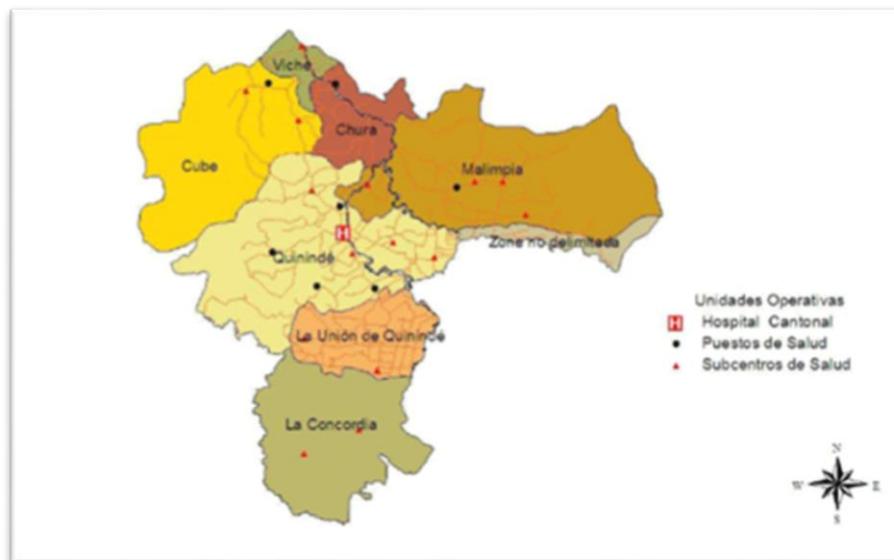


Figura 12. Área de Salud No. 5 (Quininde)

Fuente: <http://www.iess.gob.ec/documents/10162/3321612/PMF+UAA+QUININDE>

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 11.

Salud

Años	Infraestructura de Hospitales	% Crecimiento
2010	4,3	39,61
2011	3,08	5,23
2012	3,25	1,25
2013	3,21	12,63
2014	2,85	0,00
Σ	16,69	58,72
\bar{X}	3,338	11,74

Fuente: Ecuador en Cifras

Elaborado por: Suquilanda Tamara



Figura 13. Infraestructura de Hospitales

Fuente: Ecuador en Cifras

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos en Ecuador en cifras podemos observar un declive en relación del 2013 al 2014, que para nuestro proyecto refleja una amenaza leve.

2.01.03. Factor legal

El factor legal tiende a tener gran influencia en el desarrollo de las negociaciones, ya que por medio de esta es donde se da a conocer el escenario en el cual se va a llevar a cabo y bajo que leyes y normas se deben realizarse las negociaciones. Para la

estructura legal de la empresa; se conforma por mínimo 2 y máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).



Figura 14. Pasos para crear una empresa

Fuente: <http://www.superercias.gob.ec/portal/,s.f>

Elaborado por: Suquilanda Tamara

1. **Reserva un nombre.** Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
2. **Elabora los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.
3. **Abre una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima

- Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
- Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

- 4. Eleva a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.



Figura 15. Pasos para crear una empresa

Fuente: <http://www.superercias.gob.ec/portal/,s.f>

Elaborado por: Suquilanda Tamara

- 5. Aprueba el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.
- 6. Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
- 7. Obtén los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:

- Pagar la patente municipal
- Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones

8. Inscribe tu compañía. Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.



Figura 16. Pasos para crear una empresa

Fuente: <http://www.superercias.gob.ec/portal/s.f>

Elaborado por: Suquilanda Tamara

9. Realiza la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.

10. Obtén los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.

11. Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.



Figura 17. Pasos para crear una empresa

Fuente: <http://www.superercias.gob.ec/portal/,s.f>

Elaborado por: Suquilanda Tamara

12. Obtén el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

13. Obtén la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos podrás tener tu compañía limitada o anónima lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas a un mes. (Compañías, 2014)

En el caso del proyecto a poner en marcha en el cantón de Quininde se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Disposición municipal patente.
- Permiso sanitario de Funcionamiento: Todos aquellos establecimientos que brinden los servicios de alimentos, bebidas, alojamientos y recreación, deberán someterse a exámenes médicos, para comprobar que su estado de salud sea el apropiado este permiso se otorga únicamente después de haber obtenido el carnet de salud que es otorgado por el municipio de cada ciudad, en este caso del Gobierno Autónomo Descentralizado de Quininde.
- Permiso de Funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos: Formulario de inspección en tesorería; Croquis de prevención adjunta.
- Al haber realizado la inspección:
- Informe de inspección
- Patente municipal
- Número patronal emitido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- Toda la documentación de la compañía debidamente legalizada.
- Hacer solicitud para asignación de número patronal.
- Registro y afiliación anual de funcionamiento dado por el Ministerio de Agricultura.
- Copia de la escritura o contrato de arriendo del establecimiento.
- Copia de R.U.C.
- Copia de la cédula
- Copia de la papeleta de votación
- Lista de precios que ofrecerá el establecimiento.
- Certificado de la Cámara de Comercio de Quininde

- Licencia anual de funcionamiento: Copia de R.U.C.; Copia de cédula; Copia de papeleta de votación; Certificado de registro del ministerio de Agricultura; Certificado de la cámara de la Cámara de Comercio de Comercio de Quininde.
- Certificado de la Cámara de Comercio de Quininde: Copia de la escritura o contrato de arriendo del establecimiento; Copia de la cédula de identidad; Copia de la papeleta de votación; Copia de R.U.C.; Dos fotos tamaño carnet; Cuota de afiliación del seguro de registro oficial.

2.01.04. Factor tecnológico

Los avances tecnológicos en los últimos años juegan un rol muy importante y continúan incrementando progresivamente, tratando de mejorar la calidad de vida de la población, permitiendo al país mayores ingresos y brindando bienestar económico y social. A pesar que en la actualidad se restringieron las importaciones de maquinarias, Ecuador está ensamblando de manera eficiente parte de esta demanda.

- Tendencias en el producto

Como resultado de que las tecnologías de conservación de vegetales en general han quedado obsoletas, los fabricantes han comenzado a invertir en innovación para asegurar el crecimiento. Buscan productos con un alto valor añadido y con menores costos de producción.

- Tendencias en el desarrollo de los productos e innovación
- Entre las nuevas tendencias sobre innovaciones del producto están:
- Innovación en envases

Se han lanzado envases en bandejas de vegetales básicos, en plástico y dispuestas para calentar en el microondas. También se han lanzado envases de plástico (barquetas y boles) para las verduras, algunos de los cuales vienen provistos de un tenedor para su consumo inmediato.

- Innovación en presentación

La conserva es un gran aliado en el aperitivo. Las verduras para untar cada vez ganan más terreno. (Hernández, 2010)

2.01.05. Factor ambiental

Dudley, 2008. Nos menciona que: “Son espacios geográficos claramente definidos, reconocidos y gestionados, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza y de sus servicios eco sistémicos y sus valores culturales asociados” (Pag.10).

El factor ambiental para el proyecto es muy importante, debido a las actividades realizadas por la empresa, siendo calificado como positivo o negativo. Considerando el término negativo significa el daño generado al medio ambiente, a la salud de las personas y demás seres vivos.

La implementación del proyecto de producción en la transformación de la materia prima en producto terminado, se regirán a las normativas legales de la República del Ecuador que en la fecha de estructuración del proyecto en el 2015 está bajo el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE) y seccionado en el Municipio de Quininde.

De conformidad con lo que establecen estas dependencias de control y regularización ambiental en sus reglamentos y ordenanzas. Y de la recién creada por el Ministerio del Ambiente del Ecuador (MAE) Sistema Único de Información Ambiental (SUIA). (Ambiente, 2013)

Se resume a la aplicación del proyecto de producción; Gestión de residuos: Estos residuos serán separados en la fuente clasificándolos para ser entregados a los gestores ambientales, autorizados; Emisiones a la atmósfera: La empresa no contará con ningún equipo de combustión fija; Aguas residuales no domesticas: Para el lavado que genera

descargas líquidas se contará con una las precauciones correspondientes; Ruidos y Vibraciones: Las máquinas; cortadoras, selladoras y etiquetadoras tendrán un seguimiento de ruido permanente para controlar las emisiones de ruido, estando dentro de los decibeles aprobados; Gestión ante riesgos: Serán acatadas las disposiciones y recomendaciones del cuerpo de Bomberos capacitando al personal e identificando con los colores señales y símbolos de seguridad. El ente regulador recién creado por el MAE denominado SUIA tiene como finalidad integrar la información ambiental y automatizar los procesos información únicos para generar un compromiso con las industrias contaminantes y que el factor económico no sea una problema para cumplir con las normativas vigentes.



Figura 18. Ministerio del Ambiente

Fuente: Ministerio de Ambiente

Elaborado por: Suquilanda Tamara

2.02. Entorno local

2.02.01. Cliente

Es la persona que adquiere un producto, ya sea para usufructo de él, o para obtener una mayor ganancia con él. Las organizaciones viven a base de los clientes, ya que son ellos los que con cada decisión de consumo contribuyen a lo que luego será la ganancia de la empresa. Obviamente que las categorizaciones que se hagan de los

clientes distarán mucho de acuerdo con la clase de empresa o producto que se considere, pero en todos los casos pueden hablarse de clientes satisfecho e insatisfechos. (Enciclopedia, s.f.)

Para este proyecto nuestros clientes potenciales será el catón Quininde, el producto está direccionado para los jóvenes que son independientes, las familias con poco tiempo para cocinar y para las personas que cuidan su salud. Al ser un producto nutritivo, de costo bajo y hecho en la ciudad.

El poder de negociación con el cliente es complicado cuando estos están muy bien organizados, existen varios sustitutos, no es muy diferenciado el producto y no es de bajo costo, lo que permite que pueda haber sustituciones por igual o de muy bajo costo. Mientras más organizados estén mayores serán sus exigencias en reducción de precios, de mayor calidad y servicios. La meta es ingresar el producto al mercado local, resaltando sus múltiples características esperando una buena acogida.

2.02.02. Proveedores

Persona que se dedica a proveer o abastecer de productos necesarios a una persona o empresa. Ecuador es considerado el país número uno en cuanto a la producción de palmito, es por esta razón podemos conseguir un precio justo para el mismo y distribuirlo por el canal más conveniente. No necesitamos de proveedores externos los cuales suministren la materia prima ya que contamos con los suficientes sembríos para producir. (Enciclopedia, s.f.)

El poder de negociación con los proveedores cuando están bien organizados, tienen fuertes recursos y pueden imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido, el mercado no será atractivo para una nueva empresa. La situación será aún más complicada si los insumos que suministran son claves para la producción y no tienen sustitutos o son pocos y de altos costos.

Tabla 12.*Datos de los proveedores*

Proveedores	Dirección	Descripción
Globalcafe S.A. Esmeraldas	Es una empresa dedicada a la explotación y exportación de productos agrarios como el cardamomo, la uvilla, el café, el cacao, el palmito y otros como el pescado atún que en su mayoría se exportan para los países de medio oriente.	Distribuidor
Jannifer Ortiz Quininde	Es una finca de 2km productora de palmito, interesada en vender el producto en excelentes condiciones, la calidad es de la mejor pues nos encargamos de mantener nuestras plantaciones en base a abonos.	Distribuidor
ALATAPA- COPALMITO Quininde	Somos cultivadores de palmito de calidad.	Distribuidor

Fuente: Investigación de campo**Elaborado por:** Suquilanda Tamara**2.02.03. Competencia**

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado. Situación en la que existe un determinado número de compradores y vendedores, que intentan maximizar su beneficio o satisfacción, y en la que los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y demanda.

La rivalidad entre los competidores para una pequeña empresa será más difícil, en un mercado o en una de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente

estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entradas de nuevos productos. La competencia directa para el proyecto de inversión, en la prov. Esmeraldas, Quininde tenemos tres empresas que proveen el mismo producto las cuales se detallan en la tabla.

Tabla 13.

Competencias empresariales

Competencia	
Empresa	Tiempo de funcionamiento
 <p>INAEXPO (Pronaca) Industria Agrícola exportadora.</p>	<p>Nace en 1992 hasta la actualidad. Ubicada: km 8 vía Quininde.</p>
 <p>INCOPALMITO S.A. Industrializadora y comercializadora de palmito S. A.</p>	<p>Nace el 01 agosto del 2004 hasta la actualidad. Ubicada: km 205 vía Santo Domingo.</p>
 <p>PROTROPIC Cía. Ltda. Productos tropicales.</p>	<p>Nace en 1995 hasta la actualidad. Ubicada: en el recinto Simón Bolívar la 6ta vía al sector de las maravillas.</p>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Suquilanda Tamara

2.03. Análisis organizacional

2.03.01. Direccionamiento estratégico

2.03.01.01. Misión

Ser una empresa que produce palmito en conserva y lo comercializa en la ciudad de Quininde, el producto interactúa con el sector agrícola de la provincia de Esmeraldas, con personal calificado y maquinaria necesaria y constante innovación en el producto.

2.03.01.02. Visión

Para el 2020 alcanzar el fortalecimiento y aprovechamiento de los recursos disponibles y aumentar la participación en el mercado local y nacional, además de la diversificación de productos así como la optimización de la capacidad y desarrollo de nuevas tecnologías.

2.03.02. Objetivos

2.03.02.01. Objetivos generales

Desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización y distribución del Palmito, en el cantón Quininde, provincia de Esmeraldas, aplicando técnicas de investigación para optimizar los recursos, generando fuentes de empleo, con la finalidad de satisfacer la demanda del producto.

2.03.02.02. Objetivos específicos

- Estructurar una investigación del mercado que permita conocer la demanda del sector insatisfecha.
- Determinar la localización más óptima, para que el proyecto genere rentabilidad.
- Determinar el monto de la inversión y la rentabilidad que genera el proyecto.

2.03.03. Principios y valores

Con el propósito de fundamentar las acciones del equipo de trabajo se detallan los siguientes valores y principios de la empresa.

2.03.03.01. Principios

- Calidad en los procesos.
- Trabajo responsable dentro y fuera de la empresa.
- Alto grado de trabajo en equipo.
- Cumplimiento de objetivos planteados
- Comunicación clara y oportuna.

2.03.03.02. Valores

- Honradez: Es el principal en la empresa Palmito's S.A. porque es una de sus fortalezas, las personas que laboran aquí son de suma confianza.
- Solidaridad: Se concientiza al trabajo en equipo ayudándose mutuamente.
- Respeto: Se considera los derechos de nuestros trabajadores y ellos aceptan cumplir las leyes y normas regidas por la empresa Palmito's S.A.

2.03.04. Gestión administrativa

La gestión administrativa en una empresa es uno de los factores más importantes cuando se trata de implementar un proyecto, debido a que de ella dependerá el éxito que tenga dicho negocio. (Administración, s.f.)

2.03.04.01. Niveles organizacionales

El propósito de los niveles organizacionales es otorgar la eficiencia a la cooperación humana, la razón de los niveles de la organización se encuentra en las limitaciones de la experiencia o conocimientos. La estructura y el comportamiento organizacional son variables controlables o dependientes; El ambiente y la tecnología (la forma de hacer

las cosas) son variables independientes. Para enfrentar los desafíos las organizaciones reaccionan estructurándose en diferentes niveles en la organización.

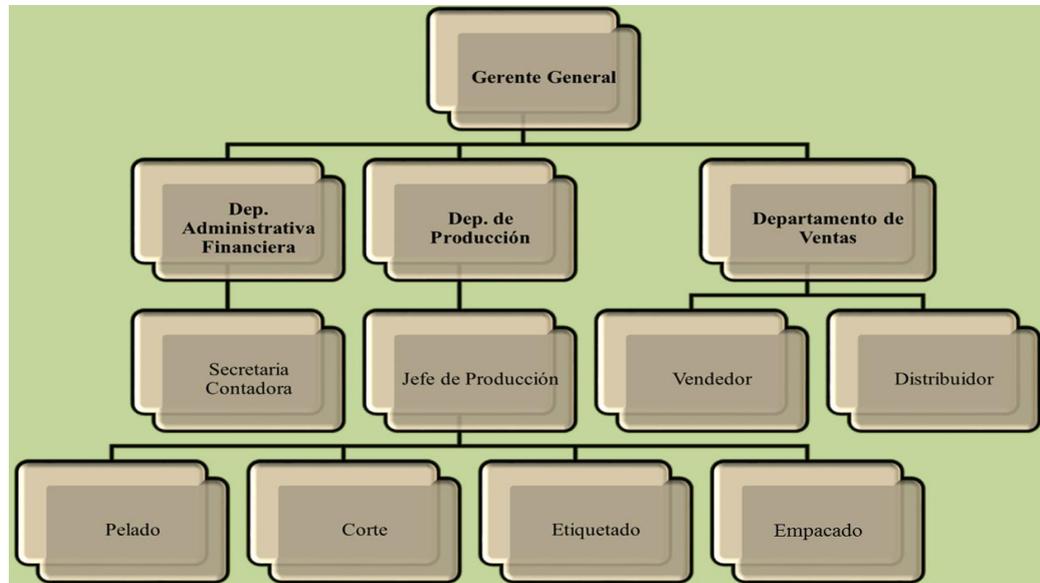


Figura 19. Niveles de Organización

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

2.03.04.01.01. Nivel estratégico

En este nivel están las persona encargadas de organizar las estrategias para el direccionamiento de la empresa, es decir son las personas encargadas de la formulación de objetivos estratégicos y estrategias para lograrlos.



Figura 20. Nivel Estratégico

Fuente: Nivel Estratégico

Elaborado por: Suquilanda Tamara

- Gerente General:

Planifica las metas y objetivos.

Firma la representación legal de la empresa.

Presenta los informes y balances de la empresa

Controla el personal y el ambiente laboral

2.03.04.01.02. Nivel táctico

Define programas de acción acorde con las estrategias, toma decisiones respecto al nivel operativo, además enfrenta incertidumbres y riesgos del ambiente. Este nivel ayuda al estratégico a cumplir con los objetivos planteados.



Figura 21. Nivel Táctico

Fuente: Nivel Estratégico

Elaborado por: Suquilanda Tamara

- Secretaria Contadora:

Asistir a la Gerencia General en todos los aspectos administrativos, contables y financieros.

