TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CONTRIBUIR CON EL SECTOR AGROINDUSTRIAL, MEDIANTE LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VINO ARTESANAL DE MORTIÑO, MORAS Y UVAS EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS CANTÓN BALZAR AÑO 2015

Proyecto de investigación previo a la obtención del Título de Tecnóloga en Administración Industrial y de la Producción.

Autora: Carbo Pacheco Yuly María

Tutor: Ing. Nora Chamorro

Quito-Ecuador
2015

DECLARATORIA

Declaro que el proyecto realizado ha sido desarrollado en base a una investigación ardua, la misma que es única y original, respetando los derechos intelectuales de terceros, acorde a las citas correspondientes. Los análisis, conclusiones y recomendaciones realizadas son de mi responsabilidad.

_____

Carbo Pacheco Yuly María
C.I. 1722974175

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Yuly María Carbo Pacheco estudiante de la Escuela de Administración Industrial y de la Producción, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor al Instituto Tecnológico Superior Cordillera

_____

Carbo Pacheco Yuly María
C.I. 1722974175

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

PRIMERA: ANTECEDENTE.-a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de Administración Industrial y de la producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera ,y con el objeto de obtener el título de Administrador de la producción industrial y de la producción, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**CONTRIBUIR CON EL SECTOR AGROINDUSTRIAL ,MEDIANTE LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VINO ARTESANAL DE MORTIÑO,MORAS Y UVAS EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS CANTÓN BALZAR AÑO 2015",**el Cual incluye el estudio de mercado y la factibilidad económica para la implementación de la industria y la aceptación en el mercado de los productos.

b)Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación del programa de ordenador , 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, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica , administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESION Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a

favor del Cesionario, sin reservarse para si ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.)El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es , realizar ,autorizar o prohibir , entre otro: a) La producción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento ;b) La comunicación pública del software; c)La distribución publica de ejemplares o copias , la comercialización ,arrendamiento o alquiler del programa de ordenador ;d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenado; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario ; f)Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador ; g) Los demás 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: OBLIGACION 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 utilízalo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

CUARTA CUANTÍA.- La cesión objeto del presente contrato, se realizara 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.

QUITA: PLAZO.- La vigencia del presente contrato es indefinida.

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCION Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia deriva de éste, será resultado directamente entre las partes y, si esto n fuere factible, se solicitara la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. 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 sujetara a lo dispuesto en la ley de Arbitraje y Mediación , al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas :a) El árbitro será seleccionado conforme a la 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 compromete a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral y se compromete a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c)Para la ejecución de las medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos , juridiciales ,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 Quito

;f)El idioma del arbitraje será el español ;g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismo procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SEPTIMA: ACEPTACION.- Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos interese. En aceptación firman los * días del mes de octubre del dos mil quince.

f) _____
C.C. Nº 1722974175
CEDENTE

f) _____
Instituto Superior Tecnológico Cordillera
CESIONARIO

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme acompañado y darme fuerzas en todo momento, Gracias a mis padres por su apoyo incondicional, por el amor y confianza que han depositado en mí, lo cual ha servido como motivación para la elaboración del proyecto, a todos los docentes que me han permitido culminar la carrera.

DEDICATORIA

A mis padres por su confianza y apoyo incondicional, quienes han sido testigos de mi esfuerzo y me han dado la motivación necesaria para culminar el proyecto.

A mi directora de proyecto Ing. Nora Chamorro por su tiempo, soporte y contribución de sus conocimientos técnicos que son reflejados en el trabajo realizado.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

DECLARATORIA i
CESIÓN DE DERECHOS ii
AGRADECIMIENTOS vii
DEDICATORIA viii
ÍNDICE GENERAL ix
ÍNDICE DE TABLAS xv
ÍNDICE DE FIGURAS xviii
ÍNDICE DE ANEXOS xix
RESUMEN EJECUTIVO xx
ABSTRACT xxi
CAPÍTULO I 1
1.- Introducción 1
1.01. Justificación 2
1.01.02Antecedentes 3
CAPÍTULO II 7
2.- ANÁLISIS SITUACIONAL 7
2.01. Ambiente Externo 7
2.01.01. Factor económico 7
2.01.02. Inflación 7
2.01.04. Balanza comercial 11
2.01.05 Tasa de interés 12
2.01.05.01 Tasa activa 13

2.01.06. FACTOR SOCIAL..... 15
2.01.06.01. Cultura..... 16
2.01.06.02. Desempleo..... 17
2.01.06.03. Migración..... 18
2.01.07. FACTOR LEGAL..... 19
2.01.07.02Patente municipal Guayaquil..... 21
2.01.07.04. Buenas Prácticas de Manufactura..... 23
2.01.07.05. Registro sanitario..... 25
2.01.08. FACTOR TECNOLÓGICO..... 27
2.01.09 ENTORNO LOCAL..... 28
2.01.09.01. Clientes..... 28
2.01.09.02. Proveedores..... 29
2.01.09.03. Competencia..... 30
2.01.09.04. Productos sustitutos..... 33
2.02. ANÁLISIS INTERNO..... 34
2.02.01. Propuesta estratégica..... 34
2.02.01.01. Misión..... 34
2.02.01.02. Visión..... 34
2.02.01.03. Objetivos..... 34
2.02.01.03.01. Objetivo general:..... 34
2.02.01.03.02. Objetivos específicos:..... 35
2.02.01.04. Principios y valores..... 35
2.02.01.05.01 Planificación..... 37
2.02.01.05.02 Organigrama..... 37

2.03 Gestión operativa 42
2.04 Gestión comercial..... 46
2.04.01 Producto 46
2.04.02 Precio 47
2.04.03 Plaza 48
2.04.04 Promoción 48
2.05 ANÁLISIS FODA..... 49
CAPÍTULO III 54
3.01 ESTUDIO DE MERCADO 54
3.01.02 Análisis del consumidor..... 54
3.01.02.01 Determinación de la población y muestra,..... 54
3.01.02.02 Técnicas de obtención de información..... 56
3.01.02.03 Análisis de la Información 58
3.02 OFERTA 69
3.02.01Oferta histórica..... 69
3.02.02 Oferta Actual..... 69
3.02.03 Oferta proyectada..... 71
3.03 DEMANDA 72
3.03.01 Demanda histórica..... 72
3.03.02Demanda actual..... 72
3.03.03 Demanda proyectada..... 74
3.04 BALANCE OFERTA-DEMANDA 75
3.04.01 Balance Actual 75
3.04.02 Balance Proyectado..... 75

CAPÍTULO IV 77

4.01 ESTUDIO TÉCNICO 77

4.01.01 Materias primas necesarias 77

4.01.02 Requerimiento de Mano de obra 80

4.01.03 requerimiento de maquinarias, equipo, muebles y herramientas 81

4.01.03.01 Área de producción 81

4.01.03.012 Bodega 81

4.01.03.02 Requerimiento de equipos y muebles de oficina 81

4.02 Tamaño óptimo de la planta 82

4.03 Capacidad del proyecto 83

4.04 Capacidad diseñada 83

4.05 Capacidad efectiva 84

4.06 Capacidad óptima 85

4.07 Localización 85

4.07.01 Macro- Localización 86

4.07.02 Micro –localización 88

4.08 INGENIERÍA DEL PRODUCTO 89

4.08.01 Definición del Bien y/o Servicio 89

4.08.02 Distribución de planta 89

4.08.03 Códigos de Cercanía 90

4.08.04 Plano de planta 95

4.08.05 Proceso productivo 96

CAPÍTULO V 99

5 Estudio Financiero 99

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales 99

5.01.01. Ingresos operacionales 99

5.01.01.02 MOD (Mano de obra directa)..... 100

5.01.01.03 MPD (Materia prima directa)..... 101

5.01.01.04 CIF (Costo indirecto de Fabricación)..... 102

5.01.01.05 Cálculo de ingresos operacionales 104

5.02 INGRESOS NO OPERACIONALES..... 105

5.03 COSTOS 105

5.03.01 Costo Directo 105

5.03.02 Costos Indirectos..... 105

5.03.03 Gastos Administrativos 106

5.03.04 Gasto de Ventas..... 107

5.03.05 Costos Financieros 109

5.03.06 Costos Fijos y Variables 109

5.04 Inversiones 110

5.04.01 Inversión Fija 111

5.04.02Activos Fijos 111

5.04.03 Activos Nominales (diferidos) 111

5.04.04 Capital de Trabajo..... 111

5.04.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos 113

5.04.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)..... 113

5.04.07 Depreciaciones (tabla de depreciación) 115

5.05 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL 115

5.06 Estado De Resultados Proyectado (A Cinco Años)..... 117

5.07 Flujo Caja 118

5.08 Evaluación Financiera 119

5.08.01Tasa de descuento/Tasa Mínima Aceptable de rendimiento (TMAR) 119

5.08.02 CÁLCULO DEL VALOR PRESENTE NETO (VAN O VPN) 120

5.08.03 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) 121

5.08.04 PRI (Período de recuperación de la inversión) 121

5.08.05 RBC (Relación beneficio Costo) 122

5.08.06 Punto de equilibrio 123

5.09 Análisis de índices financieros 124

5.09.01 ROE (Rentabilidad del patrimonio) 125

5.09.02 ROA (Rentabilidad del activo) 125

5.08.03 ROI (Rentabilidad de la inversión) 126

CAPÍTULO VI 127

6 ANALISIS DE IMPACTOS 127

6.01 Impacto Ambiental 127

6.02 Impacto Económico 128

6.03 Impacto Productivo 128

6.04 Impacto Social 129

CAPÍTULO VII 130

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 130

7.01 Conclusiones 130

7.02 Recomendaciones 132

ANEXOS 137

Bibliografía ..... **¡Error! Marcador no definido.**

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: INFLACIÓN *8*
TABLA 2: CLIENTES 28
TABLA 3: PROVEEDOR 29
TABLA 4: COMPETIDORES 33
TABLA 5: ANÁLISIS INTERNO 51
TABLA 6 : ANÁLISIS EXTERNO 51
TABLA 7:FODA 52
TABLA 8 :FORTALEZA-DEBILIDADES 52
TABLA 9: FORTALEZAS-AMENAZAS 53
TABLA 10:OPORTUNIDADES-AMENAZAS 53
TABLA 11: POBLACIÓN DEL SECTOR DE INFLUENCIA DEL PROYECTO 55
TABLA 12 : RESULTADO PREGUNTA 1 59
TABLA 13: RESULTADO PREGUNTA 2 60
TABLA 14:RESULTADO PREGUNTA 3 61
TABLA 15:RESULTADO PREGUNTA 4 62
TABLA 16: RESULTADO PREGUNTA 5 63
TABLA 17: RESULTADO PREGUNTA 6 64
TABLA 18:RESULTADO PREGUNTA 7 65
TABLA 19: RESULTADO PREGUNTA 8 66
TABLA 20: RESULTADOPREGUNTA 9 67
TABLA 21:RESULTADO PREGUNTA 10 68
TABLA 22: CÁLCULO DE LA OFERTA ACTUAL 69
TABLA 23:OFERTA ACTUAL 70
TABLA 24:OFERTA ACTUAL EN PERIODO DE TIEMPO 70
TABLA 25: OFERA PROYECTADA 71
TABLA 26: DATOS PARA LA DEMANDA 72
TABLA 27: CONSUMO ACTUAL 73

TABLA 28:DEMANDA ACTUAL EN PERIODO DE TIEMPO 73
TABLA 29:CONSUMO PROYECTADO 74
TABLA 30:CÁLCULO BALANCE ACTUAL 75
TABLA 31:DEMANDA INSATISFECHA 76
TABLA 32:MPD 77
TABLA 33:MATERIA PRIMA POR UNIDAD 79
TABLA 34: MPD POR 49 BOTELLAS 80
TABLA 35:MANO DE OBRA 80
TABLA 36:ÁREA DE PRODUCCIÓN 81
TABLA 37: BODEGA 81
TABLA 38:EQUIPO Y MUEBLE DE OFICINA 81
TABLA 39:CAPACIDA DISEÑANA 83
TABLA 40: CAPACIDAD EFECTIVA 84
TABLA 41:CAPACIDAD ÓPTIMA 85
TABLA 42:LOCALIZACIÓN 88
TABLA 43:DISTRIBUCIÓN DE PLANTA 90
TABLA 44:PROCESO PRODUCTIVO 96
TABLA 45:MAQUINARIA Y EQUIPO 98
TABLA 46: MUEBLES Y ENSERES 98
TABLA 47 : EQUIPO DE COMPUTRACIÓN 98
TABLA 48: PROCESOS 100
TABLA 49: PRODUCCIÓN ANUAL 100
TABLA 50:MANO DE OBRA DIRECTA 101
TABLA 51:MPD 48 BOTELLAS 101
TABLA 52: SERVICIOS BÁSICOS 102
TABLA 53:MATERIALES DE SEGURIDAD 102
TABLA 54:MATERIALES DE ENVASADO 103
TABLA 55: COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN 103
TABLA 56: COSTOS DE PRODUCCIÓN UNITARIO 103
TABLA 57: INGRESOS OPERACIONALES 104

TABLA 58: INGRESO PROYECTADO 104
TABLA 59: COSTO DIRECTO 105
TABLA 60: COSTOS INDIRECTOS 106
TABLA 61 : GASTOS ADMINISTRATIVOS 106
TABLA 62:MATERIALES DE ASEO Y LIMPIEZA 107
TABLA 63: SUMINISTROS DE OFICINA 107
TABLA 64: OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS 107
TABLA 65:GASTO DE VENTAS 108
TABLA 66: PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN 108
TABLA 67: PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS 108
TABLA 68:PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS 109
TABLA 69: PROYECCION DE COSTOS ANUALES 110
TABLA 70:MAQUINARIA Y EQUIPO 112
TABLA 71:MUEBLES Y ENSERES 112
TABLA 72 EQUIPO DE COMPUTACIÓN 112
TABLA 73:FUENTE DE FINANCIAMIENTO Y USO DE FONDOS 113
TABLA 74: AMORTIZACIÓN 114
TABLA 75:AMORTIZACIÓN DIFERIDA 114
TABLA 76: DEPRECIACIONES 115
TABLA 77:ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL 116
TABLA 78:ESTADO DE RESULTADO 117
TABLA 79:FLUJO DE CAJA PROYECTADO 118
TABLA 88 : TMAR 119
TABLA 81: CÁLCULO VAN 120
TABLA 82: TIR 121
TABLA 83:CÁCULO DEL PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN(PRI) 122
TABLA 84:PUNTO DE EQUILIBRIO 123

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 INFLACIÓN ANUAL 8
FIGURA 2 INFLACIÓN POR CIUDADES 9
FIGURA 3 PIB 10
FIGURA 4*: BALANZA COMERCIAL* 11
FIGURA 5: *IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES* 12
FIGURA 6 TASA ACTIVA 13
FIGURA 7 TASA PASIVA 14
FIGURA 8: PEA GUAYAS 15
FIGURA 9: PEA BALZAR 16
FIGURA 10 DESEMPLEO POR CIUDADES 17
FIGURA 11: BCG 32
FIGURA 12: CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES 37
FIGURA 13: ORGANIGRAMA DE FUNCIONES 37
FIGURA 14: DIAGRAMA DE FLUJO 42
FIGURA 15: PROPAGANDA 49
FIGURA 16: *RESULTADO PREGUNTA 1* 59
FIGURA 17: *RESULTADO PREGUNTA 2* 60
FIGURA 18: *RESULTADO PREGUNTA3* 61
FIGURA 19: *RESULTADO PREGUNTA 4* 62
FIGURA 20 :RESULTADO PREGUNTA 5 63
FIGURA 21: *RESULTADO PREGUNTA 6* 64
FIGURA 22: *RESULTADO PREGUNTA 7* 65
FIGURA 23: *RESULTADO PREGUNTA 8* 66
FIGURA 24: RESULTADO PREGUNTA 9 67
FIGURA 25: RESULTADO PREGUNTA 10 68
FIGURA 26: *MAPA PROVINCIA DEL GUAYAS* 87
FIGURA 27: MAPA UBICACIÓN CANTÓN BALZAR 87

FIGURA 28: *DISEÑO DE PLANTA* 95

FIGURA 29: PROCESO PRODUCTIVO 96

FIGURA 30: *PUNTO DE EQUILIBRIO* 124

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXOS 1 : COSECHA DE FRUTAS.....137

ANEXOS 2:TABLA DE ACIDEZ DE FRUTAS.....138

ANEXOS 3: INFLACIÓN.....139

ANEXOS 4: TASA ACTIVA.....139

ANEXOS 5: TASA PASIVA.....140

ANEXOS 6: POBLACION BALZAR.....140

ANEXOS 7: REGISTRO DEL ARTESANO 141

ANEXOS 8: REQUISITOS DEL VINO SEGÚN NTE INEN ISO 11037 NTE INEN 374.....142

ANEXOS 9: PROCESO DE ELABORACIÓN 143

ANEXOS 10 POBLACIÓN BALZAR 146

ANEXOS 11: TABLA DE CRECIMIENTO CANTON BALZAR 146

ANEXOS 12: POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DEL CANTÓN BALZAR.....147

ANEXOS 13 : FORMATO DE ENCUESTA 148

ANEXOS 14: MAQUINARIA Y EQUIPO.....151

ANEXOS 15: PERIODO DE RECUPERACIÓN.....152

ANEXOS 16: PRODUCTO FINAL 152

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo, se resume el estudio de factibilidad para el proceso de producción y comercialización de vino de mortiño, moras y uvas en la provincia del Guayas, cantón Balzar, con el fin de aportar al desarrollo del sector agroindustrial.

El análisis situacional y el estudio de mercado realizado han permitido identificar las oportunidades y amenazas existentes en la región, así como las preferencias que la sociedad tiene respecto al precio, calidad y cantidad ,es por eso que el proyecto cubrirá con el 29% de la demanda insatisfecha es decir producirá 11520 botellas por año.

Determinado el estudio técnico se han establecido los equipos, el dimensionamiento de la planta, para la empresa procesadora de vino, ubicada en la provincia de Guayas, cantón Balzar cuya inversión es de $ 38892.80 recuperable en 1 año 10 meses , encontrando su punto de equilibrio si se vendiera 4769 botellas.

El proceso de vinificación implica ejecutar los procesos de manera eficiente y aplicando los procedimientos de BPM (Buenas prácticas de manufactura) aportando al cuidado del ambiente. Basados en los indicadores financieros obtenidos.

VAN de $84238.12, y TIR de 52% se puede concluir que el proyecto es rentable.

Finalmente considerando la situación actual que vive el país, como microempresarios se tiene la oportunidad de tener el apoyo gubernamental, mediante préstamos, asistencia técnica, aplicar estrategias de publicidad como la degustación en supermercados, restaurantes, tiendas, entre otras, a fin de dar a conocer nuestro producto.

ABSTRACT

In this paper, the feasibility study for the proction process and marketing of wine mortiño, blackberries and grapes in the province of Guayas Balzar canton, in order to contribute to the development of the agribusiness sector is summarized.

The situation analysis and market study have identified opportunities and threats in the region, as well as preferences that society has regarding the price, quality and quantity, it is why the project will cover 29% of the ie unmet demand produce 11520 bottles per year.

Study determined the technical teams have been established, the design of the plant for processing wine Company, located in the province of Guayas, Canton Balzar whose investment is recoverable at $ 38392.80 , 1 year 8 months, finding its equilibrium the first year if it were sold 4769 bottles.

The winemaking process involves running efficiently processes and procedures applying GMP (Good Manufacturing Practices) contributing to protecting the environment. Based on the obtained financial indicators.

They range from $84238.12, and IRR of 52% can be concluded that the Project is profitable .Finally ,considering the current situation in the country , as micro entrepreneurs you have the opportunity to have government support, through loans, technical assistance, implement advertising strategies as tasting in supermarkets,restaurants,shops,among,others,to give know our product.

CAPÍTULO I

1.- Introducción

El vino es una bebida histórica, componente imprescindible de algunas culturas, posee nutrientes que nos ha reconfortado tradicionalmente el cuerpo y la conciencia.

En las sagradas escrituras se hace diversas referencias al vino, las dos más comúnmente conocidas son:

- En las Bodas de Caná, Jesucristo convierte el agua en vino.

  Durante la Última Cena, el mismo Jesucristo designa al vino como elemento necesario para la celebración de la eucaristía.

En las últimas décadas, el estudio de la composición del vino así como de los mecanismos bioquímicos de su elaboración y evolución, su influencia en el metabolismo humano, ha despertado el interés general.

Pocos productos de consumo cotidiano compiten con el vino en la historia, en valor cultural y social, en relevancia económica.

La importancia de realizar este proyecto de vino artesanal de mortiño, moras y uvas radica en la necesidad de dar a conocer a la sociedad en general los beneficios que tiene el consumo moderado de este producto, basado en frutas típicas de nuestro país y región.

1.01. Justificación

El presente proyecto está enfocado en satisfacer las necesidades del cliente y cumplir con las expectativas al ofrecer un producto innovador y de calidad, también se pretende contribuir con el Sector Agroindustrial, mediante la creación de la empresa.

Los vinos de frutas son una alternativa para el desarrollo agroindustrial en el país, dando un valor agregado estas frutas tradicionales, y permitiendo abrir un nuevo mercado con beneficios económicos además, de reducir costos, garantizar un producto sano con reducida aditivación de químicos con pureza y sabor que siempre han caracterizado al vino como tal.

En el mercado local existen gran variedad de bebidas alcohólicas, el consumo de vino en el Ecuador ha ido aumentado en los últimos años, siendo este el producto más demandado por los consumidores ecuatorianos después de la cerveza y el whisky, fundamentalmente del sector de la clase media. En el país no existen muchas empresas dedicadas a la producción vitivinícola, los vinos ofertados en la actualidad son provenientes en su mayoría de Chile y Argentina, Francia por lo que el desarrollo del proyecto permitirá ser una importante opción en el mercado de bebidas alcohólicas nacional.

La calidad de los vinos es definida por la percepción de expertos además del control de la calidad de sus ingredientes y su proceso de elaboración, que da la pauta para que el consumidor prefiera nuestro producto.

La producción de vino a partir del mortiño, moras y uvas es una opción más de crecimiento en la economía de la provincia del Guayas, no solo propicia la

producción de un licor, sino que también impulsa el sector agroindustrial en la provincia.

El desempleo que hay en la provincia es una de las razones fundamentales para pensar en el impulso de nuevos proyectos de carácter productivo. La producción de vino de mortiño, moras y uvas es una opción novedosa en el mercado, que busca fomentar el rescate de productos ancestrales como el mortiño y dar un impulso económico a la producción de mortiño, mora y uva.

1.01.02Antecedentes

En el Ecuador, la agricultura se caracteriza por el impulso que ha dado el gobierno para su desarrollo económico y por la crisis de exportaciones principalmente en el sector agroindustrial.

La vinicultura tiene sus inicios casi junto con los orígenes del hombre, quien, al volverse sedentario, inició la agricultura con el cultivo de higos, olivos, trigo; se cree que la vid, al igual que gran parte de las especies frutales, tiene su origen en Asia, distribuyéndose posteriormente al resto del mundo.

La vinicultura en Ecuador ha crecido debido a que su clima y suelos en las tierras bajas, tiene unas condiciones adecuadas para establecer cultivos, antiguamente. **(Véase anexo 1)**

En el Ecuador el consumo del vino era muy escaso y solo lo consumían empresarios locales que tenían vinculación con el comercio internacional a través de los viajes de

negocios, pero hoy en día la existencia de variedades de sabores, calidad y precio permite que el vino esté al alcance de toda la sociedad.

El vino es uno de los elíxir más antiguo de la historia, muchas culturas ancestrales lo utilizaban, para venerar a los dioses, también lo asociaban en el mundo clásico con el amor, el descanso y el alivio.

Al vino se le atribuye varias propiedades como por ejemplo.

> (Elena Sanz , 2013) [1] Dice que cerca de 70 estudios científicos recientes muestran cómo el consumo leve o moderado de vino mejora la función cognitiva y la agilidad mental. Además, ingerirlo en pequeñas dosis previene la demencia, tal y como demostraba un estudio de la Academia Sueca Sahlgrenska basado en un seguimiento a 1.500 mujeres durante 34años posiblemente se debe a que los antioxidantes del vino reducen la inflamación, impiden que las arterias se endurezcan (aterosclerosis) e inhiben la coagulación, mejorando así el riego sanguíneo de nuestro órgano pensante, tal y como concluía un análisis publicado en el Acta Neurológica Scandinavica.Así también el consumo de vino activa al gen *SIRT1*, que impide la formación de nuevas células de grasa y ayuda a movilizar las ya existentes, tal y como demostraban científicos del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT) en un estudio publicado en Natur*e*. Otro trabajo dado a conocer en la revista Archives of Internal Medicine concluía que, aunque el alcohol contiene 7calorías por gramo, sus efectos sobre el metabolismo hacen que beber vino moderadamente reduzca la obesidad y el sobrepeso al envejecer. La dosis diaria óptima, según la investigación, serían 40 gramos de alcohol al día.

1. http://www.muyinteresante.es/salud/articulo/cuatro-beneficios-de-beber-vino-que-deberias-conocer-471366785231

La producción de vino, es un proceso basado en la transformación el azúcar de las frutas en alcohol y anhídrido carbónico.

Los agentes químicos que producen tal transformación son las levaduras, microorganismos que habitan, entre otros lugares, en los hollejos de las uvas. Basta que se rompa el hollejo para que comiencen a operar las levaduras sobre el azúcar, que constituye el 30% de la pulpa, y comience el proceso de fermentación, es decir, el mosto o jugo virgen se va convirtiendo en vino.

Las principales frutas que se van a utilizar durante este proceso son:

- **UVA**

La uva está compuesta por un 80% de agua y aporta alrededor de 70 calorías por cada 100 gramos, es decir, su densidad calórica es baja ya que aporta menos calorías en más volumen lo cual contribuye a dar saciedad y a moderar la ingesta de alimentos.

- **MORA**

Es una fruta formada por la unión de pequeñas drupas arracimadas(o en racimo), dentro de las que se halla una semilla diminuta, Su tamaño es pequeño, midiendo entre 1 y 3 cm, Las moras son fuente de sales minerales y vitaminas, constituyendo así un importante aporte nutricional ayudando al metabolismo.

- **MORTIÑO**

El mortiño o arándano es una fruta silvestre muy antigua que se produce en los páramos del país, sin ninguna intervención de la mano del hombre, comestibles redondas y con vértices brillantes. Cuando están completamente maduros, por su dulce sabor se utilizan para elaborar la tradicional colada morada, frescos y mermeladas, para las celebraciones tradicionales de nuestra cultura ecuatoriana.

Los parámetros de calidad a considerar durante la preparación de vino son:

La viscosidad.-Que es la característica del vino cuando su cuerpo es más grueso, pleno y pesado en comparación con el vino común. Se reconoce pues se "cuelga" en las paredes de la copa.

La Acidez.-Depende de los ácidos no volátiles del vino como el ácido málico, el cítrico, y el tartárico que le dan al vino su sensación de frescura y equilibrio.

(Véase anexo 2)

CAPÍTULO II

2.- ANÁLISIS SITUACIONAL

2.01. Ambiente Externo

"Son todos aquellos elementos y factores que pueden influir de manera directa o indirecta en las empresas". (Víctor Israel , 2011)[2]

2.01.01. Factor económico

"Dice que los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa" (Verónica Rivera, 2011)[3]

2.01.02. Inflación

"La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado". (Lourdes Rodriguez, 2014)[4]

De acuerdo a los datos emitidos por el INEC, la inflación de 2015 es de 4.14%, mientras que en el 2014 se ubicó en 3.67%.

