TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN.

APOYAR AL SECTOR AGROINDUSTRIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA CHONTA EN ALMÍBAR, UBICADA EN LA PARROQUIA DE PUEMBO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.

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

Autora: Solórzano Pugachy Marizol Hilda del Carmen

Tutor: Ing. Henry Vinicio Cerón Aguirre

Quito, Octubre 2017

TECNOLÓGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 22 de Septiembre del 2017

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. (Srta.) **SOLORZANO PUGACHY MARIZOL HILDA DEL CARMEN** de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: **APOYAR AL SECTOR AGROINDUSTRIAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA CHONTA EN ALMÍBAR, UBICADA EN LA PARROQUIA PUEMBO, DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2017.** Una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el proyecto de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.

Ing. Henry Cerón
Tutor del Proyecto

Ing. Eduardo Vasconez
Lector del Proyecto

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

Ing. Galo Cisneros
Coordinador de la Unidad de Titulación

Ing. Fernando Buitrón
Director de Escuela

DECLARATORIA

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

Marizol Hilda del Carmen Solórzano Pugachy

CC 1500373855

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, Marizol Hilda del Carmen Solórzano Pugachy portador de la cedula de ciudadanía signada con el N° 1500373855 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: " En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, Institutos Superiores Técnicos, Tecnológicos, Pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicara a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.", Otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado "Apoyar al sector agroindustrial mediante un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de la chonta en almíbar. Ubicada en la parroquia de Puembo, Distrito Metropolitano de Quito año 2017." Con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera

FIRMA _____

NOMBRE Marizol Hilda del Carmen Solórzano Pugachy

CEDULA CC 1500373855

Quito, Octubre 2017

AGRADECIMIENTO.

Agradezco en primer lugar a DIOS por haberme dado una familia que amo y que en todo tiempo has sido un apoyo y un motor para culminar mis estudios, a mi Madre por ser un ejemplo de verdad, de bondad, con valores y principios de superación y honestidad, a mi hermana por ser mi mejor amiga quien con su apoyo y ejemplo ha sido una inspiración, A mi cuñado por ser una persona de ejemplo, que su apoyo incondicional como hermano, y amigo me impulso a prepararme y seguir adelante.

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de la carrera, juntamente con el personal docente, maestros que supieron impartir sus conocimientos, valores y motivaron en mí el culminar la Tecnología, siendo una inspiración para alcanzar metas y ser un aporte para el factor social y económico de nuestra nación.

Agradezco a mi tutor Ing. Vinicio Cerón por su paciencia, enseñanza y guía para la elaboración del proyecto.

DEDICATORIA

Este proyecto de grado y su concepción está dedicado a mi Madre, hermana y cuñado por su apoyo incondicional, y por su afecto, porque sin ellos no lo hubiese logrado alcanzar el culminarlo.