Apoyar en la organización y distribución de productos tanto internos como externos.

Dar seguimiento a los cobros y pagos pendientes.

Ejecutar las actividades de recepción y envío de correspondencia de la empresa.

- Jefe de Producción:

Ejecutar transformación de los tallos de palmito a palmito en conserva.

Controlar la calidad, seguridad e higiene del producto.

Supervisar el estado de la materia prima e insumos.

Administrar el talento humano a cargo.

- Jefe de ventas:

Desarrollar estrategias de publicidad y ventas.

Apertura nuevos mercados y territorios de ventas.

Realizar la investigación de marketing así como los precios.

Apoyar en las negociaciones con los agricultores de la zona y prestar asistencia técnica si fuera necesario.

Administrar contratos con los clientes y proveedores.

2.03.04.01.03. Nivel operativo

En este nivel están las personas encargadas de ejecutar el proceso productivo, programación de ejecución de tareas diarias, son los encargados del trabajo físico para la producción de bienes y servicio, cumpliendo con rutinas y procedimientos, el personal que sea contratado y deberá cumplir con las siguientes funciones:

- Operar la maquinaria de acuerdo a la distribución interna que realice el jefe de producción.
- Cuidar que la maquinaria se encuentre funcionando en perfecto estado e informar los inconvenientes que se presenten.
- Realizar el proceso de limpieza y desinfección de los puestos de trabajo.
- Cumplir con las metas de producción establecidas.



Figura 22. Nivel Operativo

Fuente: Nivel Estratégico

Elaborado por: Suquilanda Tamara

2.03.05. Gestión operativa y comercial

2.03.05.01. Gestión operativa

Es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (Operativa, s.f.)

La siguiente herramienta administrativa es la representación gráfica de los procesos productivos que se utilizará para dar transformar el palmito en un producto terminado.

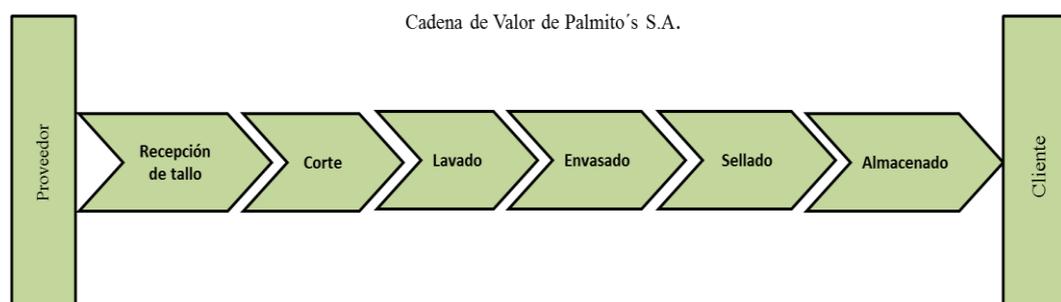


Figura 23. Cadena de Valor de Palmito's S.A.

Fuente: Nivel Estratégico

Elaborado por: Suquilanda Tamara

2.03.05.02. Gestión comercial

Es una de las actividades más importantes para la promoción de cualquier producto. El contacto entre fabricante y consumidor final se hace prácticamente imposible sin un departamento comercial entre medio. Porque sabemos que es necesario tener registradas todas las acciones comerciales, obtener listados y explotar datos. (Gestión Comercial, s.f.)

La utilización de esta herramienta administrativa podrá determinar las tácticas y estrategias necesarias para ingresar al mercado de forma impactante, el contacto cercano y personalizado con el potencial cliente será una de las fortalezas, la presentación del presente proyecto con la empresa Palmito's S.A. obtendrá buena acogida por la oferta de un producto de calidad y nutritivo.

Precio: El precio de un producto es solo una oferta para probar el pulso del mercado, si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es el correcto, si lo rechazan deben cambiarse con rapidez. Por otro lado si se vende a un precio bajo no se obtendrá ninguna ganancia y en última instancia, el producto ira al fracaso, pero, si el precio es muy elevado, las ventas serán difíciles y también en este caso el producto y la empresa fracasara. (Promonegocion, s.f.)

Palmito's S.A. establecerá el costo por producto mediante el estudio financiero de esta investigación, el precio deberá considerar los costos de producción. La competencia de precios en el mercado es muy complicada porque se deberá introducir un precio accesible, esto no es tener precios bajos porque obtendremos una imagen de mala calidad, será necesario indagar los precios de la empresa que las empresas suelen pagar por producto.

Precio para nuestro trabajo se calculará en base a lo siguiente:

- El costo unitario de cada conserva de palmito y a este valor el margen de utilidad del 35 %.
- La investigación en los precios que maneja la competencia en productos similares en el mercado alimenticio.

Plaza: Una empresa debe definir bien a través de que canales de distribución va a llegar al mercado, los canales son diversos y ello dependerá por un lado de tu tipo de producto y por otro lado como tú quieres llegar a tu mercado. Palmito's S.A. establecerá su distribución en la ciudad de Quininde implementando los siguientes tipos de distribución: Canal directo y el Canal intermediario

Promoción: La promoción como un conjunto de actividades que se realizan para comunicar apropiadamente un mensaje a su público objetivo, con la finalidad de lograr un cambio en sus conocimientos, creencia o sentimientos a favor de la empresa, organización o persona que la utiliza. (Promoción, s.f.)

Palmito's S.A. realizará su promoción con los diferentes instrumentos de presentación como son:

- Publicidad: Se encarga de realizar mediante trípticos y tarjetas de presentación.
- Relaciones públicas: Se encarga de presentar el producto en la ciudad de Quininde.
- Atención al cliente: Se encarga del trato personalizado con el cliente.

2.03.06. Análisis FODA

Es una metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado (situación externa) y de las características internas (situación interna) de la misma, a efectos de determinar sus Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. La situación interna se compone de los factores controlables: Fortalezas y

Debilidades, mientras que la situación no controlable: Oportunidades y Amenazas.
(Cevallos)

Tabla 14.

F.O.D.A.

Análisis Externo			
Macro ambiente	Concepto	Oportunidad	Amenaza
	Inflación		X
	Tasa de interés		X
	PIB	X	
	Comercio exterior		X
	Socio Cultural		X
	Político legal	X	
	Tecnológico		X
	Medio ambiental		X
Micro ambiente	Clientes	X	
	Proveedores		X
	Competencia		X
	Sustitutos		X
Análisis Interno			
Ambiente interno	Concepto	Fortaleza	Debilidad
	Principios y Valores	X	
	Gestión Administrativa	X	
	Gestión Operativa	X	
	Gestión Comercial	X	

Fuente: Nivel Estratégico

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Como podemos ver en la matriz F.O.D.A tenemos una empresa que puede funcionar sin problemas, teniendo leves amenazas en el macro ambiente, pero siendo muy fuertes y firmes con el ambiente interno.

Tabla 15.

Matriz F.O.D.A.

Fortalezas		Oportunidades	
1	Conocimiento del producto desde su cultivo hasta la comercialización.	1	Un mercado amplio para satisfacer.
2	El modelo del negocio tiene la posibilidad de aumentar sus ventas.	2	Mano de obra capacitada y económica.
3	Mercado con poca competencia nacional.	3	Convenios con cadenas de supermercados.
4	Innovación para la mejora continua.	4	Servicios Web que facilitan las pre-ventas.
Debilidades		Amenazas	
1	Falta de solvencia para realizar la producción.	1	Altas tasas de interés que no permitan la disponibilidad de créditos.
2	Complejidad del negocio en la distribución del producto.	2	Disminución de la capacidad de ahorro del ecuatoriano.
3		3	Bajos niveles adquisitivos y altos costos de los principales productos alimenticios.
4		4	Riesgo de inventario para cumplir con sus tiempos prometidos

Fuente: Análisis de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 16.

F.A.

Fortalezas		Amenazas	
F1	0,75	A1	0,25
F2	0,25	A2	0,75
F3	0,5	A3	0,5
F4	0,75	A4	0,25
Σ	2,25	Σ	1,75

Fuente: Matriz F.O.D.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Como podemos observar la empresa Palmito's S.A. tiene un 2.25 en la sumatoria de comparación, siendo de esta manera una empresa fortalecida para el mercado al que se enfrenta.

Tabla 17.

F.D.

Fortalezas		Debilidades	
F1	0,75	D1	0,25
F2	0,5	D2	0,5
F3	0,75	D3	0,25
F4	0,75	D4	0,25
Σ	2,75	Σ	1,25

Fuente: Matriz F.O.D.A

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Palmito's S.A. tiene entre sus principales fortalezas un mercado muy amplio, con una leve amenaza por el desconocimiento del producto a nivel local, ya que es producido en su mayoría para la exportación.

Tabla 18.

O.A.

Oportunidad		Amenazas	
O1	0,75	A1	0,25
O2	0,75	A2	0,25
O3	0,5	A3	0,5
O4	0,5	A4	0,5
Σ	2,5	Σ	1,5

Fuente: Matriz F.O.D.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Palmito's S.A. es una empresa con una demanda insatisfecha local, que es a la que está orientada nuestro proyecto, con amenazas por la competencia ya existente en la muestra estudiada.

Capítulo III

Estudio de mercado

3.01. Análisis del consumidor

3.01.01. Determinación de la población

Que es lo que vamos hacer para determinar la población, para esto vamos a necesitar un estudio de factibilidad que se investigara con técnicas aprendidas, siendo estas descriptivas y cualitativas las cuales ayudaran a tener información real y actualizada en cuanto a mercado efectivo.

Proyectos de factibilidad, es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso. Para esto necesitamos la información de la población referencial, potencial y efectiva

3.01.01.01. Población referencial

Es un conjunto de todos los individuos de referencia, utilizado para establecer criterios de comparación de una población en estudio.

Tabla 19.
Población

Población			
Referencial	Esmeraldas	n° 534.092 habitantes	INEC
Potencial	Quininde	n° 135.948 habitantes	INEC
Efectiva	El Duana	n° 7.422 habitantes	CNE

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.01.01.02. Población potencial

La población potencial es aquella posible de atender, es decir, aquella que tiene la necesidad. La población potencial corresponde a la población total que presenta la necesidad o problema que justifica el programa y por ende pudiera ser elegible para su atención. Esta población es Quininde con N° 122.570 habitantes.

3.01.01.03. Población efectiva

La población efectiva es aquella población que el programa tiene planeado o programado atender en un período dado de tiempo, pudiendo corresponder a la totalidad de la población potencial o a una parte de ella. Finalmente, los beneficiarios efectivos son aquellos que están siendo o han sido atendidos por el programa y corresponde a El Duana con una población efectiva de 7.422 habitantes.

3.01.01.04. Población

Población hace referencia al grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política. (Enciclopedia, s.f.)

La población total del cantón Quininde es de 135.948 según el INEC. La población ha experimentado un rápido crecimiento. La pobreza está dada por el alto números de habitantes en el área rural y falta en educación secundaria y universitaria. Esto ha

permitido un excelente movimiento comercial en la ciudad. Y es que los comuneros o campesinos mantienen la economía de Quininde, siendo la agricultura y ganadería su principal característica económica, por cuanto de manera indirecta, realizan el sistema del antiguo trueque, o sacando sus productos agrícolas y con el dinero que reciben compran todos los víveres que los abastecen durante la semana.

3.01.01.05. Muestra

La muestra es el subconjunto de los individuos de una población total. Estas muestras permiten inferir las propiedades del total del conjunto. (Enciclopedia, s.f.)

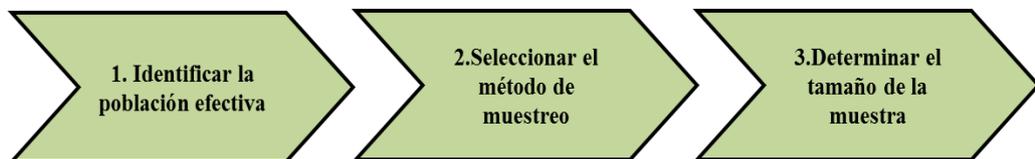


Figura 24. Pasos de Muestreo

Fuente: Procesos de Muestro

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Se ha determinado una muestra poblacional bajo la cual se realizara el correspondiente análisis y estudio de mercado.

$$n = \frac{N * (\sigma)^2 * (Z)^2}{(N-1) * e^2 + (\sigma)^2 * (Z)^2}$$

n = tamaño de la muestra

N = población efectiva

σ = desviación estándar poblacional (0.5)

Z = nivel de confianza 95% (1.96)

e = nivel de error en el cálculo de la muestra (0.05)

$$n = \frac{7422 * (0.5)^2 * (1.96)^2}{(7422-1) * (0.05)^2 + (0.5)^2 * (1.96)^2}$$

$$n = \frac{7128.09}{19.51}$$

$$n = 365$$

3.01.01.06. Diseño de levantamiento de información

Para el levantamiento de la información de la investigación de campo se usarán las siguientes técnicas de recolección:

- Las entrevistas con los encuestados, con el objetivo de recabar información de empresas similares a las planteadas en este proyecto.
- Las encuestas, mediante la aplicación de cuestionarios se podrán determinar las características del mercado y la aceptación del proyecto, así como las características y detalles que debe contener, lo que se determinará posteriormente como nuestro producto.
- La observación abierta, lo que nos permitirá evidenciar la producción y comercialización del palmito en el mercado efectivo.

3.01.01.07. Análisis del estudio de mercado

Este análisis nos refleja aspectos como el cambio en la conducta del consumidor y frecuencia de compra así también muestra la tendencia del mercado en cuanto a gustos y preferencias a ser satisfechas.

	<p>Contribuir a impulsar al cambio de la matriz productiva, mediante el desarrollo de un estudio de factibilidad para la comercialización de conservas de Palmito, en el cantón Quininde, provincia de Esmeraldas.</p>	<p>Código: T.S.07-02-2015</p>
---	--	--

Instituto Técnico Superior "Cordillera"
Escuela de Ciencias Administrativas
Tecnología Industrial y de la Producción

Objetivo:

Determinar la demanda insatisfecha en el mercado de conservas de palmito.

Empresa: **Palmito's S.A.**

Parte I

Datos Informativos.

Género:

M F

Edad:

15-20 20-30 30-40 Otros

Estado Civil:

Soltero Casado Otros

Parte II

1) ¿Considera usted que se debería implementar una nueva fábrica de conservas de palmito?

Si No

2) ¿Ha consumido usted Palmito?

Si No

3) ¿Qué marcas de conservas de palmito usted ha consumido?

SNOB
MONTERO
FACUNDO
GUSTADINA

4) ¿Con que frecuencia usted consume Palmito?

a. Semanal
b. Mensual
c. Trimestral

5) ¿Qué tipo de envase prefiere al comprar el Palmito?

- a. Lata
 - b. Vidrio
 - c. Funda
 - d. Otro.....
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |

¿Por qué?

6) ¿En qué supermercado compraría usted la nueva marca de Palmito?

- a. Supermaxi
 - b. Tía
 - c. Santa María
 - d. Tienda de barrio
 - e. AKÍ
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

¿Por qué?

7) ¿Qué aspecto toma usted en cuenta al momento de comprar una conserva de palmito?

- a. Empaque
 - b. Contenido nutricional
 - c. Sabor
 - d. Precio
 - e. Otro.....
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |
| |

8) ¿En presentación de cuantos gramos usted compra la conserva de palmito?

- a. 150gr.-200gr.
 - b. 250gr. – 400gr.
 - c. 450gr. – 600gr.
 - d. Otro.....
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |

9) ¿Cuál es el rango del precio que usted paga de acuerdo a la cantidad indicada en la pregunta anterior?

- a. 1. - 2.
 - b. 3. - 4.
 - c. 6. - 8.
 - d. Otro.....
- | |
|--|
| |
| |
| |
| |

Gracias por su información!

RESULTADO DE ENCUESTA

Determinar la demanda insatisfecha en el mercado de conservas de palmito.

Empresa: **Palmito's S.A.**

Parte I

Datos Informativos.

Género:



M F

Tabla 20.

Datos Obtenidos

GÉNERO	N° de Encuestados
Masculino	166
Femenino	199
Total	365

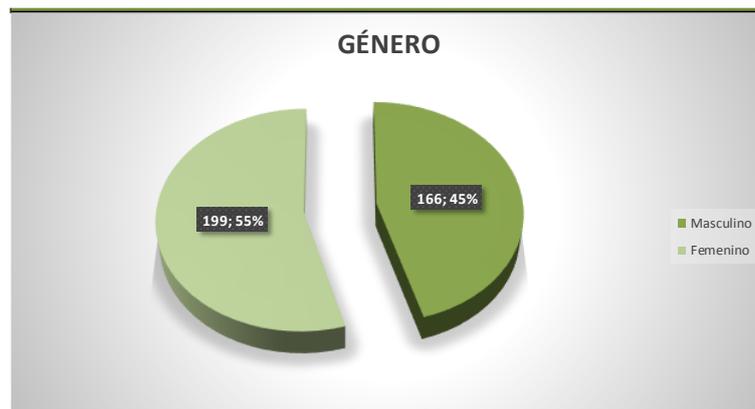


Figura 25. Género

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: El gráfico n° 10 nos muestra que hay más población femenina que masculina en el mercado al que nos estamos dirigiendo.

Edad:

15-20 20-30 30-40 Otros

Tabla 21.

Datos Obtenidos

EDAD	N° de Encuestados
15-20	90
20-30	164
30-40	81
Otros	30
Total	365

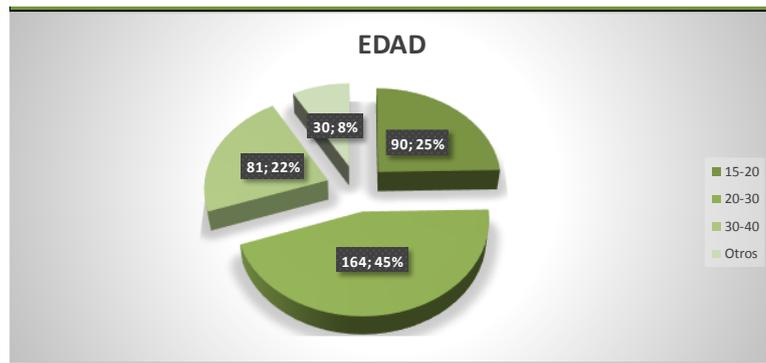


Figura 26. Edad

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Los encuestados son personas económicamente activas, por tal motivo podemos decir que las respuestas son de personas con criterio ya formado, siendo muy favorable para el proyecto.