2. http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales
3. http://upnfmadminirecursoseducativos.blogspot.com/2011/03/definicion-de-recursos-economicos.html
4. https://prezi.com/pjagit5wiptk/inflacion/

Tabla 1:
Inflación

Años	Valor
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
2015	4,16%

Fuente: *NEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)*
Elaborado por Yuly Carbo

(Véase anexo 3)

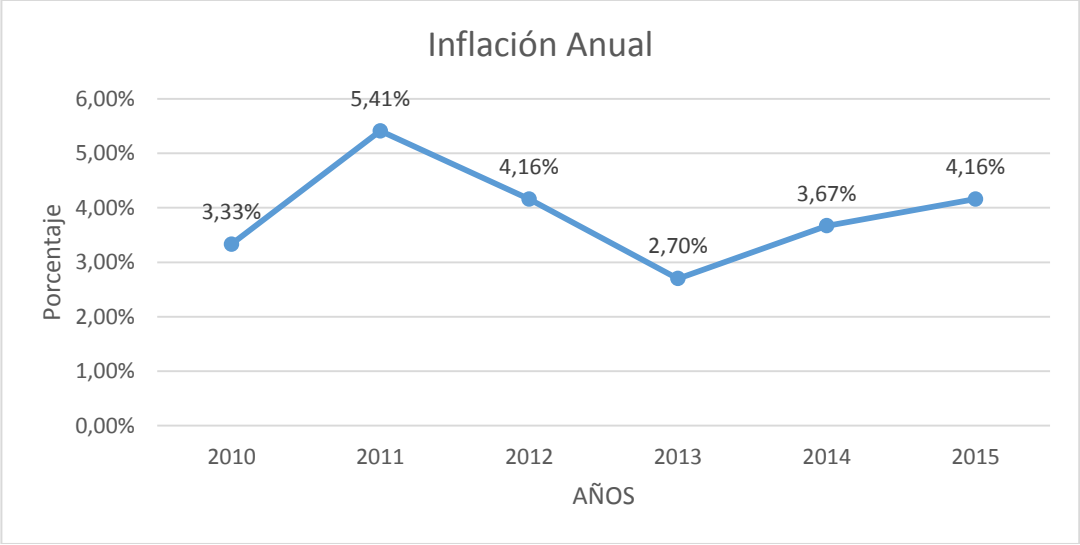


Figura 1 Inflación Anual
Fuente: *INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)*
Elaborado por Yuly Carbo

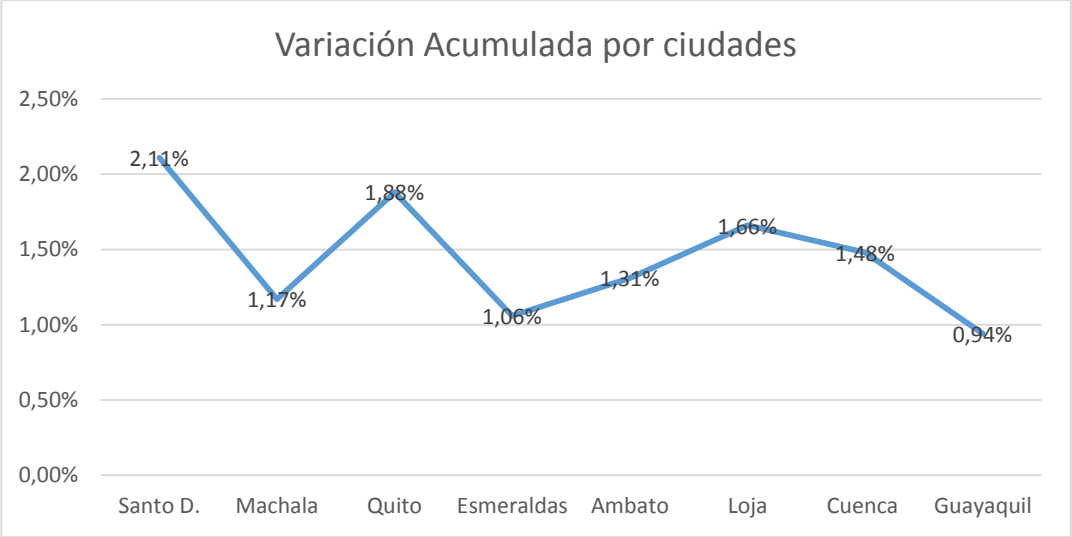


Figura 2 Inflación por ciudades
Fuente: *INEC (Instituto Nacional de estadística y censos)*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- La inflación es una medida estadísticamente que índica el índice de precios al consumidor, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores. En los últimos años el Ecuador ha tenido una inflación que fluctúa entre 3.67%en el 2014 y el 4.55% a inicios del 2015, es decir que los precios en el mercado han subido, lo cual implica un riesgo para los productores por cuanto se puede limitar la inversión sobre todo en nuevas maquinarias, tecnología, reduce el poder adquisitivo de las personas.

Entre las ciudades con mayor inflación se encuentran: Santo Domingo, Machala, Manta, Quito, y Esmeraldas.; y entre las menos inflacionarias están: Ambato, Loja, Cuenca y Guayaquil. Es importante mencionar que la inflación estuvo impulsada principalmente por el incremento en alimentos y bebidas no alcohólicas, comunicaciones transporte y prendas de vestir incluyendo el calzado.

2.01.03 Producto Interno Bruto (PIB)

"El precio Interno Bruto es una medida agregada del valor monetario de la producción final de bienes y servicios de un país durante un determinado período" (efxto, 2013)[5]

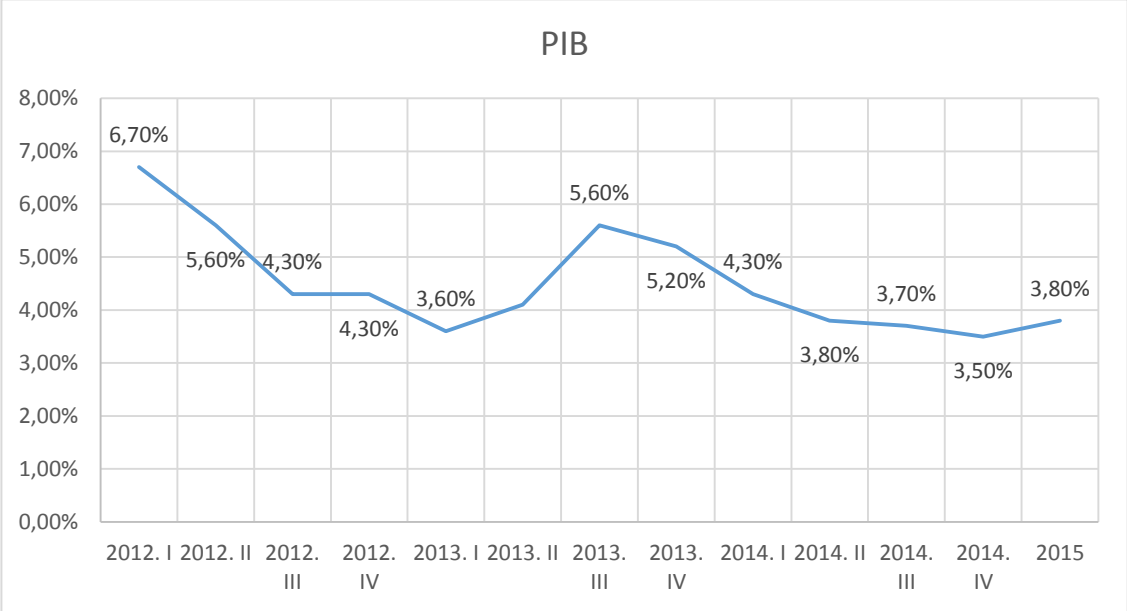


Figura 3 PIB
Fuente: *Banco Central del Ecuador*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-Las cifras de crecimiento del producto interno bruto real del primer trimestre del 2014 el (PIB) de la economía ecuatoriana tuvo un crecimiento anual de 3.5%, con relación al segundo trimestre de 2013, es decir que la económica del país está en crecimiento, de igual forma el PIB no petrolero registró un crecimiento importante que de igual manera registro una variación más alta registrada en los últimos años.

5. https://www.efxto.com/diccionario/p/3802-producto-interior-bruto-pib

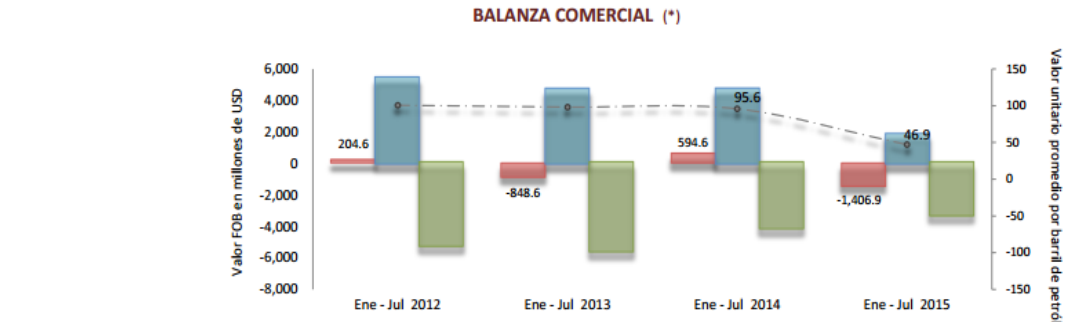
Los sectores que más contribuyen al crecimiento del PIB no petrolero fueron las actividades construcción, 0.68; actividades profesionales, técnicas y administrativas, 0.58; y agricultura 0.34, entre otros. Cabe recalcando que la agricultura aumentó el VAB (valor agregado bruto) de las actividades de cría de animales, cultivo de flores y de banano, café y cacao.

El sector agrio industrial también ha crecido de manera proporcional a la totalidad del PIB esto representa una oportunidad para el desarrollo de la empresa

ECLIPVIN generando bienes y fomentando la producción artesanal nacional y el crecimiento económico del país.

2.01.04. Balanza comercial

Balanza comercial es la diferencia monetaria entre exportaciones e importaciones por parte de un país en un determinado período de tiempo determinado.



	Ene - Jul 2012	Ene - Jul 2013	Ene - Jul 2014	Ene - Jul 2015
Balanza Comercial - Total	204.6	-848.6	594.6	-1,406.9
Bal. Comercial - Petrolera	5,445.3	4,736.6	4,748.5	1,935.5
Bal. Comercial - No petrolera	-5,240.7	-5,585.2	-4,153.9	-3,342.4
Valor unit. prom. barril petróleo (eje der.)	100.6	98.0	95.6	46.9

Figura 4: Balanza Comercial
Fuente: *Banco Central del Ecuador*

COMERCIO EXTERIOR	Mar-2015	Abr-2015	
Exportaciones (millones USD FOB)			
Total exportaciones mensuales	**1.713,99**	**1.531,26**	▼
Total exportaciones acumuladas	**4.892,11**	**6.423,37**	▲
Exportaciones ac. petroleras	1.768,98	2.352,56	▲
Exportaciones ac. no petroleras	3.123,13	4.070,81	▲
Importaciones (millones USD FOB)			
Total importaciones mensuales	**1.916,68**	**1.833,05**	▼
Total importaciones acumuladas (d)	**5.791,37**	**7.624,41**	▲
Imp. ac. materias primas	1.873,27	2.496,08	▲
Imp. ac. bienes consumo	1.184,72	1.539,23	▲
Imp. ac. bienes de capital	1.612,23	2.092,33	▲
Imp. ac. combustibles lubricantes	1.110,50	1.480,14	▲
Imp. ac. bienes diversos	10,65	16,63	▲
Balanza comercial petrolera mensual	**310,18**	**213,94**	▼
Balanza comercial no petrolera mensual	**-512,87**	**-515,73**	▲
Balanza comercial acumulada	**-899,26**	**-1.201,04**	▲
Exportaciones acumuladas (millones USD FOB)			
Primarios acumulados	**3.887,52**	**5.085,11**	▲
Petróleo crudo	1.661,98	2.215,60	▲
Banano y plátano	755,71	1.002,71	▲
Camarón	560,29	732,26	▲
Flores naturales	286,82	336,55	▲
Cacao	200,12	239,08	▲
Otros primarios	422,60	558,91	▲
Industrializados acumulados	**1.004,59**	**1.338,26**	▲
Derivados de petróleo	107,00	136,97	▲
Otros prod. mar elaborados	248,41	330,70	▲
Manufacturas de metales	131,86	182,62	▲
Químicos y fármacos	49,24	61,16	▲
Manufacturas de textiles	24,08	32,64	▲
Café elaborado	37,10	45,49	▲
Otros industrializados	406,90	548,68	▲

Figura 5: *Importaciones Y Exportaciones*
Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis.-La Balanza Comercial constituye una oportunidad al no disponer de productos importados, los locales puedes ampliar nuestro mercado de consumo, pues como es evidente la baja en las importaciones ha generado menos variedad de productos., las exportaciones no petroleras específicamente para los demás grupos industriales dan una ventaja respecto a los otros sectores productivos no petroleros.

2.01.05 Tasa de interés

"Es un monto de dinero que normalmente corresponde a un porcentaje de la operación de dinero que se esté realizando." (Bancafacil.cl, 2015)[6]

6.http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000026&idCategoria=4

2.01.05.01 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" (Nestor Pezo López, 2008)[7]

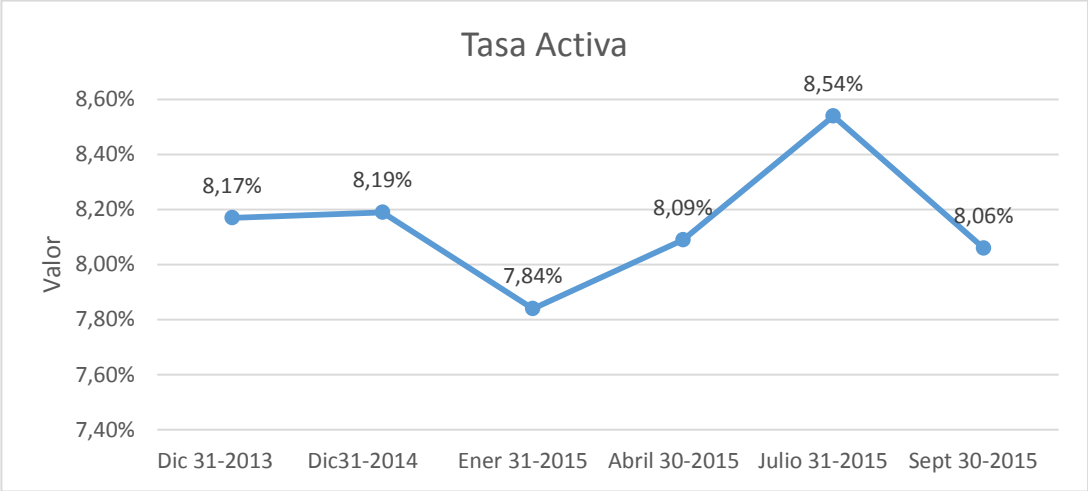


Figura 6 Tasa Activa
Fuente: *BCE (Banco Central del Ecuador)*
Elaborado por Yuly Carbo
(Véase anexo 4)

Análisis.- la tasa activa es una variable clave en la economía ya que indica el costo de financiamiento de las empresas en los últimos años ha subido porque se está dando más crédito especialmente a las microempresas, por lo tanto ha disminuido en 8.06% en el mes de septiembre del 2015, a diferencia del mes de diciembre del 2014 con un porcentaje del 8.19%.,siendo una amenaza para crecer como empresa.

7. http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3097/1/UPS-GT000049.pdf

2.01.05.02. Tasa pasiva

"Las tasas pasivas serán las que las entidad financieras debe pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida". (Carlos Muñoz Troche , 2011).[8]

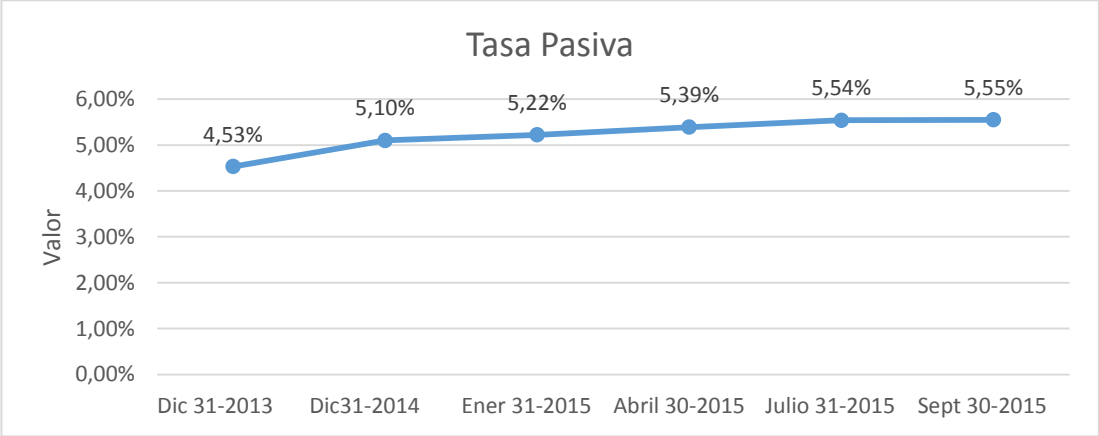


Figura 7 Tasa Pasiva
Fuente: *BCE (Banco Central del Ecuador)*
Elaborado por Yuly Carbo
(Véase anexo 5)

Análisis.-Entre más alta es la tasa pasiva es mejor para los prestamista, es decir que institución bancaria pagarán un porcentaje a quien deposita dinero.

Se observa que en diciembre de 2014 el porcentaje fue de 5.10%, un índice bajo, para inversiones de microempresas, mientras que en Septiembre de 2015 se obtuvo 5.55%, si bien es cierto esto es positivo, pero también influye la Inflación, PIB del país dentro de la economía de las empresas.

8.http://activasypasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html

2.01.06. FACTOR SOCIAL

EL Factor social es la adopción del enfoque del ciclo de vida en los diferentes sectores económicos y por parte de individuos, empresas.

Población

Población económicamente activa (PEA)

"Es el conjunto de personas que, en una sociedad determinada, ejercen habitualmente una actividad económica o están en aptitud de trabajar aunque se encuentren momentáneamente sin ocupación por causas ajenas a su voluntad" (Rodrigo Borja, 2015).[9]

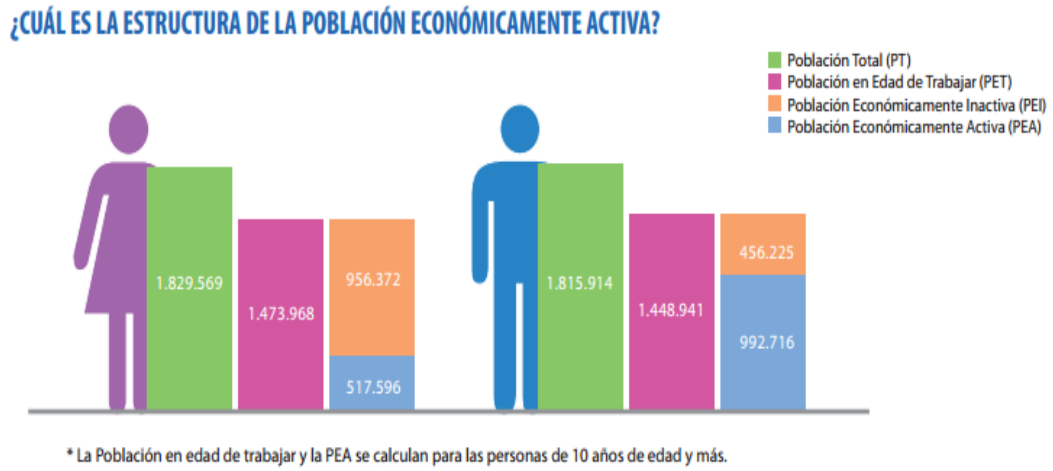


Figura 8: PEA Guayas
Fuente: *INEC (Instituto Nacional de estadística y censos) Según censo 2010*

9. http://www.enciclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1183&termino

Figura 9: PEA Balzar
***Fuente**: INEC, Censo Económico 2010*

Análisis.-En la ciudad de Guayaquil la población económicamente activa en su mayoría son hombres pero también es notable que ha subido los índice de trabajadoras, es decir que se le está dando prioridad a las mujeres, en nuestra empresa será fundamental la presencia de los dos géneros, porque se verá el desempeño y cumplimiento, siendo favorable para el cumplimiento de metas.

2.01.06.01. Cultura

"La cultura afecta las necesidades y deseos que tienen las personas, las alternativas que considera para satisfacerlas y la forma en que las evalúa; por tanto, es un factor que influye en las decisiones individuales de compra". (Carl, 2002, pág. 152)

No existe en Ecuador una verdadera cultura vinícola o de adquisición de vino, que es reemplazada por el consumo de otras bebidas alcohólicas y de moderación como licores anisados, frutales, y la muy tradicional cerveza, por lo que difícilmente se puede establecer una bebida de consumo habitual para reuniones, fiestas, comidas.

En el caso de vinos de frutas, el consumo está diversificado debido a los bajos precios. Los vinos envasados en tetra pack están en una creciente aceptación entre los jóvenes gracias a sus competitivos precios.

2.01.06.02. Desempleo

Tasa de Desempleo se calcula como el número de desempleados dividido por la población activa, y se expresa en forma de porcentaje. Es decir, no es una proporción entre el total de la gente desempleada y el total de la población, sino el de aquélla que se denomina "económicamente activa".

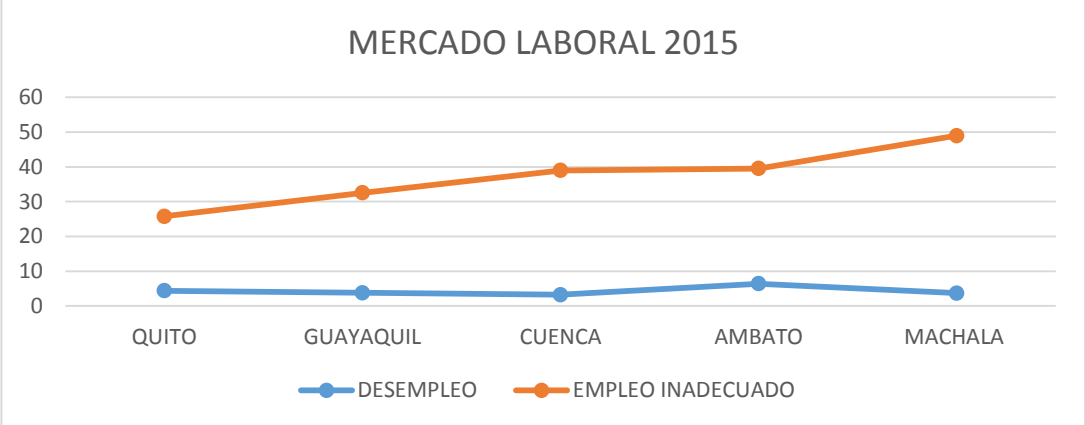


Figura 10 Desempleo por ciudades
Fuente: *BCE (Banco Central del Ecuador)*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- Ecuador registró una tasa de desempleo urbano del 4.84% en el primer trimestre del 2015, muy por encima del 4.54% registrado en el año anterior, las plazas fijas de trabajo son reducidas o así el subempleo y el trabajo ocasional son más frecuentes.

En la ciudad de Guayaquil la tasa de desempleo es una de la más alta debido a que es, una de las ciudades más grandes del Ecuador, en el proyecto esto es favorable porque se puede dar la oportunidad de plazas de trabajo en la empresa.

2.01.06.03. Migración

> Se denomina migración a todo desplazamiento de la población (humana o animal) que se produce desde un lugar de origen a otro destino y lleva consigo un cambio de la residencia habitual en el caso de las personas. Las migraciones de seres humanos se estudian tanto por la Demografía como por la Geografía de la población. (GORDON, 1998, pág. 52)

La migración en el Cantón Balzar es alta debido a altos índices de pobreza que surgen en el sector, mucha gente vive del comercio pero los recursos no son suficientes para su subsistencia, así es que salen del país en busca de mejorar su calidad de vida y de sus seres queridas en el proyecto es un punto favorable porque muchos migrantes buscan invertir en negocios y si tuvieras la oportunidad de tener un accionista pues sería una oportunidad de crecer en el mercado. **(Véase Anexo 6)**

2.01.07. FACTOR LEGAL

"Los factores legales tienden a tener gran influencia en el desarrollo de las negociaciones nacionales e internacionales 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 qué leyes y normas se deben realizar la negociación" (Paola Hernandez, 2008)[10]

Para la creación de una empresa se debe obtener el (RUC) registro único del contribuyente en el Servicio de rentas internas (SRI).

❖ Requisitos obtener el registro único del contribuyente:

- Ecuatoriano o Extranjero residente
- Original de la cedula de identidad o cedula vigente.
- Original del certificado electoral.
- Original y copia de cualquier documento donde se registre la dirección del contribuyente (puede o no estar el nombre del contribuyente).

2.01.07. Ley de artesanos

"Para acogerse a la exención del Impuesto de Patente deben presentar la calificación o recalificación artesanal otorgada por la Junta Nacional de Defensa del Artesano". (Intelectual, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad, 2015)[11] (**Véase Anexo 7).**

❖ Requisitos de consolidación de la empresa

Patente de IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad intelectual) [11]

10. http://factoreslegales.blogspot.com
11. http://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/

Ley de Fomento Artesanal

- El Ministerio de Salud, solicita a los artesanos el Registro Artesanal, para la exoneración del pago por el permiso de funcionamiento de sus locales, en aquellas actividades alimenticias o de salud ocupacional;

- Extensión de protección del Seguro Social Artesanal, que ampara no solo al artesano, sino también al grupo familiar siempre y cuando trabajen en la misma actividad artesanal;

- Los Artesanos amparados por la Ley de Fomento Artesanal, no están sujetos a las obligaciones impuestas a los empleadores por el Código del Trabajo. Pero si al pago de los salarios mínimos determinados para el sector artesanal, así como al pago de las indeminizaciones legales por despido intempestivo;

- El IEPI, solicita actualmente a los Artesanos que van a registrar sus derechos de autor, el Registro Artesanal, para un descuento en el pago por el trámite;

2.01.07.02Patente municipal Guayaquil

La Patente es una habilitación o "permiso" que otorga la Municipalidad para desarrollar una actividad empresarial. Esta autorización tiene un costo que tiene la forma de un impuesto a favor del municipio.

Una patente es un conjunto de derechos exclusivos por el estado a un inventor o a su cesionario, por un periodo de 20 años a cambio de la divulgación de una inversión .las patentes son de producto o de procedimiento. Las patentes solucionan un problema existente. (Intelectual, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad, 2015)[11]

Requisito

1. Certificado provisional o definitivo emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil por cada uno de los establecimientos que posea dentro del Cantón Guayaquil.

2. La última actualización del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.). Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica solicitante. Sólo en el caso de inicio de actividades, las personas jurídicas deberán presentar la Escritura de Constitución correspondiente, así como el nombramiento del representante legal (vigente) y la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.

3. Las personas naturales deberán presentar copia de la cédula de identidad y certificado de votación del mismo.

11. http://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/

4. Declaración del Impuesto a la Renta, y a las personas no obligadas a declarar este impuesto, las declaraciones del impuesto al Valor Agregado, del último ejercicio económico exigible.

Este requisito no será necesario en el caso de inicio de actividades por parte de la persona natural o jurídica.

5. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” (No es necesario comprar la Tasa de Trámite Municipal para el pago de Patente, ya que este valor se recaudará con la liquidación de dicho impuesto).

6. Sólo en el caso de que la persona natural o jurídica ejerza el comercio en varios cantones, deberá presentar el desglose de ingresos por cantón firmado por un contador.

7. Si la persona que realiza el trámite no es el titular del negocio, deberá presentar su copia de cédula y certificado de votación junto con una carta de autorización del titular del negocio, debidamente notariada.

Trámite

Descargar, llenar e imprimir el formulario "Solicitud para Registro de Patente Municipal" de la página www.guayaquil.gob.ec.

Adjuntar los requisitos y entregar en las ventanillas de la Dirección Financiera situadas en el Bloque 2 (NOROESTE) donde se le indicará el valor de la liquidación correspondiente, esta cuota puede ser cancelada en

esta entidad o en la ventanilla Bloque 1 (NORESTE) situada en la Cámara de Comercio.

2.01.07.03 Requisitos para el Permiso Benemérito Cuerpo de Bomberos (Guayaquil)

Copia del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.

Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.

Copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano. (Dependiendo de la actividad si lo requiere)

Autorización por escrito del contribuyente o de la compañía indicando la persona que va a realizar el trámite y copia de las cédulas de identidad de la persona que lo autoriza y del autorizado.

2.01.07.04. Buenas Prácticas de Manufactura

En Ecuador las Buenas Prácticas de Manufactura **DECRETO: 3253** Reglamento de buenas prácticas de manufactura para alimentos procesados.