INDICE GENERAL

CARATULA i

DECLARATORIA ii

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL iii

AGRADECIMIENTO. iv

DEDICATORIA v

INDICE GENERAL vi

ÍNDICE DE TABLAS xiii

INDICE DE FIGURAS xvi

ÍNDICE DE ANEXOS xviii

RESUMEN EJECUTIVO xix

ABSTRACT xx

CAPITULO I INTRODUCCIÓN 1

1.1 Justificación 2

1.2 Antecedentes. 3

CAPÍTULO II ANÁLISIS SITUACIONAL 4

2.1 Ambiente Externo 4

2.1.1. Factor económico 4

2.1.1.1 Inflación 4

2.1.1.2 PIB 6

2.1.1.3 Balanza Comercial 7

2.1.1.4 Tasa de Interés 9

2.1.1.5 Tasa Activa 10

2.1.1.6 Pasiva 11

2.1.1.7 Riesgo país 12

2.1.1.8 El IVA 13

2.1.2.1 PEA 14

2.1.3 Factor legal 17

2.1.3.1 Requisitos para obtener el Ruc 17

2.1.3.3 Requisitos para obtener: Registro Sanitario (ARCSA, 2015) 18

2.1.3.4 Norma técnica de buenas prácticas de manufactura para alimentos procesados. 18

2.1.3.5 Requisitos para: Permiso de funcionamiento (ARCSA, 2015) 19

2.1.4 Factor Tecnológico 20

2.2 Entorno local 21

2.2.1 Clientes. 21

2.2.2 Proveedores 21

2.2.3 Competidores. 22

2.3 Análisis interno 22

2.3.1 Propuesta estratégica. 22

2.3.1.1 Misión 23

2.3.1.2 Visión 23

2.3.1.3 Objetivos 23

2.3.1.3.1 Objetivo General 23

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos 23

2.3.1.3 Principios y/o valores 24

2.3.2 Gestión administrativa 24

2.3.2.01 Planificación. 25

2.3.3 Gestión operativa 26

2.3.4 Gestión comercial 26

2.3.4.01 Producto 26

2.3.4.02 Precio 27

2.3.4.03 Plaza 27

2.3.4.04 Promoción 27

2.3.4.4.1 Logotipo 28

2.3.4.4.2 Papelera Corporativa (Factura, papel membretado, sobre.) 29

2.4 Análisis Foda 31

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO. 33

3.1 Análisis del consumidor. 33

3.1.1 Determinación de la población y muestra, ... 33

3.1.1.1. Población 33

3.1.1.2 Tamaño de la población 36

3.1.1.3 Muestra 36

3.1.1.4 Formula de la muestra 37

3.1.2 Técnica de obtención de información. 37

3.1.3 Análisis de la Información. 40

3.2 Oferta 54

3.2.1 Oferta histórica 54

3.2.2 Oferta Actual 54

3.2.3 Oferta proyectada 55

3.3 Productos sustitutos 56

3.2.1 Oferta histórica 56

3.2.2 Oferta Actual 57

3.2.3 Oferta proyectada 57

3.4 Demanda 57

3.4.1 Demanda histórica 58

3.4.2 Demanda actual 58

3.4.3 Demanda proyectada. 59

3.5 Balance oferta-demanda 60

3.5.2 Balance Proyectado 60

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO 62

4.1 Tamaño del proyecto 62

4.1.1 Capacidad instalada 62

4.1.2 Capacidad óptima 65

4.2 Localización 65

4.2.1 Macro localización. 66

4.2.2 Micro –localización. 67

4.2.3 Localización Óptima 67

4.3 Ingeniería del producto 68

4.3.1 Definición del Bienes y Servicios. 68

4.3.2 Distribución de planta. 69

4.3.02.01 Código de cercanía 70

4.3.02.02 Razones de cercanías 70

4.3.02.03 Matriz Triangular 70

4.3.3 Proceso productivo 71

4.3.4 Maquinaria y equipos 75

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO 78

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales 78

5.1.01 Ingresos Operacionales 78

5.1.02 Ingresos No Operacionales 79

5.2 Costos 79

5.2.1 Costo Directo. 80

5.2.2 Costos Indirectos 81

5.2.3 Gastos Administrativos 81

5.2.4 Costo de Ventas 82

5.2.5 Costos Financieros 83

5.2.6 Costos Fijos y Variables 84

5.2.6.1 Costos Fijos 84

5.2.6.2 Costos Variables 84

5.3 Inversiones 85

5.3.1.1 Activos Fijos 85

5.3.1.1.1 Activos Fijos Tangibles 86

5.3.1.1.2 Activos Fijo Intangibles 86

5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos) 87

5.3.2 Capital de Trabajo 87

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos 88

5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización) 89

5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación) 90

5.3.6 Estado de Situación Inicial 91

5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) 92

5.3.8 Flujo Caja 93

5.4 Evaluación 94

5.4.1 Tasa de descuento 95

5.4.2 VAN 95

5.4.4 TIR 96

5.4.5 PRI (Período de recuperación de la inversión) 97

5.4.6 RBC (Relación costo beneficio) 99

5.4.7 Punto de equilibrio. 99

5.4.8 Análisis de índices financieros 101

5.4.8.1 ROE 101

5.4.8.2 ROA 101

Análisis 102

5.4.8.3 ROI 102

CAPÍTULO VI ANALISIS DE IMPACTOS 103

6.1 Impacto Ambiental. 103

6.2 Impacto Económico 103

6.3 Impacto Social 105

CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 106

7.1 Conclusiones. 106

7.2 Recomendaciones 106

ANEXOS 108

Bibliografía 111

NETGRAFIA 115

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación Anual 5
Tabla 2 PIB 6
Tabla 3 Balanza Comercial 8
Tabla 4 Tasas de Interés 9
Tabla 5 Tasa Activa 10
Tabla 6 Tasa de interés pasiva 12
Tabla 7Riesgo País 13
Tabla 8 Población Económicamente Activa 15
Tabla 9 Pea 15
Tabla 10 Indicadores de Empleo 16
Tabla 11 Indicador de empleo 16
Tabla 12 Diagrama de actividades 25
Tabla 13Analisis Foda 31
Tabla 14 Tamaño del universo 36
Tabla 15 Género 41
Tabla 16 Edad 42
Tabla 17 Incidencia del producto 43
Tabla 18 Pregunta 1 44
Tabla 19 Pregunta 2 45
Tabla 20 Pregunta 3 46
Tabla 21 Pregunta 4 47
Tabla 22 Pregunta 5 48
Tabla 23 Pregunta 6 49
Tabla 24 Pregunta 7 50
Tabla 25 Pregunta 8 51

Tabla 26 Pregunta 9 52
Tabla 27 Pregunta 10 53
Tabla 28Oferta Actual....55
Tabla 29 Proyección de la oferta.....55
Tabla 30 Oferta histórica de Duraznos en almíbar....56
Tabla 31 Oferta Actual de Duraznos en almíbar....57
Tabla 32 Oferta Proyectada de Duraznos en almíbar....57
Tabla 33 Calculo del porcentaje de aceptación.....58
Tabla 34 Calculo de la frecuencia de consumo....58
Tabla 35 : Demanda actual....59
Tabla 36 Proyección de la demanda.....59
Tabla 37 : Demanda insatisfecha actual....60
Tabla 38 Demanda Insatisfecha proyectada....60
Tabla 39 Capacidad instalada Chonta en Almíbar....63
Tabla 40 Capacidad Instalada 63
Tabla 41 Capacidad óptima.....65
Tabla 42 Macro localización....66
Tabla 43 Localización óptima....67
Tabla 44 Distribución de planta. 69
Tabla 45 Código de cercanía....70
Tabla 46Razones de cercanías 70
Tabla 47 Descripción del Proceso del flujo grama 73
Tabla 48 Maquinaria y Equipos 75
Tabla 49 Equipos de Computación 76
Tabla 50Muebles y enseres 76

Tabla 51Equipos de oficina 76

Tabla 52 Activos Fijos 77

Tabla 53 Ingresos operacionales Frascos 250 g 78

Tabla 54 Ingresos Proyectados 78

Tabla 55 Costos 79

Tabla 56 Costos de producción, Frascos 250g 80

Tabla 57 Costos Indirectos 81

Tabla 58 Gastos Administrativos 82

Tabla 59 Costo de Ventas 83

Tabla 60 Activos Fijos 86

Tabla 61 Activos Nominales (diferidos) 87

Tabla 62 Capital de Trabajo 88

Tabla 63 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos 89

Tabla 64 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización) 90

Tabla 65 Depreciaciones (tabla de depreciación) 91

Tabla 66 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años) 93

Tabla 67 Flujo Caja 94

INDICE DE FIGURAS

Figura 1Chonta....3
Figura 2 Inflación anual....5
Figura 3 PIB....6
Figura 4 Balanza Comercial....8
Figura 5 Evolución Tasa Activa.....10
Figura 6 Tasa Activa....11
Figura 7 Tasa de interés pasiva....11
Figura 8 Riesgo País....12
Figura 9 Población Económicamente Activa....15
Figura 10 Peach Palm....28
Figura 11Dulce y delicioso....29
Figura 12 Papelera Corporativa....29
Figura 13Material....30
Figura 14 Pichincha Ilustración 2....34
Figura 15: ilustración 3 Distribución poblacional cantonal....35
Figura 16 Ilustración 4 Distribución Cantonal....35
Figura 17Ilustración 5 Distribución poblacional urbana y rural....36
Figura 18 Género....41
Figura 19 Edad....42
Figura 20Incidencia del producto....43
Figura 21 Pregunta 1....44
Figura 22 Pregunta 2....45
Figura 23 Pregunta 3....46

Figura 24 Pregunta 4 47
Figura 25 Pregunta 5 48
Figura 26 Pregunta 6 49
Figura 27 Pregunta 7 50
Figura 28 Pregunta 8 51
Figura 29 Pregunta 9 52
Figura 30 Pregunta 10 53
Figura 31 Proceso de elaboración. 64
Figura 32Macro localización. 66
Figura 33 Micro –localización. 67
Figura 34 fotografías de La Palma de Chonta 68
Figura 35Matriz triangular 70
Figura 36 Diseño de Planta 71
Figura 37Proceso productivo 72
Figura 38 Significado de las figuras 74
Figura 39 Tasa de descuento 95
Figura 40 Van 96
Figura 41 PRI (Período de recuperación de la inversión) 97
Figura 42 Punto de equilibrio 100
Figura 43 ROE 101
Figura 44 ROA 101
Figura 45 ROI 102

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Regulación de las PYMES 108

Anexos 2 Registro sanitario 110

Anexos 3 Buenas prácticas de manipulación 110

RESUMEN EJECUTIVO

La actividad económica y comercial en el Ecuador ha tenido un importante desarrollo en los últimos años, debido a la diversidad de productos como las frutas que se exportan y han sido un aporte al crecimiento del PIB.