Estado Civil:

Soltero Casado Otros

Tabla 22.

Datos Obtenidos

<i>ESTADO CIVIL</i>	<i>N° de Encuestados</i>
Soltero	182
Casado	60
Otros	123
Total	365



Figura 27. Estado Civil

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Como podemos observar la mitad de los encuestados son solteros y la otra mitad lo conforman los casados y unión libre.

Parte II

1) ¿Considera usted que se debería implementar otra fábrica de Palmito en conserva?

Si No

Tabla 23.

Pregunta No. 1

	<i>¿CONSIDERA USTED QUE SE DEBERÍA IMPLEMENTAR UNA NUEVA FABRICA DE PALMITO EN CONSERVA?</i>
Si	308
No	57
Total	365

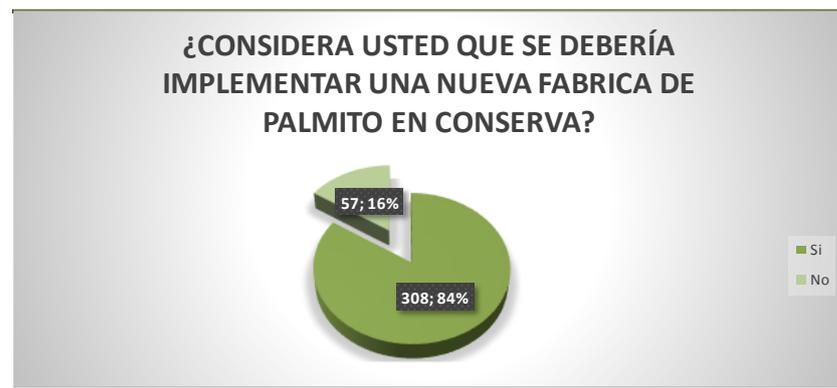


Figura 28. ¿Considera usted que se debería implementar una fábrica de palmito en conserva?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos de las encuestas podemos observar que el proyecto de inversión de conservas de palmito tiene una aceptación en el mercado de un 84%, siendo un factor favorable.

2) ¿Ha consumido usted Palmito?

Si

No

Tabla 24.

Pregunta No. 2

	<i>¿HA CONSUMIDO USTED PALMITO?</i>
Si	308
No	57
Total	365

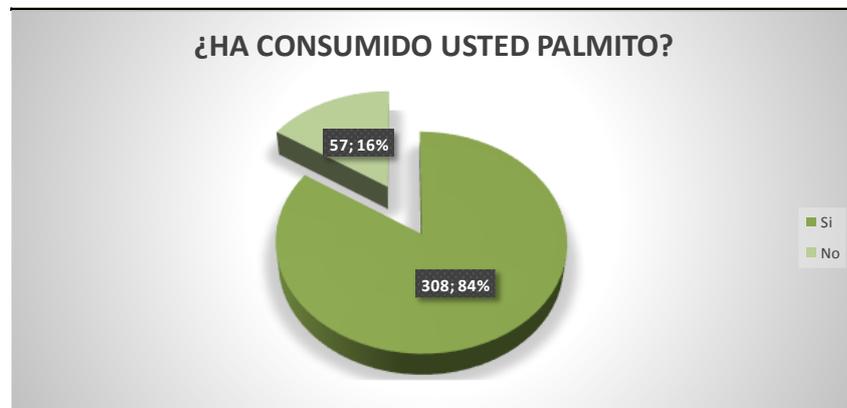


Figura 29. ¿Ha consumido usted Palmito?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con el estudio de sondeo del mercado por medio de las encuesta tuve la experiencia de conocer que las personas de la muestra que fue tomada para el proyecto, habían consumido el palmito pero en forma natural y no en conserva, que en nuestro caso es un factor favorable, sabiendo manejar los costos para que el producto salga al mercado.

3) ¿Qué marcas de conservas de palmito usted ha consumido?

SNOB	
MONTERO	
FACUNDO	
GUSTADINA	

Tabla 25.

Pregunta No. 3

¿QUÉ MARCAS DE CONSERVAS DE PALMITO USTED HA CONSUMIDO?	
Snob	93
Montero	9
Facundo	60
Gustadina	172
Vacios	31
Total	365



Figura 30. ¿Qué marcas de conserva de palmito usted ha consumido?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Observamos que nuestra mayor competencia es Gustadina que pertenece al grupo Pronaca, esta competencia fuerte por la diversidad de productos que oferta y sobre todo por el tiempo que tiene en el mercado, pero con un buen estudio podemos ingresar a ser parte de su competencia porque nos enfocaremos solo en el palmito como producto único hasta ganar mercado.

4) ¿Con que frecuencia usted consume Palmito?

- a. Semanal
- b. Mensual
- c. Trimestral

Tabla 26.

Pregunta No. 4

	<i>¿CON QUE FRECUENCIA USTED CONSUME PALMITO?</i>
Semanal	7
Mensual	207
Trimestral	120
Vacio	31
Total	365



Figura 31. ¿Con que frecuencia usted consume palmito?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La frecuencia en la que consume los habitantes de la población efectiva es mensualmente, ya que salen hacer sus comprar cuando llega fin de mes.

5) ¿Qué tipo de envase prefiere al comprar el Palmito?

- a. Lata
- b. Vidrio
- c. Funda
- d. Otro.....

Porque? _____

Tabla 27.

Pregunta No. 5

	<i>¿QUÉ TIPO DE ENVASE PREFIERE AL COMPRAR PALMITO?</i>
Lata	147
Vidrio	93
Funda	93
Otro	1
Vacio	31
Total	365



Figura 32. ¿Qué tipo de envase prefiere al comprar palmito?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Para la población la presentación en lata es más cómoda y económica según la experiencia en sus adquisiciones mensuales.

Tabla 28.

Criterio Priorizado

	<i>Criterio Priorizado</i>
Positivo	218
Negativo	147
Total	365



Figura 33. Criterio Priorizado

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos tabulados del porqué de esta pregunta tenemos un factor positivo en cuanto a la presentación en lata del producto.

6) ¿En qué supermercado compraría usted la nueva marca de Palmito?

- a. Supermaxi
- b. Tía
- c. Santa María
- d. Tienda de barrio
- e. AKÍ

¿Por qué? _____

Tabla 29.

Figura No. 6

	<i>¿EN QUE SUPERMERCADO COMPRARIA USTED LA NUEVA MARCA DE PALMITO?</i>
Supermaxi	3
Tía	99
Santa María	0
Tienda de barrio	36
AKÍ	196
Vacio	31
Total	365



Figura 34. ¿En que supermercado compraría usted la nueva marca de palmito?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La preferencia de los consumidores es en la cadena de supermercados la Favorita “AKÍ”, ya que es un local nuevo y con mayor surtido, nosotros debemos enfocarnos a tenerlos en nuestra cartera de clientes.

Tabla 30.

Criterios recopilados

Tabla N° 28 a	
	<i>Criterios recopilados</i>
Cercanía	104
Variedad	207
Economía	54
Total	365



Figura 35. Criterios recopilados

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Observando los criterios de los encuestados, tenemos que el factor por el cual adquirirían el producto en el local indicado es por la variedad que presentan en su stock.

7) ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de comprar una conserva de palmito?

- a. Empaque
- b. Contenido nutricional
- c. Sabor
- d. Precio
- e. Otro.....

Tabla 31.

Pregunta No. 7

	¿QUÉ ASPECTO TOMA EN CUENTA AL MOMENTO DE ADQUIRIR UNA CONSERVA DE PALMITO?
Empaque	80
Contenido Nutricional	86
Sabor	60
Precio	108
Otro	31
Total	365

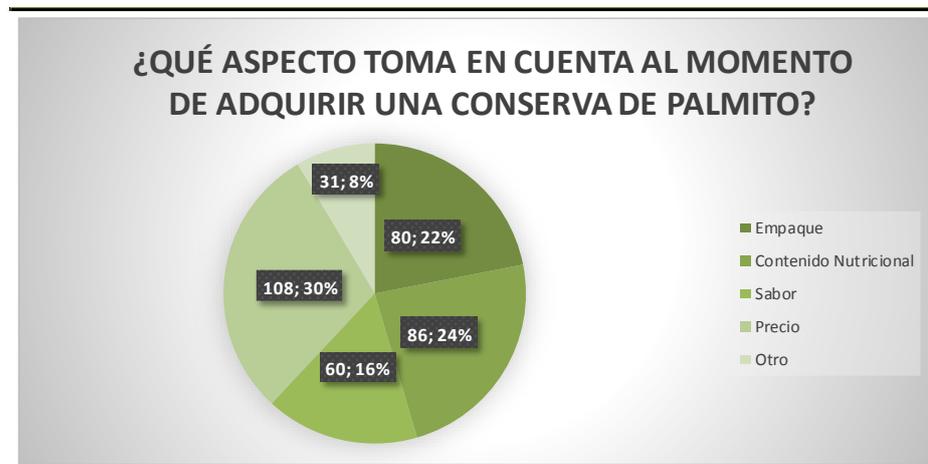


Figura 36. ¿Qué aspecto toma en cuenta al momento de adquirir una conserva de palmito?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Para los clientes el principal factor al momento de comprar la conserva de palmito es el precio.

8) ¿En presentación de cuantos gramos usted compra la conserva de palmito?

- a. 150gr.-200gr.
- b. 250gr. – 400gr.
- c. 450gr. – 600gr.
- d. Otro.....

Tabla 32.

Pregunta No. 8

	<i>¿EN PRESENTACIÓN DE CUANTOS GRAMOS USTED COMPRA LA CONSERVA DE PALMITO?</i>
150gr.-200gr.	123
250gr. – 400gr.	204
450gr. – 600gr.	0
Otro	7
Vacio	31
Total	365



Figura 37. ¿En presentación de cuantos gramos usted compra la conserva de palmito?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La presentación que necesitan para su consumo es en lata que está en un promedio entre 250gr – 400gr.

9) ¿Cuál es el rango del precio que usted paga de acuerdo a la cantidad indicada en la pregunta anterior?

- a. 1. - 2.
- b. 3. - 4.
- c. 6. - 8.
- d. Otro.....

Tabla 33.

Pregunta No. 9

¿CUAL ES EL RANGO DEL PRECIO QUE USTED PAGA DE ACUERDO A LA CANTIDAD INDICADA EN LA PREGUNTA ANTERIOR?	
1. - 2.	102
3. - 4.	206
6. - 8.	0
Otro	26
Vacio	31
Total	365



Figura 38. ¿Cuál es el rango del precio que usted paga de acuerdo a la cantidad indicada en la pregunta anterior?

Fuente: Tabulación de la encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: El los datos obtenidos de la encuesta podemos observar que el rango del precio justo para el consumidor es de \$3.50.

Tabla 34.*Datos de la Encuesta*

Datos de la Encuesta		
Aceptación		
Si	308	0.84
No	57	0.16
	365	1.00
Frecuencia		
Semanal	7	0.02
Mensual	207	0.57
Trimestral	120	0.33
Otros	31	0.08
	365	1.00
Precio		
1. - 2.	52	0.14
3. - 4.	207	0.57
6. - 8.	0	0.00
Otros	106	0.29
	365	1.00
Competencia		
Si	100	0.27
No	265	0.73
	365	1.00

$$A = 7422 * 0.84$$

$$A = 6262.95$$

$$F = 6262.95 * 0.57 * 12$$

$$F = 42622.36$$

$$P = \frac{3+4}{2} = 3.5$$

$$P = \$ 149.178.27$$

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.02. Oferta

Es la cantidad de bienes y servicios que un cierto número de oferentes o llamados productores están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca Urbina, 2010).

3.02.01. Oferta Histórica

Para el proyecto la oferta histórica se puede calcular tomando en cuenta los datos obtenidos en el estudio del mercado, ya que recién estamos implementando la empresa y no tenemos datos propios para determinar esta oferta.

Tabla 35.

Oferta Histórica

Oferta Histórica				
Año	Gustadina	SNOB	Facundo	Oferta Hitórica
2009	35820.00	39833	32936.00	108589.00
2010	35610.00	39647	33021.00	108278.00
2011	36036.00	39964	33986.00	109986.00
2012	36392.00	40012	34426.00	110830.00
2013	37934.00	40654	35843.00	114431.00
2014	38102.00	41021	36401.00	115524.00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos al momento se sondear el mercado haciendo la encuesta, tenemos como resultado una oferta histórica representada en la tabla anterior.

3.02.02. Oferta Actual

En la investigación por medio de la encuesta se determinó que el 73% de los encuestados menciona no estar satisfecho con lo ofrecido en el mercado que nos favorece para nuestro proyecto. La competencia no ha cubierto con la demanda, porque se encarga a la exportación del producto y no se han concentrado en el consumo local. El precio está basado por los recursos de la producción en relación con lo que el cliente está dispuesto a pagar.

Tabla 36.

Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación	Oferta proyectada
2015	\$ 153.056,91	0,27	\$ 41.933,40

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.02.03. Oferta Proyectada

En la siguiente tabla se detalla la proyección de la oferta según los datos de la encuesta para cinco años, donde se indicará bajo el procedimiento del método basado de obtención de información que es la encuesta.

Tabla 37.

Oferta Proyectada

Oferta Proyectada			
Año	Demanda proyectada	Aceptación	Oferta proyectada
2016	\$ 153.056,91	0,27	\$ 41.933,40
2017	\$ 157.036,39	0,27	\$ 43.023,67
2018	\$ 161.119,33	0,27	\$ 44.142,28
2019	\$ 165.308,44	0,27	\$ 45.289,98
2020	\$ 169.606,46	0,27	\$ 46.467,52

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.03. Producto sustituto

Al referirse al palmito existe una variedad de productos sustitutos, vegetales que pueden suplantarlos como zanahoria, brócoli, tomate, pimiento, entre otros, la creciente tendencia por el consumo de vegetales cada vez es más notoria ya que son bajos en grasas, calorías y no contienen colesterol.

Colocamos los productos sustitutos que hay:

Tabla 38.

Producto Sustituto

Producto Sustituto			
Producto sustituto	Características del producto	Valor agregado propuesto	Análisis del valor agregado
 Cabecitas de espárragos	\$ 3,05 Se cosecha inmaduro Se obtiene de dos tipos blancos y verdes. Es un alimento que no aporta muchos nutrientes al organismo		La facilidad de transportarla
 Choclos en miniatura o de cocktail	Se usan semillas hídricas certificadas \$ 4,15 Se obtiene solo en la costa Contiene calorías y nutrientes		Muy practicas para las recetas gourmet
 Palmito en conserva	\$ 2,41 Se cosecha cuando esta maduro Existen varios tipos de especies No tiene restricción por estacionalidad Es rico en Hierro y otros nutrientes Es rico en fibra	Un producto rico en vitaminas y fibra, necesario para satisfacer las necesidades del organismo saludablemente.	Muy importante para llevar un estilo de vida saludable.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.04. Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (Baca Urbina, 2010)

El estudio de mercado tiene como finalidad determinar el número de posibles consumidores para poder ofertar el producto en sus nuevas técnicas de producción, es así que existen varios análisis para determinar las fuerzas que afectarían al requerimiento al interior del mercado.

3.04.01. Demanda histórica

Para nuestro proyecto no tenemos demanda histórica porque recién estamos implementando la empresa, pero vamos a tomar referencia el crecimiento poblacional por la población efectiva tomada para el estudio.

Tabla 39.

Demanda Histórica

Demanda Histórica			
Año	Demanda Actual	Tasa poblacional	Demanda Proyectada
2009	6506,03	1,026	6675
2010	6679,70	1,026	6853
2011	6858,01	1,026	7036
2012	7041,08	1,026	7224
2013	7229,03	1,026	7417
2014	7422,00	1,026	7615

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.04.02. Demanda actual

Los datos obtenidos en las encuestas nos demuestran una demanda actual de 149178.27 en la población efectiva del proyecto.

Tabla 40.

Demanda Actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa poblacional	Demanda Actual
2015	\$ 149.178,27	1,026	\$ 153.056,91

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.04.03. Demanda proyectada

La demanda proyectada para nuestro proyecto se calcula con los resultados de la encuesta multiplicado por el crecimiento poblacional del sector, en este caso Quininde con un 2.6%.

Tabla 41.

Demanda Proyectada

Demanda Proyectada			
Año	Demanda Actual	Tasa poblacional	Demanda Proyectada
2015	\$ 149.178,27	1	\$ 149.178,27
2016	\$ 149.178,27	1,026	\$ 153.056,91
2017	\$ 153.056,91	1,026	\$ 157.036,39
2018	\$ 157.036,39	1,026	\$ 161.119,33
2019	\$ 161.119,33	1,026	\$ 165.308,44
2020	\$ 165.308,44	1,026	\$ 169.606,46

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.04.03.01. Demanda proyectada referencial

Esta demanda se calcula con la población referencial multiplicada por el crecimiento del sector, para nuestro caso es Esmeraldas por el crecimiento poblacional de 2.6%.

Tabla 42.

Demanda Proyectada Referencial

Demanda Proyectada Referencial			
Año	Demanda Actual	Tasa poblacional	Demanda Proyectada
2015	\$ 534.092,00	1,03	\$ 547.978,39
2016	\$ 547.978,39	1,03	\$ 562.225,83
2017	\$ 562.225,82	1,03	\$ 576.843,69
2018	\$ 576.843,69	1,03	\$ 591.841,63
2019	\$ 591.841,63	1,03	\$ 607.229,51
2020	\$ 607.229,51	1,03	\$ 623.017,48

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.04.03.02. Demanda proyectada potencial

Esta demanda se calcula con la población potencial multiplicada por el crecimiento del sector, para nuestro caso es Quininde por el crecimiento poblacional de 2.6%.

Tabla 43.