Las disposiciones contenidas en este reglamento son aplicables:

a. A los establecimientos donde se procesen, envasen y distribuyan alimentos.

b. A los equipos, utensilios y personal manipulador sometidos al Reglamento de Registro y Control Sanitario.

c. A todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos en el territorio nacional.

d. A los productos utilizados como materias primas e insumos en la fabricación, procesamiento, preparación, envasado y empacado de alimentos de consumo humano.

La implementación de las buenas prácticas de manufacturas permitirá a la empresa reducir los riesgos que puedan darse por la contaminación física, química y biológica durante los diferentes procesos. Este sistema le permitirá dar un valor agregado a las actividades e incorporar en sus procesos estrategias innovadoras en la producción de alimentos, sanos, seguros y de calidad, lo que le dará una ventaja competitiva y comparativa.

FOOD KNOWLEDGE es el primer Organismo de Inspección acreditado por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano para la realización de inspecciones de BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA conforme con la normativa vigente.

2.01.07.05. Registro sanitario

(Controlsanitario, 2015) [12] OBTENCIÓN DEL REGISTRO SANITARIO El Registro Sanitario para productos alimenticios, se obtendrá sobre la base del informe técnico favorable del análisis de la documentación técnica y legal presentada a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, mediante uno de los siguientes procedimientos:

a) Registro Sanitario por producto (productos alimenticios nacionales y extranjeros).

b) Registro Sanitario por Homologación para productos alimenticios extranjeros.

c) Registro Sanitario por línea de producción con Certificado de Operación sobre la base de Buenas Prácticas de Manufactura, certificado por la Autoridad Sanitaria Nacional (productos alimenticios nacionales).

Con fines de registro y control sanitario se establecen los siguientes tipos de alimentos:

1. Aditivos alimentarios.
2. Alimentos dietéticos, alimentos para regímenes especiales, suplementos alimenticios/dietéticos y complementos nutricionales.
3. Azúcares y derivados. 4. Bebidas alcohólicas.
4. Aguas envasadas, aguas sabor izadas, otras bebidas no alcohólicas, incluye hielo de consumo.
5. Cacao y derivados.
6. Café, té, hierbas aromáticas y sus derivados.
7. Carnes y derivados.
8. Cereales y derivados.
9. Salsas, aderezos, especias y condimentos.
10. Frutas y derivados.

12. http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-Acuerdo-No.-00004871.pdf

11. Otros alimentos procesados.

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA, realizará el trámite correspondiente a través del sistema automatizado, únicamente cuando ésta cuente con todos los requisitos señalados en el presente Reglamento.

Es responsabilidad de los fabricantes de productos alimenticios nacionales y extranjeros a nivel nacional, cumplir con las especificaciones físico-químicas, bromatológicas, y microbiológicas establecidas en las disposiciones de las normas técnicas ecuatorianas INEN, o sus equivalentes, como Códex Alimentarius, Código de Regulaciones de la Administración de Drogas y Alimentos de los Estados Unidos (FDA), la Unión Europea u otros códigos reconocidos internacionalmente. En caso de no existir normativa técnica específica para un alimento procesado, el fabricante del producto establecerá y validará los criterios de inocuidad y calidad para las especificaciones del producto, las mismas que serán verificadas en el proceso de control post-registro.

Los productos alimenticios, durante la vigencia del Registro Sanitario otorgado, conservarán las especificaciones aceptadas en el trámite inicial del mismo; cualquier cambio respecto a dichas especificaciones, será informado inmediatamente a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria - ARCSA.

En el Ecuador la NTE INEN ISO 11037, NTE INEN 374 dice que el vino de frutas **(Véase Anexo 8).**

“ Debe ser elaborado con frutas frezcas para que su fermentacion sea sana y no haya presencia de amiláceas o azucaradas susceptibles de transformarse en alcohol etílico (etanol).” (Inenguayas@inen.gob.ec, 2015)[13]

13. http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/nte_inen_374.pdf

Para la fabricación de vino de frutas debe considerarse las prácticas enológicas .

Requisitos organolépticos

El vino de frutas debe ser translúcido y de varios colores según la evaluación sensorial del color se debe hacer utilizando la NTE INEN ISO 11037.Tambien debe tener un sabor y olor característico a la clase de fruta utilizada. La evaluación sensorial del olor y sabor se debe hacer utilizando la NTE INEN ISO 11037 ,NTE INEN 374

2.01.08. FACTOR TECNOLÓGICO

En la actualidad en Ecuador se han mejorado mucho las actividades industriales, las empresas tienen la necesidad de tener producciones más efectivas, mediante la implementación de tecnología o maquinarias tecnológicas adecuadas para obtener un producto de calidad logrando niveles altos de producción y bajos costos.

La tecnología puede definirse como el medio para transformar ideas en productos o servicios permitiendo, mejorar o desarrollar procesos.

Se utilizará maquinaria y equipos tecnológicos, se prevé la disponibilidad de un software especializado en la etapa de fermentación, control de calidad del producto y otras etapas de proceso.

2.01.09 ENTORNO LOCAL

2.01.09.01. Clientes

Son las personas que utilizan o adquieren, de manera frecuente u ocasional, los servicios o productos que pone a su disposición un profesional, un comercio o una empresa.

Tabla 2:
Clientes

Cliente	**Características**
Personas (mayores de edad)	Hombres o mujeres entre 18 y 50 años
Distribuidores del producto a microempresas y Supermercados	Supermercados como Mi Comisariato, Tía, otros negocios como bodegas, licorerías, bares.

***Fuente**: investigación propia*

Análisis: Hoy en día algunas personas realizan sus compras en el lugar más cercano por comodidad como bodegas, o supermercados, para satisfacer sus necesidades, mediante la buena atención, los clientes identifican el buen servicio, generando así clientes frecuentes y dando la oportunidad de desarrollar el proyecto.

Los posibles clientes conocerán de los productos a través de propagandas y degustaciones de los productos en licorerías, supermercados.

2.01.09.02. Proveedores

Proveedor **es** la persona **o** empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad.

Los proveedores serán empresas que brinden seguridad, estabilidad del producto y nos proporcionen calidad.

Tabla 3:
Proveedor

EMPRESA	DETALLE	DIRECCION	PRECIOS
CORNESA	Proveedores de envases de vidrio, y todo tipo de botellas	CARCHI 601 Y QUISQUIS Guayaquil, Ecuador	A acordar con la empresa
FRASCO S.A.	Botellas de vidrio	Cdla Quisquis Mz E1 Solar 2,Guayaquil,Guayas (593)(4)2384524	A acordar con la empresa
ECO ENVASES	Botellas de vidrio	Teléfono:593.4.2256.023 Celular:593.8.5762.102	Precio a acordar, dependiendo cantidades y lugar de envió
COMPAÑÍA INDUSTRIAL FRUTAS DEL ECUADOR	Proveedor de Frutas	Dirección: Carret Daule Km 5, Guayaquil, Guayas, Ecuador	Teléfono: (4) 2350691
JOYCE DE CHECA EVENT PLANNING	Etiquetas vinos	Dirección: Guayacanes Mz 80 V 18, Guayaquil, Guayas, Ecuador	Teléfono: (04) 2820966
ARTFLEX S.A.	Etiquetas vinos	Calle Ilanes y Km. 2 1 2 Carlos Julio Arosemena, Guayaquil - Ecuador.	Teléfono :(04) 220-7353.
COMPAÑÍA INDUSTRIAL FRUTAS DEL ECUADOR	Proveedor de Frutas	Carret Daule Km 5 Guayaquil, Ecuador	Tel: (593) (4) 2350691
VIVERO FRUTAS Y PLANTAS	Proveedor de Frutas	Dirección: Cdla La Garzota Calle Hno. Miguel Mz 27 S# 15B Jto A Ecuamarmol, Guayaquil, Guayas, Ecuador	Teléfono: (4) 2240749

Fuente: *investigación propia*

2.01.09.03. Competencia

La competencia es la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.

En el cantón Balzar una gran mayoría de habitantes se dedica al comercio al por mayor y menor pero no hay empresas que se dedique la producción artesanal de vino frutal.

(Educadictos.com, 2012)[14] "La matriz BCG es utilizada para realizar el análisis de la posición de un producto/negocio dentro del mercado, o bien de la cartera de negocios de una empresa u organización en el caso de que estos estén diversificados."

Negocios Estrella

En este primer cuadrante se ubican negocios/productos con un gran crecimiento en el mercado y con una alta participación de estos mismos productos en él. Se debe prestar especial atención a las inversiones en este tipo de productos/negocios, debido al alto crecimiento de los mismos en el mercado, los flujos de financiación deben ser muy altos para poder competir, pero también se recuperan rápido debido al liderazgo que ostentan los mismos. Al reducirse el nivel de crecimiento con el tiempo pasan a convertirse en productos/negocios vaca.

14. http://www.educadictos.com/la-matriz-bcg/

Vaca Lechera

Son productos/negocios privilegiados ya que se sitúan en industrias maduras siendo líderes. La fidelidad adquirida de los clientes hace que se reduzca la necesidad de inversión en marketing.

Interrogante

En él se engloban productos/negocios con baja participación en los mercados pero que cuentan con buenas expectativas, al tener este altas tasas de crecimiento, o sea, buenas expectativas. Requieren un alto nivel de inversión proveniente de otras UEN de la empresa y puede acabar derivando en cualquiera de las otras 3 categorías, de ahí que se denomine interrogante

Perro

Aquí existe poca participación en el mercado, el cual posee además bajas tasa de crecimiento. Son mercados maduros y en decaimiento.

No suele ser recomendable invertir en este tipo de UEN al no resultar rentables, y si además perdura esta condición a lo largo del tiempo suelen eliminarse

Completamente, para que no dañen al resto de negocios y al flujo financiero de la empresa.

Figura 11: BCG
Fuente: *Imágenes Google*

Análisis.- El vino artesanal se encuentra en el cuadrante de interrogación ya que es una empresa nueva que opera en un mercado y no cuenta con un posicionamiento en el mismo, por lo que necesitará una inversión alta para que los resultados sean muy favorables en la producción y comercialización dependiendo así de la tasa de crecimiento.

No se descarta que en un futuro, los productos se conviertan en vaca o estrella dependiendo del movimiento del mercado, para lograrlo se debe producir un vino que cumpla con las expectativas y necesidades del cliente, mediante normas y procesos de calidad.

Tabla 4:
Competidores

EMPRESAS COMPETIDORAS PRINCIPALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	PRODUCTOS
UNIÓM VINÍCOLA INTERNACIONAL S.A. GRAND DUVAL	Vinos ,champagne, licores
LA CASA DEL VINO	Vinos , champagne, whisky, vodka
INDUSTRIA LICORERA	Vino Sta. clara durazno, manzana

Fuente: *investigación propia*

Análisis.-Nuestros competidores más fuertes se ubican en la ciudad de Guayaquil puesto a que el cantón Balzar no hay una fábrica de vino artesanal, siendo una fortaleza para emprender el proyecto.

2.01.09.04. Productos sustitutos

(Arteaga, 2009) Se considera un bien o producto sustitutivo de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos. Son aquellos bienes que cumplen una función similar o idéntica, y que por tanto pueden ser sustituidos entre sí obteniendo resultados similares (Pág. 96).

Cerveza

Whisky

Vodka

Tequila

Ron

Licor (licores)

Jugo de caña

Análisis.-En el mercado ecuatoriano existen variedades de productos en lo referente a bebidas alcohólicas, es por eso ECLIPVIN utilizará diferentes frutas para generar productos innovadores que pueden gustar al cliente.

2.02. ANÁLISIS INTERNO

2.02.01. Propuesta estratégica

2.02.01.01. Misión

Eclipvin es una empresa Ecuatoriana cuyo negocio es la producción y comercialización de vino artesanal, basado en ingredientes de frutas propias cultivadas en el país con tecnología de punta, mejora continua, para de esa manera lograr satisfacer las necesidades de sus clientes.

2.02.01.02. Visión

En el lapso de 2 años ECLIPVIN, se constituirá como la empresa líder en la producción y comercialización de vino artesanal, cuyo pilar fundamental será la calidad de su proceso, la variedad de su producto y precios competitivos para sus clientes.

2.02.01.03. Objetivos

2.02.01.03.01. Objetivo general:

Desarrollar un estudio de factibilidad que permita crear la empresa ECLIPVIN a fin de producir vino artesanal de frutas como mortiño, mora y uva, bajo el estricto

cumplimiento de estándares de calidad nacional, tanto en su proceso como en el producto final.

2.02.01.03.02. Objetivos específicos:

- Estructurar un estudio de mercado que permita establecer la oferta y la demanda del producto ofrecido.
- Localizar de manera óptima la industria de tal forma que sea rentable.
- Determinar el monto de la inversión que requerirá el proyecto para su implementación
- Establecer el proceso más adecuado para la producción de vino artesanal.

2.02.01.04. Principios y valores

Principios

- Servicio: ECLIPVIN es una empresa comprometida con sus clientes, por lo que su personal estará capacitado para brindar un servicio de calidad desde la recepción de los insumos hasta la comercialización de nuestro producto. Se dispondrá a un buzón de quejas y sugerencias para realizar una mejora continua a nuestro servicio.
- Calidad: ECLIPVIN producirá el vino artesanal, bajo un control estricto de sus procesos y sus productos bajo el cumplimiento de normas nacionales e internacionales, para garantizar a nuestros clientes la calidad de nuestros productos.

- Lealtad: Es la confianza que ECLIPVIN ha depositado en nuestro equipo de trabajo competitivo y comprometido con la misión empresarial.
- Respeto ambiental: Establecer e implementar y dar seguimiento a los planes de manejo ambiental de la empresa que permita cumplir la normativa ambiental vigente y cumplir con nuestra responsabilidad social.

Valores

- Honestidad.- ser responsables, una persona decente**,** recatada, razonable, justa**.**
- Trabajo en Equipo.-. Aportar con fortalezas al compañero q pueda ayudar en un momento de dificultad.
- Compromiso de trabajo.- Dar el mejor esfuerzo en el área laboral con eficacia y eficiencia, dar oportunidades ,creer en el equipo,
- Responsabilidad.-Cumplir con nuestras obligaciones y responsabilidades asignadas en la empresa.
- Innovación de nuestros productos. Dar un valor agregado.
- Calidad y valor agregado.- Satisfacer las expectativas del cliente con un producto llamativo y económico.

2.02.01.05. Gestión administrativa

2.02.01.05.01 Planificación

CALENDARIO DE ACTIVIDADES

	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	7 MES	8 MES	9 MES	10 MES	11 MES	12 MES
Constitución y Legalización de la Empresa												
Obtención de Crédito												
Obtención de Ruc												
Obtención de Permisos Ambiental y Ministerio de Salud												
Compra de Maquinaria												
Compra Muebles y Equipo de Computo												
Contrato de Personal												
Pruebas Técnicas de Maquina												
Compra Materia Prima												
Inicio De Actividades												

Figura 12: Cronograma De Actividades
Fuente Investigación propia

2.02.01.05.02 Organigrama

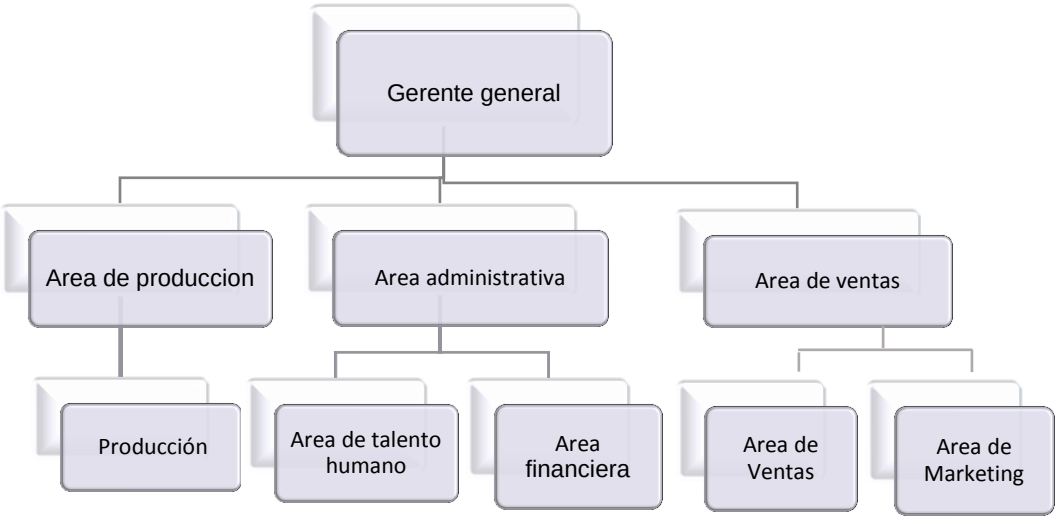


Figura 13: Organigrama de funciones
Elaborado por Yuly Carbo

Gerente General.- El Gerente General es la persona encargada del buen funcionamiento de la empresa, es quien representará a la Junta directiva y será su

voz cuando ellos estén ausentes también será quien dirija la estructura organizativa con el fin de cumplir con los objetivos a corto y largo plazo, además será quien represente a la empresa en diferentes actividades tales como:

- Ejercer el presupuesto asignado a la Dirección, con estricto apego a la normatividad establecidas en la empresa.
- Efectuar la consolidación de los informes financieros y presupuestales de la Dirección, de acuerdo con las normas aprobadas, los procedimientos y las disposiciones emitidas por la Dirección de Recursos Financieros.
- Identifica factores que afecten directamente a la empresa e implementa estrategias, así como planes de acción.
- Controla el presupuesto de las diferentes área de acuerdo con las normativas de la empresa
- Seleccionar al recurso humano de la organización

El perfil que debe cumplir el gerente es Ingeniero en Administracion de empresas y tener mínimo cuatro años de experiencia en cargos similares.

Área de Producción.-En el área de producción se establecerán los obreros y personal técnico especialista para la elaboración del producto mediante las normativas y políticas de la empresa

El jefe de este departamento tendrá que dirigir las funciones relacionadas con el proceso productivo, como elegir la materia prima, seleccionar al mejor proveedor y controlar el proceso en sí; específicamente las funciones que deberá realizar son:

- Regular la frecuencia de compra de la materia prima y la disponibilidad de los productos cuando sean solicitados
- Planear y definir metas de producción.
- Seleccionar la materia prima y proveedores
- Planeación y supervisión de toda el área, así como el control de calidad del producto.
- Determinar los niveles de producción con base en las estimaciones de la demanda.
- Buscar mecanismos para mejorar los tiempos de producción.

Los requisitos para ocupar este puesto son: Ser Ingeniero en Alimentos y tener mínimo tres años de experiencia en cargos similares.

Área administrativa.- Estarán, el personal de recurso humano y el contador quienes se encargaran de todo lo referente a todo lo administrativo.

Recursos Humanos Será el profesional encargado de las contrataciones del nuevo personal cuando esto sea requerido, definirá las políticas y se encargara de las capacitaciones de los empleados

Tramitar y controlar ante la Dirección de Capital Humano, los movimientos y las incidencias del personal de la Dirección, así como entregar los comprobantes de pago a los funcionarios y personal de la Dirección, recabar las firmas en las nóminas correspondientes.

- Elaborar e integrar los informes que se requieran, en el ámbito de su competencia, e informar a la Dirección del desarrollo y resultados de las acciones a su cargo.
- Atender las demás funciones que se requieran dentro de su ámbito de competencia.
- Programar, organizar y controlar los recursos humanos, financieros y materiales, así como los servicios generales que la Dirección necesita para el desarrollo de sus funciones.

El perfil que deben cumplir los encargados de esta are son: Ingeniero/a en Administracion de empresas y tener mínimo dos años de experiencia en cargos similares., contador/a y tener mínimo tres años de experiencia en cargos similares,

Área de ventas.- En esta área están enfocados los vendedores, atención al cliente, Vendedores Serán quienes síganlos lineamientos establecidos por el Jefe de comercialización, esto con el fin de atraer a nuevos compradores de nuestra línea de productos.

El jefe de ventas deberá ocuparse de las estrategias de mercado como son Promoción, Publicidad y Ventas, para poder incrementar las ventas y difundir rápidamente los productos; otras de las funciones que debe cumplir son:

- Realizar los contratos con clientes y proveedores.
- Coordinar el envío de los productos.

- Realizar pedidos, devoluciones, reclamos en el caso que fuera preciso hacerlos.
- Realizar cuando sea necesario estudios de mercado.
- Determinar las políticas de precios cuando se lo requiera.

El perfil para ocupar este puesto son: Ser Ingeniero comercial o afines y tener mínimo tres años de experiencia en cargos similares. , El perfil para ocupar el puesto de vendedor son: Ser bachiller y tener mínimo de uno a dos años de experiencia en cargos similares.

2.03 Gestión operativa

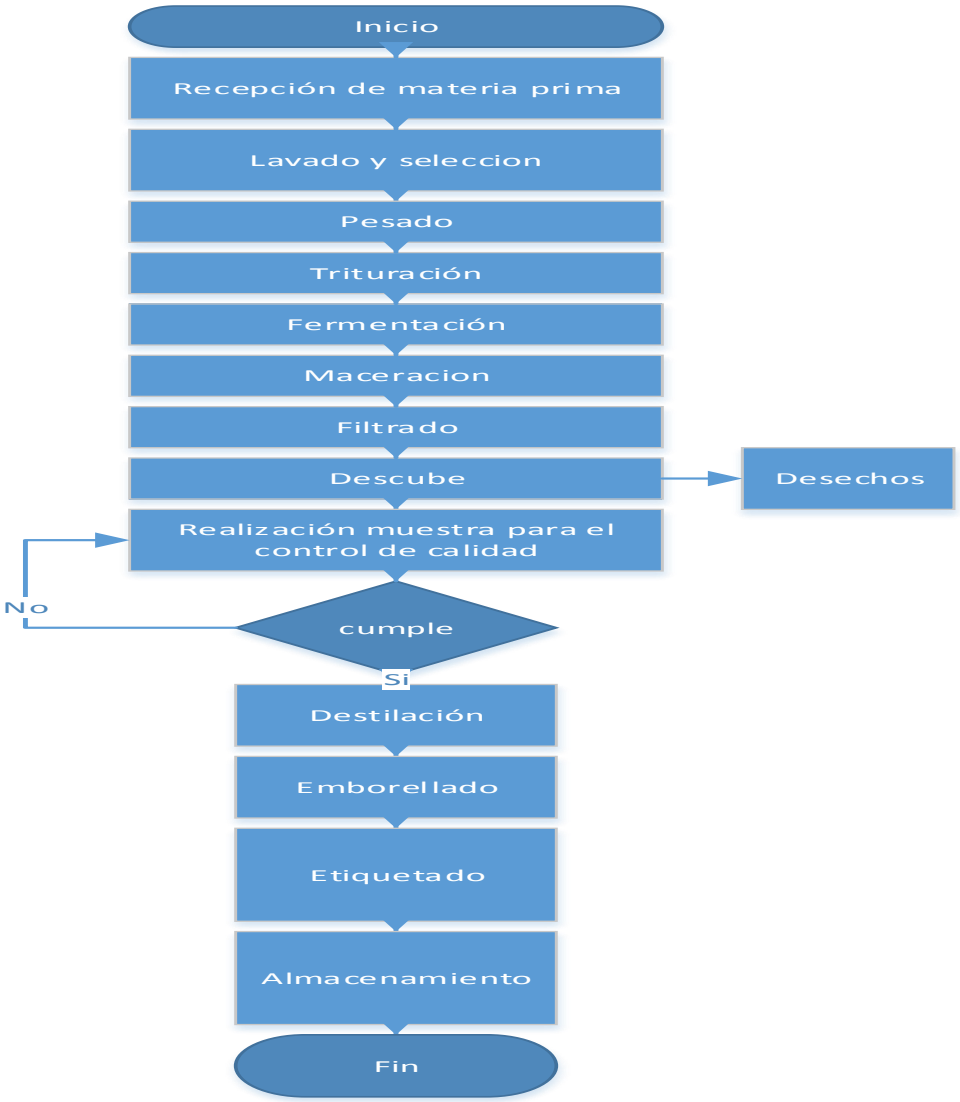


Figura 14: Diagrama de Flujo
Fuente: Investigación propia

Descripción de los Procesos (Véase Anexo 9)

Recepción

Consiste en cuantificar la fruta que entrará a proceso. Esta operación debe hacerse utilizando recipientes adecuados y balanzas calibradas y limpias.

Lavado y Selección

Se hace para eliminar bacterias superficiales, residuos de insecticidas y suciedad adherida a la fruta. Se debe utilizar agua clorada. Se elimina la fruta que no tenga el grado de madurez adecuado o presente golpes o magulladuras.

Pesado

En este proceso se toma la cantidad de materia prima y se pesa en la balanza.

Trituración

Es el proceso donde se exprime el jugo de la pulpa de las frutas. Se utiliza licuadora y se adiciona agua para facilitar el proceso en la proporción de 1 litro de agua por cada litro de pulpa.

Fermentación

El mosto pasa a los tachos de fermentación, donde se les agrega bentonita para facilitar la clarificación por el arrastre de las macromoléculas de proteínas, tiamina y fosfato para satisfacer las necesidades de nutrición a las levaduras y

proporcionarles factores de crecimiento. Se coloca una trampa de aire, para evitar su oxidación a vinagre. La mezcla se deja fermentar en un recipiente, entre 3 y 7 días como mínimo, a una temperatura de 30(C. La fermentación se interrumpe cuando ya no hay producción de gas.

Filtrado

Es otro de los procesos que se utilizan para eliminar los sedimentos en el vino, se hace pasar la mezcla fermentada por una tela fina o colador, previamente esterilizado, para eliminar la levadura y la pulpa residuales, es un medio importante para clarificar y estabilizar el vino

.Sirve para dejar el vino perfectamente limpio y preparado para su embotellado

Maceración

La maceración es el contacto entre líquido y partes sólidas de la uva. Es un proceso que se inicia en el momento en que el mosto entra en contacto con los hollejos de la uva. Sirve para la extracción de aromas, taninos y color del hollejo de aromas en los vinos frutales es mucho más larga, pues dura varios días.

Descube

Separación de las partes sólidas, descube en caliente y descube en frío, el descube en caliente se realiza cuando el vino ya no contiene gran proporción de azúcar, se suele aplicar en ciertos vinos de calidad que deben comercializarse muy pronto más conocidos como vinos del año, y de aquí depende su dureza. El descube en

frío se realiza después de que haya acabado la fermentación, consiguiendo un aumento en la maceración de los orujos que suele ser idóneo para la obtención de un vino que tiene que ser sometido a un largo envejecimiento consiguiendo un vino fuerte, complejo, con mucho color y taninos.

Control de Calidad

Se realiza un análisis para ver que impurezas hay en el producto, con pequeñas muestras para saber si cumple con las expectativas de calidad que exige el cliente, también se verifica el envase, la etiqueta, para que el producto este en buenas condiciones

Destilado

Destilación del etanol, determinar el grado de alcohol, consiste en la evaporación de un líquido con la recolección y condensación de sus vapores. Esto se da mediante la ebullición del vino.

Embotellado

En el proceso de embotellado, las botellas vacías son ubicadas sobre una mesa y a partir de ella se procede a remover partículas de polvo con un enjuague con agua y se espera el secado; a continuación se llena con el embudo respectivo, esto manualmente.

Etiquetado

Este proceso se lo realizara de forma manual , se movilizan las botellas para su etiquetado, el pegamento es colocado y se procede al pegado de la etiqueta.

Almacenamiento

El vino debe ser almacenado a temperatura estable de unos 15 °C (nunca inferior a 10 °C ni superior a 18 °C), en un sitio oscuro (la luz oxida el vino), tumbado, y no moverlo. La humedad de la bodega casera debe de tener una humedad de entre el 60-80%. Se cierra al vacío y con tapón de corcho para que pueda expandirse, Para que un vino aguante mucho tiempo en botella requiere alcohol y color y es recomendable guardaros algunos años para beberlos en su momento óptimo.

2.04 Gestión comercial

2.04.01 Producto

El producto está enfocado a satisfacer las necesidades del cliente brindando un producto bajo procesos de calidad con materia prima natural.

Se ofrece un vino artesanal elaborado con frutas como son la mora, una y mortiño.

Logotipo

Etiqueta

Implica diseñar y producir el recipiente o envoltura de un producto. El empaque podría incluir el recipiente primario del producto.