La chonta como fruto de la Palma que es aprovechado el palmito de gran apreciación en el mercado local e internacional, y poco apreciado el fruto, con el objetivo de dar a conocer al mercado nacional.

El presente proyecto, se basa en un estudio de factibilidad para la producción y comercialización de la chonta en almíbar, siendo este un fruto ancestral, que posee características únicas, vitaminas, color, sabor, aceite natural y calidad, por la situación geográfica en Ecuador, es sembrado y cosechado por comunidades indígenas en el Nororiente Ecuatoriano y sector Costa.

El presente proyecto tiene como objetivo la diversificación alimentaria en el Ecuador y el aprovechamiento de un fruto ancestral, siendo así un apoyo, para esos sectores que con esfuerzo de unidad y progreso, desean llegar a alcanzar metas sostenibles y sustentables, que cada día se esfuerzan por ser un aporte económico para sus familias.

Se realizó un estudio y evaluación financiera para que la Chonta en almíbar, sea sustentable, mediante los indicadores que reflejan valores dentro del estudio financiero del proyecto con un porcentaje alto, para su inmersión en el mercado y la aceptación del mismo.

Los resultados esperados el ser un aporte económico y social para los involucrados en este proyecto, así como la expectativa en un futuro próximo el poder exportar a mercados internacionales.

ABSTRACT

EXECUTIVE SUMMARY

Economic and commercial activity in Ecuador has had an important development in recent years, due to the diversity of products such as fruits exported and have been a contribution to GDP growth.

The chonta as a fruit of the palm that is used palmito of great appreciation in the local and international market, and little appreciated the fruit, with the aim of making known the national market.

This project is based on a feasibility study for the production and commercialization of chonta in syrup, an ancestral fruit that has unique characteristics, vitamins, color, flavor, natural oil and quality, due to the geographical situation in Ecuador, is planted and harvested by indigenous communities in the Northeastern Ecuador and Costa sector.

The present project aims at food diversification in Ecuador and the use of ancestral fruit, thus being a support, for those sectors that, with an effort of unity and progress, want to achieve sustainable and sustainable goals, which strive every day for being an economic contribution for their families.

A study and financial evaluation was carried out so that the Chonta in syrup could be sustainable, through indicators that reflect values within the financial study of the project with a high percentage, for its immersion in the market and acceptance of it.

The results expected to be an economic and social contribution for those involved in this project, as well as the expectation in the near future to export to international markets.

CAPITULO I INTRODUCCIÓN

La Chonta o chontaduro, es un fruto de la palma o palmera de la familia de las arecáceas, que puede medir de 7 a 20 metros de altura, cada palma produce 2 cosechas al año con altos rendimientos de frutos a los 20 a 25 años de sembrado comienza a decrecer la producción. Es nativa de regiones tropicales y subtropicales de América.

La chonta es uno de los alimentos tropicales de mayor valor nutritivo su contenido de 2,5 a 4,8 % de proteína de alta calidad, contiene aminoácidos esenciales, su fina grasa. Constituida por aceites no saturados y el alto contenido Beta-Caroteno, fosforo, vitamina A, B, C, Calcio y hierro (Wikipedia, 2016).

La chonta en Ecuador, posee características únicas por la situación geográfica y la cantidad de horas luz, lo cual le da mayor calidad que frutos producidos en otros países como en Costa Rica.

La elaboración de la chonta en almíbar formaría un aporte a la dieta nutricional de los ecuatorianos con una meta futura de ser exportado y el aprovechamiento de las áreas productivas de palmito recolectando la fruta.

Ecuador cuenta con aproximadamente 15.500 hectáreas sembradas de palmito y la producción se concentra en zonas subtropicales como: Lago Agrio, Coca, Tena, Macas, Zamora Chinchipe, Esmeraldas, San Lorenzo, Muisne, Santo Domingo de los Tsachilas, La Concordia, Nanegalito, Puerto Quito y Bucay.

1.1 Justificación

Por desconocimiento de las ventajas del palmito en específico la fruta que se conoce como la chonta, el poco aprovechamiento, ha hecho que esta fruta sea rechazada sin considerar el aporte vitamínico para el consumo humano, es un fruto en racimos de forma ovalada, cilíndrica o cónica, de color rojo brilloso, anaranjado o tonalidades amarillas, rica en vitaminas A y con alto contenido de almidón, potasio, vitamina B6, cobre, zinc, fosforo, vitamina C, riboflavima y hierro.

Es así que este proyecto está enfocado en aportar al sector agroindustrial mediante el proceso de la fruta en almíbar, que es una alternativa innovadora e interesante para así poder satisfacer las necesidades y expectativas del cliente, con estándares de calidad y aporte a la diversificación de productos no tradicionales.

Los principales proveedores de la materia prima "Chonta" son comunidades indígenas que su principal actividad es la agricultura y están ubicadas en las Provincias del Napo y Orellana, manteniendo un alto concepto de la preservación del medio ambiente.

Este proyecto va encaminado a crear una Pymes que beneficie al talento humano que labore en el proceso de producción y administración, generar recursos económicos, a mediano plazo, aportando al desarrollo del área donde se ubica el proyecto, sector Puembo, productores, transportistas, entidades de Gobierno.

Con el apoyo de la CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, nacen proyectos sostenibles y sustentables a nivel de matriz productiva, y que dan beneficios sociales y financieros, con este beneficio se crea la empresa PEACH PALM CONSERVAS.

1.2 Antecedentes.

La actividad comercial en el Ecuador ha tenido un importante desarrollo en los últimos años es así que entre el periodo 2012 – 2013 registró un crecimiento del PIB sectorial de 3.34%. A su vez esta actividad aporta al PIB total en 9.94% según información del Banco Central del Ecuador. (Ekos, 2014)

Ecuador ha tenido un crecimiento del 28% en cuanto los productos de exportación no tradicionales" (Osorio, 2012), siendo estos una nueva oportunidad de negocio para el productor ecuatoriano, por tal motivo se considera en este proyecto la factibilidad de crear una empresa productora y comercializadora de chonta en almíbar para satisfacer la demanda.

El Ecuador es un país rico en diversidad agrícola, existen diferentes tipos de cultivos de frutas y vegetales tales como, mango, maracuyá, melón, brócoli, alcachofas, espárragos, etc., cuya producción se han intensificado con fines de exportación, ya sea en congelados o conservas.