Demanda Proyectada Potencial

Demanda Proyectada Potencial			
Año	Demanda Actual	Tasa poblacional	Demanda Proyectada
2015	\$ 135.948,00	1,026	\$ 139.482,65
2016	\$ 139.482,65	1,026	\$ 143.109,20
2017	\$ 143.109,20	1,026	\$ 146.830,04
2018	\$ 146.830,04	1,026	\$ 150.647,62
2019	\$ 150.647,62	1,026	\$ 154.564,46
2020	\$ 154.564,46	1,026	\$ 158.583,14

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.04.03.03. Demanda proyectada efectiva

Esta demanda se calcula con la población efectiva multiplicada por el crecimiento del sector, para nuestro caso es El Duana por el crecimiento poblacional de 2.6%.

Tabla 44.

Demanda Proyectada Efectiva

Demanda Proyectada Efectiva			
Año	Demanda Actual	Tasa poblacional	Demanda Proyectada
2015	\$ 7.422,00	1,026	\$ 7.614,97
2016	\$ 7.614,97	1,026	\$ 7.812,96
2017	\$ 7.812,96	1,026	\$ 8.016,10
2018	\$ 8.016,10	1,026	\$ 8.224,52
2019	\$ 8.224,52	1,026	\$ 8.438,36
2020	\$ 8.438,36	1,026	\$ 8.657,76

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

3.05. Demanda insatisfecha

Es la cantidad de bienes y servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre lo cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones actuales en las cuales se hizo el cálculo. (Baca Urbina, 2010)

Se calcula restando la demanda proyectada por la oferta proyectada, esa diferencia es la que debemos cubrir, para nuestro proyecto la demanda insatisfecha para el 2016 es de 111.123,51.

Tabla 45.*Demanda insatisfecha*

Demanda insatisfecha				
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha	
2016	\$ 153.056,91	\$ 41.933,40	\$	111.123,51
2017	\$ 157.036,39	\$ 43.023,67	\$	114.012,72
2018	\$ 161.119,33	\$ 44.142,28	\$	116.977,05
2019	\$ 165.308,44	\$ 45.289,98	\$	120.018,45
2020	\$ 169.606,46	\$ 46.467,52	\$	123.138,93

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Podemos observar en la tabla la demanda que debemos cubrir en el mercado.

Capítulo IV

Estudio técnico

Es el diseño de una planta de manufactura y la optimización de todas sus áreas, incluso las actividades que se realizan en cada una de ellas, es una de las partes de la metodología de la evaluación de proyectos más desafiantes. (Baca Urbina, 2010).

4.01. Tamaño del proyecto

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada puesto de la empresa. Este aspecto no es tan importante como para limitar el proyecto, ya que con frecuencia se ha dado de que, cuando se maneja tecnología avanzada, vienen técnicos extranjeros a operar los equipos. Aun así, hay que prevenir los obstáculos en este punto, para que no se ha impedimento en el tamaño y operación de la planta. (Baca Urbina, 2010)

Para la capacidad óptima de la empresa Palmito's S.A. está dado por departamentos detallados en la siguiente tabla:

Tabla 46.*Tamaño del proyecto*

Tamaño del proyecto	
Terreno	500m ²
Cerramiento	300m ²
Área de producción	144m ²
Área de ventas	56m ²
Área de administrativa y financiera	56m ²
Área de bodega	100m ²
Baños	45m ²
Parqueadero	200m ²

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Para el proyecto de factibilidad para la producción de conservas de palmitos, tiene en su estructura un terreno de capacidad instalada de 500m² que va a ser ubicado en las afueras de Quininde vía Santo Domingo sector El Duana. La distribución total de la empresa queda dividida de la siguiente manera:

Tabla 47.*Distribución de la Empresa*

Razones de cercanía		Códigos de cercanía	
A	Absolutamente que este cerca	1	Por proceso
E	Especialmente que este cerca	2	Por gestión administrativa
I	Importante que este cerca	3	Por conveniencia
O	Cercanía ordinaria	4	Por seguridad
U	Cercanía indiferente	5	Por higiene
X	Cercanía indeseable		

Fuente: Ing. Juan Guevara Samaniego

Elaborado por: Suquilanda Tamara

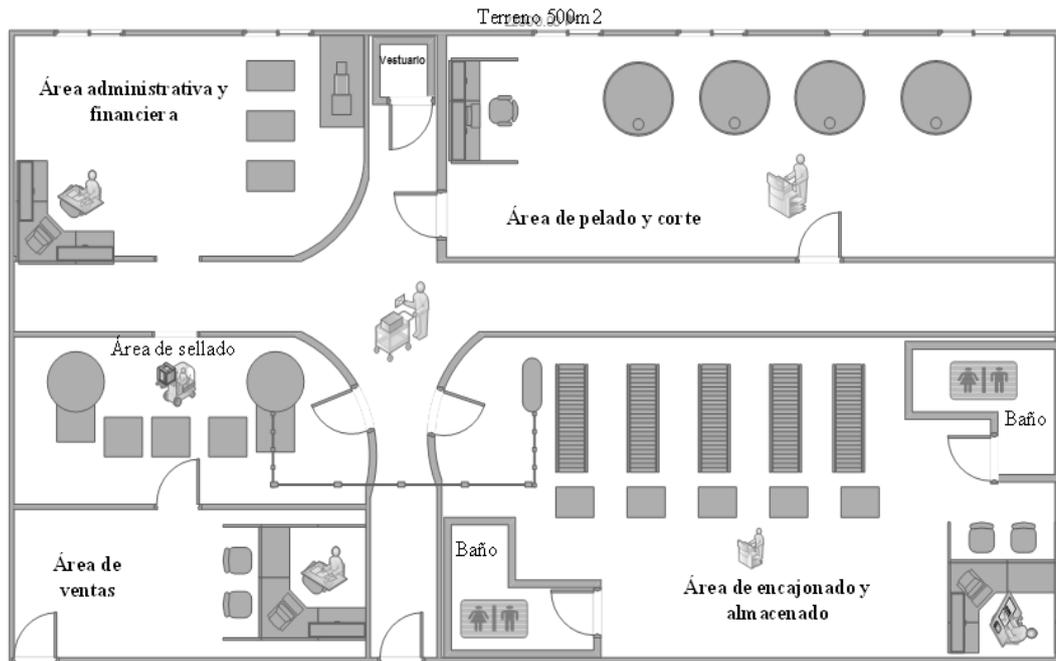


Figura 39. Distribución de Planta

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 48.

Matriz Triangular

Matriz Triangular					
Área de Producción	E3	I1	I3	E3	O5
Área de ventas	E1	I1	E3	E3	O5
Área Administrativa y financiera	E2	I2	E3	U5	
Área de embarque	E1	U5	O5		
Bodega	O5				
Baños					

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

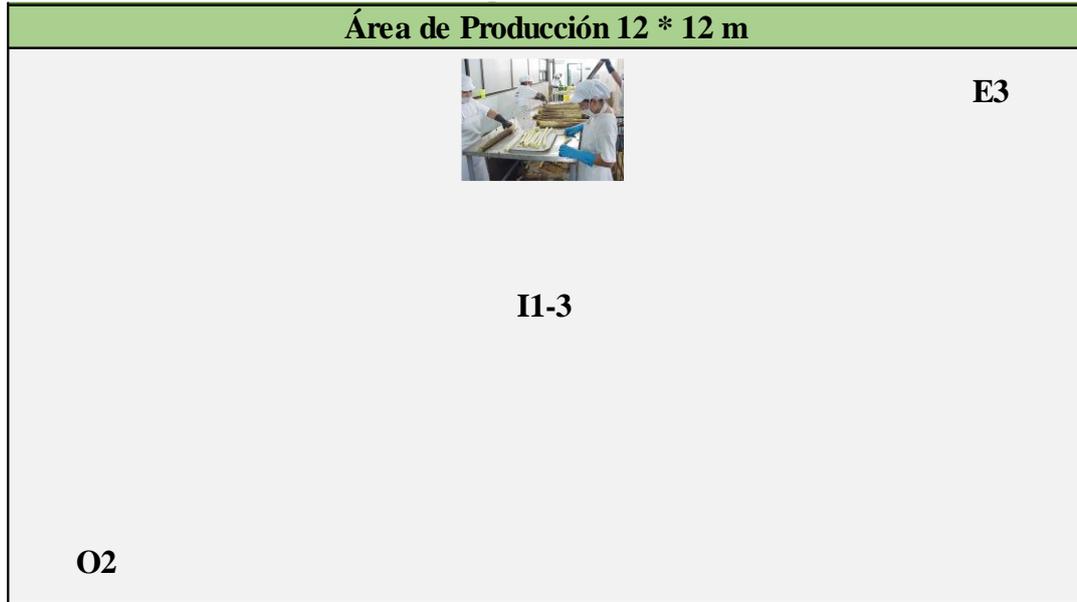


Figura 40. Área de Producción

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

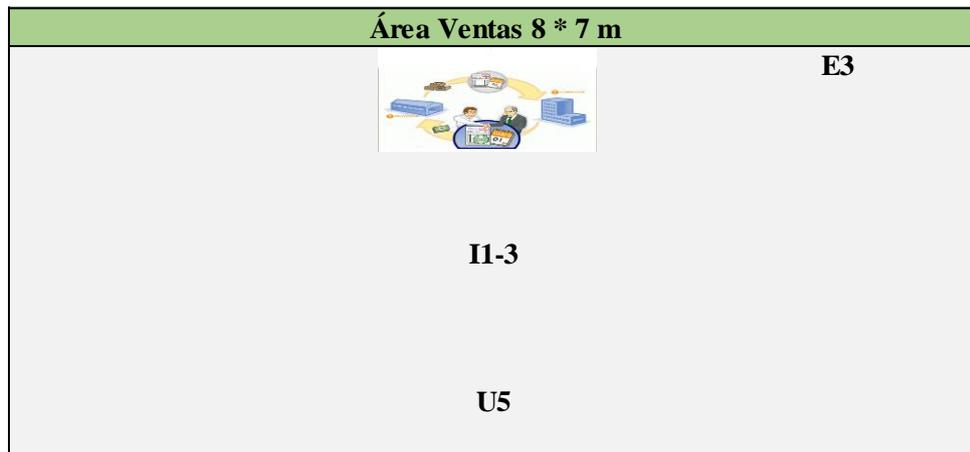


Figura 41. Área de Ventas

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

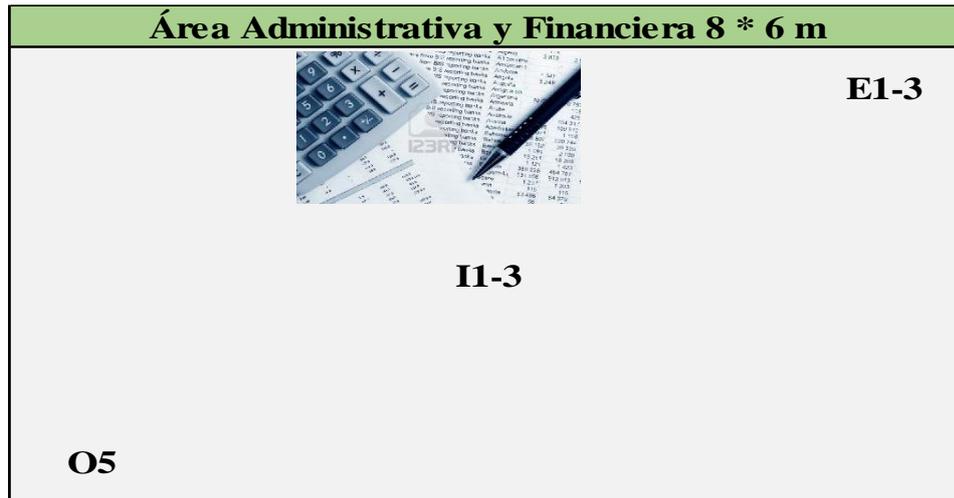


Figura 42. Área Administrativa y Financiera

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

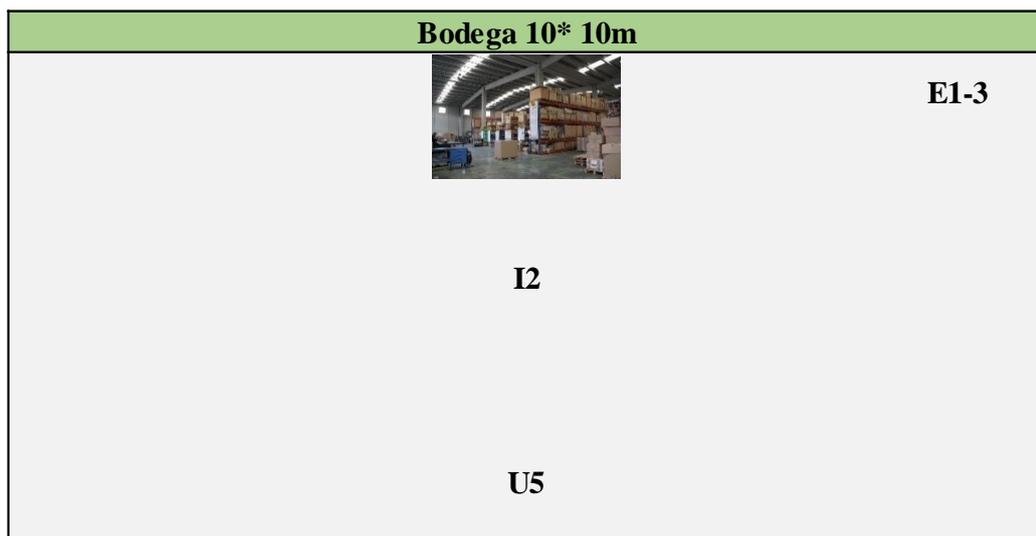


Figura 43. Bodega

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara



Figura 44. Baño

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.02. Localización

La localización determina dos aspectos importantes en el desarrollo del proyecto donde está la macro localización y micro localización. Nuestro proyecto está localizado en la provincia de Esmeraldas, cantón Quininde, parroquia El Duana. La agricultura está entre las principales ocupaciones de esta población. Cuentan casi el total de las viviendas con servicios básicos con acceso a internet. La educación es baja, aún existe analfabetismo a las afueras de la ciudad.

Tabla 49.

Localización

Localización					
Sectores	Nivel de Seguridad	Nivel Socio económico	Nivel cultural	Tendencia de crecimiento	Localización óptima
Cube 717 km ²	0,5	0,5	0,5	0,25	1,75
Chura 204 km ²	0,25	0,5	0,5	0,5	1,75
El Duana 469 km ²	0,75	0,75	0,5	0,75	2,75

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Para la localización más óptima según la matriz es en la parroquia El Duana con una población de 7.422

4.02.01. Macro localización

En la macro localización se analizará el siguiente cual es la mejor región para el proyecto siendo la costa la más favorable, con un clima subtropical y tropical, lluvioso y con suelos aptos para el cultivo.

Tabla 50.

Macro-localización

Macrolocalización	
País	Ecuador
Provincia	Esmeraldas
Cantón	Quininde
Parroquia	El Duana
Extensión	469km ²

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.02.02. Micro localización

Por efectos de costo y cercanía al producto se realizará el análisis de tres alternativas para desarrollar las conservas de palmito detalladas a continuación:

Tabla 51.

Cube

Cube	
Tamaño	717 km ²
Obras físicas	En proyecto
Cercanía y accesos	Con dificultad
Transporte	Con dificultad
Servicios básicos	Con transformadores
Precio del terreno	\$ 5.000

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 52.

Chura

Chura	
Tamaño	204 km ²
Obras físicas	Vías en buen estado
Cercanía y accesos	Con dificultad
Precio del terreno	\$ 6.500

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 53.

El Duana

El Duana	
Tamaño	469 km ²
Obras físicas	Vías en buen estado
Cercanía y accesos	Si
Transporte	Público y Recorridos
Servicios básicos	Cuenta con todos los servicios
Precio del terreno	\$ 5.000

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 54.

Matriz de Sectores

Matriz de Sectores			
	Cube	Chura	El Duana
Tamaño	0,75	0,25	0,5
Obras físicas	0,25	0,5	0,75
Cercanía y accesos	0,25	0,25	0,75
Transporte	0,25	0,5	0,5
Servicios básicos	0,25	0,5	1
Precio del terreno	0,75	0,75	0,5
Total	2,5	2,75	4

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 55.

Matriz de priorización

Matriz de priorización					
	Cube	Chura	El Duana	Total	Priorización
Cube		0,25	0,25	0,5	3
Chura	0,75		0,25	1	2
El Duana	0,75	0,75		1,5	1

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La localización es óptima porque en los dos sectores también investigados tienen un grado creciente en el nivel de pobreza debido a su alta población rural con faltas de oportunidades de trabajo bien remunerado y la falta de educación. Además que el lugar escogido tiene cercanía al puerto de embarque, disponibilidad de mano de obra, servicios básicos y sobre todo los insumos necesarios para desarrollar el proyecto.

4.02.02.01. Áreas del sector

Áreas del sector macro



Figura 45. Mapa de Quininde

Fuente: Google map

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Área del sector micro



Figura 46. Mapa El Duana

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.03. Ingeniería del proyecto

Se entiende por ingeniería de proyecto, la etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo. En el desarrollo de un proyecto de inversión a la ingeniería le corresponde Definir: Todas las máquinas y equipos necesarios para el funcionamiento del establecimiento productivo; lugar de implantación del proyecto; las actividades necesarias para el suministro de los insumos y de los productos; los requerimientos de recursos humanos; las cantidades requeridas de insumos y productos.

- Diseñar el plan funcional y material de la planta productora.
- Determinar las obras complementarias de servicios públicos.
- Definir los dispositivos de protección ambiental.
- Determinar gastos de inversión y costos durante la operación.

- Planear el desarrollo del proyecto durante la instalación y operación. Es importante definir algunos conceptos básicos para poder realizar la ingeniería de proyecto.