2.04.02 Precio

La fijación de precio dependerá de los estudios técnicos y financieros, mediante los cuales fijaremos el margen de utilidad dependiendo del costo del producto, además consideraremos la tendencia de precios en el mercado.

Con el objetivo de ingresar al mercado con un precio atractivo y accesible, además de brindar al cliente otros productos con un valor agregado, un producto saludable.

2.04.03 Plaza

La plaza de comercialización del producto está definida por el mercado Guayaquileño, localizarlo en autoservicios, como licorerías supermercados Tía, Mi comisariato y tiendas de barrio, ya que es mucho más fácil encontrar esta clase de producto en estos locales y es mucho más conveniente para el consumidor a nivel nacional.

2.04.04 Promoción

La estrategia referente a este punto que se va a seguir para poder captar la mayor parte del mercado posible es realizar degustaciones en los supermercados, así el consumidor entrará en contacto con el producto y podrá decidir si le gusta o no, en primera instancia, seguido de una campaña publicitaria, ya sea por medio de vayas o trípticos, seguido por anuncios en los principales diarios, como lo son el universo y el expreso.

Se harán degustaciones directas al posible consumidor mediante colocación de stands los cuales estarán ubicados en eventos de afluencia masiva; así como también contar con los mismos stands en los supermercados que vendan el producto.

El presente proyecto promocionará lo siguiente:

1.- Hacer propagandas de**l** productos en licorerías, supermercados.

2.-Clientes al por mayor y frecuentes, el 5% de descuento.

Camiseta

Figura 15: Propaganda
Elaborado por Yuly Carbo

2.05 ANÁLISIS FODA

"Es un diagnostico bastante preciso de la situación actual del entorno interno y externo de la organización. Es de gran ayuda para los gerentes a la hora de tomar decisiones estratégicas y tácticas" (Dra. Jessie M. Orlich, 2015)[15]

FODA es una sigla que resume cuatro conceptos: fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas. Los criterios para ubicar un dato o hecho en una de estas cuatro categorías don básicamente dos:

1. Si son internos o externos a la organización
2. Si son convenientes o no convenientes para la organización

Dado lo anterior se puede plantear las siguientes definiciones

15. http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA(SWOT).pdf

Fortalezas

Son las características y capacidades internas de la organización que le ha permitido llegar al nivel actual del éxito y lo que le distingue de la competencia (ventaja competitiva).

La organización tiene control sobre ella y son relevantes.

Debilidades

Son las características y capacidades internas dela organización que no están en el punto que deberían para contribuir al éxito y más bien provocar situaciones favorables. Al igual que las fortalezas la organización tiene control sobre ella. Las fortalezas pueden convertirse en debilidades.

Oportunidades

Son aquellos factores externos de la organización que se puede aprovechar para obtener ventajas competitivas. La organización no los controla no depende de esta, pero puede obtener ventajas de hechos relevantes.

Amenazas

Son aquellas situaciones que presenta el entorno externo de la organización que no pueden controlar pero pueden afectar desfavorablemente y forma relevante.

Tabla 5:
Análisis Interno

Nro		Fortalezas Impacto			Debilidades Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
	Propuesta estratégica		X				
	Gestión administrativa						X
	Gestión operativa		X				
	Gestión comercial	X					

Fuente: *Análisis situacional*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- Las Debilidades, se pueden convertir en fortalezas ya que la debilidad más grande seria que el personal no tenga el conocimiento suficiente sobre los procesos, pero con el tiempo esto cambiara y será positivo para la empresa porque puede mejorar sus procesos y ser competentes.

Tabla 6 :
Análisis Externo

Nro.		Oportunidad Impacto			Amenaza Impacto		
		Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
1	Balanza comercial			X			
2	Producto interno bruto (PIB)			X			
3	Tasa pasiva		X				
4	Cultura			X			
5	Inflación						X
6	Tasa activa			X			
7	Migración			X			
8	Competencia		X				
9	Productos sustitutos						X

Fuente: *Análisis situacional*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- Si bien dada la situación política y económica del país podría existir un bloqueo para la empresa sin embargo tiene las oportunidades de contar con el apoyo gubernamental por ser microempresa.

Tabla 7:
FODA

Fortalezas	**Oportunidades**
F1.- Es un producto innovador, basado en frutos tradicionales de nuestro país como la mora y el mortiño. F2.- Se cuenta con personal técnico con experiencia para elaboración de este tipo de productos. F3.-Impulsar la producción vinícola en el cantón Balzar provincia del Guayas.	O1.- Expansión dentro del territorio nacional a mediano plazo. O2.- no existen competidores directos que ofrezcan las mismas características del producto. O3.- El gobierno actualmente está fortaleciendo al sector agroindustrial y apoya a las microempresas.
Debilidades	**Amenazas**
D1.- El personal operativo no tiene el suficiente conocimiento sobre el proceso. D2.-No se posee activos o depósitos en el banco para solicitar créditos. D3.- Utilización de frutas de época en el proceso.	A1.- Tasa de inflación variable, lo que genera la reducción de poder adquisitivo de las empresas. A2.-Prestamos con tasa de interés variables. A3.- Empresas grandes pueden crear un producto similar.

***Fuente**: Análisis situacional*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 8 :
Fortaleza-Debilidades

F1	1	D1	0.75
F2	0.75	D2	0.50
F3	0.50	D3	0.50
Sumatoria	2.25		1.75

***Fuente:** Análisis situacional*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- las debilidades se presentarían al inicio del desarrollo del proyecto, una vez que este ejecutado, el personal adquirirá destrezas en el manejo de los procesos logrando convertirse en fortalezas mediante personal capacitado con la materia prima y herramientas necesarias, préstamos bancarios.

Tabla 9:
Fortalezas-Amenazas

F1	1	A1	0.50
F2	0.75	A2	0.50
F3	0.50	A3	0.50
Sumatoria	2.25		1.50

Fuente: *Análisis situacional*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- Las amenazas, pueden convertirse en fortalezas puesto que al principio es difícil ingresar al mercado, porque los productos no se conocen a un así con el tiempo y el buen manejo de la empresa pueda competir con este producto innovador.

Tabla 10:
Oportunidades-Amenazas

O1	0.50	A1	0.50
O2	0.75	A2	0.50
O3	1	A3	0.50
Sumatoria	2.25		1.50

Fuente: *Análisis situacional*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- En cuanto a las amenazas se tiene un bajo porcentaje y que el proyecto tiene la oportunidad de dar a conocer el vino artesanal de frutas en el sector y crecer en el mercado ya que cuenta con un producto novedoso que es el mortiño no existe un competidor directo con un producto de tales características.

CAPÍTULO III

3.01 ESTUDIO DE MERCADO

(kotle & Keller, 2012) La investigación de mercado se define como el diseño sistemático, la recolección, el análisis y la presentación de datos y conclusiones relativos a una situación de marketing especificada que enfrenta una empresa. También señalan, que el mercado es descrito por los economistas como el grupo de compradores que realizan transacciones sobre un producto. Los especialistas en marketing usan el termino mercado para abarcar varias agrupaciones de clientes. (pág.98)

3.01.02 Análisis del consumidor

3.01.02.01 Determinación de la población y muestra

Población

"Conjunto de elementos que van a ser observados en la realización de un experimento, cada uno de los elementos que componen la población es llamado individuo o unidad estadística" (Sabias, 1995, pág. 25)

Población**.-**"Es una representación de una parte de la población, si la muestra representa fielmente a la población, se dice que los resultados del estudio son generalizables" (Sakil, 1990, pág. 62)

Tabla 11:
Población del sector de influencia del proyecto

	Habitantes
Guayas	2922909
Canton Balzar	53937
PEA	41431

Elaborado por Yuly Carbo

Análisis .-Para realizar los cálculos de cuantas personas se encuestaran se tomo en cuenta la poblacion economicamente activa. (**Vease anexos 10,11,12**)

Para efecto de este proyecto se ha considerado la siguiente segmentación poblacional.

Población Finita.- Es la cantidad limitada o pequeña de elementos.

Población Infinita.- Es la cantidad grande de elementos, por lo cual dificulta el estudio del proyecto, es por eso que se utiliza la muestra.

Muestra.- Es el subconjunto representativo seleccionado de la población, es decir una pequeña parte que se toma de total de elementos.

(Balestrini, 1997) La muestra "es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población" (pág.138).

Para el proyecto se utilizara la siguiente fórmula:

Fórmula muestra

$$n = \frac{N \times P \times q \times z2}{(N-1)E2 + p \times q \times z2}$$

N=Tamaño de Población

n=Tamaño de muestra

p=Probabilidad de éxito (50%)

q=Probabilidad de fracaso (50%)

E2= Error máximo admisible (5%)

z= Distribución normal en estadística cuando el Nivel de Confianza = 95% es decir 1.96

$$n = \frac{41431 \times 0.50 \times 0.5 \times 1.96^2}{(41431-1)(0.05)^2 + 0.5 \times 0.50 \times 1.96^2}$$

n=380.62

3.01.02.02 Técnicas de obtención de información

Las técnicas de recolección de datos, son definidas por Tamayo (1999), como la expresión operativa del diseño de investigación y que específica concretamente como se hizo la investigación (p. 126).

(Méndez, 1999) Define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información, Además manifiesta que existen: fuentes primarias y fuentes secundarias.

Las fuentes primarias es la información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento,

Las fuentes secundarias es la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento.(pág.143)

(Ing.Guevara Samaniego, Juan, 2015, pág. 72) Dice que las técnicas de Información son tres:

-Investigación por observación

-Investigación por Focus Groups

-Investigación a través de Encuestas

-Investigación por Observación

Es la técnica que recauda información atreves de la investigación de campo, donde se puede observar lo del entorno, se utilizan fotos como pruebas.

-Investigación por Focus Groups

Es un grupo de discusión donde intercambian ideas de un tema específico de conversación, el grupo puede ser de 6 a 10 personas, el moderador plantea una serie de preguntas preparadas con anticipación, por lo general las sesiones son grabadas y también tienen su pago simbólico por la participación del grupo.

-Investigación a través de Encuestas

"La encuesta es el método de recopilación de información de datos primarios en el que la información se repone al comunicarse con una persona representativa de un grupo de individuos" (Zikmund, pág. 65)

Las Encuestas pueden clasificarse según varios criterios

Método de Comunicación:

- Entrevistas Personales
- Entrevistas Telefónicas
- Encuestas por Correo

Grados de Estructuración y Simulación de los cuestionarios:

- Pregunta Estructurada: impone un límite al número de respuestas permitidas, por ejemplo elegir entre 18 a 35, mayor que 35.
- Pregunta No Estructurada: no limita las respuestas de los encuestados, por ejemplo ¿por qué compra en el Líder? Existe libertad para contestar.
- Pregunta No Simulada: es directa que supone que el encuestado está dispuesto a responder
- Pregunta Simulada: es indirecta y supone que el propósito del estudio debe permanecer oculto pata el encuestado.

Para llevar a cabo el proyecto se ha establecido el formato de la encueta detallado en el **(Véase anexo 13).**

3.01.02.03 Análisis de la Información

"La ponderación muestral es necesarias para compensar la probabilidades de selección desigual, la ausencia de respuesta y las diferencias conocidas entre la muestra y la población de referencia" (ONU, 2005)

Una vez que la encuesta fue aplicada a la muestra determinada en esta investigación dentro del segmento poblacional establecido se obtuvieron los siguientes resultados.

Resultados de la encuesta dirigida a la sociedad.

Pregunta 1. ¿Con que frecuencia consume Ud. el vino?

Tabla 12 :
Resultado pregunta 1

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	27	7%
Semanalmente	26	7%
Mensualmente	72	19%
Otros	257	67%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

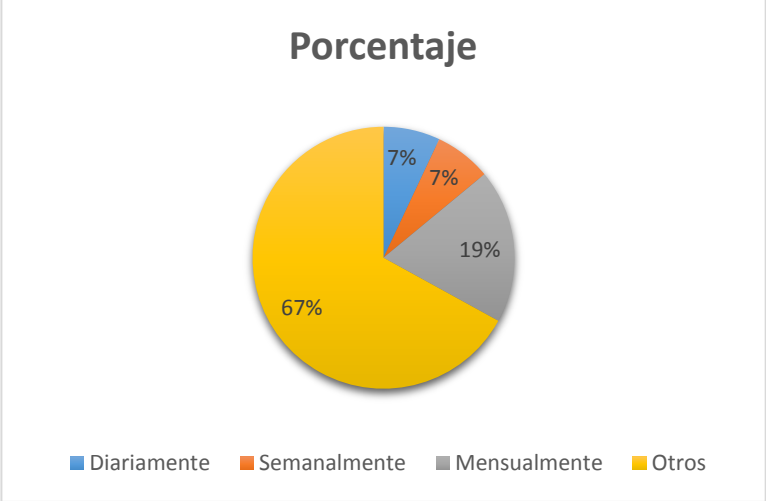


Figura 16: *Resultado pregunta 1*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El 67% de la población expreso que consume vino de manera ocasional sobretodo en festividades como es fin de año, navidad entre otras, mientras

que el 19% mensualmente ,7%semanal, y el 7% diariamente., lo que quiere decir que el 33% de la población podría desarrollar un consumo más aceptado para el producto.

Pregunta 2¿Qué tipo de vino consume?

Tabla 13:
Resultado pregunta 2

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Espumoso	130	34%
Tinto	171	45%
Frutal	80	21%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

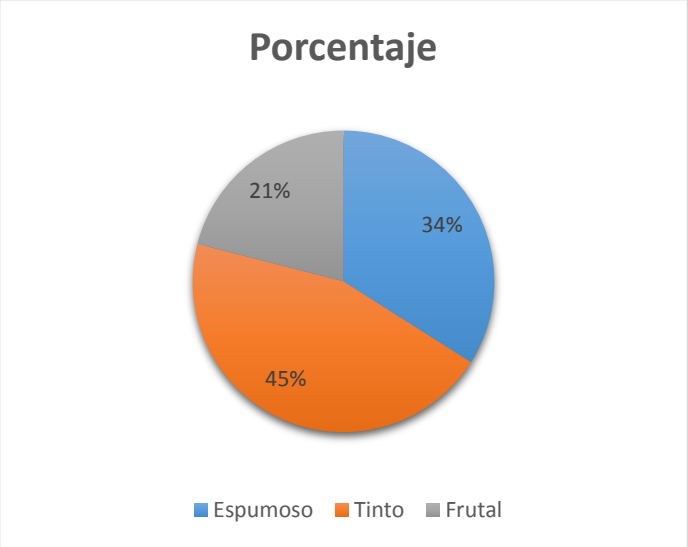


Figura 17: *Resultado pregunta 2*
Fuente: Encuesta
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El 55% de los habitantes tienen una preferencia de vinos frutales, el 28% de vinos tintos y el 17% de vinos espumosos. Es decir que la inclusión del producto podría significar una buena alternativa para establecer un nicho de mercado.

Pregunta 3¿Qué tipo de frutas preferiría usted en el vino?

Tabla 14:
Resultado pregunta 3

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Uva	205	54%
Mora	65	17%
Mortiño	17	4%
Durazno	95	25%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

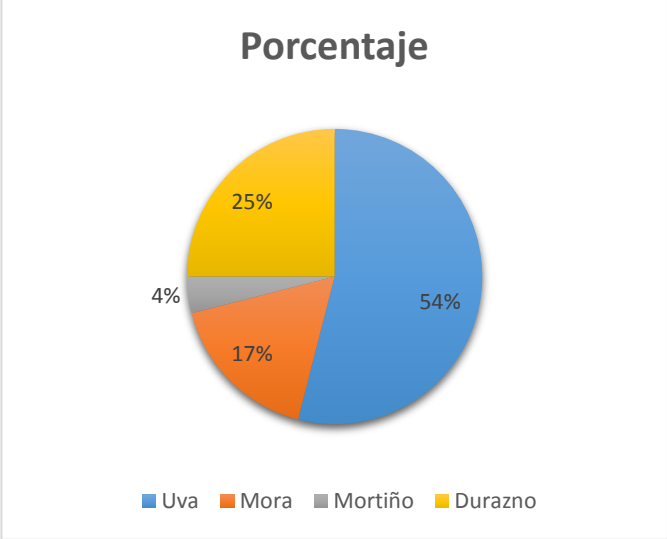


Figura 18: Resultado pregunta3
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El 54% de la población prefiere el vino de uva que es conocido, el 25% de durazno, el 17% de mora y el 4%de mortiño, puesto que el Litoral no conocen el mortiño se da un bajo índice de preferencia por esta fruta que si bien no es conocida, es beneficiosa para la salud .Estos resultados permitirán establecer las posibles formulaciones del vino una vez que haya logrado posicionamiento en el mercado.

Pregunta 4¿En qué envase prefiere usted consumir un vino artesanal de frutas?

Tabla 15:
Resultado pregunta 4

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Botella de vidrio	284	74%
Envase tetra pack	98	26%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

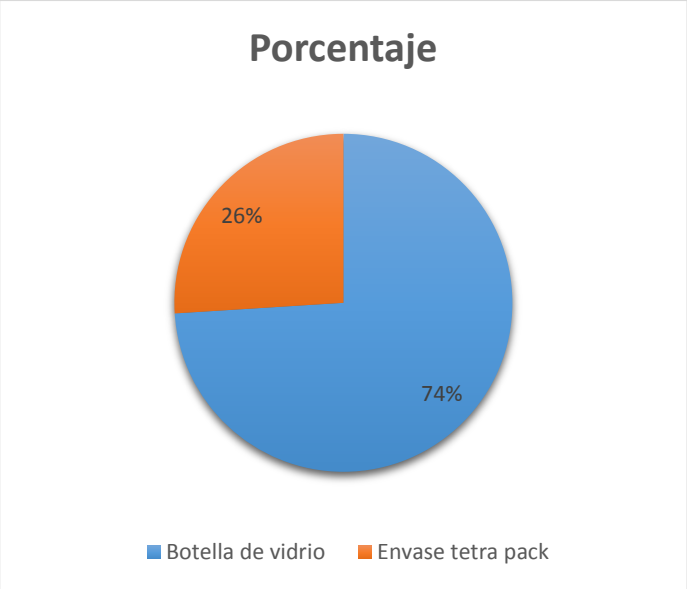


Figura 19: *Resultado pregunta 4*
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-Un 74% de la población tiene preferencia por el envase en botellas de vidrio y el 26%por el envase tetra pack.

Pregunta 5¿Cuánto pagaría por una botella de vino?

Tabla 16:
Resultado pregunta 5

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
$5.00-$8.00	170	44%
$9.00-$12.00	79	21%
$13.00-$18.00	66	17%
Más de $ 20.00	67	18%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

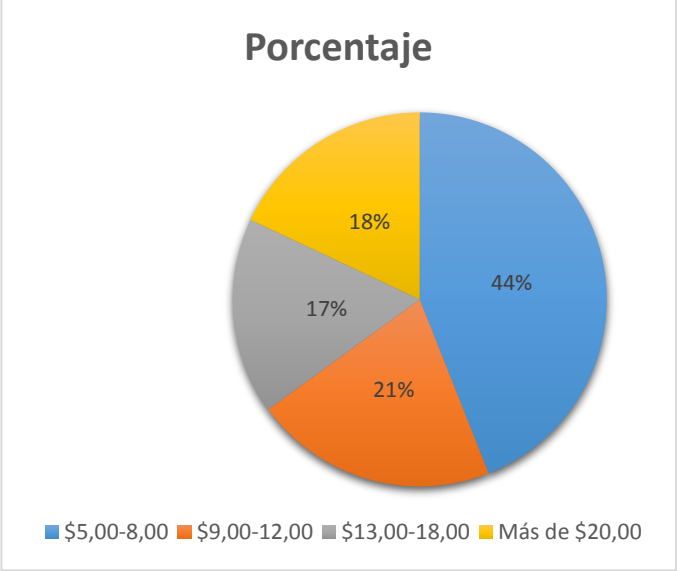


Figura 20 :Resultado pregunta 5
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-La sociedad manifestó que el 44% estaría dispuesto a pagar de $5-8, el 21% pagaría $9-12.Mientras que el 18% pagaría más de $20, y el 17% entre $13-18.Es importante mencionar que de $5-8 corresponde a la presentación de 700 ml, por lo que el precio de venta para el producto de Eclipvin sería de hasta 8 USD.

Pregunta 6 ¿Qué buscas de un vino?

Tabla 17:
Resultado pregunta 6

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Prestigio	23	6%
Precio	25	7%
Calidad	142	37%
Beber	77	20%
Disfrutar	115	30%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

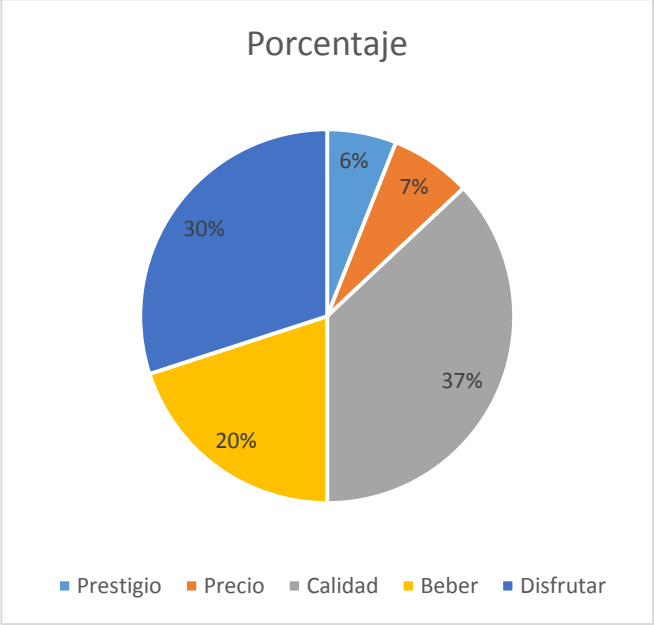


Figura 21: Resultado pregunta 6
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El 37% de la población dijo que buscaba en el vino calidad, el 30% prestigio, el 20%beber y el 6% disfrutar, este proyecto garantizará la calidad exigida por los clientes.

Pregunta 7¿Sabía Ud. Que el consumo moderado del vino es bueno para la salud?

Tabla 18:
Resultado pregunta 7

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Sí	219	57%
No	163	43%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

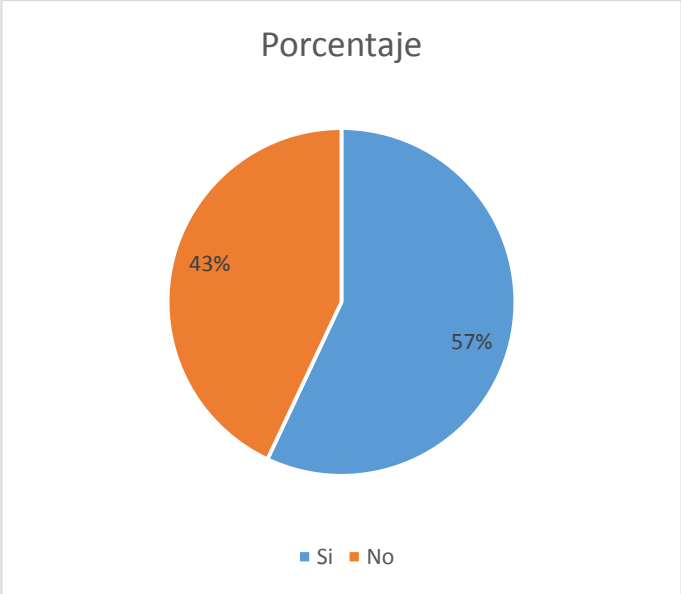


Figura 22: Resultado pregunta 7
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El **57%** de la sociedad tiene desconocimiento de que el consumo moderado del vino es bueno para la salud, mientras que el 43% si sabe los beneficios del producto. Estos resultados ayudaran en la publicidad del producto en supermercados por medio de degustaciones, volantes, otros.

Pregunta 8 ¿Estaría dispuesta a probar una nueva marca de vino elaborado artesanalmente?

Tabla 19:
Resultado pregunta 8

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Si	322	84%
No	60	16%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

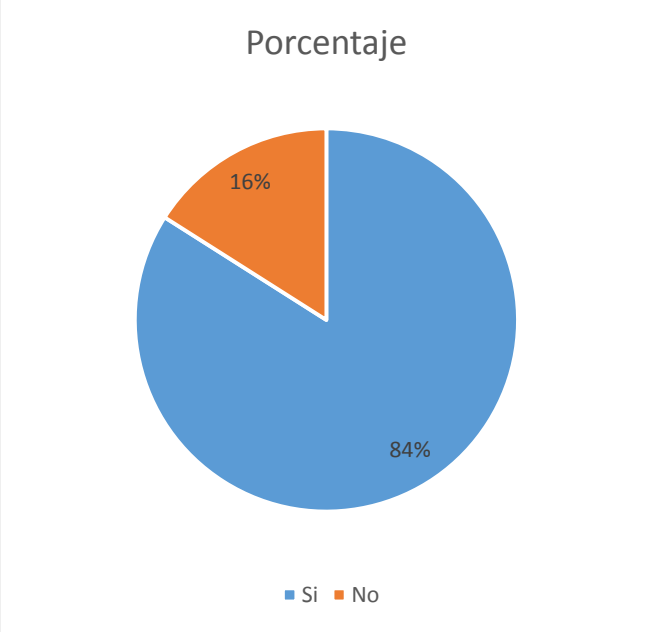


Figura 23: Resultado pregunta 8
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El 84% de la población estaría dispuesto a probar una nueva marca de vino en el mercado, el 16% dijo que no estaría dispuesto a probar un nuevo producto. Por lo que el porcentaje de aceptación del producto estaría enmarcada dentro del 84%.

Pregunta 9 .Sobre el vino extranjero, ¿Cuál es su apreciación entre precio y calidad?

Tabla 20:
Resultadopregunta 9

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Precio muy caro	87	23%
Precio normal	225	59%
Precio desconocido	70	18%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

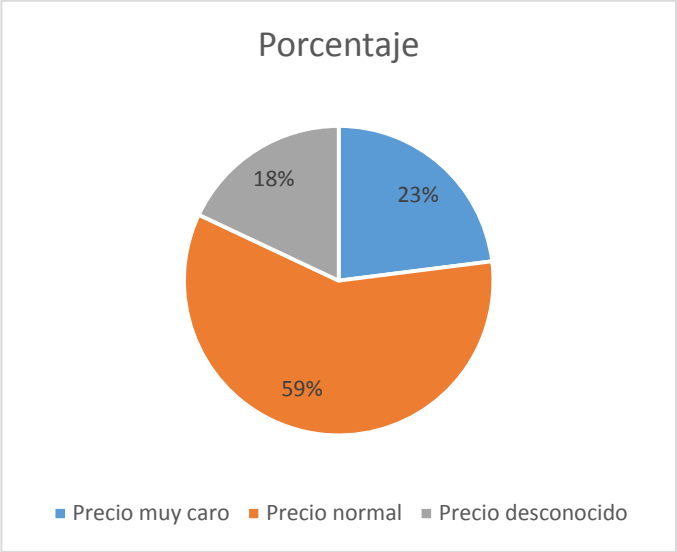


Figura 24: Resultado pregunta 9
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El 59% de los habitantes dijeron que la percepción que tenían del vino extranjero en cuanto al precio y a la calidad es que el precio es normal. El 23% dijo que el precio es muy caro y el 18% que el precio es desconocido.

Pregunta 10 Para la compra de una botella de vino ¿A qué lugar acude usted?

Tabla 21:
Resultado pregunta 10

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Bodega	45	12%
Tienda	116	30%
Supermercados	221	58%
Total	381	100%

Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

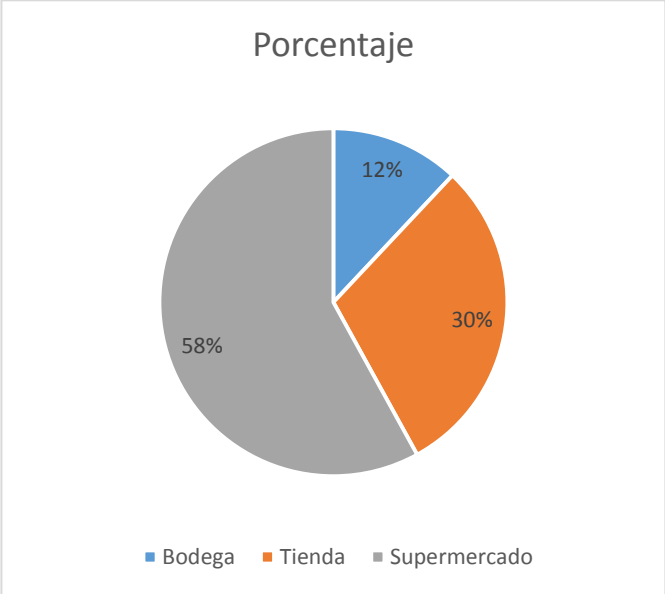


Figura 25: Resultado pregunta 10
Fuente: *Encuesta*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- El 58% de los habitantes dijo que preferían comprar el vino el supermercados, el 30% el tiendas por la cercanía a sus casas, y el 12% en bodegas. Este factor se considerará para la distribución y comercialización del producto

3.02 Oferta

(Chaìn, 2011) Dice que la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción.