De la misma manera en el periodo 2008 – 2012 en el Ecuador los productos no tradicionales más exportados ocupó en séptimo lugar, notándose en crecimiento en las exportaciones y la preferencia de los consumidores por este tipo de productos. (Martinez, 2012)

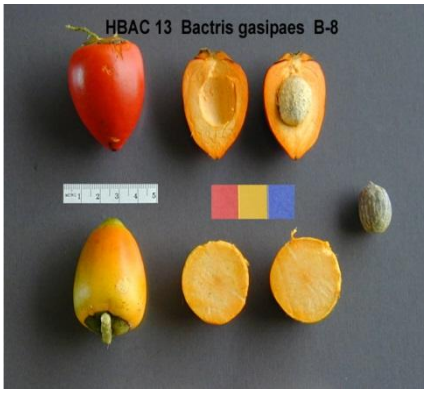


Figura 1Chonta
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

CAPÍTULO II ANÁLISIS SITUACIONAL

2.1 Ambiente Externo

Es todo lo que está fuera de los límites de la empresa o bien y es un conjunto de elementos externos o la organización que son relevantes para su actuación. Es como un medio ambiente para la empresa y lo constituyen las fuerzas, personas y organismos que afectan, directa o indirectamente, a sus resultados. (Weihrich, 2016)

2.1.1. Factor económico

El gobierno motiva e incentiva la producción nacional y el consumo, para así mejorar la competitividad y calidad del sector agroindustrial, conjuntamente con la economía de pequeños y grandes productores, siendo así un factor de desarrollo para las familias y comunidades involucradas en áreas de producción agrícola.

La chonta en almíbar es un producto que se crea a partir de la demanda en el mercado de la diversificación de sabores y apreciación de un fruto poco apreciado, y tropical con características únicas, con un aporte vitamínico, para el consumo humano, con precios accesibles y con un factor muy importante como el de apoyar a las comunidades indígenas de provincias como Orellana y Napo.

Dentro del cambio de la matriz productiva se apoya al emprendimiento y desarrollo de nuevas e innovadoras soluciones para el mercado con la expectativa de Exportación a futuro.

2.1.1.1 Inflación

"La inflación es el aumento sustancial y sostenido en el nivel general de los precios de bienes y servicios en un país, Para medir el crecimiento de la inflación se utilizan índices que reflejan el crecimiento porcentual de una canasta de bienes

ponderada. El índice de medición de la inflación es el índice de Precios al consumidor. (De la, 2016)

Tabla 1 Inflación Anual

AÑOS	PORCENTAJE ANUAL
2012	5,11
2013	2,73%
2014	3,59%
2015	4,05%
2016	1,73%

Fuente: **BCE**
Elaborado por: Marizol Solórzano

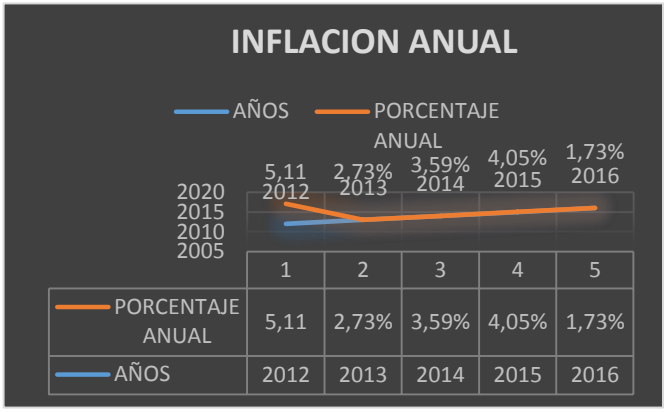


Figura 2 Inflación anual
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

La reciente inflación reportada por el Banco Central del Ecuador al año 2016 fue de 1,73% a comparación del año 2015 de 4.05%. y publicado por el (INEC) El 06 de abril del 2017 como promedio hay una baja de precios de productos y bienes según el reporte de inflación y se obsserva una desaceleración y la cifra es menor a la registrada.

Para el proyecto la tasa de inflación representa una amenaza siempre y cuando existan brechas entre el mercado y el consumidor pero en el caso del

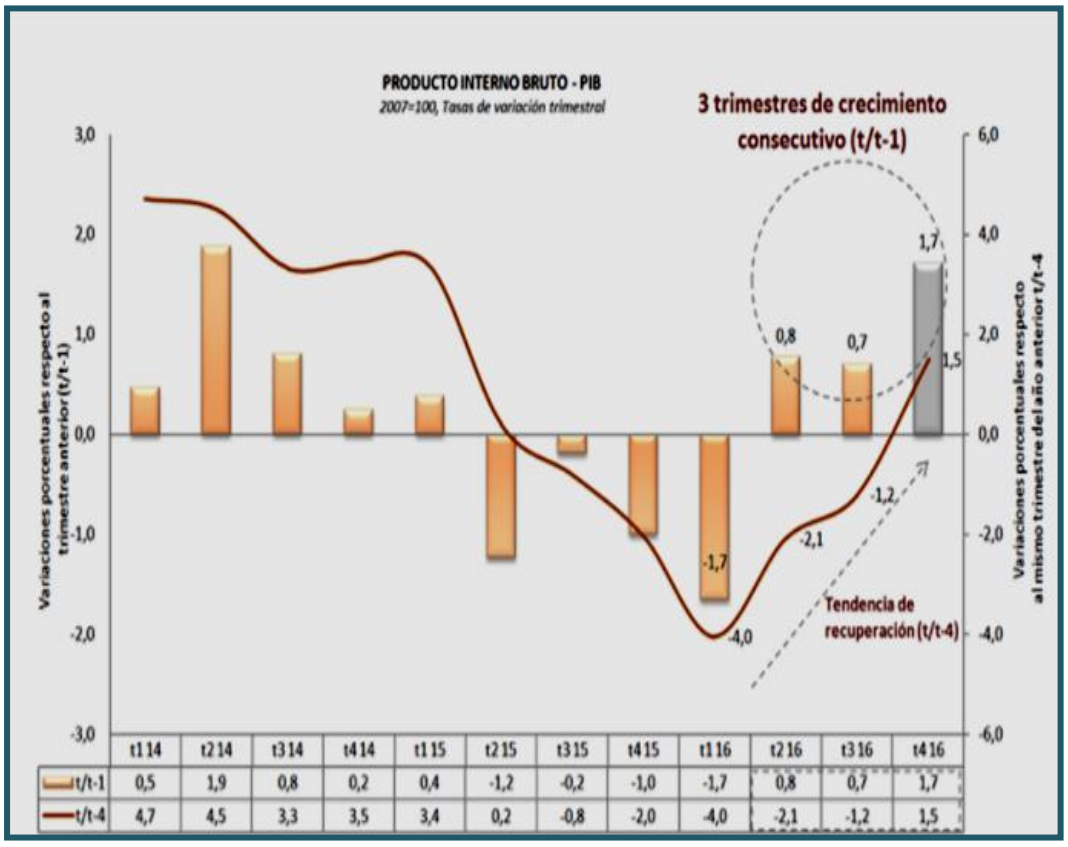
proyecto se generaria confianza en el consumo y adquisición ya que es un producto de excelente calidad y a precios accesibles.