4.03.01. Diagrama de procesos

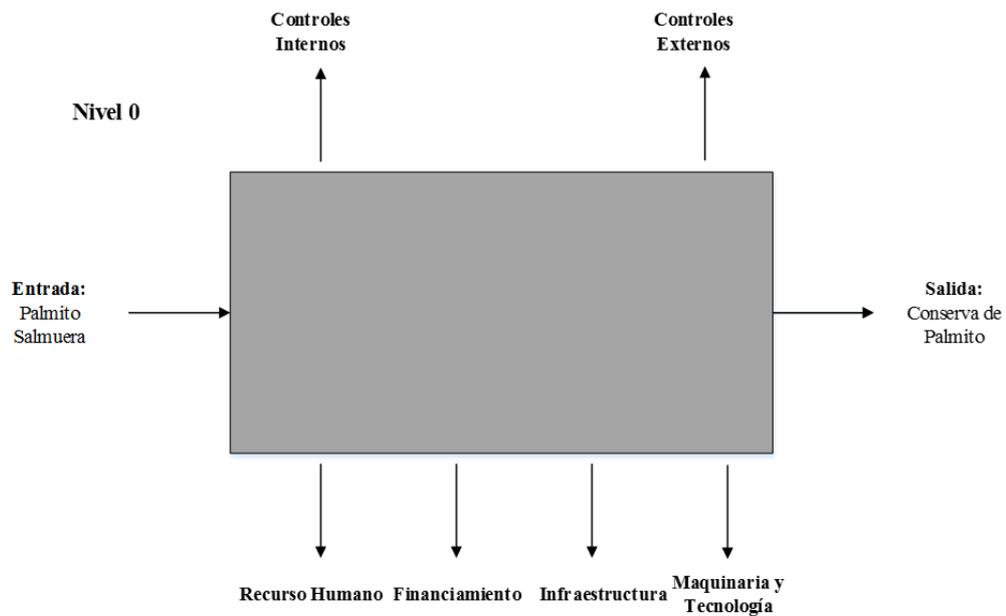


Figura 47. Macro proceso del Palmito

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

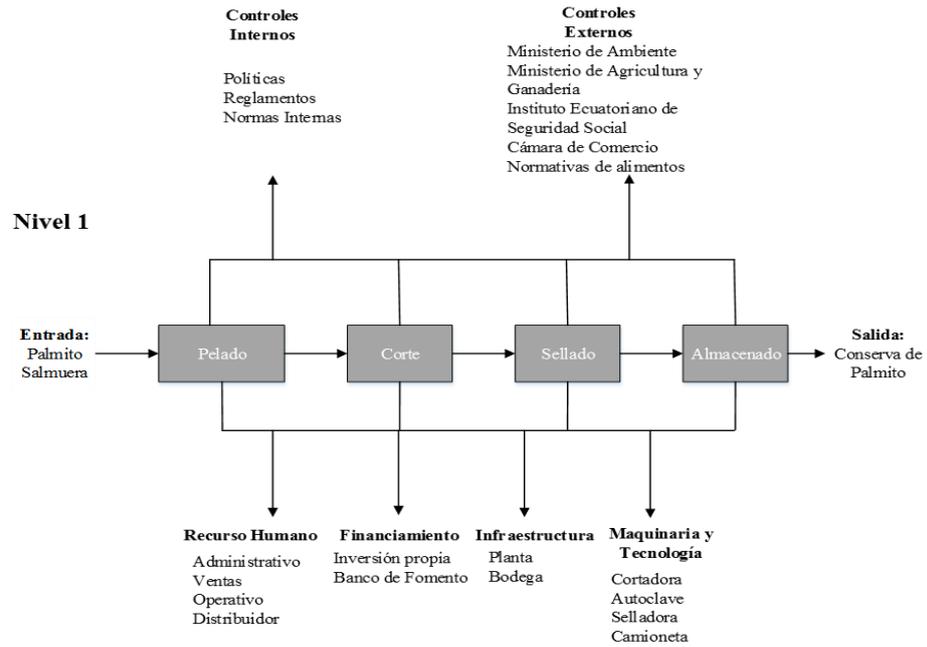


Figura 48. Procesos del Palmito

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.03.02. Flujos de procesos

El proceso para realizar la producción de conservas de palmito es a través de actividades o llamadas tareas para el orden secuencial y da la transformación de la materia prima en producto terminado.

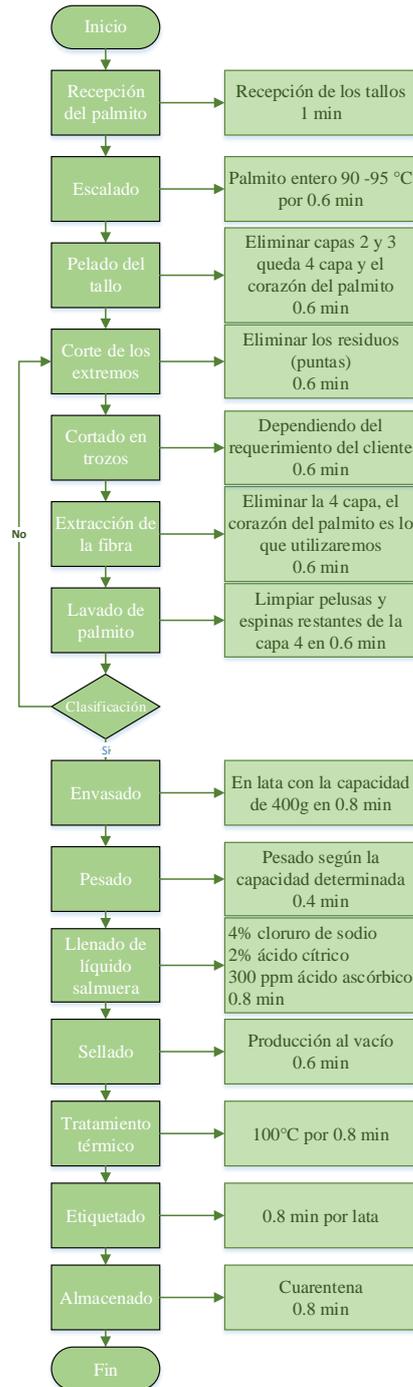


Figura 49. Diagrama de flujo del palmito en conserva

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.03.03. Estructura organizacional

Estructura Simple de Posicionamiento: Se representa con un mínimo de personal que son denominados núcleo de personal y línea media, llevando la coordinación mediante supervisión directa. Solo un pequeña parte de los comportamientos se encuentran estandarizados y la planificación es mínima.

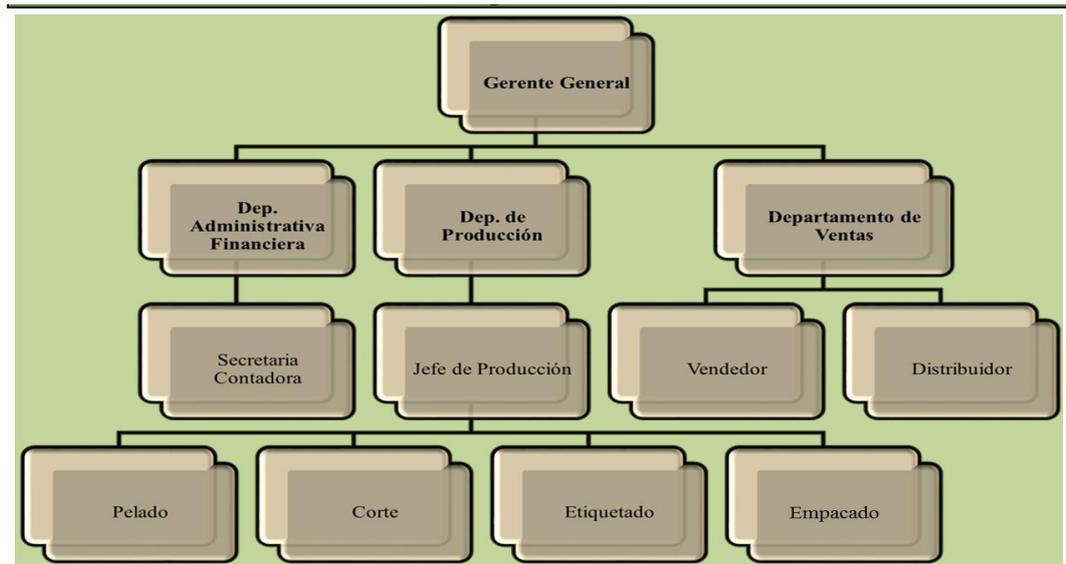


Figura 50. Estandarización y planificación

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.03.03.01. Descripciones de estructura organizacional

Tabla 56.

Descripción de la Estructura Funcional

Palmito's S.A.	
Descripción de la Estructura Funcional	
Gerente General	<p>Planifica las metas y objetivos. Firma la representación legal de la empresa. Supervisa y administra el endeudamiento de la empresa. Supervisa los ingresos y egresos de dinero de la empresa. Administra el talento humano.</p>
Secretaria Contadora	<p>Asiste a la Gerencia General en el aspecto administrativo. Apoya a la organización y distribución de productos. Da seguimiento a los pagos y cobros. Lleva la parte contable de la empresa. Ejecuta actividades de recepción en la empresa.</p>
Jefe de Producción	<p>Ejecuta la transformación de los tallos de palmito en el producto final. Controla la calidad, seguridad e higiene del producto. Supervisa el estado de la materia prima. Administra y motiva al talento humano a su cargo. Optimiza los recursos disponibles.</p>
Operarios	<p>Opera las maquinas de acuerdo a lo indicado. Realiza el proceso de desinfección en su área de trabajo. Cumple con las metas de producción establecidas. Organiza el área de trabajo y el producto final para almacenarlo. Da cumplimiento a los requerimientos de la empresa.</p>
Vendedor	<p>Desarrolla estrategias de publicidad para las ventas. Realiza investigación de marketing así como de los precios. Amplia la cartera de clientes. Apoya en las negociaciones con los agricultores de la zona. Administra los tiempos de entrega y los canales de distribución.</p>
Distribuidor	<p>Cumple con las rutas establecidas y en los tiempos indicados. Cuida el producto desde la salida hasta la entrega final. Lleva de manera ordenada los documentos de respaldo. Estudia nuevas rutas para su distribución.</p>

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.04. Marketing del proyecto

4.04.01. Creación de la marca

Para la creación de la marca se siguen parámetros básicos de marketing para llegar a posicionarse en la mente de los consumidores y se debe seguir creando estrategias innovadoras que conquisten a mercados expuestos a alta competitividad. Las marcas son lo que la gente hace de ellas a lo largo de su vida, junto con las modas, las preferencias y el amor que generan. (EKOS, s.f.)

4.04.02. Creación del slogan o filosofía

Slogan

“Una delicia natural”

4.04.03. Estrategia del producto o servicio

Para introducir nuestro producto al mercado utilizaremos el marketing mix.

Producto: La conserva de palmito es un producto gourmet bajo en grasa y de excelente calidad, con un toque de color marfil y un sabor inigualable, elaborado a base de palmito para el deleite del consumidor. Rico en proteínas, fibra, minerales y vitaminas.

Nombre comercial: Palmito's S.A. es el nombre que se utiliza para identificar al palmito en conserva, se deriva del nombre de la materia prima utilizada, que encaja con el mercado; logrando diferenciarlo de los demás productos. El logotipo ilustrativo, representa de manera explicativa el producto que se está ofertando y comercializando.



Figura 51. Palmitin

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Envase: De acuerdo al estudio de mercado los encuestados determinaron que le envase preferido para el consumo de palmito es en lata de 400gr. Por lo tanto el proyecto se generará en base a estos lineamientos.

Etiqueta: Como nombre de la empresa se ha establecido "Palmito's S.A." y el producto Corazones de Palmito donde se mostrará los siguientes datos:



Figura 52. Etiquetas

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Precio: Es el valor monetario que se da por un producto al instante de venderlo. Para determinar el precio de nuevos producto que quieren ingresar al mercado hay que tomar en cuenta ciertas estrategias que podrían influir en la penetración del producto, en nuestro caso tenemos precios referenciales de la competencia con los que nos podemos guiar como indica la siguiente tabla:

Tabla 57.

Precios de la Referencia

Precios de la Referencia	
Marcas	Precio
Gustadina	\$ 2,58
SNOB	\$ 2,76
Facundo	\$ 2,79
Precio Palmito's S.A.	\$ 2,41
Precio de la encuesta	\$ 3,50

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Publicidad: El presente proyecto deberá utilizar publicidad directa pues el mercado al que se pretende ingresar tiene competencia muy posicionada. Por lo que se debe considerar un alto rubro de inversión en publicidad que impacte al cliente, así se podrá ganar una buena imagen inicial e ir ganando espacio en la mente del consumidor; entre estos tenemos publicidad por internet (redes sociales), páginas web, material P.O.P, entre otros.

Plaza: Como se estableció en el estudio de mercado en la ciudad de Quinde existen dos supermercados que tienen mayor afluencia de los clientes estos son AKÍ y Tía los mismos que se mantienen en el mercado por su reconocimiento bien forjado; los cuales tendremos que hacer alianzas para tenerlos en nuestra cartera de clientes.

4.05. Cronograma del proyecto

Tabla 58.

Cronograma del Proyecto

Palmito's S.A.			
Actividades	Fecha de inicio	Duración	Fecha Final
Implementación de maquinaria	01-01-16	60	01/03/2016
Acondicionamiento de las instalaciones	1-3-16	31	01/04/2016
Producción de las conservas de palmito	1-4-16	60	31/05/2016
Respuesta de los clientes	1-6-16	183	01/12/2016
Estudios de estrategias de fidelización	1-12-16	14	15/12/2016
Estudio financiero anual	15-12-16	15	30/12/2016
Reportes anuales	31-12-06	0	31/12/2106

Fuente: Diagrama de Gantt

Elaborado por: Suquilanda Tamara

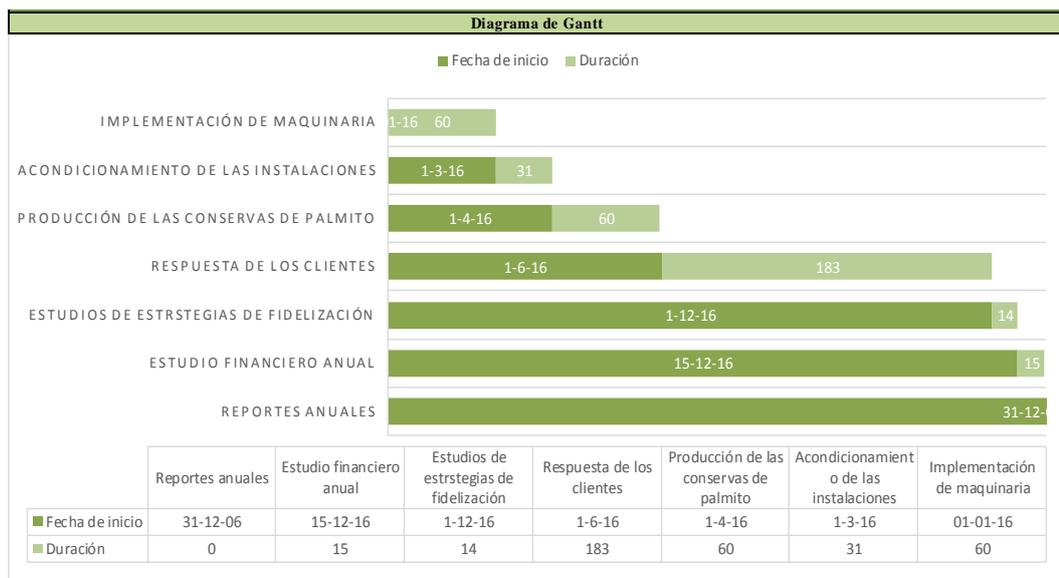


Figura 53. Diagrama de Gantt

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Capítulo V

Estudio financiero

El estudio financiero es considerado como una herramienta como una herramienta que permite determinar la cuantía o el monto de la inversión que requiere el proyecto; así como la proyección de costos y gastos. (Guevara, 2014)

5.01. Ingresos

Un ingreso es una recuperación voluntaria y deseada de activo, es decir, un incremento de los recursos económicos. Se deriva de las transacciones realizadas por la empresa con el mundo exterior que dan lugar a alteraciones positivas en el patrimonio neto de la misma. (económico, s.f.)

Tabla 59.

Ingresos

Ingresos			
Palmito's S.A.			
Años	Ingreso actual	Tasa de crecimiento del sector	Ingreso Anual
2015 (base)	\$ 278.023,39	1	\$ 278.023,39
2016	\$ 278.023,39	1,088	\$ 302.489,45
2017	\$ 302.489,45	1,088	\$ 329.108,52
2018	\$ 329.108,52	1,088	\$ 358.070,08
2019	\$ 358.070,08	1,088	\$ 389.580,24
2020	\$ 389.580,24	1,088	\$ 423.863,30

Fuente: Producción de Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Dentro de los ingresos tenemos los ingresos operacionales que son los que se relacionan directamente con la razón de ser del negocio. Y si un ingreso no corresponde al objetivo social de la empresa, se lo considera un ingreso no operacional. (Guevara, 2014)

Para iniciar el cálculo de los ingresos operacionales se debe tener los costos indispensables para una industria como son:

- Mano de obra directa
- Materia prima directa
- Costos indirectos de fabricación

Mano de obra directa: Se considera a la mano de obra directa el esfuerzo físico y mental que se aplica durante el proceso de elaboración de algún bien o servicio.

Tabla 60.

Mano de obra directa

Palmito's S.A.							
Concepto	Sueldo mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	- Aporte personal	Total mensual	Total anual
Jefe de producción	\$ 480,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 39,98	\$ 45,36	\$ 554,62	\$ 6.655,49
Operario 1 Pelado	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 33,45	\$ 409,04	\$ 4.908,42
Operario 2 Corte	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 33,45	\$ 409,04	\$ 4.908,42
Operario 3 Etiquetado	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 33,45	\$ 409,04	\$ 4.908,42
Operario 4 Empacado	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 33,45	\$ 409,04	\$ 4.908,42
Total						\$ 2.190,76	\$ 26.289,18

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Para la puesta en marcha del proyecto contamos con la siguiente mano de obra directa que tiene un total anual de \$26.289,18

Materia prima directa: Es los recursos que vamos a utilizar para llegar al producto final.

Tabla 61.

Materia prima directa

Palmito's S.A.						
Producción mensual	Cantidad	Materia prima	Costo unitario	Valor unitario	Costo mensual	Costo anual
9600	0,5	Palmito	\$ 0,08	\$ 0,04	\$ 384,00	\$ 4.608,00
9600	0,2	Salmuera	\$ 1,60	\$ 0,32	\$ 3.072,00	\$ 36.864,00
Total				\$ 0,36	\$ 3.456,00	\$ 41.472,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Para la puesta en marcha del proyecto necesitamos los recursos antes detallados para la producción de conservas de palmito.