Otros elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio , el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología ,las expectativas de los productores , la cantidad de empresas en el sector , el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores , entre otros.(pág.544)

3.02.01Oferta histórica

En el transcurso de la investigación se determinó que el presente proyecto no posee datos para la oferta histórica por lo que se procede a determinar la oferta actual mediante las encuestas realizadas en el cantón Balzar.

3.02.02 Oferta Actual

La oferta actual se determinara mediante los datos de la encuesta referente a la competencia y basada en la demanda proyectada.

Tabla 22:
Cálculo de la oferta Actual

Datos considerados para la Oferta	
Población	41431
Muestra poblacional	381
Consumo del producto sustituto	21%
Precio	$6.50
Presentación del producto	Botella 700ml
Grupo familiar	4 personas
Crecimiento poblacional	12.13%

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 23:
Oferta Actual

Año	Población Activa del cantón Balzar	Oferta actual unidad Botellas/año	Oferta actual USD/año
2015	41431	2175	14138,32875

Fuente: *Estudio de Mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 24:
Oferta actual en periodo de tiempo

Oferta 2015	USD
Año	37028,95
Mes	3085.75
Día	102.86

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

Con el propósito de establecer la oferta se ha tomado en cuenta el total de los habitantes activos del cantón Balzar 41431 , El promedio de individuos que conforman una familia en la ciudad de Guayaquil es de 4,2 personas , para el proyecto se ha redondeado a 4 por lo que la poblacion economicamente activa neta se tomara para el calculo de la oferta 41431/4=10357.75 es el valor que representa al total de representantes por familia de cuatro personas que viven en el canton balzar provincia del Guayas. (Dspace, 2008)[16]

Apartir de los resultados de las encuestas se ha establecido que la demanda actual considerando la tasa de crecimiento cantón Balzar 12,13%, el consumo del producto sustituto 21%, el precio promedio en el rango de aceptación, es decir $6.50, y el grupo familiar.

16.https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8163/1/Elaboraci%C3%B3n%20y%20Comercializaci%C3%B3n%20del%20vino%20de%20naranja%20San%20Marcos%20en%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil.pdf

3.02.03 Oferta proyectada

Obtenida la oferta actual tomando en consideración el porcentaje de 0.21% de habitantes en cuanto a la preferencia del vino frutal, se realiza el cálculo de la oferta proyectada a 5 años los cuales son el tiempo de duración de un proyecto.

Tabla 25:
Ofera Proyectada

Año	Población Activa del Cantón Balzar (21% de habitantes)	Oferta proyectada Botellas/año	Oferta actual USD/año
2015	41431	2175	14.138,33
2016	46457	2439	15.853,31
2017	52092	2735	17.776,31
2018	58410	3067	19.932,58
2019	65496	3439	22.350,40
2020	73440	3856	25.061,51

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

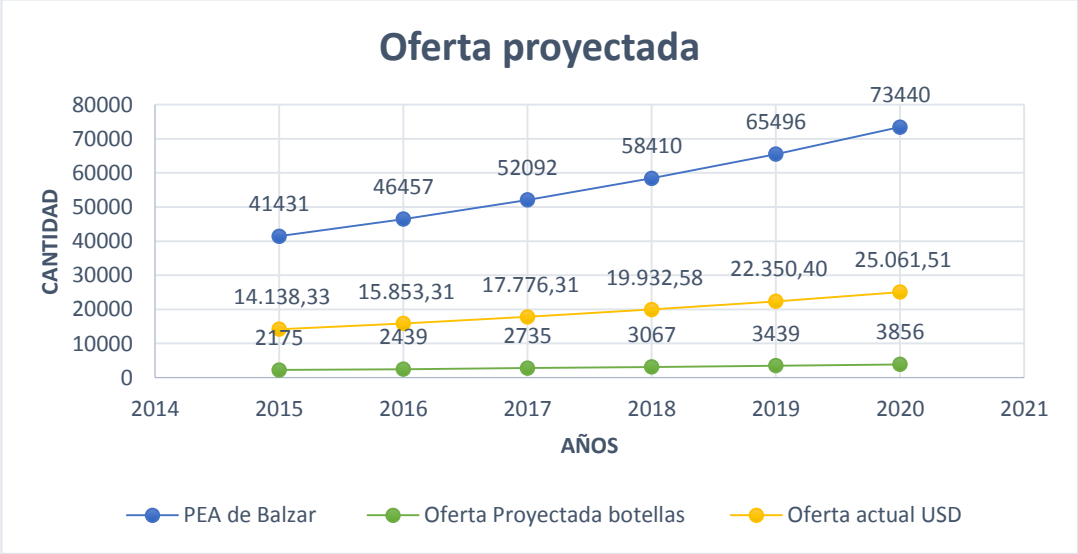


Figura 26 Oferta Proyectada
Fuente: *Estudio De Mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

3.03 DEMANDA

"La demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir" (Dictionary of Economics, pág. 85).

3.03.01 Demanda histórica

El presente proyectos de "Contribuir con el sector agroindustrial, mediante la creación de una industria para la producción y comercialización de vino artesanal de mortiño, moras y uvas en la provincia del Guayas cantón Balzar" no dispone de datos históricos por lo cual se procede al cálculo de la demanda actual con los datos generados de las encuestas realizadas.

3.03.02Demanda actual

Con el fin de obtener datos de la demanda actual se tomara como punto de Inicio los datos obtenidos de las encuestas realizadas a los habitantes de la provincia del Guayas cantón Balzar. **(Véase anexo 4)**

Tabla 26:
Datos para la demanda

Datos considerados para la demanda	
Población	41431
Muestra poblacional	381
Tasa de crecimiento cantón Balzar	12,13%
Aceptación	84%
Precio	$6.50
Presentación del producto	Botella 500ml
Frecuencia	1 botella /Año

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

Con el propósito de establecer la demanda se tomó en cuenta el total de los habitantes activos del cantón Balzar 41431 , El promedio de individuos que conforman una familia en la ciudad de Guayaquil es de 4,2 personas , para el proyecto se ha redondeado a 4 por lo que la poblacion economicamente activa neta se tomara para el calculo de la demanda 41431/4=10357.75 es el valor que representa al total de representantes por familia de cuatro personas que viven en este canton. (Dspace, 2008)

Apartir de los resultados de las encuestas se ha establecido que la demanda actual considerando la tasa de crecimiento cantón Balzar 12,13% , la aceptación del producto 84% , el precio promedio en el rango aceptado por la población , es decir $6.50 , y el grupo familiar.

Tabla 27:
Consumo actual

Año	Población Activa del cantón Balzar	Consumo actual Botellas/año	Consumo actual USD/año
2015	41431	8701	56553,315

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 28:
Demanda actual en periodo de tiempo

Demanda 2015	USD
Año	56553.32
Mes	4712.78
Día	157.09

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

3.03.03 Demanda proyectada

Para la obtención de la demanda proyectada se ha tomado en consideración el porcentaje de crecimiento de la población en el cantón Balzar es del 12.13%, según el censo del INEN del año 2001 -2010, mediante el cual se han determinado la demanda proyectada a 5 años los cuales son los establecidos para la duración de un proyecto.

Tabla 29:
Consumo Proyectado

Año	Población Activa de Balzar (84% de habitantes)	Consumo proyectado Botellas/año	Consumo actual USD/ año
2015	41431	8701	56553,32
2016	46457	9756	63413,23
2017	52092	10939	71105,26
2018	58410	12266	79730,32
2019	65496	13754	89401,61
2020	73440	15422	100246,03

***Fuente**: Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

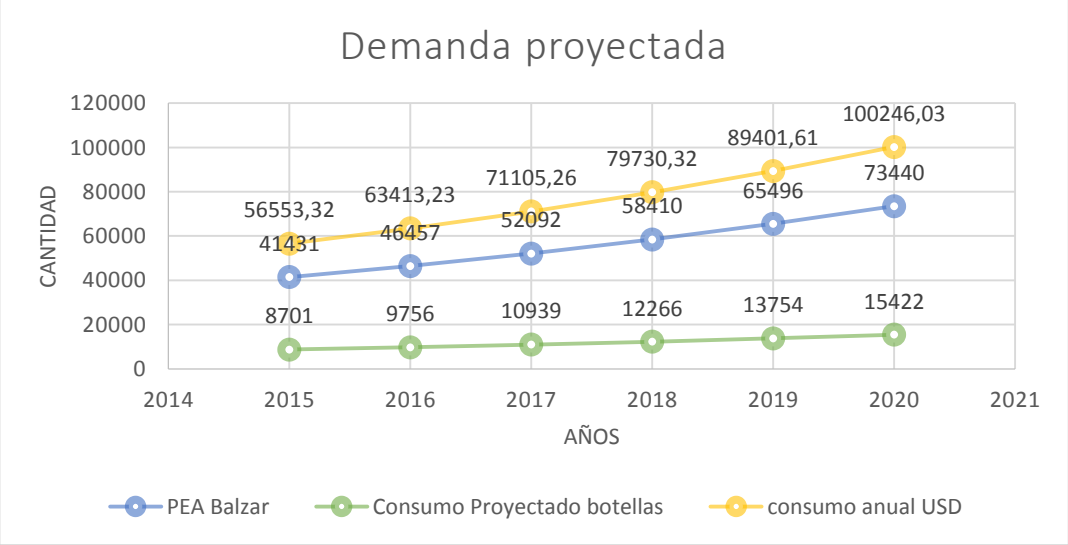


Figura 27 Demanda proyectada
***Fuente:** Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

3.04 BALANCE OFERTA-DEMANDA

3.04.01 Balance Actual

En balance actual es la diferencia entre la demanda actual y la oferta Actual esta diferencia da como resultado un valor al cual se lo denomina demanda potencial insatisfecha.

Tabla 30:
Cálculo Balance actual

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha actual
2015	56553	14138	42415

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

3.04.02 Balance Proyectado

(Baca Urbina, 2006)Señala que, se llama demanda insatisfecha a las cantidades de bienes y servicios que es probables que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer se prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo (pág. 84).

Una vez realizado en cálculo del balance actual, se realiza en cálculo o proyección de la demanda insatisfecha.

Tabla 31:
Demanda Insatisfecha

Años	Demanda	Oferta	Demanda insatisfecha proyectada
2015	56553	14138	42415
2016	63413	15853	47560
2017	71105	17776	53329
2018	79730	19933	59798
2019	89402	22350	67051
2020	100246	25350	74896
Ẋ=	17271	**Ẋ=**	4534
		Porcentaje=	26%

Fuente: *Estudio de mercado*
Elaborado por Yuly Carbo

CAPÍTULO IV

4.01 ESTUDIO TÉCNICO

(Baca Urbina, 2006) Dice que el estudio técnico pretende resolver a las preguntas referentes a donde, cuando, Cuanto y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico comprende para un proyecto todo aquello con lo que tenga relación con el funcionamiento y operatividad del mismo proyecto. (pag.92).

El estudio técnico comprende una parte esencial para el desarrollo de un proyecto en el cual se oferta un producto al mercado.

4.01.01 Materias primas necesarias

Tabla 32:
MPD

Materia Prima
-Agua
-Mortiño.
-Mora
-Uvas
-Levaduras
-Meta bisulfito potásico.
-Azúcar: la más accesible es la blanca refinada

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

Demanda insatisfecha 42415 unid/año

$$\frac{42415 unid}{\text{año}} x \frac{1 \text{año}}{52\ semanas}\ x \frac{1 semana}{5\ dias} = 163\ unid/dìa$$

Demanda insatisfecha 42415 ml/año

$$\frac{42415 unid}{\text{año}} x \frac{700\ ml}{1\ unid} = 29690500 ml$$

$$\frac{29690500\ ml}{\text{año}} x \frac{1\ \text{año}}{1000\ ml} = 29690.5 ml/\text{año}$$

$$29690.5 \frac{ml}{\text{año}} \div 12\ meses = 2474.20 \frac{ml}{mes}$$

$$29690.5 \frac{ml}{\text{año}} \div 52\ semanas = 570.97 \frac{ml}{semanas}$$

$$29690.5 \frac{ml}{\text{año}} \div 240\ dias = 123.71 \frac{ml}{dias}$$

$$29690.5.5 \frac{ml}{\text{año}} \div 1920\ horas = 15.46 \frac{ml}{hora}$$

Cantidad necesaria diaria de la materia prima, por unidad.

Tabla 33:
Materia prima por unidad

M.P.D.	Medida	Cant. Diaria para producir 1 unid de 700 ml	Costo Unitario
Mortiño	Gr.	56,70	0,19
Mora	Gr.	56,70	0,19
Uvas	Gr.	56,70	0,19
Levaduras	Gr.	0,83	$ 0,02
Meta bisulfito potásico	Gr.	1,15	$ 0,02
Azúcar	Gr.	41,67	$ 0,11
Agua	Gr.	566,67	$ 0,04
Total	**Gr.**	**780,41**	**$ 0,75**

***Fuente**: Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

Materia prima para producir 48 botellas diarias.

$$\frac{48unid}{año} \; x \frac{700ml}{1\,unid} = 33600ml/dìa$$

$$\frac{33600\,ml}{dia} x \frac{1lt}{1000ml} = 34\;lts/dìa$$

$$\frac{34\;lts}{dia} x \frac{1dia}{8h} = 4.25\;lts/h$$

El proyecto cubrirá el 29% de la demanda insatisfecha

163 unid 100%
48 unid x
X=29%

Tabla 34:
MPD por 49 Botellas

M.P.D.	Medida	Cant. Diaria para producir 48 unid de 700 ml	V.Total
Mortiño	Gr.	2721,54	9,00
Mora	Gr.	2721,54	9,00
Uvas	Gr.	2721,54	9,00
Levaduras	Gr.	40,00	0,90
Meta bisulfito potásico	Gr.	55,20	0,82
Azúcar	Gr.	2000,00	5,50
Agua	Gr.	27200,00	1,86
Total	**Gr.**	**37459,82**	**36,08**

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

(Véase Anexo 15)

4.01.02 Requerimiento de Mano de obra

Mano de obra Directa.- La mano de obra directa la constituyen los individuos que trabajan específicamente en la elaboración del producto.

Mano de obra Indirecta.- La mano de obra indirecta es la fuerza laboral que no se encuentra en contacto directo con el proceso de la fabricación de un determinado producto que tiene que producir la empresa. (Barfield, 2004, pág. 90)

Tabla 35:
Mano de Obra

	Mano de obra requerida	
Cant.	Actividad	Requerimiento
	Mano de obra directa	
1	Ayudante de producción	Bachiller
	Mano de obra Indirecta	
1	Gerente y Administrador	Instrucción Superior
1	Contador	Instrucción Superior
1	Vendedor	Bachiller

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

4.01.03 requerimiento de maquinarias, equipo, muebles y herramientas

4.01.03.01 Área de producción
(Véase Anexo 14)

Tabla 36:
Área de Producción

Cantidad	Detalle
2	Tanque de 200 litros
2	Filtros plásticos
1	Mesa de acero inoxidable
4	Tachos pequeños 16 litros
1	Licuadora industrial 15 litros
1	Balanza
1	Refractómetro manual
1	Termómetro
1	Marmita
2	Embudos

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

4.01.03.012 Bodega

Tabla 37:
Bodega

Cantidad	Detalle
3	Estanterías

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

4.01.03.02 Requerimiento de equipos y muebles de oficina

Tabla 38:
Equipo y Mueble de oficina

Cantidad	Detalle
2	Escritorios
6	Sillas
1	Mesa de reunión
3	Computadores
2	Teléfonos
1	Anaquel

Fuente*: Estudio Técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

También se requerirá de útiles de oficina como son: calculadora papel bon esferos, cuadernos perforadoras, grapadoras, entre otros.

4.02 Tamaño óptimo de la planta

Según (Baca Urbina, 2006) "define que determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es un atarea limitada por las relaciones reciprocas que existen entre el tamaño, la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento" (pag.104)

> (Diaz, Garay, 2007) Dice que el tamaño de la planta equivale al término capacidad de producción y en general se puede definir como el volumen o el número de unidades que se pueden producir durante un periodo determinado.
>
> **Factores que condicionan el tamaño del proyecto**
>
> **Relación tamaño mercado:** Se debe verificar que la demanda no sea inferior al tamaño mínimo, si no se debe rechazar el proyecto.
>
> **Relación tamaño-recurso productivo:** Se realiza un estudio de la disponibilidad de la mano de obra, materiales y energía eléctrica.
>
> **Relación tamaño-financiamiento: Es** necesario analizar las líneas de crédito, las garantías de los bancos para acceder a un préstamo.
>
> **Relación tamaño- Localización:** Hay que analizar la distribución geográfica del mercado, y la influencia que la localización tendrá para con los costos de producción y distribución. (pág.37)

Para este proyecto, no existe problemas en cuanto a la materia prima ya que son frutas accesibles y fáciles de conseguir en los mercados y distribuidores de frutas, por otra parte las etiquetas y las botellas tienen variedad de alternativas de proveedores pudiendo adquirirlas en su totalidad.También no será una dificultad la disponibilidad de los servicios básicos como agua potable, luz ya que el terreno cuenta con esto.

4.03 Capacidad del proyecto

(Diaz, Garay, 2007) Dice que el tamaño de la planta estará determinada por la capacidad instalada o de producción.

La empresa va a trabajar 5 días a la semana, ocho horas diarias para llevar a cabo el proceso de producción de vino artesanal se empleara equipos y maquinaria para lo cual es necesario definir la capacidad de la planta, todas las maquinarias tendrán una capacidad de 400 litros ,los cuales serán llenados y envasados .(pág. 37)

4.04 Capacidad diseñada

Indica la producción máxima ideal de la empresa.

34litros

$$\frac{34 Litros}{8\ horas} = 4.25 l/h$$

La capacidad diseñada de acuerdo a la demanda y al tiempo quedaría de la siguiente forma:

$$CD = \left(5\frac{d}{s} \times 8\frac{h}{d} \times 52\frac{s}{\text{año}}\right) \times 4.25\frac{litros}{hora}$$

$$CD = \left(\frac{2080\ horas}{\text{año}}\right) \times 4.25\frac{litros}{hora}$$

$$CD = 8840\frac{Litros}{Año}$$

Tabla 39:
Capacida diseñana

Periodo	Capacidad en litros
Anual	8840
Mensual	736
Semanal	14
Diario	36

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

4.05 Capacidad efectiva

"Es importante tomar en cuenta ciertos elementos de la capacidad óptima de los equipos tales como el mantenimiento, limpieza y daños de las maquinarias para obtener la capacidad efectiva" (Diaz, Garay, 2007, pág. 37)

Por eso se realizara un mantenimiento una hora por día.

$$\text{CE}= \left[2080\,\frac{horas}{año} - \left(5\,\frac{horas}{seman} \times 52\,\frac{horas}{seman}\right)\right] \times 4.25\,\frac{litros}{hora}$$

$$CE = \left[\left(2080\,\frac{horas}{año} - 260\,\frac{horas}{año}\right)\right] \times 4.25\,\frac{litros}{hora}$$

$$CE = \left[\left(1820\,\frac{horas}{año} \times 4.25\,\frac{litros}{hora}\right)\right]$$

$$CE = 81900\ lt/año$$

Tabla 40:
Capacidad Efectiva

Periodo	Capacidad en litros
Anual	7735
Mensual	645
Semanal	149
Diario	32

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

4.06 Capacidad óptima

"La capacidad real se determina considerando lo impredecible que ocasione pérdida de tiempo en el proceso de la elaboración del vino, como daños de maquinaria retrasos en entrega de materia prima entre otros". (Diaz, Garay, 2007, pág. 37)

$$CR = \left(1820\frac{horas}{año} - 80\frac{horas}{año}\right) x4.25\ lts/h$$

$$CR = \left(1740\frac{horas}{año}\right) x4.25\ lts/h$$

$$CR = 7395\ lts/h$$

Tabla 41:
Capacidad óptima

Periodo	Capacidad en litros
Anual	7395
Mensual	616
Semanal	142
Diario	30

Fuente: *Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

4.07 Localización

La localización óptima del proyecto "es la que proporciona la mayor diferencia entre los ingresos y los costos; es decir la mayor localización es la que permite obtener la máxima rentabilidad o el nivel máximo en sus utilidades" (RUBÉN, 2000, pág. 253)

Los factores que intervienen para la toma decisión acerca de la mejor ubicación para la planta industrial, tales como:

Trasporte: Es importante el costo del transporte porque influye en el precio del producto final, se debe considerar el estado de las carreteras, distancia de los agricultores donde se adquirirá la materia prima

Mano de obra: Todos los empleados deben estar calificados para su cargo por lo que se requerirá ingenieros y obreros con conocimientos básicos**.**

Infraestructura: Deben existir servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, vías de comunicación: carreteras**,** teléfono, internet.

4.07.01 Macro- Localización

"Un macro-análisis, relacionado con los aspectos sociales y nacionales de la planeación, basándose en las condiciones regionales de la oferta, de la demanda y en la infraestructura" (ERROSA & VICTORIA , 2004, pág. 78)

En cuanto a la macro localización se considera que la empresa productora y comercializadora de vino artesanal de mortiño, moras y uvas se encontraría ubicada en:

País: Ecuador

Provincia: Guayas

Cantón: Balzar

El proyecto se localizara en la provincia del Guayas

Figura 28: *Mapa Provincia del Guayas*
Fuente: *Mapas google*

En el cantón Balzar, provincia del Guayas

Figura 29: Mapa ubicación cantón Balzar
Fuente: *Mapas google*

4.07.02 Micro –localización

La micro localización en importante para determinar la disponibilidad del terreno para la planta, para lo cual se utilizara el método de puntos, y poder determinar el mejor lugar.

> Método de puntos.- consiste en determinar los factores considerados relevantes para la localización y asignarles valores ponderados, de acuerdo con la importancia que se les atribuya, a fin de realizar una comparación cuantitativa de los sitios a escoger. Se califica cada factor de acuerdo a una escala, multiplicando luego cada calificación por el valor ponderado, al final se suma la puntuación de cada sitio, eligiendo el local con mayor puntuación. (Baca Urbina, 2006, pág. 117)

Tabla 42:*Localización*

Factores relevantes	**Ponderación**	**Rómulo Rendón**		**Colimes**	
		Calif.	**total**	**Calif.**	**total**
Cercanía de la materia prima	0,12	7	0,84	6	0,72
Cercanía del mercado	0,50	7	3,5	7	3,5
Costo de terreno	0,10	8	0,8	6	0,6
Disponibilidad de mano de obra	0,08	5	0,4	6	0,48
Disponibilidad de servicios básicos	0,10	9	0,9	9	0,9
Vías de acceso	0,10	9	0,9	8	0,8
Facilidad de transporte	0,10	7	0,7	7	0,7
Total	**1**		**8,04**		**7,7**

Fuente: *Estudio Técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-Los resultados obtenidos de la localización por el método de puntos, determina que la localización más óptima para la industria es en Rómulo Rendón.

4.08 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

Tiene como objetivo el diseño y desarrollo de productos desde su recepción de la materia prima hasta su puesta en el mercado para su comercialización, busca resolver todo lo relacionado con la instalación y funcionamiento de la planta.

4.08.01 Definición del Bien y/o Servicio

El proyecto ofrecer a sus clientes potenciales, un vino artesanal, cuyos ingredientes son naturales tradicionales, la característica principal del producto es su materia prima, porque en su totalidad es natural.

El consumo moderado de vino es beneficioso para la salud ayudando a una mejor circulación sanguínea, agilidad mental, previene nuevas células de grasas y a movilizar las ya existentes.

Para logra un producto de alta calidad, el proyecto contara con maquinaria y recurso especializado.

4.08.02 Distribución de planta

“La capacidad instalada es la distribución total del espacio y tamaño del proyecto dividido por áreas, optimizando el espacio disponible de la infraestructura”. (Baca Urbina, 2006, pág. 117)

Tabla 43:
Distribución de Planta

Áreas de la empresa	**Longitud**
Área de producción	4*8=32m2
Área de comercialización	4*4=16m2
Área de Administración	4*2=8m2
Área de Atención al cliente	4*2=8m2
Bodega	4.4*2.2=9.68m2
Baño de producción	2*2=4m2
Baño de Gerencia	1.5*2=3m2
Total de terreno	**80.68m2**

***Fuente**: Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

4.08.03 Códigos de Cercanía

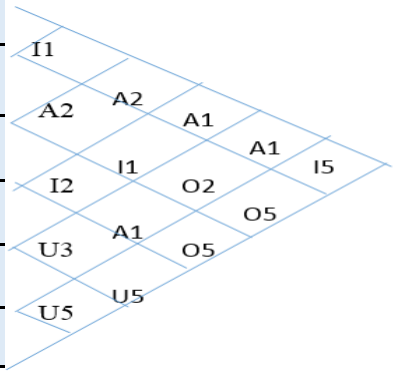
Los códigos de cercanía establecen el grado de cercanía y la relación que tienen las diferentes áreas o departamentos de la empresa.