2.1.1.2 PIB

El producto interno bruto (PIB), es una medida macroeconómica que expresa el valor monetario de la producción de bienes y servicios de un país durante un período determinado de tiempo. El PIB mide sólo la producción final y no la denominada producción intermedia, para evitar así la doble contabilización. (BCE, 2016)

Al hacer referencia a bienes y servicios finales se quiere indicar que no tienen de ser tomados en cuenta aquellos bienes elaborados en el periodo, para su utilización como materia prima en la fabricación de otros bienes y servicios. (Avila, 2003)

Banco Central del Ecuador. Información estadística y monetaria del Ecuador.



Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 2 PIB

Sector	IV TRIMERSTRE 2015PP	IV TRIMERSTRE 2016 PP
Administración pública y defensa	0.49	0.7
Petróleos y minas	0.08	-0.4
Comercio	0.36	2.3
Actividades profesionales	0.43	5.0
Manufactura (sin refinación petróleo)	0.19	1.7
Construcción	0.06	0.2
Transporte	0.22	0.6
Sum. de electricidad y agua	0.26	-1.2
Actividades de servicios financieros	0.19	3.0
Servicios sociales y de salud	0.53	0.5
Otros servicios	0.20	1.0
Correo y comunicaciones	0.09	5.5
Alojamiento y servicios Comida	-0.01	1.0
Pesca (excepto camarón)	0.03	3.8
Servicio domestico	-0.00	1.9
Agricultura	0.07	0.3
Acuicultura, pesca de camarón	0.03	0.4

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.1.1.3 Balanza Comercial

La balanza comercial está representada en gráficos compuestos por exportaciones y saldo comercial para el periodo 2006-2012 en año completo y el periodo mensual disponible para el año 2013, con su respectiva comparación con el año 2012. Esta información esta presentada en valores.

En los Estadísticos de Balanza Comercial Bilateral se encuentran las exportaciones (totales y no petroleras). Importaciones (totales y no petroleras) y balanzas comerciales (totales y no petroleras) del Ecuador con cada uno de los países con los que comercia, agrupados por bloque o región. Esta información comprende el periodo 2006-2012 en año completo y los comparativos mensuales ya especificados anteriormente (en valores y en volumen).

La Balanza Comercial en el periodo enero-febrero de 2017, registro un superávit de USD 421.85 millones, resultado que responde a una recuperación en valor Fob de las exportaciones petroleras.

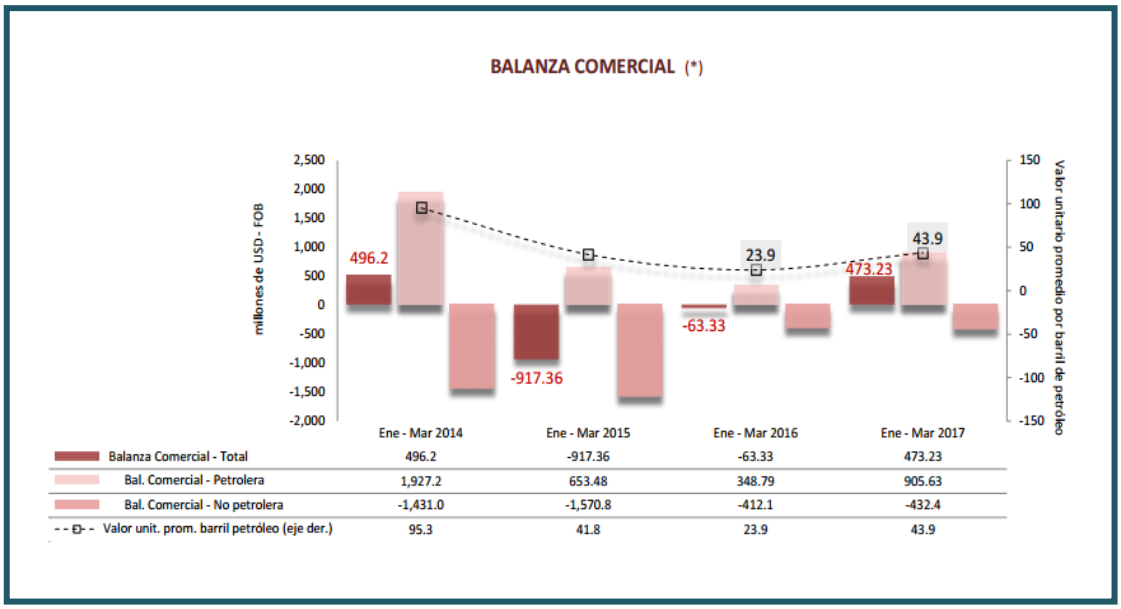


Figura 4 Balanza Comercial
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 3 Balanza Comercial

- Toneladas métricas y valor USD FOB (en millones) -	Ene - Mar 2013		Ene - Mar 2014		Ene - Mar 2015		Ene - Mar 2016		Variación 2016 - 2015	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB
Exportaciones totales	7.203	6.169	7.476	6.655	8.261	4.870	7.697	3.627	-6,8%	-25,5%
Petroleras	*4.966*	*3.520*	*5.198*	*3.547*	*5.818*	*1.748*	*5.292*	*896*	*-9,0%*	*-48,7%*
No petroleras	*2.237*	*2.649*	*2.278*	*3.107*	*2.443*	*3.123*	*2.405*	*2.731*	*-1,6%*	*-12,5%*
Importaciones totales	3.790	6.272	4.039	6.159	3.935	5.788	3.413	3.691	-13,3%	-36,2%
Bienes de consumo	*202*	*1.098*	*245*	*1.049*	*241*	*1.156*	*174*	*761*	*-27,5%*	*-34,2%*
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	*1,1*	*49*	*1,1*	*53*	*0,6*	*28*	*0,7*	*28*	*19,7%*	*2,7%*
Materias primas	*1.999*	*1.941*	*1.980*	*1.793*	*1.873*	*1.872*	*1.643*	*1.364*	*-12,3%*	*-27,1%*
Bienes de capital	*142*	*1.631*	*138*	*1.590*	*157*	*1.611*	*94*	*974*	*-39,8%*	*-39,5%*
Combustibles y Lubricantes	*1.445*	*1.523*	*1.674*	*1.662*	*1.663*	*1.111*	*1.499*	*553*	*-9,8%*	*-50,2%*
Diversos	*1,2*	*10*	*1,5*	*11*	*1,3*	*11*	*1,6*	*10*	*23,0%*	*-6,2%*
Ajustes (3)		*20*		*0,1*		-		-		
Balanza Comercial - Total		-102,8		496,2		-917,4		-63,3		93,1%
Bal. Comercial - Petrolera		***2.011,5***		***1.927,2***		***653,5***		***348,8***		***-46,6%***
Exportaciones petroleras		*3.519,9*		*3.547,4*		*1.747,9*		*896,2*		*-48,7%*
Importaciones petroleras		*1.508,4*		*1.620,2*		*1.094,4*		*547,4*		*-50,0%*
Bal. Comercial - No petrolera		***-2.114,3***		***-1.431,0***		***-1.570,8***		***-412,1***		***73,8%***
Exportaciones no petroleras		*2.648,9*		*3.107,5*		*3.122,5*		*2.731,0*		*-12,5%*
Importaciones no petroleras		*4.763,2*		*4.538,4*		*4.693,3*		*3.143,1*		*-33,0%*