Costos Indirectos de fabricación: Son todos los costos que están inmensos con la elaboración del producto exceptuando la mano de obra directa y la materia prima directa, los elementos que no están directamente relacionados con la elaboración del producto serán considerados costos indirectos.

Tabla 62.

Costo indirecto de fabricación

Palmito's S.A.					
Detalle	Cantidad	Medida	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Latas	2400,00	unidad	\$ 0,08	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Etiquetas	2400,00	unidad	\$ 0,04	\$ 80,00	\$ 960,00
Uniformes de planta	4,00	unidad	\$ 28,00	-	\$ 112,00
Guantes	20,00	unidad	\$ 1,50	\$ 30,00	\$ 360,00
Mascarillas	20,00	unidad	\$ 0,60	\$ 12,00	\$ 144,00
Total				\$ 282,00	\$ 3.496,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Otros Herramientas y equipos: Para el proceso de producción se necesita otros materiales como los que se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 63.

Herramientas y equipos

Herramientas y equipos				
Palmito's S.A.				
Herramientas	Costo	Cantidad	Mensual	Anual
Cuchillo de acero inoxidable	\$ 15,00	5	\$ 75,00	\$ 900,00
Tanques plástico	\$ 15,00	2	\$ 30,00	\$ 60,00
Gabetas plásticas	\$ 16,00	4	\$ 64,00	\$ 256,00
Total				\$ 1.216,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Servicios básicos: Son los utilizados para la transformación de la materia prima en producto terminado.

Tabla 64.

Servicios Básicos

Palmito's S.A.				
Concepto	Costo	Cantidad	Mensual	Anual
Luz	\$ 280,00	1	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Agua	\$ 200,00	1	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Teléfono	\$ 58,00	1	\$ 58,00	\$ 696,00
Internet	\$ 28,00	1	\$ 28,00	\$ 336,00
Combustible(gas)	\$ 15,00	4	\$ 60,00	\$ 720,00
Total			\$ 626,00	\$ 7.512,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Producción Anual: El proceso productivo de las técnicas de producción está determinado por los tiempos de producción diaria que luego se realiza el cálculo en cada actividad que se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 65.
Producción Anual

Palmito's S.A.					
Concepto	Minutos diarios	Tiempo por gabetas de 120 latas	Producción diaria	Producción mensual	Producción anual
Operario 1	480	9,6	120	2400	28800
Operario 2	480	9,6	120	2400	28800
Operario 3	480	9,6	120	2400	28800
Operario 4	480	9,6	120	2400	28800
Total				9600	115200

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.02. Costos

El costo en general es la medida de lo que lo que cuesta algo. En términos económicos, el costo de un producto o servicio es el valor de los recursos económicos utilizados para su producción. (Contabilidad, s.f.)

5.02.01. Gastos administrativos

Se denominan gastos administrativos a aquellos contraídos en el control y la dirección de una organización, peor no directamente identificables con la financiación, la comercialización, o las operaciones de producción. Los salarios de los altos ejecutivos y los costes de los servicios generales. (financiera, s.f.)

Tabla 66.
Gastos de personal administrativos

Palmito's S.A.								
Concepto	Cantidad	Sueldo Mensual	Décimo tercer	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Aporte personal 9,45%	Valor Mensual	Valor anual
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 66,64	\$ 75,60	\$ 924,37	\$ 11.092,48
Secretaria Contadora	1	\$ 580,00	\$ 48,33	\$ 48,33	\$ 48,31	\$ 54,81	\$ 670,17	\$ 8.042,05
Vendedor	1	\$ 354,00	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 29,49	\$ 33,45	\$ 409,04	\$ 4.908,42
Distribuidor	1	\$ 480,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 39,98	\$ 45,36	\$ 554,62	\$ 6.655,49
Total							\$ 2.558,20	\$ 30.698,44

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.02.02. Costo de venta

Son costos de ventas los que incurren para producir un artículo para ser vendidos durante un periodo contable. Cada unidad vendida tiene un costo de venta que se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$\text{Costo de venta} = \text{Inventario} + \text{Compras y gastos} - \text{Inventario al final del periodo.}$$

Tabla 67.

Gastos de Ventas

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor mensual	Valor anual
Publicidad	1	\$ 200,00	\$ 40,00	\$ 200,00
Material P.O.P	1	\$ 280,00	\$ 280,00	\$ 3.360,00
Combustible	4	\$ 20,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Total			\$ 400,00	\$ 4.520,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.02.03. Costo financiero

El costo financiero es la principal variable que se debe tener en cuenta al elegir un préstamo personal, prendario o hipotecario, ya que es el mejor indicador del costo global que deberá afrontar el cliente, está compuesto por la tasa de interés nominal anual y por todos aquellos costos asociados a la operación que impliquen la retribución de un servicio efectivamente prestado o un genuino reintegro de gastos. (Bancario, s.f.)

Tabla 68.

Costo financiero

Costo Financiero				
	2016	2017	2018	Total
Costo financiero	\$ 28.545,85	\$ 27.032,73	\$ 25.519,60	\$ 81.098,18

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Para el financiamiento hacemos un préstamo de \$74.100,00 al banco de Fomento con un interés de 10.21% a 3 años.

4.02.04. Costo fijo y variable

4.02.04.01. Costo fijo

Los costos fijos son gastos de la actividad que no dependen del nivel de bienes y servicios producidos por la empresa. Con frecuencia se hace referencia a ellos con el término gastos generales. Los costos fijos no están fijados de manera permanente, cambiarán con el tiempo, pero no varían con la cantidad de producción. (Financiera, s.f.)

Tabla 69.
Costos fijos

Costos Fijos							
Concepto	Mensual	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Depreciación	\$ 580.08	\$ 6.961.00	\$ 6.961.00	\$ 6.961.00	\$ 6.961.00	\$ 6.961.00	\$ 6.961.00
Amortización de la inversión diferida	\$ 50.67	\$ 608.00	\$ 608.00	\$ 608.00	\$ 608.00	\$ 608.00	\$ 608.00
Sueldos Administrativos							
Jefe de producción	\$ 554.62	\$ 6.655.49	\$ 6.655.49	\$ 6.655.49	\$ 6.655.49	\$ 6.655.49	\$ 6.655.49
Operario 1 Pelado	\$ 409.04	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42
Operario 2 Corte	\$ 409.04	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42
Operario 3 Etiquetado	\$ 409.04	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42
Operario 4 Empacado	\$ 409.04	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42	\$ 4.908.42
Servicios básicos							
Luz	\$ 280.00	\$ 3.360.00	\$ 4.560.00	\$ 4.560.00	\$ 4.560.00	\$ 4.560.00	\$ 4.560.00
Agua	\$ 200.00	\$ 2.400.00	\$ 2.400.00	\$ 2.400.00	\$ 2.400.00	\$ 2.400.00	\$ 2.400.00
Teléfono	\$ 68.00	\$ 816.00	\$ 816.00	\$ 816.00	\$ 816.00	\$ 816.00	\$ 816.00
Internet	\$ 28.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00	\$ 336.00
Combustible	\$ 60.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00	\$ 720.00
Materiales de limpieza							
Escoba	\$ 7.50	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00	\$ 90.00
Trapeador	\$ 5.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Recojedor	\$ 3.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00	\$ 36.00
Desinfectante	\$ 9.20	\$ 110.40	\$ 110.40	\$ 110.40	\$ 110.40	\$ 110.40	\$ 110.40
Limpiones	\$ 14.40	\$ 172.80	\$ 172.80	\$ 172.80	\$ 172.80	\$ 172.80	\$ 172.80
Cloro	\$ 6.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00
Ambiental	\$ 12.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00
Guantes	\$ 12.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00
Baldes	\$ 5.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Materiales de oficina							
Cartuchos	\$ 12.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00	\$ 144.00
Lapiz corrector	\$ 2.50	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Lapiz	\$ 0.42	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
Marcadores	\$ 2.33	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00	\$ 28.00
Sobres manila	\$ 2.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00
Borrador	\$ 0.13	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50	\$ 1.50
Lapiceros	\$ 4.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00
Tinta para la esponjilla	\$ 0.23	\$ 2.75	\$ 2.75	\$ 2.75	\$ 2.75	\$ 2.75	\$ 2.75
Esponjilla	\$ 0.15	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80
Cinta scotch	\$ 1.25	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00	\$ 15.00
Reglas	\$ 0.15	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80	\$ 1.80
Clips	\$ 0.75	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 9.00	\$ 9.00
Grapas	\$ 4.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00	\$ 48.00
Saca grapas	\$ 0.42	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00	\$ 5.00
Hoja A4	\$ 10.85	\$ 130.15	\$ 130.15	\$ 130.15	\$ 130.15	\$ 130.15	\$ 130.15
Total Costo Fijos	\$ 3.572.78	\$ 42.873.38	\$ 44.073.37				

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

4.02.04.02. Costo variable

Los costos variables son los que cambian en proporción a la actividad de una empresa. El costo variable es la suma de los costos marginales en todas las unidades producidas. Así los costos fijos y variables constituyen al costo total. (Financiera, s.f.)

Tabla 70.

Costos variables

Costos Variables							
Concepto	Mensual	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Materia prima directa	\$ 3.456,00	\$ 41.472,00	\$ 42.612,48	\$ 43.784,32	\$ 44.988,39	\$ 46.225,57	\$ 47.496,78
Mano de obra directa	\$ 2.190,76	\$ 26.289,18	\$ 27.012,13	\$ 27.754,96	\$ 28.518,23	\$ 29.302,48	\$ 30.108,29
Costo indirecto de fabricación	\$ 1.018,67	\$ 12.224,00	\$ 12.560,16	\$ 12.905,56	\$ 13.260,47	\$ 13.625,13	\$ 13.999,82
Gasto de ventas	\$ 376,67	\$ 4.520,00	\$ 4.644,30	\$ 4.772,02	\$ 4.903,25	\$ 5.038,09	\$ 5.176,64
Total costos variable	\$ 7.042,10	\$ 84.505,18	\$ 86.829,07	\$ 89.216,87	\$ 91.670,33	\$ 94.191,27	\$ 96.781,53

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03. Inversiones

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable. (financiera, Inversiones, s.f.)

Tabla 71.
Inversión Total

Palmito's S.A.			
Concepto	Valor	Recurso Propio	Recurso Financiado
Inversión en activo Fijo			
Infraestructura	\$ 45.200,00	\$ -	\$ 45.200,00
Maquináries y equipos	\$ 26.300,00	\$ -	\$ 26.300,00
Vehículo	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ -
Equipo de Cómputo	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 210,00	\$ -	\$ 210,00
Muebles y Enseres	\$ 2.390,00	\$ -	\$ 2.390,00
Total Activos fijos	\$ 84.200,00	\$ 10.100,00	\$ 74.100,00
Activos diferidos			
Gasto de constitución	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ -
Total Activos diferidos	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ -
Capital de trabajo			
Costo de producción	\$ 79.985,18	\$ 79.985,18	\$ -
Gasto administrativo	\$ 30.698,44	\$ 30.698,44	\$ -
Gasto de venta	\$ 4.520,00	\$ 4.520,00	\$ -
Total capital de trabajo	\$ 115.203,62	\$ 115.203,62	\$ -
Total Inversión	\$ 200.011,62	\$ 125.911,62	\$ 74.100,00
Participación	100%	61,56%	38,44%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03.01. Activos nominales

Los activos nominales o intangibles son inversiones en derechos y otros necesarios para la puesta en marcha del proyecto, por ejemplo: patentes, licencias, gastos de organización y puesta en marca, derechas de llave, imprevistos y otros.

Tabla 72.

Activos nominales

Activos Nominales			
Palmito's S.A.			
Gastos de constitución	Valor	Vida útil	Valor total
Estudio de factibilidad	400	1	\$ 400,00
Patente Municipal	80	1	\$ 80,00
Ministerio de Salud	60	1	\$ 60,00
Permiso de Bomberos	68	1	\$ 68,00
Total			\$ 608,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03.02. Activos fijos

Activos tangibles o intangibles que se presume son de naturaleza permanente porque son necesarios para las actividades normales de una compañía y no serán vendidos o desechados en el corto plazo, ni por razones comerciales. (Enciclopedia Financiera, s.f.)

Tabla 73.

Cuadro de activos

Palmito's S.A.				
Máquina	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Terreno				
	Terreno	1	\$ 10.200,00	\$ 10.200,00
	Infraestructura	1	\$ 35.000,00	\$ 35.000,00
Total Infraestructura y Terreno				\$ 45.200,00
Vehículos				
	Camioneta Chevrolet	1	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00
Total Vehículos				\$ 8.000,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

CONTRIBUIR A IMPULSAR AL CAMBIO DE LA MATRIZ PRODUCTIVA, MEDIANTE EL DESARROLLO DE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL PROCESAMIENTO Y COMERCIALIZACIÓN DE CONSERVAS DE PALMITO, EN EL CANTÓN QUININDE, PROVINCIA DE ESMERALDAS 2015.

Tabla 74.

Maquinaria y Equipos

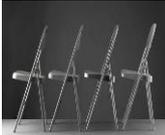
Maquinaria y equipos				
	Bandas sin fin	2	\$ 8.000,00	\$ 16.000,00
	Tanques de acero inoxidable	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
	Balanza industrial	1	\$ 550,00	\$ 550,00
	Mesa de trabajo	4	\$ 400,00	\$ 1.600,00
	Dosificador	1	\$ 750,00	\$ 750,00
	Máquina selladora	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
	Autoclave	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
	Etiquetadora	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Total Maquinaria y equipos				\$ 26.300,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 75.

Muebles y enseres

Muebles y enseres				
	Archivadores de documentos	4	\$ 260,00	\$ 1.040,00
	Estanterías	4	\$ 50,00	\$ 200,00
	Sillas giratorias	2	\$ 50,00	\$ 100,00
	Set de silla	1	\$ 50,00	\$ 50,00
	Muebles y modulares	2	\$ 320,00	\$ 640,00
	Escritorio	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Total muebles y enseres				\$ 2.390,00
Equipo de computación				
	Computador de escritorio	2	\$ 800,00	\$ 1.600,00
	Impresora Multifunción	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Total equipos de computación				\$ 2.100,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Tabla 76.

Equipos de Oficina

Equipos de oficina				
	Teléfono	2	\$ 55,0	\$ 110,0
	Sumadoras	2	\$ 35,00	\$ 70,00
	Grapadora	4	\$ 5,00	\$ 20,00
	Perforadora	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Total equipos de oficina				\$ 210,00
TO TAL ACTIVOS FIJOS				\$ 84.200,00

Fuente: Investigación de mercado

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03.03. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la capacidad de una empresa para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Este puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo. (Enciclopedia financiera, s.f.)

Tabla 77.*Capital de trabajo*

Capital de trabajo	
Costo de producción	\$ 79.985,18
Gasto administrativo	\$ 30.698,44
Gasto de venta	\$ 4.520,00
Total capital de trabajo	\$ 115.203,62

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03.04. Fuente de financiamiento y uso de fondos

La fuente de financiamiento es por medio del banco de fomento, el uso principal es para la adquisición de los activos de la empresa y los gastos que incurren durante el proceso.

5.03.05. Amortización de financiamiento

Es el cargo anual que se hace para la recuperación de la inversión, se utiliza para el financiamiento para la adquisición de los activos de la empresa.

Tabla 78.

Tabla de amortización del préstamo

Tabla de amortización del préstamo					
Monto	\$	74.100,00			
Plazo		3			
Bco. de Fomento		10,21%			
Pago		mensual			

Años	Monto	Interés	Capital pagado	Cuota	Saldo					
2016	\$	74.100,00			\$	74.100,00				
1	\$	74.100,00	\$	378,28	\$	2.436,61	\$	2.058,333	\$	72.041,67
2	\$	72.041,67	\$	367,77	\$	2.426,11	\$	2.058,333	\$	69.983,33
3	\$	69.983,33	\$	357,26	\$	2.415,60	\$	2.058,333	\$	67.925,00
4	\$	67.925,00	\$	346,76	\$	2.405,09	\$	2.058,333	\$	65.866,67
5	\$	65.866,67	\$	336,25	\$	2.394,58	\$	2.058,333	\$	63.808,33
6	\$	63.808,33	\$	325,74	\$	2.384,07	\$	2.058,333	\$	61.750,00
7	\$	61.750,00	\$	315,23	\$	2.373,57	\$	2.058,333	\$	59.691,67
8	\$	59.691,67	\$	304,73	\$	2.363,06	\$	2.058,333	\$	57.633,34
9	\$	57.633,34	\$	294,22	\$	2.352,55	\$	2.058,333	\$	55.575,00
10	\$	55.575,00	\$	283,71	\$	2.342,04	\$	2.058,333	\$	53.516,67
11	\$	53.516,67	\$	273,20	\$	2.331,54	\$	2.058,333	\$	51.458,34
12	\$	51.458,34	\$	262,69	\$	2.321,03	\$	2.058,333	\$	49.400,00
2017			\$	3.845,85	\$	28.545,85	\$	24.700,00		
1	\$	49.400,00	\$	252,19	\$	2.310,52	\$	2.058,333	\$	47.341,67
2	\$	47.341,67	\$	241,68	\$	2.300,01	\$	2.058,333	\$	45.283,34
3	\$	45.283,34	\$	231,17	\$	2.289,50	\$	2.058,333	\$	43.225,00
4	\$	43.225,00	\$	220,66	\$	2.279,00	\$	2.058,333	\$	41.166,67
5	\$	41.166,67	\$	210,16	\$	2.268,49	\$	2.058,333	\$	39.108,34
6	\$	39.108,34	\$	199,65	\$	2.257,98	\$	2.058,333	\$	37.050,01
7	\$	37.050,01	\$	189,14	\$	2.247,47	\$	2.058,333	\$	34.991,67
8	\$	34.991,67	\$	178,63	\$	2.236,97	\$	2.058,333	\$	32.933,34
9	\$	32.933,34	\$	168,12	\$	2.226,46	\$	2.058,333	\$	30.875,01
10	\$	30.875,01	\$	157,62	\$	2.215,95	\$	2.058,333	\$	28.816,67
11	\$	28.816,67	\$	147,11	\$	2.205,44	\$	2.058,333	\$	26.758,34
12	\$	26.758,34	\$	136,60	\$	2.194,93	\$	2.058,333	\$	24.700,01
2018			\$	2.332,73	\$	27.032,73	\$	24.700,00		
1	\$	24.700,01	\$	126,09	\$	2.184,43	\$	2.058,333	\$	22.641,67
2	\$	22.641,67	\$	115,59	\$	2.173,92	\$	2.058,333	\$	20.583,34
3	\$	20.583,34	\$	105,08	\$	2.163,41	\$	2.058,333	\$	18.525,01
4	\$	18.525,01	\$	94,57	\$	2.152,90	\$	2.058,333	\$	16.466,68
5	\$	16.466,68	\$	84,06	\$	2.142,40	\$	2.058,333	\$	14.408,34
6	\$	14.408,34	\$	73,55	\$	2.131,89	\$	2.058,333	\$	12.350,01
7	\$	12.350,01	\$	63,05	\$	2.121,38	\$	2.058,333	\$	10.291,68
8	\$	10.291,68	\$	52,54	\$	2.110,87	\$	2.058,333	\$	8.233,34
9	\$	8.233,34	\$	42,03	\$	2.100,36	\$	2.058,333	\$	6.175,01
10	\$	6.175,01	\$	31,52	\$	2.089,86	\$	2.058,333	\$	4.116,68
11	\$	4.116,68	\$	21,02	\$	2.079,35	\$	2.058,333	\$	2.058,33
12	\$	2.058,33	\$	10,51	\$	2.068,84	\$	2.058,333	\$	-
			\$	819,61	\$	25.519,60	\$	24.700,00		

Fuente: Financiamiento Bco. Fomento

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03.06. Depreciaciones

La depreciación contable tiene lugar en el estudio del valor de los activos. Todos los bienes tienen una vida útil estimada como resultado de la utilización o el desgaste por su uso. Esta partida de valor a lo largo del tiempo es lo que se denomina depreciación, y debido a que plasmaremos nuestros esquemas y nuestros datos en un libro de contabilidad, podemos decir que estamos hablando de la depreciación contable. (Métodos de depreciación, s.f.)