	Códigos de Cercanía
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Sin importancia
X	Cercanía indiferente

	Razones de Cercanía
1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Ruido
4	Precaución
5	Higiene

Matriz Cruzada

Área de Producción	
Área de Comercialización	
Área Administrativa	
Área Atención al cliente	
Bodega	
Baño	



Tabulación de la Matriz

A		**E**
	O	
I	**U**	**X**

Área de Producción

4mts

A1.2

8mts

I1.5
U3

Área de Comercialización

4mts

A2

4mts

O5

I1 **U3**

Área de administración

4mts

A1.2

2mts

O2

I2.5

Área de atención al cliente

4mts

A2 **E2**

2mts

I2 **O5**

Bodega

4.4mts

A1

2.2mts

I1.2 **U3.2**

Baño de producción

2mts

O5

I5 **U5**

2mts

Baño de gerencia

1.5mts

O5

I5 **U5**

2mts

4.08.04 Plano de planta

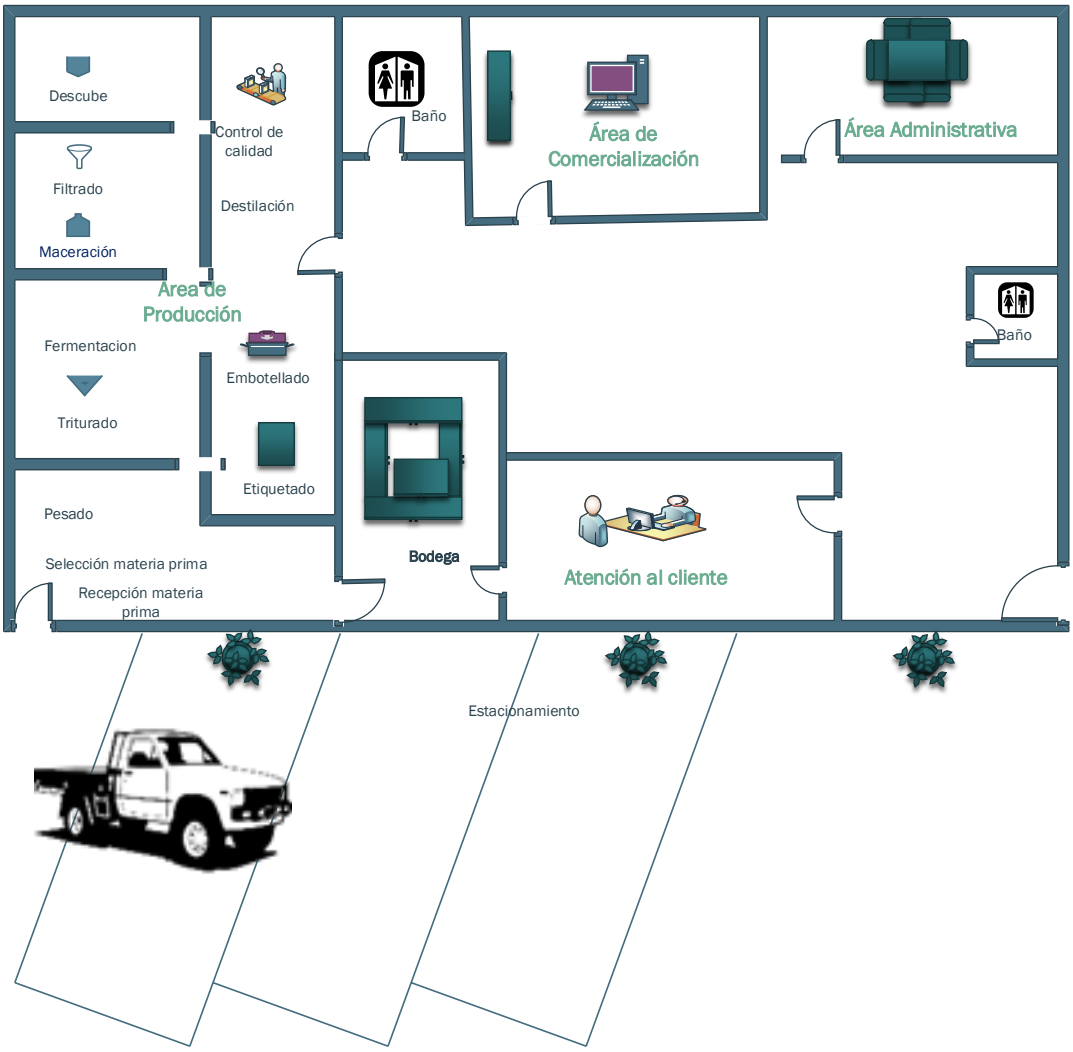


Figura 30: *Diseño de planta*
Elaborado por Yuly Carbo

4.08.05 Proceso productivo

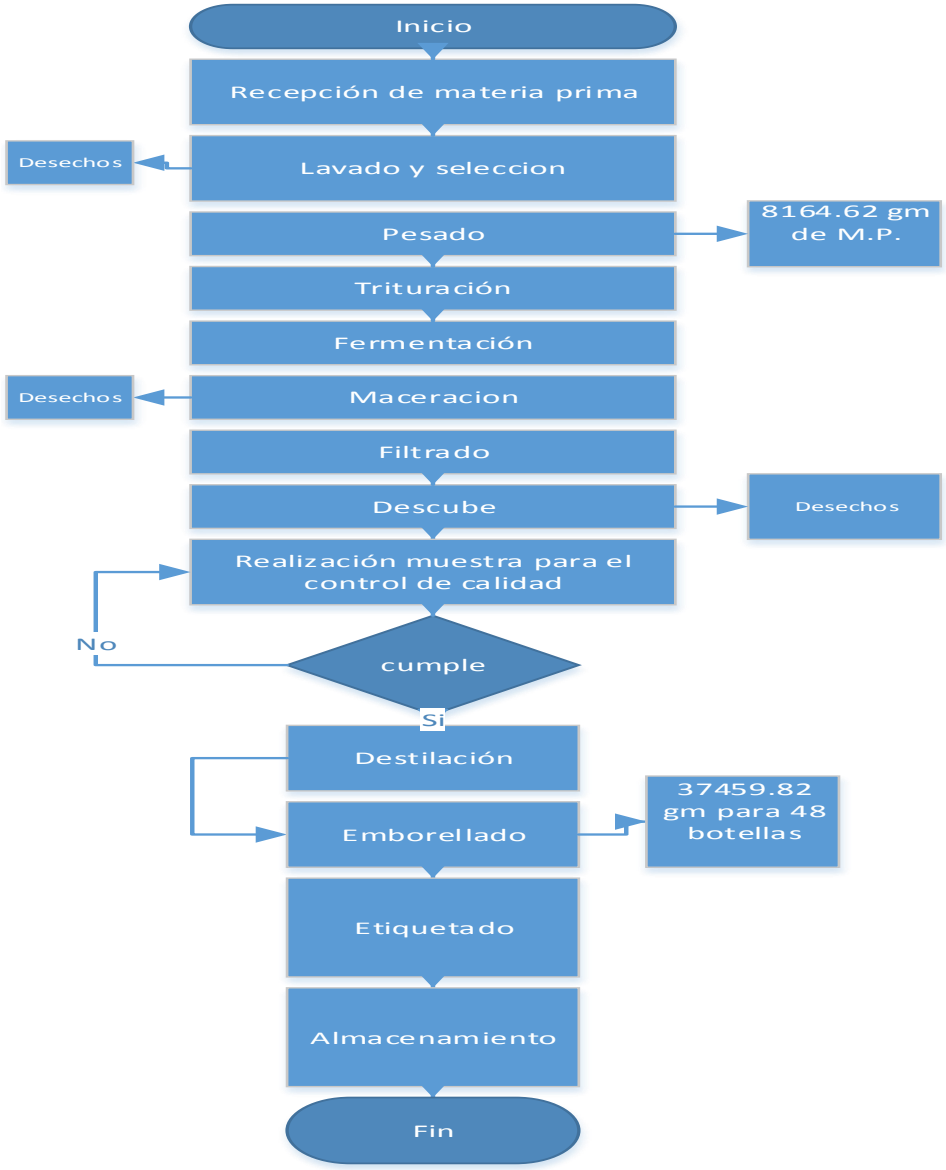


Figura 31: Proceso productivo
Elaborado Por Yuly Carbo

Tabla 44:
Proceso productivo

Proceso productivo del Vino Artesanal

Actividad	Resumen	Tiempo
Recepción	Recibo la materia prima	30 minutos
Lavado y selección	Lavo la materia prima y verifico el fruto que este en buen estado.	15 minutos
Pesado	Se coloca la materia prima en la balanza	20 minutos
Triturado	Coloco en la licuadora la materia prima conjuntamente con el agua y procedo a triturar.	20 minutos
Fermentación alcohólica	Espero un tiempo adecuado para que se fermente la mezcla y las levaduras se conviertan en alcohol, aproximadamente este proceso se demora de dos a siete días	10080 minutos
Maceración	En este proceso separo los hollajes de las uvas dejando solo lo liquido	30minutos
Filtrado	Una vez fermentada y macerada la mezcla pongo el filtro en el balde y procedo a cernir.	30 minutos
Descube	Separación de partes solidas	30 minutos
Control de calidad	Se realiza pequeñas pruebas controlando el grado de alchool ,olor, sabor y saber que todo esta bien.	60 minutos
Destilado	Se realiza mediante la ebullición de la mezcla.	30 minutos
Embotellado	Se hace el embotellado manualmente	30 minutos
Etiquetado	Se lo hara manualmente	30 minutos
Almacenamiento	Las botellas listas seran almacenadas en las estanterias	20 minutos
Total		10425 minutos

Fuente: *Estudio Técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-En el proceso productivo se demorara 10425 minutos tomando en cuenta, que el proceso de fermentación es de 7 días ,es decir que una vez fermentada la mezcla el proceso demoraría menos unos 480 minutos ,8 horas diarias para el proceso en general.

Tabla 45:
Maquinaria y equipo

Cant	Detalle
2	Tanque de 200 litros
2	Filtros plásticos
1	Mesa de acero inoxidable
4	Tachos pequeños 16 litros
1	Licuadora industrial 20 litros
1	Balanza
3	Estanterías
1	Refractómetro manual

***Fuente**: Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 46:
Muebles y Enseres

Cantidad	Detalle
2	Escritorios
10	Sillas
1	Mesa de reunión
1	Archivador

***Fuente:** Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 47 :
Equipo de Computración

3	Computadores

***Fuente**: Estudio técnico*
Elaborado por Yuly Carbo

CAPÍTULO V

5 Estudio Financiero

"El estudio financiero es una parte muy importante dentro del proyecto porque determina el monto de los recursos económicos que serán necesarios para llevar a cabo el proyecto, así como una serie de indicadores que serán la base para realizar la evaluación económica del proyecto". (Ing.Guevara Samaniego, Juan, 2015, pág. 72)

5.01 Ingresos operacionales y no operacionales

5.01.01. Ingresos operacionales

"Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio .Si un ingreso no corresponde al objeto social de la empresa, se lo considera un ingreso no operacional, al no ser propio del giro del negocio".
(Ing. Guevara Samaniego Juan , 2015, pág. 72).

Para realizar el cálculo de los ingresos operacionales, es necesario identificar los 3 costos fundamentales que se requiere para su cálculo:

MOD (Mano de obra directa)

MPD (Materia prima directa)

CIF (Costos indirectos de fabricación)

5.01.01.02 MOD (Mano de obra directa)

Es el esfuerzo físico o mental que se consume, al elaborar o producir un producto o servicio, el tiempo necesario ocupado por la MOD para realizar el proceso es de 10425 minutos diarios.

Tabla 48:
Procesos

Procesos
Recepción
Lavado y selección
Pesado
Triturado
Fermentación alcohólica
Filtrado
Maceración
Descube
Control de calidad
Destilado
Embotellado
Etiquetado
Almacenamiento

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 49:
Producción anual

Minutos x días	**Tiempo x unidad**	**Producción diaria**	**Producción mensual**	**Producción anual**
480	217,19	36	736	8840
Total			**736**	**8840**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 50:
Mano De Obra Directa

Concepto	Sueldos mensuales	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total Mensual	Total anual
Ayudante de Producción	$ 354,00	$ 29,50	29,5	$ 29,5	$383,50	$4.602
Total					**$383,50**	**$4.602**

***Fuente**: Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.01.01.03 MPD (Materia prima directa)

La materia prima directa es todo el material que se usa en la elaboración del vino artesanal.

Tabla 51:
MPD 48 botellas

M.P.D.	Medida	Cant. Diaria para producir 48 unid de 700 ml	V.Total	Costo Unitario	costo mensual	Costo anual
Mortiño	Gr.	2721,54	9,00	$ 0,19	$ 180,00	$2.160,00
Mora	Gr.	2721,54	9,00	$ 0,19	$ 180,00	$2.160,00
Uvas	Gr.	2721,54	9,00	$ 0,19	$ 180,00	$2.160,00
Levaduras	Gr.	40,00	0,90	$ 0,02	$ 18,00	$ 216,00
Meta bisulfito potásico	Gr.	55,20	0,82	$ 0,02	$ 16,40	$ 196,80
Azúcar	Gr.	2000,00	5,50	$ 0,11	$ 110,00	$1.320,00
Agua	Gr.	27200,00	1,86	$ 0,04	$ 37,20	$ 446,40
Total	**Gr.**	**37459,82**	**36,08**	**$ 0,75**	**$ 721,60**	**$8.659,20**

***Fuente:** Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.01.01.04 CIF (Costo indirecto de Fabricación)

"Los costos indirectos de fabricación es todo lo que interviene en la elaboración del producto como es impuestos, suministros, mantenimientos, mano de obra que no está relacionada directamente con la fabricación del producto, excepto la mano de obra directa y materia prima directa." (Ing. Guevara Samaniego Juan , 2015, pág. 72).

Tabla 52:
Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS			**Producción 70%**	**Administración 20%**	**Ventas 10%**
Concepto	**Costo Mensual**	**Costo Anual**	**Anual**	**Anual**	**Anual**
Agua	$20,00	$ 240,00	$ 168,00	$ 48,00	$ 24,00
Luz	$ 35,00	$ 420,00	$ 294,00	$ 84,00	$ 42,00
Teléfono	$ 15,00	$ 180,00	-	$ 36,00	$ 18,00
Internet	$ 28,00	$ 336,00	-	$ 67,20	$ 33,60
Total	$ 98,00	$ 1.176,00	$ 462,00	$ 235,20	$ 117,60

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 53:
Materiales de seguridad

Concepto	**Costo**	**Cant.**	**Costo mensual**	**Costo Anual**
Guantes de nitrilo	$ 13,20	100		$ 13,20
Mascarillas	$ 5,00	50	$ 0,10	$ 5,00
Cofias	$ 0,20	2	$ 0,40	$ 40,00
Mandil	$ 10,00	2		$ 20,00
Total			$ 0,50	$ 78,20

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 54:
Materiales de envasado

Concepto	Costo	Mensual	Costo mensual	Costo Anual
Etiquetas	$ 0,03	960	$ 14,40	$ 172,80
Corchos	$ 0,10	960	$ 96,00	$ 1.152,00
Envases	$ 0,11	960	$ 52,80	$ 633,60
Total	**$ 0,24**		**$ 163,20**	**$ 1.958,40**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 55:
Costos indirectos de fabricación

concepto	Costo mensual	Costo anual	Cant Mensual	Costo Unitario
Servicios básicos	$ 38,50	$ 462,00	960	$ 0,04
Material de seguridad	$ 6,52	$ 78,20	960	$ 0,01
Envasado	$ 163,20	$ 1.958,40	960	$ 0,17
Total	**$ 208,22**	**$ 2.498,60**		**$ 0,22**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 56:
Costos de producción Unitario

Concepto	Cantidad Mensual	Costo Unitario
MOD(Mano de obra directa)	960	0,40
MPD(Materia prima directa)	960	0,75
CIF(Costo indirecto de fabricación)	960	0,22
CUP		**1,37**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.01.01.05 Cálculo de ingresos operacionales

Para realizar los cálculos de los ingresos operacionales se ha considerado la utilidad del 100%, tomando en cuenta la mano de obra, los índices económicos como son la inflación, balanza comercial, entre otros y la competitividad.

Tabla 57:
Ingresos Operacionales

Concepto	Valor
Costo de producción unitario	1,37
P.V.P.	$ 6,50
Producción Mensual	960
Ingreso Mensual	$ 6.240,00
Ingreso Anual	$ 74.880,00

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 58:
Ingreso Proyectado

Año	Ingreso Actual	Tasa de crecimiento del sector 7,33%	Ingreso Proyectado
2015	74880,00		74880,00
2016	74880,00	1,0733	80368,70
2017	82547,71	1,0733	88598,46
2018	91000,60	1,0733	97670,94
2019	100319,06	1,0733	107672,45
2020	110591,73	1,0733	118698,10

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Para realizar los cálculos de los ingresos proyectados se consideró la tasa de crecimiento del sector, y el tiempo estándar proyectado de 5 años.

5.02 INGRESOS NO OPERACIONALES

El presente proyecto no generara ingresos no operacionales, ya que se dedicara a una sola actividad.

5.03 COSTOS

(Baca Urbina, 2006) Dice que los costos son “desembolsos en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual” (pág.169)

Los costos son desembolsos que se realizan para la elaboración del producto y se clasifican en costos directos, costos indirectos.

5.03.01 Costo Directo

Son todo aquellos que tienen relación directa con la producción del producto.

Tabla 59:
Costo Directo

MPD(Materia prima directa)	8659,2
MOD(Mano de obra directa)	4602,0
Total	13261,2

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.03.02 Costos Indirectos

Son todos los costos que no interviene directamente en la elaboración del producto, pero aportan indirectamente.

Tabla 60:
Costos Indirectos

Servicios Básicos	$462
Material de seguridad	$78,2
Envasado	$1958,4
Total	$2498,6

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.03.03 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos son los que provienen de las actividades administrativas de la empresa.

Tabla 61 :
Gastos Administrativos

Cant	Concepto	Sueldos mensuales	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondos de reserva	Total Mensual	Total anual
1	Administrador	$ 450,00	$ 37,50	29,5	$ 37,50	$ 554,50	$6.654,00
1	Contador	$ 100,00				$ 100,00	$1.200,00
1	Vendedor	$ 354,00	$ 29,50	29,5	$ 29,50	$ 442,50	$5.310,00
	Total	$ 804,00	$ 67,00	59	$ 67,00	$1.097,0	$13.164,0

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- Para los gastos administrativos se tomó en cuenta también el sueldo del contador realizado una vez al mes, los décimos y fondo de reserva a partir de un año.

Tabla 62:
Materiales de aseo y Limpieza

Descripción	Cant anual	Costo unitario	Costo anual
Escoba	2	$ 2,50	$ 5,00
Trapeador	2	$ 2,75	$ 5,50
Desinfectante	4	$ 2,00	$ 8,00
Recogedor	2	$ 1,50	$ 3,00
Total		**$ 8,75**	**$ 21,50**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 63:
Suministros de oficina

Descripción	Cant anual	Costo unitario	Costo anual
Bolígrafos	24	$ 0,35	$ 8,40
Calculadoras	2	$ 8,00	$ 16,00
Lápices	16	$ 0,30	$ 4,80
Block de facturas	3	$ 10,00	$ 30,00
Grapadora	2	$ 2,00	$ 4,00
Grapas	2	$ 1,00	$ 2,00
Total		$ 21,65	$ 65,20

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 64:
Otros gastos Administrativos

Descripción	Costo mensual	Costo anual
Servicios Básicos	$19,6	$235,20
Renta	$300	$3600
Total	$560	$3835,20

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.03.04 Gasto de Ventas

Son los desembolsos hechos para realizar la comercialización de un producto.

Tabla 65:
Gasto de Ventas

Descripción	Cant	Valor mensual	Valor anual
Servicios básicos	1	$ 9,80	$ 117,60
Publicidad			$ 107,00
Total		$ 9,80	$ 224,60

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 66:
Proyección de costos de Producción

Concepto	2015	valor para la Proyección Inflación 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
MOD	$4.602,0	1,0414	$4.792,52	$4.990,9	$ 5.197,56	$5.412,74	$5.636,82
MPD	$8.659,2	1,0414	$ 9.017,69	$9.391,0	$9.779,81	$10.184,70	$10.606,34
CIF	$1.958,4	1,0414	$ 2.039,48	$2.123,9	$ 2.211,84	$2.303,41	$2.398,77
Total Proyección de costos de producción	**$ 17.865,69**		**$18.522,87**	**$19.207,21**	**$19.919,84**	**$20.661,94**	

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 67:
Proyección de Gastos Administrativos

Concepto	2015	valor para la Proyección Inflación 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Personal	$13.164,0	1,0414	$ 13.708,99	$14.276,54	$14.867,5	$ 15.483,11	$ 16.124,1
Materiales de limpieza y Aseo	$ 21,50	1,0414	$ 22,39	$23,32	$24,28	$ 25,29	$26,33
Suministros de Oficina	$ 65,20	1,0414	$ 67,90	$ 70,71	$ 73,64	$ 76,69	$79,86
Otros gastos	$ 3.835,20	1,0414	$ 3.993,98	$ 4.159,33	$ 4.331,52	$ 4.510,85	$ 4.697,60
Total Proyección de Gastos administrativos			**$ 17.793,26**	**$ 18.529,90**	**$19.297,0**	**$ 20.095,93**	**$20.927,9**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 68:
Proyeccion de Gastos de ventas

Concepto	2015	valor para la Proyección Inflación 4,14%	2016	2017	2018	2019	2020
Gastos de Ventas	$224,60	1,0414	$ 233,90	$243,58	$253,67	$264,17	$275,10
Total Proyección de costos de administración			$ 233,90	$243,58	$253,67	$264,17	$275,10

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.03.05 Costos Financieros

Son los intereses que se deben pagar por los préstamos realizados.

5.03.06 Costos Fijos y Variables

Son los valores que se desembolsan con fines administrativos o comerciales, costos fijos o costos variables.

Proyección de costos anuales

Tabla 69:
Proyeccion de costos anuales

Proyección de costos anuales						
Concepto	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Depreciaciones	$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 383,20	$ 383,20
Amortización de la inversión Diferida	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00
Sueldos Administrativos	$ 13.164,00	$ 13.708,99	$ 14.276,54	$ 14.867,59	$ 15.483,11	$ 16.124,11
Servicios Básicos	$ 1.176,00	$ 1.224,69	$ 1.275,39	$ 1.328,19	$ 1.383,18	$ 1.440,44
Otros Gastos	$ 3.835,20	$ 3.993,98	$ 4.159,33	$ 4.331,52	$ 4.510,85	$ 4.697,60
Total Costos Fijos	$ 19.908,40	$ 20.660,85	$ 21.444,46	$ 22.260,50	$ 21.910,33	$ 22.795,35
Costos Variables						
MOD	$ 4.602,00	$ 4.792,52	$ 4.990,93	$ 5.197,56	$ 5.412,74	$ 5.636,82
MPD	$ 8.659,20	$ 9.017,69	$ 9.391,02	$ 9.779,81	$ 10.184,70	$ 10.606,34
CIF	$ 1.958,40	$ 2.039,48	$ 2.123,91	$ 2.211,84	$ 2.303,41	$ 2.398,77
Gastos de ventas	$ 224,60	$ 233,90	$ 243,58	$ 253,67	$ 264,17	$ 275,10
Total Costos Variables	$ 15.444,20	$ 16.083,59	$ 16.749,45	$ 17.442,88	$ 18.165,01	$ 18.917,04
Total Costos Anuales	$ 35.352,60	$ 36.744,44	$ 38.193,91	$ 39.703,38	$ 40.075,35	$ 41.712,39

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.04 Inversiones

La inversión es el capital inicial, es decir con los recursos que inicia el proyecto para iniciar una actividad, con la finalidad de general ganancia.

5.04.01 Inversión Fija

Son los recursos tangibles y no tangibles con los que cuenta el proyecto, es llamada inversión fija porque se los puede separar de la empresa sin la, estos pueden ser maquinaria, vehículos entre otros, a estos recursos tienen una vida útil mayor a dos años por lo que se deprecian, el proyecto tendrá $38892.80 de inversión fija

5.04.02Activos Fijos

(Baca Urbina, 2006), "Dice que los activos fijos son los bienes propiedad de la empresa, como terreno, edificios, maquinaria, equipo y otros., es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas en sus actividades productivas, donde $ 45612.70 serán de activos fijos".(pág.173)

5.04.03 Activos Nominales (diferidos)

(Baca Urbina, 2006), Se refiere al capital de trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, El capital de trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren las brechas existentes entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que estas generan, los activos nominales para el proyecto serán $32530.10. (pág.174)

5.04.04 Capital de Trabajo

(Baca Urbina, 2006)Dice que desde el punto de vista contable se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante .Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa, y son $32530.10.(pág. 176)

Tabla 70:
Maquinaria Y Equipo

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total
2	Tanque de 200 litros	$ 45,00	$ 90,00
2	Filtros plásticos	$ 5,00	$ 10,00
2	Embudos	$ 1,50	$ 3,00
1	Mesa de acero inoxidable	$ 145,00	$ 145,00
4	Tachos pequeños 16 litros	$ 5,00	$ 20,00
1	Licuadora industrial 20 litros	$ 480,00	$ 480,00
	Balanza	$ 80,00	$ 80,00
2	Gaveta	$ 4,50	$ 9,00
3	Estanterías	$ 100,00	$ 300,00
1	Refractómetro manual	$ 29,00	$ 29,00
Total		**$ 895,00**	**$ 1.166,00**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 71:
Muebles y enseres

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total
2	Escritorios	$ 160,00	$ 320,00
6	Sillas	$ 30,00	$ 180,00
1	Mesa de reunión	$ 130,00	$ 130,00
1	Archivador	$ 120,00	120
Total			$ 750,00

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 72:
Equipo de Computación

Equipo de computación			
3	Computadores	$ 1.200,00	$ 3.600,00
Total		$ 1.200,00	$ 3.600,00

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.04.05 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Tabla 73:
Fuente de Financiamiento y uso de fondos

Concepto	Fuentes y usos	Recurso Propio	Recurso Financiero
Activo Fijo			
Maquinaria y equipo	$ 1.176,00	$ 1.176,00	
Suministro de oficina	$ 65,20	$ 65,20	
Equipo de computación	$ 3.600,00	$ 2.000,00	$ 1.600,00
Muebles y enseres	$ 750,00	$ 750,00	
Materiales de aseo	$ 21,50	$ 21,50	
Total de activos fijos	**$ 5.612,70**	$ 4.012,70	$ 1.600,00
Activos Diferidos			
Gastos de constitución	$ 750,00	$ 750,00	
Total de activos diferidos	**$ 750,00**	$ 750,00	
Capital de trabajo			
Costos de producción	$ 15.219,60	$ 8.000,00	$ 7.219,60
Gasto Administrativo	$ 17.085,90	$ 14.000,00	$ 3.085,90
Gasto de Ventas	$ 224,60	$ 224,60	
Total capital de trabajo	**$ 32.530,10**	**$ 32.530,10**	
Total de inversión	**$ 38.892,80**	**$ 26.987,30**	**$11.905,50**
Participación	**100%**	**69,39%**	**30,61%**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-La inversión total será de $38892.80 del cual el 69.39% será de los recursos propios, y el 30.61% financiado a través de un préstamo bancario.

5.04.06 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

La amortización se aplica a los activos diferidos o intangibles, indica la inversión inicial recuperada con el paso de los años.

Tabla 74:
Amortización

Monto :	11.905,50 €
Tasa de Interés :	10%
Plazo :	2 años
Forma de pago :	Mensual

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Años	Periodo	Capital.	Interés	Cuota de pago	Capital Pagado	Saldo
2015(Base)	0	11905,5		2976,38		11905,5
2016	1	11905,5	595,275	2976,38	3571,65	8929,13
	2	8929,13	446,46	2976,38	3422,83	5952,75
2018	3	5952,76	297,64	2976,38	3274,01	2976,38
	4	2976,38	148,82	2976,38	3125,19	
	Cuota de pag		2976,38			

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Tabla 75:*Amortización Diferida*

Concepto	Valor	Vida útil del Proyecto	2015	2016	2017	2018	2019
Gasto de Constitución	$750,0	5	$150,00	$ 150,00	$150,00	$150,00	$ 150,00
Total Amortización del Diferido			$150,00	$ 150,00	$150,00	$150,00	$ 150,00

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis:- Se ha diferido el gasto de constitución en los años siguientes proyectados a pagar $150 por año.

5.04.07 Depreciaciones (tabla de depreciación)

Las depreciaciones son los valores perdidos por el uso de los bienes.

Tabla 76: *Depreciaciones*

Depreciación	Valor	Vida útil del Proyecto	2015	2016	2017	2018	2019
Maquinaria y equipo	$1.166,0	5	$ 233,20	$ 233,20	$ 233,20	$233,2	$233.2
Equipo de computación	$3.600,0	3	$1.200,0	$1.200,0	$1.200,0	-	-
Muebles y enseres	$ 750,00	5	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$150,0	$150,0
Total Depreciaciones			**$1.583,2**	**$1.583,2**	**$1.583,20**	**$383,2**	**$383.2**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.05 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El estado de situación inicial representa la situación financiera con la que empieza la empresa, es decir con los recursos con los que cuenta.

Tabla 77:
Estado de situación Inicial

EMPRESA ECLIPVIN

ESTADO DE SITUACION INICIAL

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

ACTIVOS		**PASIVOS**	
ACTIVO CORRIENTE		**PASIVO CORRIENTE**	
CAJA/BANCOS	$ 32.530,10	CUENTAS POR PAGAR	-
CUENTAS POR COBRAR	-	DOCUMNETOS POR PAGAR	-
INVENTARIOS	-	**TOTAL PASIVO CORRIENTE**	-
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	$ 32.530,10	PASIVO LARGO PLAZO	
ACTIVOS NO CORRIENTE /FIJO		PRESTAMO LARGO PLAZO	$11.905,50
TERRENO	-	**TOTAL PASIVO LARGO PLAZO**	$11.905,50
CONSTRUCCION	-	**TOTAL PASIVO**	$11.905,50
VEHICULO	-		
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 1.176,00	**CAPITAL CONTABLE**	
EQUIPO DE OFICINA	$ 65,20	CAPITAL	$26.987,30
EQUIPO DE COMPUTACION	$ 3.600,00	**TOTAL CAPITAL CONTABLE**	$26.987,30
MATERIAL DE ASEO	$ 21,50		
MUEBLES Y ENSERES	$ 750,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	$ 5.612,70		
OTROS ACTIVOS			
GASTOS DE CONSTITUCION	$ 750,00		
TOTAL DE OTROS ACTIVOS	$ 750,00		
TOTAL ACTIVO	$ 38.892,80	TOTAL PASIVO Y CAPITAL	$38.892,80

GERENTE **CONTADOR**

5.06 Estado De Resultados Proyectado (A Cinco Años)

El estado de resultados proyectado presenta información relevante de las actividades realizadas en la empresa, en donde se realiza una comparación entre ingresos y los gastos, para generar como resultado la ganancia o pérdida en un periodo determinado.