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Según el cuadro estadístico de la balanza comercial, hay un alto porcentaje de exportaciones no petroleras en las cuales está involucrado los productos no tradicionales, lo cual al proyecto le facilitara la comercialización en el mercado nacional, e internacional.

2.1.1.4 Tasa de Interés

Se denomina tasa de interés al porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinado lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero" (Martinez, 2012)

Tabla 4 Tasas de Interés

junio – 2016			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	9.31	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.96	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.33	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	9.34	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	8.66	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.82	Comercial Prioritario Empresari	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.10	Comercial Prioritario PYMES	11.83
Consumo Ordinario	16.24	Consumo Ordinario*	17.30
Consumo Prioritario	15.90	Consumo Prioritario **	17.30
Educativo	9.31	Educativo **	9.50
Inmobiliario	10.72	Inmobiliario	11.33
Vivienda de Interés Público	4.98	Vivienda de Interés Público	4.99
Microcrédito Minorista	24.46	Microcrédito Minorista	30.50
Microcrédito de Acumulación Simpl	23.85	Microcrédito de Acumulación Sir	27.50
Microcrédito de Acumulación Ampliada	21.18	Microcrédito de Acumulación Ampliada	25.50
Inversión Pública	8.32	Inversión Pública	9.33
Nota:			
*Según la Resolución 140-2015-F, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 627 de 13 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Ordinario será de 17.30%; la misma que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.			
**Según la Resolución 154-2015-F, de 25 de noviembre de 2015, se establece que la tasa de interés activa efectiva máxima para el segmento Consumo Prioritario será de 17.30% y para el segmento Educativo será de 9.50%			

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (Ecuador, 2016)

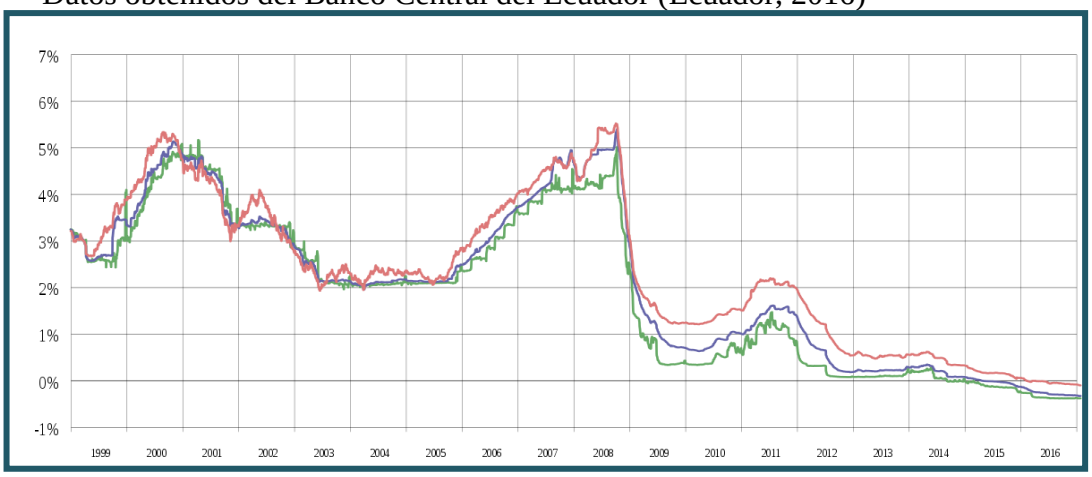


Figura 5 Evolución Tasa Activa.
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.1.1.5 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. (Jimenez,2012)

Que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados, esta última siempre es mayor, la diferencia con la tasa de captación es que permite al intermediario financiero cubrir los costos administrativos, dejando una utilidad

Tabla 5 Tasa Activa

Tasa de interés activa	
Años	interés activo
2012	8,17%
2013	8,17%
2014	8,12%
2015	8,33%
2016	8,02%