Tabla 79.

Depreciaciones

Palmito's S.A.									
Ítem	Valor de compra	Vida útil del proyecto	2016	2017	2018	2019	2020	Total	Valor Residual
Infraestructura	\$ 35.000,00	20,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 1.750,00	\$ 8.750,00	\$ 26.250,00
Vehículo	\$ 8.000,00	5,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 8.000,00	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ 26.300,00	10,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 2.630,00	\$ 13.150,00	\$ 13.150,00
Muebles y Enseres	\$ 2.390,00	10,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 239,00	\$ 1.195,00	\$ 1.195,00
Equipos de Oficina	\$ 210,00	5,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 42,00	\$ 210,00	\$ -
Equipos de Computación	\$ 2.100,00	3,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	-	-	\$ 2.100,00	\$ -
Total			\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.261,00	\$ 6.261,00	\$ 33.405,00	40595,00

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03.07. Estado de Situación Inicial

Estado de Situación inicial o también conocido como balance general, es un estado financiero básico donde se refleja la situación financiera de la empresa en un determinado tiempo con sus recursos y su financiamiento.

Tabla 80.

Estado de situación inicial

Palmito's S.A.			
Estado de situación inicial			
al 30 de marzo de 2015			
Activos		Pasivos	
Activos corrientes		Pasivo Corriente	
Caja Bancos	\$ 115.203,62	Cuentas por pagar	\$ 0,00
Cuenta por cobrar	\$ 0,00	Documentos por pagar	\$ 0,00
Inventarios	\$ 0,00	Pasivo largo plazo	\$ 0,00
Inversiones	\$ 0,00	Préstamo	\$ 74.100,00
Otros activos			
Gasto de constitución	\$ 608,00		
Total activo corrientes	\$ 115.811,62	Total pasivo	\$ 74.100,00
Activos fijos		Patrimonio	
Terreno	\$ 45.200,00	Capital	\$ 125.911,62
Vehiculos	\$ 8.000,00		
Maquinaria y equipos	\$ 26.300,00		
Muebles y enseres	\$ 2.390,00		
Equipo de computación	\$ 2.100,00		
Equipo de oficina	\$ 210,00		
Total activos fijos	\$ 84.200,00	Total Patrimonio	\$ 125.911,62
Total Activos	\$ 200.011,62	Total Pasivo y patrimonio	\$ 200.011,62

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.03.08. Estado de Resultados

En el estado de resultado de la empresa Palmito's S.A. se registra la información final de los ingresos y los costos de producción que entrega el análisis financiero.

Tabla 81.
Estado de resultado proyectado desde 2015 al 2020

Palmito S.A.						
Estado de resultado proyectado desde 2015 al 2020						
	2015 (Base)	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 278.023,39	\$ 302.489,45	\$ 329.108,52	\$ 358.070,08	\$ 389.580,24	\$ 423.863,30
(-) Costo de producción		\$ 82.184,77	\$ 84.444,85	\$ 86.767,08	\$ 89.153,18	\$ 91.604,89
(-) Gasto administrativo		\$ 36.967,43	\$ 37.984,04	\$ 39.028,60	\$ 40.101,89	\$ 41.204,69
(-) Gasto de ventas		\$ 4.644,30	\$ 4.772,02	\$ 4.903,25	\$ 5.038,09	\$ 5.176,64
(-) Gasto financiero		\$ 3.845,85	\$ 2.332,73	\$ 819,61	-	-
(-) Depreciaciones		\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.261,00	\$ 6.261,00
(-) Amortización del diferido		\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00
Utilidad Bruta		\$ 167.278,10	\$ 192.005,89	\$ 219.802,14	\$ 248.418,09	\$ 279.008,09
(+/-) Otros ingresos o gastos		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Utilidad operacional		\$ 167.278,10	\$ 192.005,89	\$ 219.802,14	\$ 248.418,09	\$ 279.008,09
(-) 15% participación		\$ 25.091,71	\$ 28.800,88	\$ 32.970,32	\$ 37.262,71	\$ 41.851,21
Utilidad antes de impuesto		\$ 142.186,38	\$ 163.205,00	\$ 186.831,82	\$ 211.155,37	\$ 237.156,87
(-) 22% Impuesto a la renta		\$ 31.281,00	\$ 35.905,10	\$ 41.103,00	\$ 46.454,18	\$ 52.174,51
Utilidad Neta		\$ 110.905,38	\$ 127.299,90	\$ 145.728,82	\$ 164.701,19	\$ 184.982,36

5.03.09. Flujo de caja

Los flujos de caja son importantes porque nos permite evitar un excesivo endeudamiento o una posible iliquidez. Los flujos de caja son las variaciones de entrada y salida de efectivo, en un periodo dado en una empresa.

Tabla 82.

Flujo de efectivo Proyectado desde 2015 al 2020

Flujo de efectivo Proyectado desde 2015 al 2020						
	2015 (Base)	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	\$ 278.023,39	\$ 302.489,45	\$ 329.108,52	\$ 358.070,08	\$ 389.580,24	\$ 423.863,30
(-) Costo de producción		\$ 82.184,77	\$ 84.444,85	\$ 86.767,08	\$ 89.153,18	\$ 91.604,89
(-) Gasto administrativo		\$ 36.967,43	\$ 37.984,04	\$ 39.028,60	\$ 40.101,89	\$ 41.204,69
(-) Gasto de ventas		\$ 4.644,30	\$ 4.772,02	\$ 4.903,25	\$ 5.038,09	\$ 5.176,64
(-) Gasto financiero		\$ 3.845,85	\$ 2.332,73	\$ 819,61	-	-
(-) Depreciaciones		\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.261,00	\$ 6.261,00
(-) Amortización del diferido		\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00
Utilidad Bruta		\$ 167.278,10	\$ 192.005,89	\$ 219.802,14	\$ 248.418,09	\$ 279.008,09
(+/-) Otros ingresos o gastos		-	-	-	-	-
(+) Saldo a favor de depreciación		-	-	-	-	\$ 40.595,00
(=) Utilidad operacional		\$ 167.278,10	\$ 192.005,89	\$ 219.802,14	\$ 248.418,09	\$ 319.603,09
(-) 15% participación		\$ 25.091,71	\$ 28.800,88	\$ 32.970,32	\$ 37.262,71	\$ 41.851,21
Utilidad antes de impuesto		\$ 142.186,38	\$ 163.205,00	\$ 186.831,82	\$ 211.155,37	\$ 237.156,87
(-) 22% Impuesto a la renta		\$ 31.281,00	\$ 35.905,10	\$ 41.103,00	\$ 46.454,18	\$ 52.174,51
Utilidad Neta		\$ 110.905,38	\$ 127.299,90	\$ 145.728,82	\$ 164.701,19	\$ 184.982,36
(+) Depreciaciones		\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.261,00	\$ 6.261,00
(+) Amortización del diferido		\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00
(-) Amortización de la deuda		-\$ 28.545,85	-\$ 27.032,73	-\$ 25.519,60	-	-
(-) Compra de activo fijo		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Inversión	-\$ 84.808,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Capital de trabajo	-\$ 115.203,62	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Deuda	\$ 74.100,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Depósito de garantía	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(=) Flujo de caja del período	-\$ 125.911,62	\$ 89.928,53	\$ 107.836,18	\$ 127.778,22	\$ 171.570,19	\$ 191.851,36

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.04. Evaluación

5.04.01. Tasa de descuento

Se obtiene de la suma de la tasa activa, tasa pasiva y la media de la inflación.

Tabla 83.

TMAR o tasa de descuento

TMAR o tasa de descuento	
Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	8,28
(+) Tasa Pasiva	4,61
TMAR	12,89
Inflación	2,75
Tasa de descuento	15,64%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

5.04.02. VAN

El valor actualizado neto (VAN) es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y de los pagos generados por una inversión. Proporciona una medida de la rentabilidad del proyecto analizado en valor absoluto, es decir expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. (Diccionario económico, s.f.)

Los criterios generalmente aceptados por los evaluadores de proyectos mencionan que:

- Si el valor del VAN es mayor a 1 el proyecto es viable.
- Si el valor del VAN es menor a 1 el proyecto no es viable.

- Si el valor de VAN es igual a cero el proyecto es indiferente.

Tabla 84.

VAN

VAN	
TMAR	15,64%
Inversión	\$ (200.011,62)
Año 2016	\$ 89.928,53
Año 2017	\$ 107.836,18
Año 2018	\$ 127.778,22
Año 2019	\$ 171.570,19
Año 2020	\$ 191.851,36
VAN	\$ 198.667,16

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos del VAN indica que es de \$198.667,16 de una inversión de \$193.099,62 así indica que le proyecto es viable.

5.04.03. TIR

La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno a tasa de descuento que hace el valor actual neto de todos los flujos de efectivo de una determinada inversión igual a cero. (Enciclopedia financiera, s.f.)

Los criterios de la TIR indica que:

- Si el valor de la TIR es mayor que la TMAR el Proyecto es rentable.
- Si el valor de la TIR es menor que la TMAR el Proyecto no es rentable.

Tabla 85.
TIR

TIR	
Inversión	\$ (200.011,62)
Año 2016	\$ 89.928,53
Año 2017	\$ 107.836,18
Año 2018	\$ 127.778,22
Año 2019	\$ 171.570,19
Año 2020	\$ 191.851,36
TIR	51,41%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los cálculos que hicimos del proyecto obtuvimos una TIR de 51,41% lo cual determina que el proyecto es rentable porque es mayor que la TMAR.

5.04.04. Periodo de recuperación de la inversión

En este periodo podemos calcular el tiempo en años, meses y días en que se va a recuperar lo invertido.

Tabla 86.
Calculo del período de recuperación de la inversión (PRI)

Calculo del periodo de recuperación de la inversión (PRI)				
Años	Flujos actuales	Factor de actualización	Flujos actualizados	Flujos acumulados
2016	\$ 89.928,53	0,87	\$ 78.069,74	\$ 78.069,74
2017	\$ 107.836,18	0,75	\$ 81.270,87	\$ 159.340,61
2018	\$ 127.778,22	0,65	\$ 83.601,19	
2019	\$ 171.570,19	0,57	\$ 97.450,20	
2020	\$ 191.851,36	0,49	\$ 94.599,97	
Total			434991,97	

Inversión	\$	200.011,62	\$	83.601,19	12
(-) Flujo	\$	159.340,61	\$	40.671,01	X
(=)	\$	40.671,01		= 5,84	
Cálculo		5,84		0.13*30	3,9
PRI= 2 Años, 6 meses y 4 días					

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: En los cálculos realizados obtenemos que el periodo de recuperación de la inversión sea en 2 años, 6 meses y 4 días lo que indica que el proyecto es rentable.

5.04.05. Relación Costo beneficio

Se calcula con la sumatoria de todos los flujos actualizados del periodo de recuperación dividido para la inversión total, así se obtendrá la ganancia por cada dólar que se invierte.

Tabla 87.

Relación costo beneficio (R C/B)

Relación Costo beneficio (R C/B)	
Años	Sumatoria de flujos actualizados
2016	\$ 78.069,74
2017	\$ 81.270,87
2018	\$ 83.601,19
2019	\$ 97.450,20
2020	\$ 94.599,97
Total	\$ 434.991,97

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La relación costo beneficio de este proyecto es que por cada \$1 invertido obtendrá una ganancia de \$1.17 centavos lo cual indica que el proyecto es rentable.

5.04.06. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es cuando los beneficios de las ventas son iguales a los costos fijos y costos variables de esta forma se puede calcular con facilidad el punto mínimo de producción al que debe operar para que no incurran en pérdidas. (Samaniego, 2015).

Tabla 88.*Punto de Equilibrio*

Punto de Equilibrio						
Proyección de Costos Anuales						
Concepto	2015 (base)	2016	2017	2018	2019	2020
Costos Fijos						
Depreciación	\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.961,00	\$ 6.261,00	\$ 6.261,00
Amortización de la inversión diferida	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00	\$ 608,00
Sueldos Administrativos	\$ 30.698,44	\$ 31.542,65	\$ 32.410,07	\$ 33.301,35	\$ 34.217,13	\$ 28.226,05
Otros gastos administrativos	\$ 5.779,60	\$ 5.424,79	\$ 5.573,97	\$ 5.727,25	\$ 5.884,75	\$ 6.046,59
Total Costo Fijos	\$ 44.047,04	\$ 44.536,43	\$ 45.553,04	\$ 46.597,60	\$ 46.970,89	\$ 41.141,64
Costos Variables						
Materia prima directa	\$ 41.472,00	\$ 42.612,48	\$ 43.784,32	\$ 44.988,39	\$ 46.225,57	\$ 47.496,78
Mano de obra directa	\$ 26.289,18	\$ 27.012,13	\$ 27.754,96	\$ 28.518,23	\$ 29.302,48	\$ 30.108,29
Costo indirecto de fabricación	\$ 12.224,00	\$ 12.560,16	\$ 12.905,56	\$ 13.260,47	\$ 13.625,13	\$ 13.999,82
Gasto de ventas	\$ 4.520,00	\$ 4.644,30	\$ 4.772,02	\$ 4.903,25	\$ 5.038,09	\$ 5.176,64
Total costos variable	\$ 84.505,18	\$ 86.829,07	\$ 89.216,87	\$ 91.670,33	\$ 94.191,27	\$ 96.781,53
Ventas	\$ 278.023,39	\$ 302.489,45	\$ 329.108,52	\$ 358.070,08	\$ 389.580,24	\$ 423.863,30
Punto de equilibrio	\$ 44.046,73	\$ 44.536,15	\$ 45.552,77	\$ 46.597,34	\$ 46.970,64	\$ 41.141,41
Punto de equilibrio en unidades	\$ 47.479,73	\$ 49.611,61	\$ 51.900,36	\$ 54.969,33	\$ 56.748,56	\$ 51.575,20

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos del punto de equilibrio en el proyecto resulta que para el 2015 tenemos \$44.046,73 y que equivale en unidades 47.479,73.

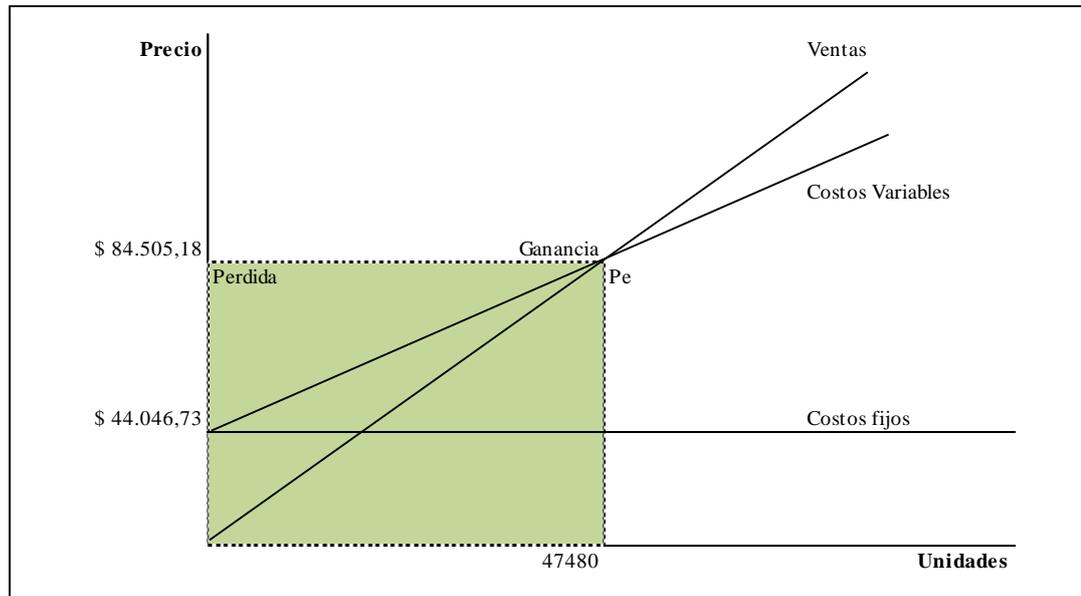


Figura 54. Punto de Equilibrio

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Obtenido los cálculos del punto de equilibrio tenemos como resultado para el 2015 un punto de equilibrio en dólares de \$44.047,04 y en unidades de 47.480 de latas de palmito.