Tabla 78:
Estado de Resultado

EMPRESA ECLIPVIN ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DEL 2015 AL 2020						
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
VENTAS	$74.880,00	$ 80.368,70	$ 88.598,46	$ 97.670,94	$107.672,45	$118.698,10
(-) COSTO DE PRODUCCION		$ 17.865,69	$ 18.522,87	$ 19.207,21	$ 19.919,84	$ 20.661,94
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS		$ 17.793,26	$ 18.529,90	$ 19.297,04	$ 20.095,94	$ 20.927,91
(-)GASTOS DE VENTAS		$ 233,90	$ 243,58	$ 253,67	$ 264,17	$ 275,10
(-)DEPRECIACIONES		$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 383,20	$ 383,20
(-)AMORTIZACION DE DIFERIDO		$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00
(=)UTILIDAD BRUTA		$ 42.742,65	$ 49.568,91	$ 57.179,82	$ 66.859,30	$ 76.299,95
(+/-) OTROS INGRESOS						
(=)UTILIDAD OPERACIONAL		$ 42.742,65	$ 49.568,91	$ 57.179,82	$ 66.859,30	$ 76.299,95
(-)15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		$ 6.411,40	$ 7.435,34	$ 8.576,97	$ 10.028,90	$ 11.444,99
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		$ 36.331,25	$ 42.133,57	$ 48.602,85	$ 56.830,41	$ 64.854,96
(-)22% IMPUESTO A LA RENTA		$ 7.992,88	$ 9.269,39	$ 10.692,63	$ 12.502,69	$ 14.268,09
(=)UTILIDAD NETA		**$ 28.338,38**	**$ 32.864,19**	**$ 37.910,22**	**$ 44.327,72**	**$ 50.586,87**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.07 Flujo Caja

El flujo de caja son variaciones de entradas y salidas de efectivo o caja, es un indicador importante para saber la liquidez de la empresa, en un periodo determinado.

Tabla 79:
Flujo de caja Proyectado

EMPRESA ECLIPVIN FLUJO DE CAJA PROYECTADO DEL 2015 AL 2020						
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
VENTAS	$ 74.880,00	$ 80.368,70	$ 88.598,46	$ 97.670,94	$ 107.672,45	$118.698,10
(-) COSTO DE PRODUCCION		$ 17.865,69	$ 18.522,87	$ 19.207,21	$ 19.919,84	$ 20.661,94
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS		$ 17.793,26	$ 18.529,90	$ 19.297,04	$ 20.095,94	$ 20.927,91
(-)GASTOS DE VENTAS		$ 233,90	$ 243,58	$ 253,67	$ 264,17	$ 275,10
(-)DEPRECIACIONES		$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 383,20	$ 383,20
(-)AMORTIZACION DE DIFERIDO		$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00
(=)UTILIDAD BRUTA		$ 42.742,65	$ 49.568,91	$ 57.179,82	$ 66.859,30	$ 76.299,95
(+/-) OTROS INGRESOS						
(=)UTILIDAD OPERACIONAL		$ 42.742,65	$ 49.568,91	$ 57.179,82	$ 66.859,30	$ 76.299,95
(-)15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		$ 6.411,40	$ 7.435,34	$ 8.576,97	$ 10.028,90	$ 11.444,99
(=)UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		$ 36.331,25	$ 42.133,57	$ 48.602,85	$ 56.830,41	$ 64.854,96
(-)22% IMPUESTO A LA RENTA		$ 7.992,88	$ 9.269,39	$ 10.692,63	$ 12.502,69	$ 14.268,09
(=)UTILIDAD NETA		$ 28.338,38	$ 32.864,19	$ 37.910,22	$ 44.327,72	$ 50.586,87
(+)DEPRECIACIONES		$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 383,20	$ 383,20
(+)AMORTIZACION DEL DIFERIDO		$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00
(-) AMORTIZACION DE LA DEUDA		$ 6.994,48	$ 6.399,20			
(-)COMPRA DE ACTIVO FIJO						
(-)INVERSION	6362,7					
(-)CAPITAL DE TRABAJO	32530,1					
DEUDA	11905,5					
(=)FLUJO DE CAJA DE PERIODO	**-26987,3**	**$ 23.077,10**	**$ 28.198,19**	**$ 39.643,42**	**$ 44.860,92**	**$ 51.120,07**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

5.08 Evaluación Financiera

La evaluación financiera o económica determina la rentabilidad que tendrá el proyecto atreves de las herramientas de Valor Presente Neto(VPN) y la tasa Interna de Rendimiento (TIR)también permite calcular el tiempo de recuperación de la inversión así como la utilidad, así mismo permite calcular el punto de equilibrio y analizar los índices financieros. (Ing. Guevara Samaniego Juan , 2015, pág. 85)

5.08.01Tasa de descuento/Tasa Mínima Aceptable de rendimiento (TMAR)

(Ing.Guevara Samaniego, Juan, 2015) “Al referirse a la Tasa de descuento dice que esta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector comercial pymes, más la tasa pasiva, que publica el Banco Central del Ecuador” (pág.85).

Tabla 80 :
TMAR

Tasa activa	5.55%	=Lo que nos cobra el banco por realizar préstamos.
Tasa Pasiva	8.06%	=Lo que nos paga el banco por tener nuestro dinero.
TMAR	**13.61%**	

5.08.02 CÁLCULO DEL VALOR PRESENTE NETO (VAN O VPN)

(Baca Urbina, 2006)Dice que el valor presente neto, o valor actual neto "es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial" (pág.221) Es decir se comparan todas las ganancias esperando contar con los desembolsos necesarios para producir utilidad, en ese momento un tiempo cero.

Criterios del VAN

Si el VAN es > a 1 el proyecto es viable.

Si el VAN es < a 1 el proyecto no es viable.

Si el VAN es = 0 el proyecto es indiferente**.**

$$VAN = \frac{INVERSION\ INICIAL + \epsilon\ FLUJOS\ EFECTIVO}{(1 + i) - 1}$$

Tabla 81:
Cálculo Van

Años	**Flujo de efectivo**	**Factor de Actualización**	**Flujos Actualizados**
Año base 2015	$(38.892,80)	-	$(38.892,80)
Año 2016	$ 23.077,10	0,88	$ 20.312,56
Año 2017	$ 28.198,19	0,77	$ 21.846,81
Año 2018	$ 39.643,42	0,68	$ 27.034,69
Año 2019	$ 44.860,92	0,6	$ 26.927,86
Año 2020	$ 51.120,07	0,52	$ 27.009,00
		VAN	$ 84.238,12

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-El cálculo del VAN Actual Neto en el proyecto es de $84238.12 de una inversión de $ 38892.80 por lo que el indicador que el proyecto genera.

5.08.03 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Es aquella q hace que el van ser igual a cero, iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Criterios de la TIR.

Si la TIR es > que la TMAR es rentable el proyecto.

Si la TIR es < que la TMAR no es rentable el proyecto.

Tabla 82:
TIR

Cálculo de la TIR	
Inversión	$ (38.892,80)
Año 2016	$ 20.312,56
Año 2017	$ 21.846,81
Año 2018	$ 27.034,69
Año 2019	$ 26.927,86
Año 2020	$ 27.009,00
TIR	**52%**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.- Los resultados obtenidos son favorable ya que el TIR es de 52%, indicando que el proyecto es rentable.

5.08.04 PRI (Período de recuperación de la inversión)

El periodo de recuperación de la inversión se determina el tiempo en años, mes, día en el que el valor invertido será recuperado, cuando se tiene un proyecto con una vida útil de 5 años el periodo ideal de recuperación debería estar entre los 2 y 3 años.(**Véase anexo 15)**

Tabla 83:

Cáculo del periodo de recuperacion de la inversión(PRI)

Años	Flujos actuales	Factor de actualización	Flujos actualizados	Flujos acumulados
2016	$ 23.077,10	0,88	$ 20.312,56	**$ 20.312,56**
2017	$ 28.198,19	0,77	$ 21.846,81	$ 42.159,37
2018	$ 39.643,42	0,68	$ 27.034,69	$ 69.194,06
2019	$ 44.860,92	0,6	$ 26.927,86	$ 96.121,92
2020	$ 51.120,07	0,53	$ 27.009,00	$123.130,92

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-De acuerdo a los cálculos realizados la recuperación de la inversión será en un año 10 meses y 6 días, lo que indica que el proyecto es rentable.

5.08.05 RBC (Relación beneficio Costo)

La relación costo beneficio determina la utilidad que adquiere el inversionista por cada dólar invertido, se utiliza la siguiente formula.

$$RB/c = \frac{€F.A.}{INVERSION}$$

$$RB/C = \frac{123130.92}{38892.8}$$

$$RB/C = 3.17$$

Análisis.- una vez realizado el cálculo de la relación costo beneficio se obtiene que por cada dólar invertido se obtiene, $2.17 de ganancia.

5.08.06 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio de un proyecto es relevante puesto que le indica cuanto debe producir y vender para ni perder ni ganar, y se calcula aplicando la siguiente formula.

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costo\ Fijo}{1 - \frac{Costo\ Variable\ Unitario}{Precio}}$$

Tabla 84:
Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio						
Concepto	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Depreciaciones	$1.583,20	$1.583,20	$ 1.583,20	$ 1.583,20	$ 383,20	$ 383,20
Amortización de la inversión Diferida	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00	$ 150,00
Sueldos Administrativos	$13.164,00	$13.708,99	$14.276,54	$14.867,59	$ 15.483,11	$ 16.124,11
Servicios Básicos	$ 1.176,00	$ 1.224,69	$ 1.275,39	$ 1.328,19	$ 1.383,18	$ 1.440,44
Otros Gastos	$ 3.835,20	$ 3.993,98	$ 4.159,33	$ 4.331,52	$ 4.510,85	$ 4.697,60
Total Costos Fijos	$21.923,40	$20.660,85	$21.444,46	$22.260,50	$ 21.910,33	$ 22.795,35
Costos Variables						
MOD	$ 4.602,00	$ 4.792,52	$ 4.990,93	$ 5.197,56	$ 5.412,74	$ 5.636,82
MPD	$ 8.659,20	$ 9.017,69	$ 9.391,02	$ 9.779,81	$ 10.184,70	$ 10.606,34
CIF	$ 1.958,40	$ 2.039,48	$ 2.123,91	$ 2.211,84	$ 2.303,41	$ 2.398,77
Gastos de ventas	$ 224,60	$ 233,90	$ 243,58	$ 253,67	$ 264,17	$ 275,10
Total Costos Variables	$15.444,20	$16.083,59	$16.749,45	$17.442,88	$ 18.165,01	$ 18.917,04
Ventas	$74.880,00	$80.368,70	$88.598,46	$97.670,94	$107.672,45	$118.698,10
PUNTO DE EQUILIBRIO $	**$27.620,12**	**$25.830,02**	**$26.443,59**	**$27.100,30**	**$ 26.356,91**	**$ 27.117,02**
PUNTO DE EQUILIBRIO UND	**4769**	**4494**	**4665**	**4842**	**4766**	**4959**

Fuente: *Estudio financiero*
Elaborado por Yuly Carbo

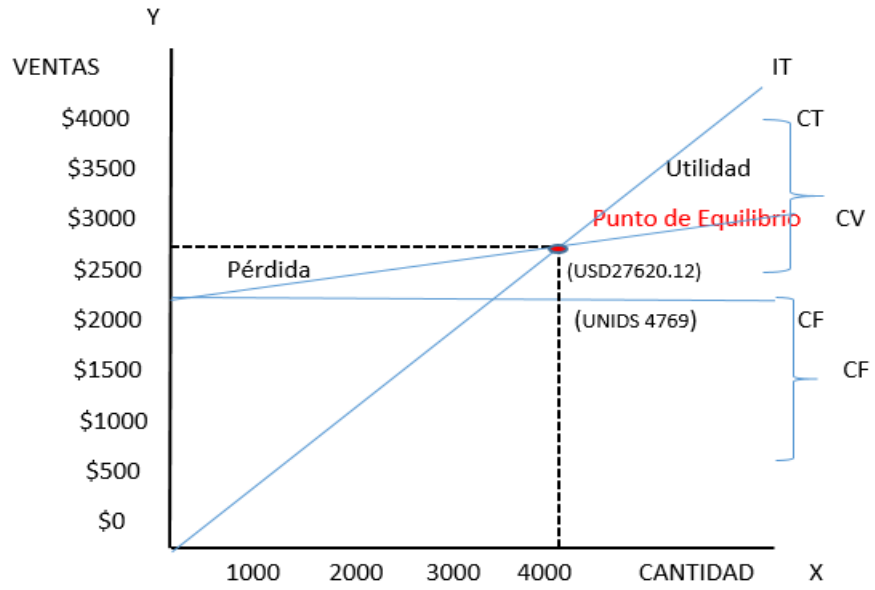


Figura 32: Punto de equilibrio
Elaborado por Yuly Carbo

Análisis.-Para tener un punto de equilibrio los ingresos deben ser de $27620.12 que en unidades son 4769 botellas, que se obtendrá en el cuarto mes de producción.

5.09 Análisis de índices financieros

Los indicadores financieros según (Baca Urbina, 2006, pág. 232)dice que "este tipo de análisis no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no están relacionados en forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa".

Razón del endeudamiento Este indicador mide el grado de porcentaje de la deuda por financiamiento prestado a terceros.

$$\text{Endeudamiento} = \frac{Pasivo\ Total}{Activo\ total}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{11905.50}{38892.80}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0.30$$

Análisis.- El grado de endeudamiento del activo total con la deuda es de 30%, financiado por terceros.

5.09.01 ROE (Rentabilidad del patrimonio)

El REO expresa el porcentaje de rentabilidad que tendrá el patrimonio.

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{Utilidad\ neta}{Capital\ Contable}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{28338.38}{26987.30}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 1.05$$

Análisis.- según los resultados nos indica que el capital en 1/1.05 por cada dólar de utilidad nuestro patrimonio aumentara $1.05.

5.09.02 ROA (Rentabilidad del activo)

El ROA nos indica la rentabilidad de los activos con respecto a la utilidad neta.

$$\text{Rentabilidad del activo } = \frac{Utilidad\ neta}{total\ Activos}$$

$$\text{Rentabilidad del activo } = \frac{28338.38}{38892.80}$$

$$\text{Rentabilidad del activo } = 0.72$$

Análisis.- la rentabilidad de los activos en la empresa será de un 72% lo que indica que tiene un alto porcentaje de rendimiento.

5.08.03 ROI (Rentabilidad de la inversión)

Indica la rentabilidad sobre la inversión del proyecto realizada por los propietarios o inversionistas.

$$\text{Rentabilidad de la inversion } = \frac{Utilidad\ neta}{Inversion}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversion } = \frac{28338.38}{38892.80}$$

$$\text{Rentabilidad de la inversion } = 0.72$$

Análisis.- El indicador muestra que para el inversionista es muy positivo porque por cada dólar invertido obtendrán 0.72 centavos de ganancia.

CAPÍTULO VI

6 ANALISIS DE IMPACTOS

6.01 Impacto Ambiental

El impacto ambiental es un factor importante ,el cual se debe analizar con el fin de conservar del ambiente , la producción de los licores de frutas no afecta en gran proporción , a continuación se especifica los efectos que la empresa podría producir al medio ambiente:

1. Desechos sólidos por residuos de frutas
2. Residuos líquidos con concentración de azúcares.

Al realizar la elaboración del licor, la empresa tiene previsto implementar un plan de manejo de desechos que permitan minimizar estos efectos:

- Clasificar desechos
- Colocar filtros en coladeras que retengan azucares y partículas solidas
- Entregar a gestores los desechos sólidos.

6.02 Impacto Económico

El impacto económico en el Ecuador durante los últimos años es incierta, debido a las contracciones de créditos internacionales afectando la caída del precio de las materias primas, que constituye la base de las exportaciones ecuatorianas.

Los altos gastos públicos, la caída del petróleo hacen que se recaude impuestos como las salvaguardias, restricciones a las importaciones, al igual que el déficit de la balanza comercial especialmente petrolera, todo esto conlleva un alto porcentaje de disertación de los empresarios para invertir.

El proyecto propone dar un valor agregado a la materia prima nacional con calidad de exportación que aporte a la economía del país, al crecimiento del PIB y la Balanza comercial.

6.03 Impacto Productivo

El Ecuador ha tenido un impacto productivo positivo tomando en cuenta el esfuerzo del gobierno para estructurar la matriz productiva ,y dar prioridad al producto nacional no solo ha generado sistemas de planificación para los diferentes proyectos empresariales, también ha ayudado a financiar estos proyectos .

La producción de vino artesanal aportara al crecimiento del sector agroindustrial, utilizando la producción de frutas diversificadas que se cultivan en la región.

6.04 Impacto Social

El estado promueve desde hace unos años la adaptación del enfoque del ciclo de vida en los diferentes sectores económicos y por parte de individuos, empresas. Este enfoque, en primer lugar, nos ayuda a reconocer cómo nuestras acciones forman parte de un gran sistema de actos. Por ejemplo, el hecho de que un consumidor compre vino local o importado tiene una serie de aplicaciones, económicas, sociales y ambiental.

Uno de los aspectos positivos del proyecto es generar empleos, oportunidades de trabajo acorde a competencias de los profesionales, y lograr una cultura del consumo moderado de vino ya que este tiene componentes que pueden ayudar a la circulación de la sangre, a reducir la obesidad.

La responsabilidad social de la empresa es comprometerse al cumplimiento de las leyes para crear una mejor sociedad y contribuir a conservar un medio ambiente limpio sin contaminación, y reducir la tasa de desempleo.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

-El mercado de vino artesanal en el Ecuador ha sido explotado adecuadamente porque cuenta con una gran diversidad de frutas que se adecuan a las preferencias de cada cliente, es una oportunidad de dispersar productos novedosos y se hagan conocido mediante campañas publicitarias y degustaciones en centros comerciales ,supermercados ,restaurantes, tiendas, bodegas .

-Este proyecto contribuye a establecer una estructura del plan de negocio para contribuir con el sector agroindustrial mediante la creación de una industrial de producción y comercialización de vino artesanal de mortiño, moras y uvas en la provincia del Guayas Cantón Balzar.

- El estudio de mercado a través de encuestas permite el comportamiento del consumidor, como resultado se obtuvo que no todos tiene la mismas preferencia, en su mayoría prefieren el vino en botella por su presentación y sabor, en cuanto a la demanda insatisfecha se encontró que en la región hay 42415Unidades/años es decir 163 unid/día, el proyecto cubrirá el 29% de la demanda con 48 unid/ días.

-Estudio técnico establece los equipos, herramientas y dimensiones de la planta, las ares y micro localización del proyecto es decir donde estará y la capacidad real de producir, el estudio determinó que la empresa podrá producir 30 litros / hora, para cubrir la demanda insatisfecha, también se propuso tiempos adecuados para cada proceso. El área utilizada para llevar a cabo el proyecto es de 80.68 m²

- Mediante el estudio financiero se conoció los costos, la variable económica que de implementarse el proyecto sería viable, tomando en cuenta la inversión de $38892.80 , recuperable en 1 año 8 meses , el VAN es de 84238.12 y, el TIR 52% que indican la rentabilidad del proyecto, el punto de equilibrio que dio como resultado que al vender 4769 botellas se obtendrá $27620,12 cómo equilibrio económico, cuando las ventas proyectadas son de 11520 botellas al año con $74880.

7.02 Recomendaciones

- Se recomienda que una vez implementado el proyecto se amplié la investigación sobre el consumo real y las preferencias del vino artesanal de mortiño, moras y uvas específicamente en el Cantón Balzar, esperando poder expandir el consumo del producto a otras ciudades.
- Planificar alternativas para la variación de ingredientes que permitan ampliar la gama de sabores.
- Buscar apoyo gubernamental para lograr préstamos y asistencia técnica que permita una producción con mayor calidad.
- Crear estrategias de marketing para incrementar la cartera de clientes y mantener una fidelidad a la marca
- Estar actualizados con los permisos y ordenanzas del distrito Metropolitano del Guayas, normas de calidad y políticas de importaciones y exportaciones.
- Llevar a cabo capacitaciones de seguridad industrial ,HACCP y otras relacionadas con el mejorar la producción de la empresa ,comercializando un producto de alta calidad y garantizando el bienestar de sus empleados

Bibliografía

Anònimo. (18 de junio de 2015). *http://elparraldebaco.tripod.com*. Obtenido de http://elparraldebaco.tripod.com: http://elparraldebaco.tripod.com/id1.html

anònimo. (12 de junio de 2015). *http://www.monografias.com*. Obtenido de http://www.monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos52/tasa-de-interes/tasa-de-interes2.shtml#ixzz3eEajAVHV

Ansoff, H. I. (1965). "Corporate Strategy:An Analitytic Aproach for Grouwth and Expansion"(McGrawHill). En *"Corporate Strategy:An Analitytic Aproach for Grouwth and Expansion"(McGrawHill).*

Árbol, Inés Ruiz del. (18 de agosto de 2013). *http://www.semana.ec/*. Obtenido de http://www.semana.ec/: http://www.semana.ec/ediciones/2013/08/18/actualidad/actualidad/la-cultura-del-vino-llego-a-ecuador-para-quedarse/

Arteaga, P. (2009). Proyecto de elaboracion artesanal y comercializacion del vino de naranja San Marcos en la ciudad de Guayaquil. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica deL litoral.

Baca Urbina. (2006). Evaluacion de Proyectos. En Urbina Baca.

Balestrini. (1997). *Tecnicas de investigacion.*

Bancafacil.cl. (28 de junio de 2015). *http://www.bancafacil.cl*. Obtenido de http://www.bancafacil.cl: http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000026&idCategoria=4

Barfield, J. (2004). Contabilidad de costos: tradiciones e inversiones . Thompson.

Black, J. ((1997)). Dictionary of Economics. Oxford University Press.

Carl, H. J. (Septiembre de 2002). Marketing. En H. J. Carl, *Marketing* (pág. Editores S.A. Pág. 152.). International Thomson Editores S.A. Obtenido de http://www.promonegocios.ne: http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-definicion.html

Carlos Muñoz Troche . (01 de 10 de 2011). *http://activasypasivasbcb.blogspot.com*. Obtenido de http://activasypasivasbcb.blogspot.com: http://activasypasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html

Carro, H. (2011). La cultura del vino een el Ecuador. *Vinissimo*, file:///C:/Users/Yuly/Downloads/Revista%20Vinissimo%20-%20Historia%20y%20evolucion%20del%20vino%20en%20Ecuador%20(3).pdf.

Chaìn, N. S. (2011). Proyectos de inversión:formulación y evaluación . Pearson Educaciónal .

Cidmarti. (15 de junio de 2015). *http://www.cidmarti.cl*. Obtenido de http://www.cidmarti.cl: http://www.cidmarti.cl/patmun.htm

Controlsanitario. (septiembre de 2015). *http://www.controlsanitario.gob.ec/*. Obtenido de http://www.controlsanitario.gob.ec/: http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/09/REGLAMENTO-DE-REGISTRO-Y-CONTROL-SANITARIO-DE-ALIMENTOS-PROCESADOS-Acuerdo-No.-00004871.pdf

Diaz, Garay. (2007). Disposición de planta. Perú: Fondo editorial 1ra Edicion.

Dra. Jessie M. Orlich, M. (12 de junio de 2015). *http://www.uci.ac.c*. Obtenido de http://www.uci.ac.c: http://www.uci.ac.cr/descargas/AE/FODA(SWOT).pdf

Dspace. (2008). *https://www.dspace.espol.edu.ec*. Obtenido de https://www.dspace.espol.edu.ec: https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/8163/1/Elaboraci%C3%B3n%20y%20Comercializaci%C3%B3n%20del%20vino%20de%20naranja%20San%20Marcos%20en%20la%20ciudad%20de%20Guayaquil.pdf

Educadictos.com. (6 de julio de 2012). *http://www.educadictos.com*. Obtenido de http://www.educadictos.com: http://www.educadictos.com/la-matriz-bcg/

efxto. (18 de abril de 2013). *https://www.efxto.com*. Obtenido de https://www.efxto.com: https://www.efxto.com/diccionario/p/3802-producto-interior-bruto-pib

Elena Sanz . (24 de abril de 2013). *www.muyinteresante.e*. Obtenido de www.muyinteresante.e: http://www.muyinteresante.es/salud/articulo/cuatro-beneficios-de-beber-vino-que-deberias-conocer-471366785231

ERROSA & VICTORIA . (2004). PROYECTOS DE INVERSION EN INGENIERIA. Mèxico: Limosa S.A.

GORDON, C. (1998). Los originales de la civilacion. Madrid: ISBN.

Guayas, M. d. (2015). *http://www.guayaquil.gob.ec.* Obtenido de http://www.guayaquil.gob.ec.: http://www.guayaquil.gob.ec.

Gyayas, R. (2015). *http://www.normalizacion.gob.ec.* Obtenido de http://www.normalizacion.gob.ec: http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/nte_inen_374.pdf

hostlandia. (09 de junio de 2015). *www.hostlandia.net/vinos*. Obtenido de www.hostlandia.net/vinos: http://www.hostlandia.net/vinos/fabricaciondevino.htm

http://www.bedri.es/. (12 de junio de 2015). Obtenido de http://www.bedri.es/: http://www.bedri.es/Comer_y_beber/Vino/Historia_del_vino.htm

Inenguayas@inen.gob.ec. (2015). *http://www.normalizacion.gob.ec.* Obtenido de http://www.normalizacion.gob.ec: http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/nte_inen_374.pdf

Ing. Guevara Samaniego Juan . (2015). Proyectos. Quito.

Ing.Guevara Samaniego, Juan. (2015). Proyectos. Quito.

Intelectual, Instituto Ecuatoriano de la Propiedad. (25 de junio de 2015). *http://www.propiedadintelectual.gob.ec*. Obtenido de http://www.propiedadintelectual.gob.ec: http://www.propiedadintelectual.gob.ec/patentes/

Josep Bujan. (16 de junio de 2015). *http://loslibrosquenecesitogratis.com*. Obtenido de http://loslibrosquenecesitogratis.com: http://loslibrosquenecesitogratis.com/category/libros-en-espanol/vinos-y-sommeliers/

kotle & Keller. (2012).

Lourdes Rodriguez. (4 de junio de 2014). *https://prezi.com*. Obtenido de https://prezi.com: https://prezi.com/pjagit5wiptk/inflacion/

Mariño, H. L. (19 de Marzo de 2006). *http://www.monografias.com*. Obtenido de http://www.monografias.com: http://www.monografias.com/trabajos33/balanza-de-pagos/balanza-de-pagos.shtml

Méndez. (1999).

Ministerio de Industria y Producctividad. (2015). *http://www.industrias.gob.ec.* Obtenido de http://www.industrias.gob.ec: http://www.industrias.gob.ec/el-ministero/

Nestor Pezo López. (http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3097/1/UPS-GT000049.pdf de Noviembre de 2008). *http://dspace.ups.edu.ec*. Obtenido de http://dspace.ups.edu.ec: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3097/1/UPS-GT000049.pdf

ONU. (2005). En *Encueta de hogares en los paises de desarrollo y en transicion* (págs. 150-154). Naciones Unidas.

Paola Hernandez. (20 de NOVIEMBRE de 2008). *http://factoreslegales.blogspot.com/*. Obtenido de http://factoreslegales.blogspot.com/: http://factoreslegales.blogspot.com/

Planning. (Julio de 2013). *http://www.planning.com.co*. Obtenido de http://www.planning.com.co: http://www.planning.com.co/bd/archivos/Julio2013.pdf

Rodrigo Borja. (24 de junio de 2015). *http://www.enciclopediadelapolitica.org*. Obtenido de http://www.enciclopediadelapolitica.org: http://www.enciclopediadelapolitica.org/Default.aspx?i=&por=p&idind=1183&termino=

RUBÉN, V. (2000). La evaluacion del proyecto en la decision del empresario. México.