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

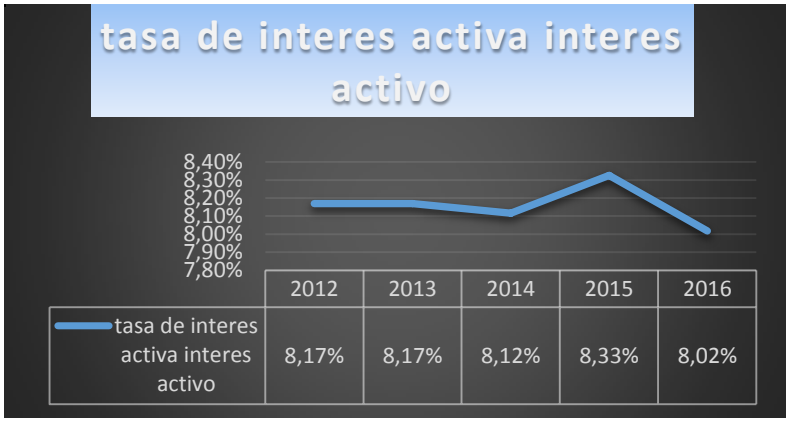


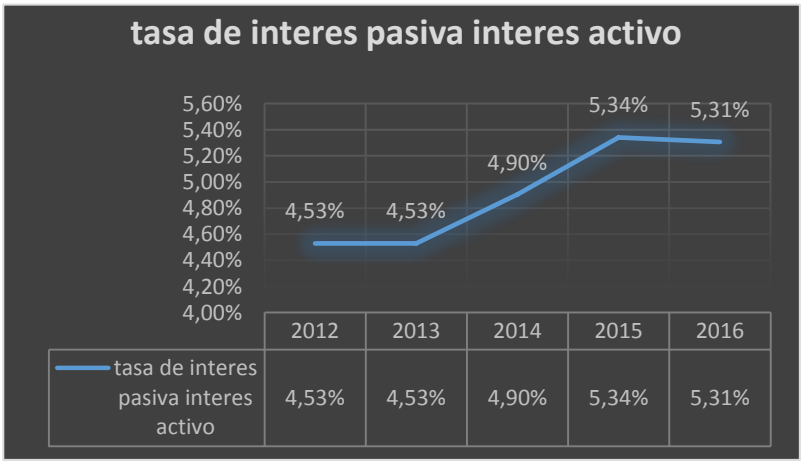
Figura 6 Tasa Activa
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Al proyecto la tasa activa, le representa el porcentaje que se pagara por crédito bancario el impacto será alto si hubiere variación porcentual en aumento, con la tasa de interés activa que actualmente está registrada se podrá elaborar presupuestos y costos dentro del financiamiento del proyecto, e investigar fuentes de financiamiento. (Jimenez,2012)

2.1.1.6 Pasiva

Es la que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. Son pasivas porque para el banco son recursos a favor de quien deposita.



Fuente: BCE
Figura 7 Tasa de interés pasiva
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 6 Tasa de interés pasiva

Tasa de interés pasiva	
Años	interés activo
2012	4,53%
2013	4,53%
2014	4,90%
2015	5,34%
2016	5,31%

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Se visualiza que la tasa pasiva, ha registrado una variación del año 2015 al 2016. Para el proyecto se debe considerar estos indicativos para las inversiones y capitalización de activos de la empresa los mismos que serán aplicados en la reservas de gestión y cronograma del proyecto con un valor planificado total con ganancia.

2.1.1.7 Riesgo país

El riesgo que se asume por el hecho de suscribir o adquirir títulos de renta fija o variable emitidos por entidades de un país extranjero o por conceder préstamos o créditos a residentes de dicho país, y se manifiesta en la posibilidad de que el cobro de los dividendos, intereses y/o el principal de la deuda se retrase o no sea posible. Existen dos tipos diferenciados dentro del riesgo país en sentido estricto: el riesgo soberano y el riesgo de transferencia.

Figura 8 Riesgo País
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 7Riesgo País

RIESGO PAIS	
AÑOS	PUNTOS
2012	818
2013	704
2014	605
2015	971
2016	911

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis

El riesgo país tiene una variación porcentual que representa un mayor costo en financiamiento, con este índice indica la confiabilidad en la inversión extranjera, la concesión de créditos, y el poder adquisitivo de la población.

Para el proyecto, con este índice la factibilidad como emprendimiento, la posibilidad de producción y comercialización, es positivo, como propuesta nueva al mercado.

2.1.1.8 El IVA

El porcentaje del valor agregado era del 14% hasta el 31 de mayo 2017 a partir del 01 de junio por decreto presidencial (adjunto) registro oficial (LEY ORGANICA DE SOLIDARIDAD Y CORRESPONSABILIDAD POR EL TERREMOTO DEL 16 DE ABRIL 2016)

En la disposición transitoria primera se incrementa la tarifa del IVA al 14% durante el periodo de hasta un año contado a partir del primer día del mes siguiente a la vigencia de esta ley. El presidente podrá disponer que su vigencia sea menor que un año. Las personas naturales que sean consumidores finales y realicen sus adquisiciones de bienes o servicios de las zonas afectadas recibirán del Estado un descuento equivalente del 2 por ciento (12% al 14%) (Andrade, 2016)

1.2 Factor social.

La actividad de producción y comercialización se va a realizar en el sector de Puembo, lugar que es estratégico por distancia tanto hacia las provincias de Napo y Orellana en las cuales se cosecha el fruto "la chonta", la cual es una actividad en la que se involucra a comunidades indígenas de estas provincias y en la que por costumbre tiene el hombre la tarea de cosechar el fruto, la mujer es la que se encarga de la recolección y clasificación de los racimos que es la materia prima esencial para la producción de Peach Palm conservas.

Estando situado dentro del sector periférico de Quito, con la facilidad de la movilización y logística, en las cuales podemos contar con talento humano para el área de producción y comercialización.

Dentro de lo cultural hago referencia la fiesta de la chonta que se realiza en Archidona en la Provincia de Napo en el mes de abril. En la cual las comunidades indígenas involucran las familias en el proceso de elaboración de la chicha de chonta que es una bebida considerada ceremonial.

Como hay varias comunidades indígenas que poseen calendarios de la fiesta de chonta apreciado por sus ancestros y actualmente por las nuevas generaciones.

2.1.2.1 PEA

Población Económicamente Activa (PEA) indicador en porcentajes de la población en edad de trabajar, de la oferta de mano de obra en una sociedad.

Las personas económicamente activas (v. Población en edad de trabajar), están en capacidad y disponibilidad para dedicarse a la producción de bienes y servicios económicos en un determinado momento por edad, incapacidad o decisión propia. (Instituto Nacional de Estadisticas y Censos, 2007) (cifras, 2016)

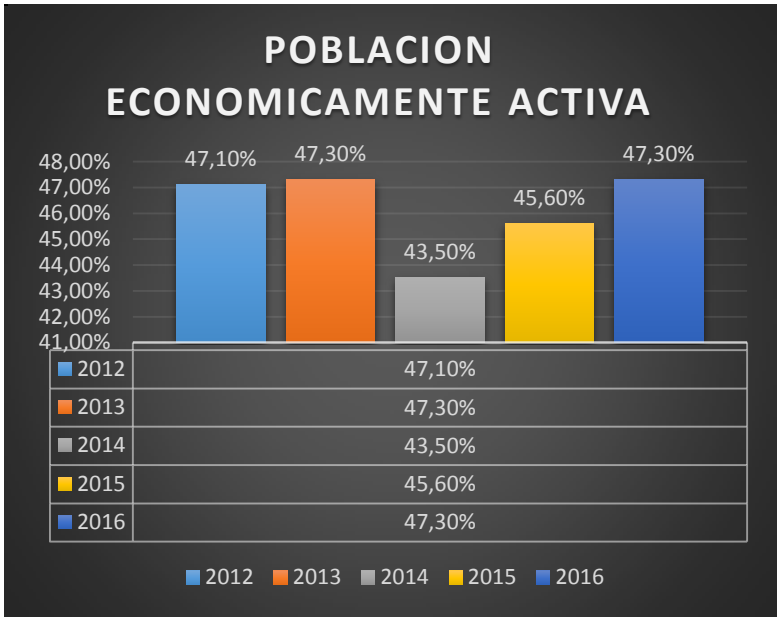


Figura 9 Población Económicamente Activa
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 8 Población Económicamente Activa