5.04.07. Análisis de sensibilidad financiera.

Estas técnicas no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa. (Baca Urbina Gabriel, Evaluación de proyectos, 2010)

Razones de Apalancamiento

Las razones de apalancamiento o llamadas de deuda son las que miden el grado en que los activos de la empresa han sido financiados, considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios.

Razón de Endeudamiento: La razón de endeudamiento mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de una deuda, en el proyecto fue a través de un préstamo con el banco de fomento.

Tabla 89.

Razón de Endeudamiento

Razón de endeudamiento = $\frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$	
Razón de endeudamiento =	$\frac{\$ 74.100,00}{\$ 84.249,00}$
Razón de endeudamiento =	0,88
Razón de endeudamiento =	88%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: El porcentaje de endeudamiento de la empresa Palmito's S.A. es del 88% el cual se visualiza ir saliendo en el trayecto de su puesta en marcha.

Razón de Apalancamiento Externo: La razón de apalancamiento externo mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos del propietario.

Tabla 90.

Razón Apalancamiento Externo

Razón Apalancamiento Externo = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Capital Contable Total}}$	
Razón Apalancamiento Externo =	$\frac{\$ 74.100,00}{\$ 125.960,62}$
Razón Apalancamiento Externo =	0,59
Razón Apalancamiento Externo =	59%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La relación entre endeudamiento de la empresa Palmito's S.A. y los fondos propios son de 59% el cual se encuentra entre el parámetro considerado.

Razón de Apalancamiento Interno: La razón de apalancamiento interno representa cuantos dólares has sido aportado al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado de terceros.

Tabla 91.

Razón Apalancamiento Interno

Razón Apalancamiento Interno =	$\frac{\text{Capital Contable Total}}{\text{Pasivo Total}}$
Razón Apalancamiento Interno =	$\frac{\$ 125.960,62}{\$ 74.100,00}$
Razón Apalancamiento Interno =	1,70
Razón Apalancamiento Interno =	\$ 1,70

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Con los datos obtenidos la razón de apalancamiento interno de la empresa Palmito's S.A. obtenemos que por cada dólar tomado de terceros, los propietarios invirtieran \$1.70.

Razones de Actividad o de Gerencia

Las razones de gerencia miden la efectividad de la actividad empresarial aquí las actividades a calcular son: rotación del activo fijo y del activo total.

Rotación del Activo Fijo: La rotación del activo fijo mide la relación existente entre el monto de los ingresos y el de la inversión en activos fijos.

Tabla 92.

Rotación del activo fijo

Rotación del activo fijo =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos fijos}}$
Rotación del activo fijo =	$\frac{\$ 278.023,39}{\$ 84.249,00}$
Rotación del activo fijo =	3,30
Rotación del activo fijo =	3,3 veces

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La rotación del proyecto es de 3.3 veces lo que indica que la empresa Palmito's S.A. está generando ingresos equivalentes a 3 veces la inversión en activos fijos.

Rotación del Activo Total: La rotación del activo total mide la relación entre el monto de los ingresos y la inversión total.

Tabla 93.

Rotación del Activo Total

Rotación del Activo Total =	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activos total}}$
Rotación del Activo Total =	$\frac{\$ 278.023,39}{\$ 200.060,62}$
Rotación del Activo Total =	1,39
Rotación del Activo Total =	1,39 veces

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: La rotación del proyecto es de 1.39 que nos indica que está generando ingresos equivalentes a 1 vez la inversión del activo.

Razones de Rentabilidad

Las razones de rentabilidad son las que miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos que dispone.

Margen de Utilidad Neta: El margen de utilidad neta es el indicador que mide el porcentaje que les queda a los propietarios.

Tabla 94.

Margen de utilidad Neta

Margen de utilidad Neta =	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$
Margen de utilidad Neta =	$\frac{\$ 110.905,38}{\$ 278.023,39}$
Margen de Utilidad Neta =	0,40
Margen de Utilidad Neta =	40%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: El margen de utilidad que les queda a los propietarios por operar en la empresa es del 40%.

Rendimiento sobre Activos ROA: El rendimiento sobre los activos o llamado ROA es el indicador que mide el rendimiento que se obtiene sobre la inversión.

Tabla 95.

ROA

ROA=	$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Total de activos}}$
ROA(=)	$\frac{\$ 110.905,38}{\$ 200.060,62}$
ROA(=)	0,55
ROA	55%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es de 55% lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

Rendimiento sobre Patrimonio o Capital Contable ROE: El rendimiento sobre el capital o llamado también ROE es el indicador que mide la rentabilidad que obtiene sobre el patrimonio de la empresa.

Tabla 96.

ROE

ROE= $\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{capital Contable}}$	
ROE(=)	$\frac{\$ 110.905,38}{\$ 125.960,62}$
ROE(=)	0,88
ROE	88%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: El rendimiento sobre el capital de la empresa es del 69% lo que significa que el capital contable crecerá.

Rendimiento sobre la Inversión ROI: El rendimiento sobre la inversión o llamado también como ROI es el indicador que mide la rentabilidad que obtiene la empresa sobre la inversión.

Tabla 97.

ROI

ROI=	Utilidad Neta
ROI(=)	Inversión
ROI(=)	\$ 110.905,38
ROI(=)	\$ 200.011,62
ROI(=)	0,55
ROI	55%

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: El rendimiento sobre la inversión en la empresa es del 55% lo cual significa estar dentro de los parámetros establecidos.

Capítulo VI

Aspectos administrativos

6.01. Impacto ambiental

En el proceso productivo de Palmitos enlatados, se realizan procesos que generan impactos ambientales, por tal motivo es necesario identificar, diseñar e implementar medidas de prevención y minimización.

La empresa realizará campañas de reciclaje para los procesos que se lleven a cabo dentro de las instalaciones. Se dará prioridad a proveedores que se sienten comprometidos con el medio ambiente, empleando buenas técnicas de manufactura en sus procesos.

Dentro de las actividades realizadas en la empresa de producción, se identifican tres de mayor representación con las cuales se puede establecer medidas de manejo que disminuyan y prevengan impactos ambientales. Estas están relacionadas al proceso húmedo, en donde la materia prima es lavada, desinfectada para pasar al proceso de cocción. Para esto se ha previsto disminuir el consumo de agua y utilizar solo lo necesario, igualmente se planea adecuar sistemas de recolección de agua lluvia que garantice la calidad del recurso para ser utilizado en procesos de transformación de alimentos para consumo humano. Adicional a esto, se desarrollarán campañas alusivas a la preservación del medio ambiente en los puntos de venta, tratando temas como reciclaje y el uso adecuado de flora y fauna silvestre.

Tabla 98.

Evaluación Ambiental

Evaluación Ambiental											
Presencia			Duración			Evolución			Calificación Ambiental		
Magnitud	Escala	Observación	Magnitud	Escala	Observación	Magnitud	Escala	Observación	Magnitud	Escala	
Muy bueno	1	Daño severamente permanente	Larga	1	Mas de 1 año 1	Muy rápido	1	Menor de 1 día	Muy alto		8 a 10
Grave severo	0,8	Daño permanente	Muy larga	0,8	6 meses a 1 año	Rápido	0,8	1 día a 1 mes	Alta		6 a < 8
Medio severo	0,5	Daño poco permanente	Moderada	0,5	1 mes a 6 meses	Medio rápido	0,6	1 mes a 6 meses	Media		4 a < 6
Ligeramente severo	0,3	Daños menores al ambiente	Corta	0,3	1 día a 1 mes	Lento	0,4	6 meses a 1 año	Baja		6 a < 4
Naada grave	0,1	Ningun daño en el ambiente	Muy corta	0,1	menor a 1 día	Muy lento	0,2	mas de 1 año	Muy baja		0 a < 2

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

$$Ca = C\{P(aEM+bD)\}$$

Ca= Clase Ambiental
C= Clase expresada por + o - de acuerdo al tipo de impacto
P= Presencia varía entre 0 a 1
E= Evaluación varía entre 0 a 1
M= Magnitud varía entre 0 a 1
D= Duración varia de 0 a 1
A y b = Constante cuya suma debe ser 10

Tabla 99.

Calificación Ambiental

Calificación Ambiental
$Ca = -\{0.5(5*0.4*0.5+5*0.5)\}$
$Ca = -\{0.5(3.5)\}$
$Ca = -(1.75)$

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Análisis: Tenemos un nivel negativo bajo en la evaluación ambiental según los datos obtenidos después de los análisis realizados.

6.02. Impacto socio económico

6.02.01. Impacto social

Palmito's S.A. se caracteriza por ser una empresa el cual vela por los recursos humanos, generar un buen ambiente de trabajo y claridad para sus empleados. Cumpliendo a su vez, con todos los requerimientos legales y tributarios exigidos.

La empresa sería ubicada en las afueras de la ciudad de Quininde, por poseer el clima requerido y este ser considerado estable, además una estructura vial para el transporte de los trabajadores.

6.02.02. Impacto económico

Palmito's S.A. reconocerá ingresos para los emprendedores y para la empresa misma, ya que se proyecta como una organización sólida y rentable a nivel regional, nacional e internacional. Adicionalmente genera ingresos a nivel tributario para el estado y de una u otra forma aumenta el flujo de efectivo de las empresas proveedoras del producto.

6.03. Otros impactos o beneficios

Palmito's S.A. tiene impacto en la economía ecuatoriana, ya que habrá fuente de empleo para los habitantes de la población de Quininde, ayudando a que de esa manera haya circulante. También contribuiremos con la compra de la materia prima en la misma ciudad, con precios justos y sin las clausulas existentes en otras empresas, como la de pagar dependiendo a la oferta que se presenta.

6.04. Presupuesto del proyecto

Tabla 100.

Presupuesto del proyecto

Presupuesto del proyecto	
Total activos	\$ 10.708,00
Capital de trabajo	\$ 115.203,62
Inversión financiera	\$ 74.100,00
Total del presupuesto	\$ 200.011,62

Fuente: Palmito's S.A.

Elaborado por: Suquilanda Tamara

Para nuestro proyecto necesitamos un presupuesto de \$200.001,62 el cual está dividido en las tres partes antes detalladas en la tabla.

Capítulo VII

Conclusiones y recomendaciones

7.01. Conclusiones

- Con el estudio que se realizó en la parroquia El Duana, del cantón Quininde, provincia de Esmeraldas se concluye que el lugar, el tiempo y el clima son viables para el proyecto detallado en el capítulo 1 anteriormente. Teniendo en cuenta las causas y las consecuencias del porque no es conocido en el sector, parte importante para nuestra inversión, por ser un mercado amplio a cubrir. A pesar de la competencia potencial que existe, encargada a la exportación del palmito en conserva, para nuestro caso nos fortaleceremos a nivel nacional.
- En el capítulo 2 estudiamos los factores externos e internos del mercado a enfrentarnos. Teniendo como resultado un escenario optimo, con un PIB promedio de 5.18%, una inflación promedio de 2.75%, una tasa de empleo en crecimiento, una tasa de desempleo en decremento, una balanza comercial promedio de -848.68 que con las nuevas regularizaciones que hizo el gobierno va a seguir bajando. Con un factor educativo a nivel de bachillerato e infraestructura de hospitales cada vez mejores muestran ser un buen escenario para invertir en el factor externo. Como empresa tenemos un direccionamiento estratégico y gestión comercial bien fortalecidos.

- En el capítulo 3 nos encargamos del estudio del mercado en el cual se determinó la población efectiva, el tamaño de la muestra y con estos datos obtenidos de la encuesta se analizó si nuestro proyecto va a tener aceptación con qué frecuencia y que precio están dispuestos a pagar por el producto.
- En el capítulo 4 estudiamos el tamaño de proyecto, su distribución y capacidad óptima, teniendo como resultado un terreno de 500m² en el cual se desarrollara la empresa. La localización analizada por una matriz de priorización quedando como prioritario el sector El Duana.
- En el capítulo 5 tenemos el estudio financiero en el cual obtuvimos como resultados Ingresos de \$278.023,39 para el 2015, con una mano de obra de \$26.289,18, con materia prima de \$41.742,00, con costos indirectos de fabricación de \$12.224,00, herramientas y equipos de \$1.216,00, servicios básicos de \$7.512,00, una producción anual de 115.200 latas de palmito y una inversión de \$200.011,62. Obteniendo una TMAR de 15.47%, un VAN de \$198.667,16, una TIR de 51,41% aceptable porque es más del doble de la TMAR, un periodo de recuperación de tres años, un costo/beneficio de \$1.17 por cada dólar invertido y un punto de equilibrio en dólares de \$44.046,73 y en unidades de 47.479,73.
- En el capítulo 6 tenemos todos los aspectos administrativos como son el impacto ambiental, socio económico y el presupuesto del proyecto detallados anteriormente siendo favorables con el estudio realizado.

7.02. Recomendaciones

La recomendación es poner en práctica el proyecto y buscar las fuentes de financiamiento que se muestran en el estudio, también implementar en la empresa desde su inicio políticas de calidad e higiene en los procesos productivos, para obtener una mayor satisfacción del cliente, con una alianza estratégica con los agricultores podemos tener mejores precios en nuestra materia prima.

La recomendación para la compra de palmito es muy necesaria, que haya una previa compra del producto para verificar su calidad y textura, pudiendo de esta manera hacer convenios en el cual se establecerá las exigencias que la empresa requiera.

Otra de las recomendaciones y al más importante es la publicidad, para toda nueva empresa es necesario un lanzamiento impactante para la introducción al mercado.

BIBLIOGRAFÍA

Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyecto*. Sexta edición, México, Mc Graw Gill.

Economía de Empresa. (2004). *Competencia*. México, Paul G. & Keat, Philip.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2014). Informe de las Unidades de Atención Ambulatoria, Quininde. Dr. Luis Gracia Bone.

Kotler, P. (2012). *Dirección de Marketing*. Décimo cuarta edición, México, Pearson.

Macroeconomía en la economía global. (2002). *Tasa de desempleo*. Buenos Aires, Felipe Larraín B.

Palmito de la selva. (2002). *Productores de palmito*. Bolovia: Parera, A.

WEBGRAFÍA

Bcampdera (2013). Propiedades del Palmito. Extrído el 19 marzo, 2013 de <https://bcampdera.wordpress.com/2013/03/19/propiedades-nutricionales-del-palmito/>

Banco Central del Ecuador (2014). Producto Interno Bruto. Extraído el 31 de octubre, 2014 de <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/716-la-econom%C3%ADa-creci%C3%B3-en-35-impulsada-principalmente-por-exportaciones-y-con-una-importante-contribuci%C3%B3n-de-la-inversi%C3%B3n>

Beuzeville, C.C. (2014). Productos de la Amazonía. Extraído el 9 diciembre, 2014, de <http://cesarcoxb.blogspot.com/2014/12/productos-de-la-amazonia.html>

Cliente bancario. Costo financiero. Extraído de <http://www.clientebancario.gov.ar/default.asp>,

Cely, N. (2013). Transformación Productiva. Extraído de URL: http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Agenda_Productiva%5B1%5D.pdf

Chez, L. (2008). Palmito fresco. Extraído el 16 agosto, 2008, de <http://www.chezlamilouis.com/2008/08/palmito-fresco.html>

Contabilidad. Concepto de Costo. Extraído de

http://www.contabilidad.com.py/articulos_70_concepto-de-costo.html,

Diccionario económico. Definición de Ingreso. Extraído de

<http://www.expansion.com/diccionario-economico/ingreso.html>,

Diccionario económico. Valor actual neto. Extraído de

<http://www.expansion.com/diccionario-economico/valor-actualizado-neto-van.html>,

EKOS. Creación de la marca. Extraído de

<http://www.ekosnegocios.com/marcas/material/pdfCapitulos/2.pdf>,

Enciclopedia. Definición de cliente. Extraído de <http://definicion.de/cliente/>

Enciclopedia. Definición de proveedor. Extraído de <http://definicion.de/proveedor/>

Enciclopedia. Definición de población. Extraído de <http://definicion.de/poblacion/>,

Enciclopedia. Definición de muestra. Extraído de <http://definicion.de/muestra/>,

Enciclopedia Financiera. Definición de gastos. Extraído de

<http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-gastos-de-administracion.html>,

Enciclopedia financiera. Costo fijo. Extraído de
<http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costos-fijos.html>,

Enciclopedia financiera. Costo variable / Inversiones / Activos fijos / Capital de trabajo. Extraído de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-costos-fijos.html>,

Enciclopedia financiera. Tasa interna de retorno. Extraído de
<http://www.encyclopediainanciera.com/finanzas-corporativas/tasa-interna-de-retorno.htm>,

Gestión y Administración. Gestión administrativa. Extraído de
<http://www.gestionyadministracion.com/>

Gestión Operativa de las organizaciones. Gestión Operativa. Extraído de
<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html#>

Historia del Palmito. (2013). Palmito el mejor. Extraído de URL:
<https://sites.google.com/site/palmitoelmejor/2-historia-del-palmito-ecuadoriano>

IBCE (2010). Perfil del palmito. Extraído en marzo, 2010 de
http://ibce.org.bo/images/estudios_mercado/perfil_mercado_palmito_CB13.pdf

f

Maldonado J.A. (2014). Estrategia empresarial. Extraído el 01 agosto, 2014 de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/estrategia-empresarial-su-formulacion-planeacion-e-implantacion.htm>

Método de depreciaciones. Depreciaciones. Extraído de <http://www.depreciacion.net/contable.html>,

Ministerio de Ambiente. (2013). Áreas protegidas. Extraído el 2013 de <http://www.ambiente.gob.ec/areas-protegidas-3/>

Nicegirl. (2004). Ecuador País Exportador. Extraído el 04 mayo, 2004 de <http://portal.redecuatoriana.com/foros/ecuador-pais-exportador>

Promonegocios. *Gestión comercial*. Extraído de <http://www.metaheaders.net/www.promonegocios.net.html>

Requisitos constitución (2014) Extraído de URL: www.supercias.gob.ec

Superintendencia de Compañías (2014). Creación de una empresa. Extraído de <http://www.supercias.gov.ec/consultas/index.html>

Tesipro. Gestión Comercial. Extraído de <http://www.tesipro.com/content/gestion-comercial>