Sabias, A. V. (1995). Estadistica descriotiva e inferencial. España: Coleccion ciencia y tecnología.

sabor y aroma. (27 de mayo de 2015). *www.terra.com.mx*. Obtenido de www.terra.com: http://www.terra.com.mx/CocinaChef/articulo/49967/Sabor+y+Aroma+Cualidades+del+buen+vino.htm

Sakil, N. (1990). Metodos de Investigacion. Mèxico: Pearson.

significados web. (12 de junio de 2015). *http://www.significados.com*. Obtenido de http://www.significados.com: http://www.significados.com/cliente/

Verónica Rivera. (4 de MARZO de 2011). *http://upnfmadminirecursoseducativos.blogspot.com*. Obtenido de http://upnfmadminirecursoseducativos.blogspot.com: http://upnfmadminirecursoseducativos.blogspot.com/2011/03/definicion-de-recursos-economicos.html

Víctor Israel . (30 de noviembre de 2011). *http://www.gestiopolis.com*. Obtenido de http://www.gestiopolis.com: http://www.gestiopolis.com/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales/

Vinodefruta. (2015). *http://www.vinodefruta.com.* Obtenido de http://www.vinodefruta.com: http://www.vinodefruta.com/quienes_somos.htm

Wiki.salahumanitaria. (23 de junio de 2015). *http://wiki.salahumanitaria.co*. Obtenido de http://wiki.salahumanitaria.co: http://wiki.salahumanitaria.co/index.php/Desempleo

Zikmund, W. G. (1998). *Investigación de mercados.* A. D.

ANEXOS

Calendario de cosecha de algunas Frutas en el hemisferio norte

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Piña	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Manzana									■	■	■	
Albaricoque						■	■	■				
Banana	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Mora							■	■	■			
Arándano							■	■	■			
Uva										■	■	
Toronja										■	■	
Kiwi										■	■	
Limón	■	■										■
Limón Criollo					■	■	■					
Mandarina	■											■
Mango					■	■	■					
Parchita	■											■
Melón							■	■	■			
Naranja			■	■	■	■	■	■				
Durazno						■	■	■				
Pera									■	■	■	
Fresa				■	■	■	■					
Patilla	■	■	■	■								
Lechosa					■	■	■	■				
Ciruela huesito				■	■	■	■					
Níspero	■	■	■	■	■							
Guayaba								■	■	■		
Guanábana						■	■					
Tamarindo		■	■									
Carambola	■	■				■	■	■	■	■	■	■

Anexos 1 : Cosecha De Frutas
Fuente: (Vinodefruta, 2015)

Tabla Acidez/Azúcar

Contenido aproximado de azúcar y ácido de algunas frutas

FRUTA	ACIDEZ (%)	AZÚCAR (%)
Arándano azul (Vaccinium corymbosum)	0,75	13,0
Borojó (Borojoa patinoi)	3,50	8,0
Banana o cambur (Musa paradisiaca)	0,50	26,0
Carambola (Averrhoa carambola)	0,23	4,9
Chirimoya (Annona cherimola)	1,30	11,8
Copoazu (Theobroma grandiflorum)	3,83	14,0
Fresa (Fragaria sp)	1,01	8,1
Granada (Punica granatum)	0,45	14,9
Guama (Inga heteroptera)	0,05	13,4
Guanábana (Annona muricata)	0,45	12,0
Guayaba (Psidum guajaba)	0,60	8,0
Jobo (Spondias mombin)	1,15	13,0
Kiwi (Actinidia deliciosa)	1,70	14,0
Limón (Citrus limon)	5,68	8,8
Mamey (Mammea americana)	0,90	13,9
Mango (Mangifera indica)	1,20	15,2
Manzana (Malus sylvestris)	0,58	10,0
Melón (Cucumis melo)	0,15	8,0
Merey o marañón (Anacardium occidentale)	0,36	11,0
Mora (Morus sp)	2,40	20,0
Mora (Rubus sp)	0,70	6,3
Naranja (Citrus sinensis)	1,33	10,8
Nectarina (Prunus persica)	0,76	14,0
Níspero (Manilkara zapota)	0,14	24,1
Noni (Morinda citrifolia)	0,28	8,40
Papaya o lechosa (Carica papaya)	0,30	9,0
Parchita o maracuyá (Passiflora edulis)	4,70	2,4
Piña o ananá (Ananas sativus)	0,55	12,0
Semeruco (Malpighia punicifolia)	0,58	4,0
Tamarindo (Tamarindus indica)	13,00	35,0
Tomate (Lycopersicon esculentum)	0,40	4,9
Tomate de Árbol (Cyphomandra betacea)	1,60	10,0
Uva (Vitis vinifera)	0,55	20,0
Uva pasa (Uva de mesa, sp)	2,00	40,00
Zapote (Diospyros digyna)	0,43	30,0

Anexos 2:Tabla de acidez de Frutas

Fuente: (VINODEFRUTA, 2015)

FECHA	VALOR
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %

Indicadores Relacionados
% DE INFLACION MENSUAL
INFLACION - ACUMULADO MENSUAL
% Previsión de la inflación máxima anual
% Previsión de la inflación mínima anual

Anexos 3: Inflación
Fuente BCE (Banco Central del Ecuador)

FECHA	VALOR
Septiembre-30-2015	8.06 %
Agosto-31-2015	8.06 %
Julio-31-2015	8.54 %
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %
Enero-31-2015	7.84 %
Diciembre-31-2014	8.19 %
Noviembre-30-2014	8.13 %
Octubre-31-2014	8.34 %
Septiembre-30-2014	7.86 %
Agosto-31-2014	8.16 %
Julio-30-2014	8.21 %
Junio-30-2014	8.19 %
Mayo-31-2014	7.64 %
Abril-30-2014	8.17 %
Marzo-31-2014	8.17 %
Febrero-28-2014	8.17 %
Enero-31-2014	8.17 %
Diciembre-31-2013	8.17 %
Noviembre-30-2013	8.17 %
Octubre-31-2013	8.17 %

Indicadores Relacionados
SPREAD (ACTIVA - PASIVA)

Anexos 4: Tasa Activa
Fuente BCE (Banco Central del Ecuador)

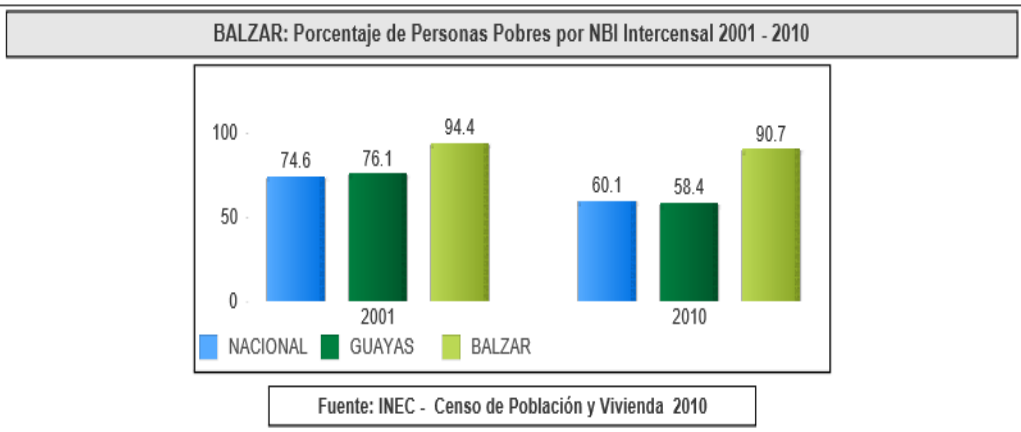
FECHA	VALOR
Septiembre-30-2015	5.55 %
Agosto-31-2015	5.55 %
Julio-31-2015	5.54 %
Junio-30-2015	5.48 %
Mayo-31-2015	5.51 %
Abril-30-2015	5.39 %
Marzo-31-2015	5.31 %
Febrero-28-2015	5.32 %
Enero-31-2015	5.22 %
Diciembre-31-2014	5.18 %
Noviembre-30-2014	5.07 %
Octubre-31-2014	5.08 %
Septiembre-30-2014	4.98 %
Agosto-31-2014	5.14 %
Julio-30-2014	4.98 %
Junio-30-2014	5.19 %
Mayo-31-2014	5.11 %
Abril-30-2014	4.53 %
Marzo-31-2014	4.53 %
Febrero-28-2014	4.53 %
Enero-31-2014	4.53 %
Diciembre-31-2013	4.53 %
Noviembre-30-2013	4.53 %
Octubre-31-2013	4.53 %

Indicadores Relacionados
SPREAD (ACTIVA - PASIVA)

Anexos 5: Tasa Pasiva
Fuente BCE (Banco Central del Ecuador)

Pobreza canton Balzar

• La pobreza en el cantón BALZAR por NBI es de 2.3% con respecto a la provincia de GUAYAS



• La escolaridad de la población en el cantón BALZAR es de 6.8 años para las mujeres y 6.6 años para los hombres.

• El analfabetismo de las mujeres en el cantón BALZAR es del 15.3% y en los hombres es del 15.8%.

Anexos 6: Poblacion Balzar
Fuente: NEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos)

REGISTRO UNICO ARTESANAL

1. Utilizar Explorador Mozilla

2. Ruc O Rise Actualizado Con Actividad Económica Principal Artesanal
3. En Sri Debe Constar Correo Electrónico Del Artesano
4. Ingresar Portal Mipro: Www.Industrias.Gob.Ec
   a. Opción Servicios En Línea
   b. Rua (Registro Unico Artesanal)
   c. Dar Click En Ingrese Al Sistema
   d. Ingresar Número De Ruc O Rise
   e. Dar Click En Verificar

El Sistema Le Envía Un Correo Electrónico Desde **Soporterua@Mipro.Gob.Ec**

Anexos 7: Registro del Artesano

RUA

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Ministerio de Industrias y Productividad

REGISTRO ÚNICO ARTESANAL
RUA No. 0701230039001
MINISTERIOS DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD
SUBSECRETARIA DE DESARROLLO DE MYPIMES Y ARTESANÍAS

CONSIDERANDO:

Que, entre las competencias de ésta Cartera de Estado se encuentran la regularización, formalización, fomento productivo, consolidación de capacidades, acceso a mercados y financiamiento, por parte de los actores que conforman el sistema productivo Nacional;

Que, el Registro Único Artesanal (RUA) es una herramienta informática de administración y gestión de la información del sector Artesanal, dirigida a fomentar las actividades productivas de los actores públicos y privados que lo conforman;

CONCEDE:

El Registro Único Artesanal a **MORAN REYES ALEJA HAYDEE**, con RUC/ RISE No. **0701230039001** quien ejerce personalmente la actividad de **Belleza** en el taller de su propiedad, denominado **GABINETE AHYDEE**, ubicado en **AV. MACHALA y S/N No. S/N** en la parroquia **EL GUABO** del cantón **EL GUABO**, provincia de **EL ORO.**

El presente Registro, otorga el acceso a los programas de formación, capacitación, asistencia técnica y acceso a financiamiento público y privado, que mantiene en ejecución el Ministerio de Industrias y Productividad.

Dado en Quito, Distrito Metropolitano, **22 de enero de 2015**

SUBSECRETARIO(A) DE DESARROLLO DE MIPYMES Y ARTESANÍAS
MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD

soporterua@mipro.gob.ec
Ministerio de Industrias y Productividad — Yánez Pinzón N26-12, entre Av. Colón y la Niña, 6to. Piso -(593)2 3948 760, Quito Ecuador

Fuente: (Ministerio de Industria y Producctividad, 2015)

ACUERDO

GOBIERNO NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Ministerio de Industrias y Productividad

Ministerio de Finanzas

REGISTRO ÚNICO ARTESANAL
ACUERDO MINISTERIAL No. 2015-0001723 (R)
LOS MINISTERIOS DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD Y DE FINANZAS

CONSIDERANDO:

Que, en sesión de 10 de febrero de 2015, el Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, aprobó el informe técnico - económico No. 2015-0001723 de 27 de noviembre de 2014;

Que, mediante Acuerdos Ministeriales No. 11 348, y No. 146 MF-2010, de fechas 14 de septiembre de 2011 y 08 de junio de 2010, los Ministros de Industrias y Productividad, y de Finanzas, respectivamente delegan a: Director (a) de Artesanías; y, al Coordinador de Asuntos Sectoriales de la Subsecretaría de Consistencia Macrofiscal; para que en su representación, suscriban los Acuerdos Interministeriales de Fomento Artesanal;

Que, el Artículo 10 de la Ley de Fomento Artesanal, establece que el goce de los beneficios, se iniciarán a partir de la fecha de suscripción del Acuerdo Interministerial emitido por los Ministros de Industrias y Productividad y de Finanzas; y,

Que, en sesión de 19 de enero de 2012, el Comité Interinstitucional de Fomento Artesanal, con sede en la ciudad de Quito, resolvió establecer un período de vigencia de tres años a los Acuerdos Interministeriales, por los que, se conceden los beneficios de la Ley de Fomento Artesanal;

ACUERDAN:

Artículo 1.- Conceder los beneficios vigentes de los Artículos 9, 11, 22 y 25 de la Ley de Fomento Artesanal, a **LARROTTA PICON GERMAN**, con RUC No. **1715155733001** quien ejerce personalmente la actividad de **Cerrajeria** en el taller de su propiedad, denominado **german larrota**, ubicado en **Av. 10 DE AGOSTO y JOSE AMESABA No. 11-772** en la parroquia **KENNEDY** del cantón **QUITO**, provincia de **PICHINCHA**.

Artículo 2.- El presente Acuerdo tendrá una vigencia de tres años, contados a partir de la fecha de suscripción, debiendo el o la beneficiaria cumplir con las obligaciones previstas en la Ley de Fomento Artesanal.

REGÍSTRESE Y COMUNÍQUESE.-
Dado en Quito, Distrito Metropolitano, **27 de febrero de 2015**

DELEGADO DEL MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD

DELEGADO DEL MINISTERIO DE FINANZAS

Fuente: (Ministerio de Industria y Producctividad, 2015)

REQUISITOS DE VINO SEGÚN NTE INEN ISO 11037, NTE INEN ISO 11037

REQUISITOS	UNIDAD	MÍNIMO	MÁXIMO	MÉTODO DE ENSAYO
Alcohol, fracción volumétrica	%	5,0	18,0	INEN 360
Acidez volátil, como ácido acético	g/l	-	1,5	INEN 341
Acidez volátil, como ácido málico	g/l	4,0	16,0	INEN 347
Metanol	*	-	0,5	INEN 348
Cenizas	meq/l	1,4	-	INEN 1547
Alcalinidad de las cenizas	g/l	14	-	INEN 353
Cloruros, como cloruro de sodio	g/l	-	2,0	INEN 354
Glicerina	**	1	10,0	INEN 355
Anhídrido sulfuroso total	g/l	-	0,32	INEN 356
Anhídrido sulfuroso libre	g/l	-	0,04	INEN 357

* cm3 por 100 cm3 de alcohol anhidro.
** g por 100 g de alcohol anhidro.

Anexos 8: Requisitos del Vino Según NTE INEN ISO 11037 NTE INEN 374

CONTIBUIR CON EL SECTOR AGROINDUSTRIAL ,MEDIANTE LA CREACIÓN DE UNA INDUSTRIA PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÒN DE VINO ARTESANAL DE MORTIÑO ,MORAS Y UVAS EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS CANTÓN BALZAR AÑO 2015

FUENTE INEC, NTE INEN ISO 11037, PARA LA ELABORACION DE VINOS FRUTALES

Fase Experimental
Materia prima

Anexos 9: Proceso De Elaboración

Selección materia prima

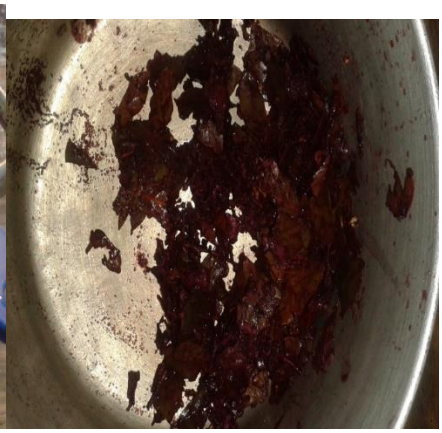
Lavado de materia prima ,materiales

Triturado

Fermentacion

Maceración

Filtrado



Descube

DEMOGRAFÍA DE LA PROVINCIA DEL GUAYAS	
CANTÓN	TOTAL
GUAYAQUIL	2.350.915
ALFREDO BAQUERIZO MORENO	25.179
BALAO	20.523
BALZAR	53.937
COLIMES	23.423
DAULE	120.326
DURAN	235.769
EMPALME	74.451
EL TRIUNFO	44.778
MILAGRO	166.634
NARANJAL	69.012
NARANJITO	37.186

Anexos 10 Población Balzar
Fuente: (INEC) Instituto Nacional De Estadisticas Y Censos Población Provincial 2010-2011

Tasa de Crecimiento Población al del cantón Balzar en la provincia del Guayas

	Sexo	Población 1990	Población 2001	Población 2010	Tasa de Crecimiento Anual del Período 1990-	Tasa de Crecimiento del Período 1990-2001
BALZAR	Total	45.085	48.470	53.937	0,61%	12,13%
	Hombre	23.797	25.362	28.001	0,55%	11,09%
	Mujer	21.288	23.108	25.936	0,66%	13,28%

Fuente: Censo de Población y Vivienda CPV 2001, 2010 Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC.

ANEXOS 11: TABLA DE CRECIMIENTO CANTON BALZAR
Fuente: (INEC) Instituto Nacional De Estadisticas Y Censos

Título

FOBLACIÓN DE 10 Y MÁS AÑOS POR CONDICIÓN DE ACTIVIDAD, SEGÚN PROVINCIA, CANTÓN Y PARROQUIA DE EMPADRONAMIENTO Y SEXO

Provincia	Nombre del Cantón	Nombre de la Parroquia	Sexo	Condición de Actividad (10 y más años)		
	BALZAR	BALZAR		PEA	PEI	Total
			Hombre	14.479	7.127	21.606
			Mujer	3.859	15.966	19.825
			Total	18.338	23.093	41.431

Anexos 12: Población Económicamente Activa del Cantón Balzar
Fuente CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA 2010

Formato de la encuesta

Anexos 13 : Formato De Encuesta

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR ‘‘CORDILLERA”

Encuesta

Objetivo:

La presente encuesta es de exclusivo uso académico con el objetivo de evaluar el comportamiento de la sociedad sobre el consumo de vino artesanal de mortiño, mora y uva.

Género:

Masculino ☐ Femenino ☐

Estado civil:

Casado ☐ Divorciado ☐

Soltero ☐ Otros ☐

Edad: ☐

1.¿Con que frecuencia consume Ud. el vino?

Diariamente ☐ Semanalmente ☐

Mensualmente ☐ Otros… ☐

2. ¿Qué tipo de vino consume?

- **Espumoso** ☐
- **Tinto** ☐
- **Frutal** ☐

3. ¿Qué tipo de frutas preferiría usted en el vino?

- **Uva** ☐
- **Mora** ☐
- **Mortiño** ☐
- **Durazno** ☐

4. ¿En qué envase prefiere usted consumir un vino artesanal de frutas?

Botella de vidrio ☐ Envase tetra pack ☐

5. ¿Cuánto pagaría por una botella de vino?

$5.00 - $8.00 ☐ $9.00 - $12.00 ☐

$13.00 - $18.00 ☐ Más de $20.00 ☐

6. ¿Qué buscas de un vino?

Prestigio ☐

Precio ☐

Calidad ☐

Beber ☐

Disfrutar ☐

7. ¿Sabía Ud. Que el consumo moderado del vino es bueno para la salud?

Sí ☐ No ☐

8. ¿Estaría dispuesta a probar una nueva marca de vino elaborado artesanalmente?

Sí ☐ No ☐

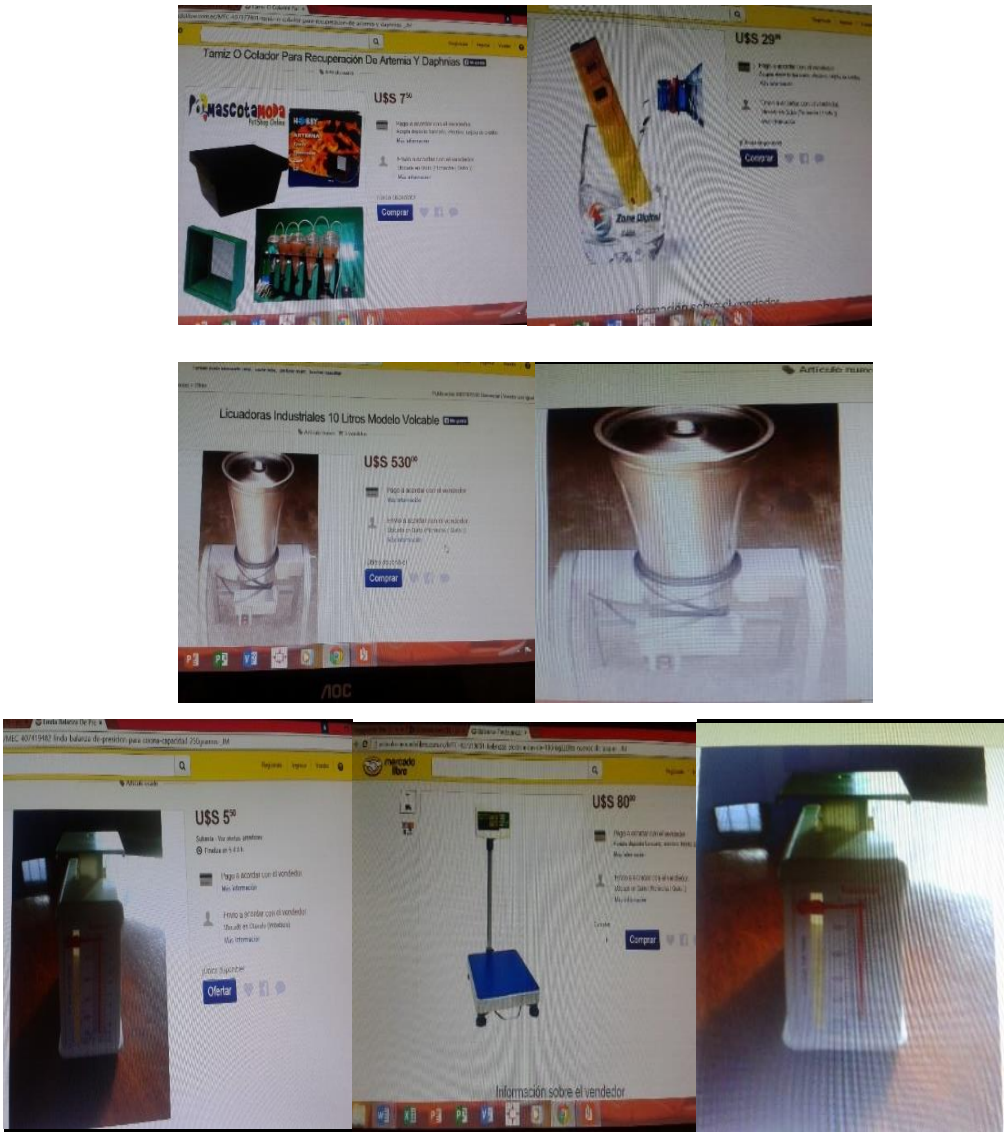
9. ¿Sobre el vino extranjero, ¿Cuál es su apreciación entre precio y calidad?

- Precio muy caro ☐
- Precio normal ☐
- Precio desconocido ☐

10. Para la compra de una botella de vino ¿A qué lugar acude usted?

Bodega ☐ Tienda ☐ Supermercados ☐

"GRACIAS POR SU COLABORACIÓN"



Anexos 14: Maquinaria y equipo

Cálculo Periodo de Recuperación

Inversión	38892,8
	-20312,56
	18580,24

21846,81	12
18580,24	X

X= 10,20

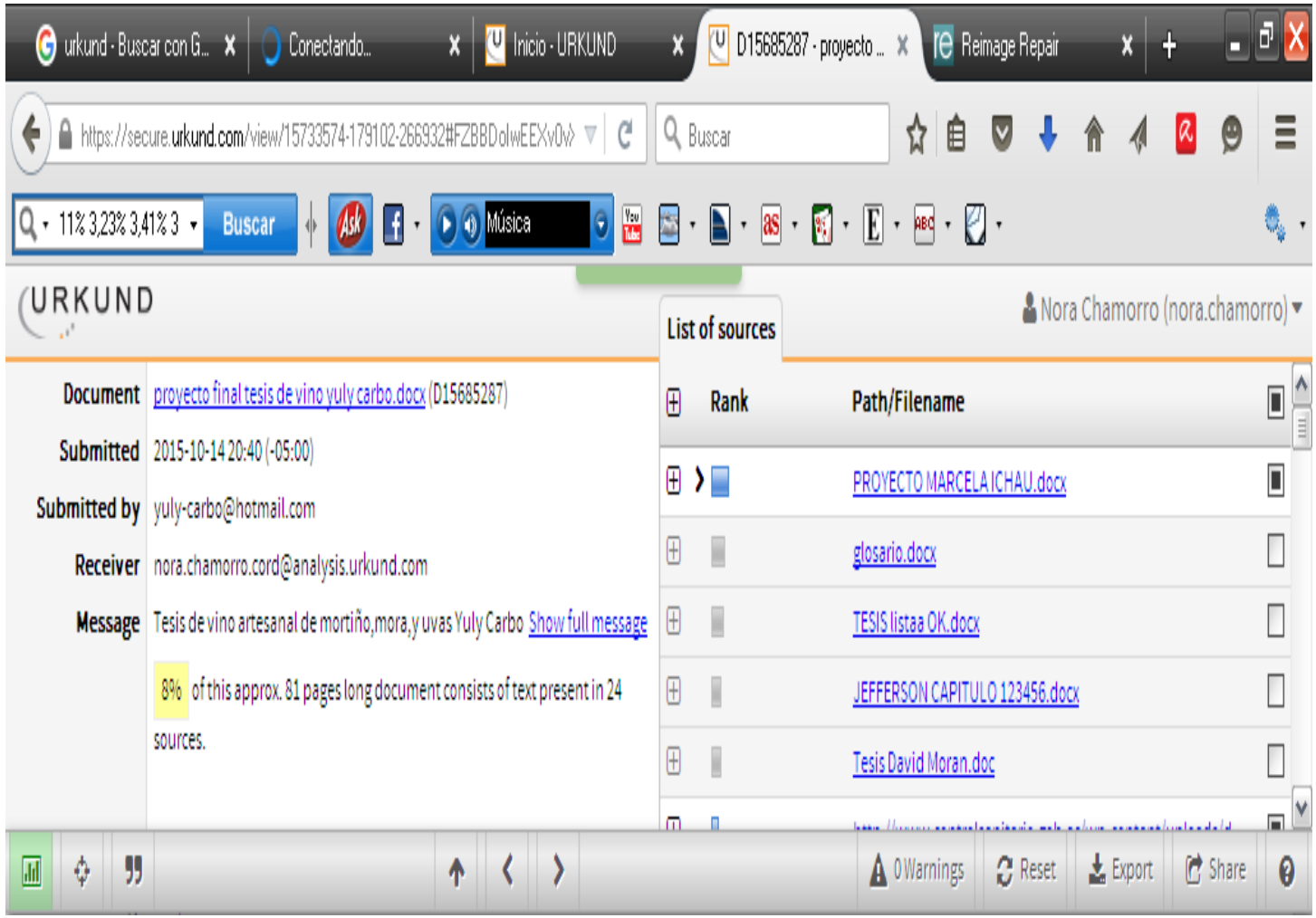
0,2	30
X=	6

Anexos 15: Periodo de Recuperación

Producto final

Anexos 16: Producto Final

YULY CARBO


urkund - Buscar con G...
Conectando...
Inicio - URKUND
D15685287 - proyecto ...
Reimage Repair
https://secure.urkund.com/view/15733574-179102-266932#fZBBDolwEEXv0w
Buscar
Música
URKUND
Nora Chamorro (nora.chamorro)
List of sources
Document proyecto final tesis de vino yuly carbo.docx (D15685287)
Submitted 2015-10-14 20:40 (-05:00)
Submitted by yuly-carbo@hotmail.com
Receiver nora.chamorro.cord@analysis.urkund.com
Message Tesis de vino artesanal de mortiño,mora,y uvas Yuly Carbo Show full message
8% of this approx. 81 pages long document consists of text present in 24 sources.
Rank
Path/Filename
PROYECTO MARCELA ICHAU.docx
glosario.docx
TESIS listaa OK.docx
JEFFERSON CAPITULO 123456.docx
Tesis David Moran.doc
0 Warnings
Reset
Export
Share