Población:	**410.9 mil habitantes (2.8% respecto al país)**
Urbana:	71.8%
Rural:	28.2%
Mujeres:	51.4%
Hombres:	48.6%
PEA:	52.5% (2.7% de la PEA a nivel nacional)

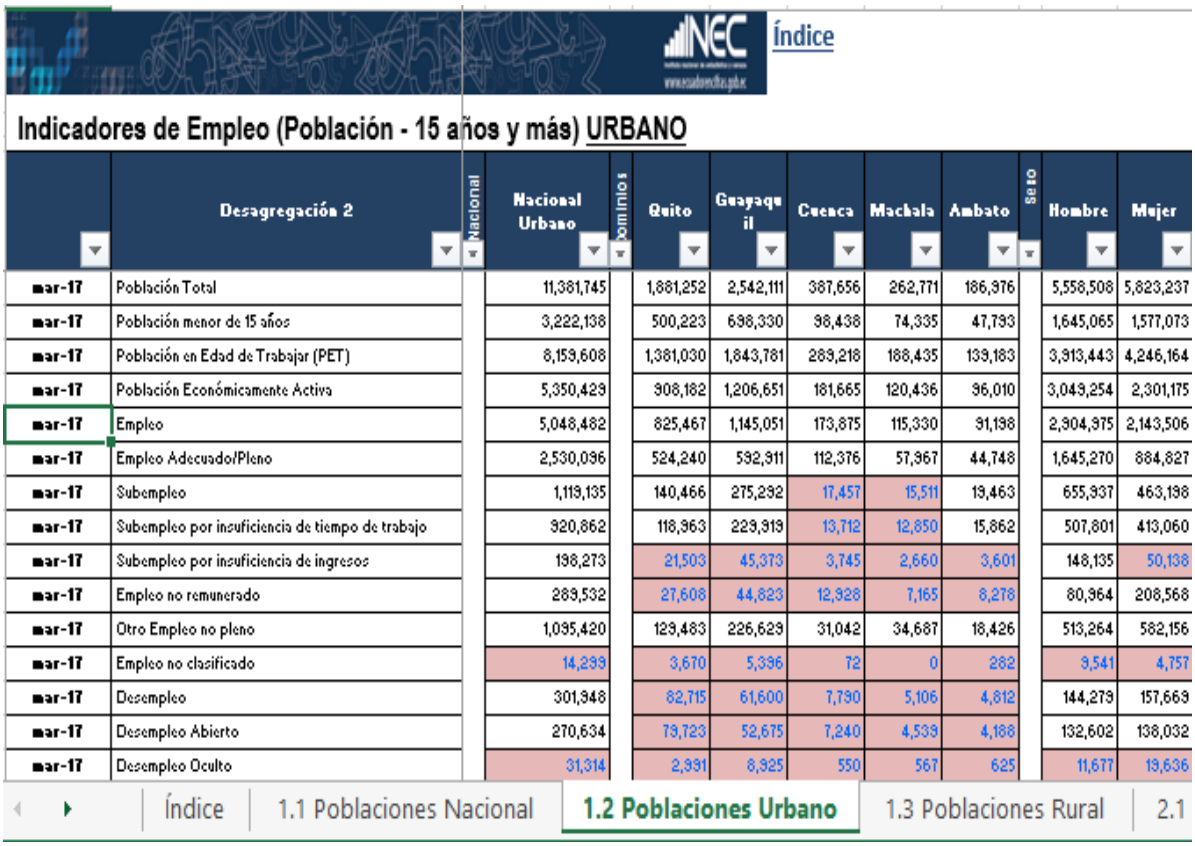
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 9 Pea

POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA 2012 A 2016	
AÑO	Porcentaje
2012	47,10%
2013	47,30%
2014	43,50%
2015	45,60%
2016	47,30%

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 10 Indicadores de Empleo



Índice

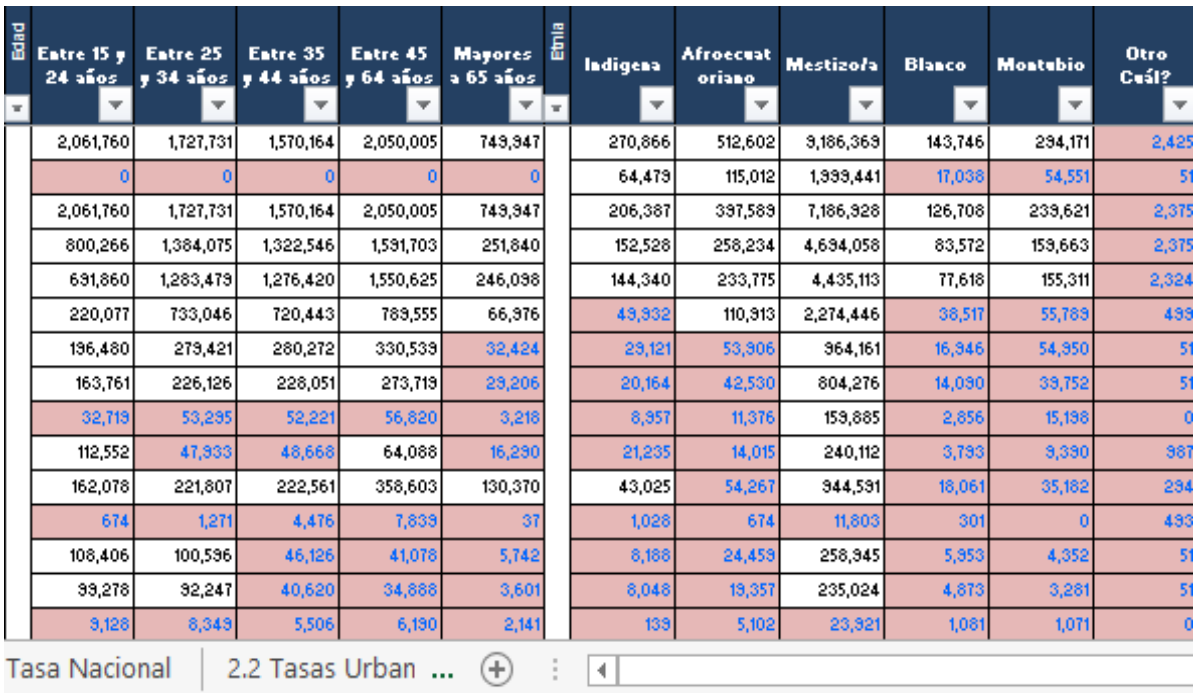
Indicadores de Empleo (Población - 15 años y más) URBANO

	Desagregación 2	Nacional	Nacional Urbano	Dominios	Quito	Guayaquil	Cuenca	Machala	Ambato	Sexo	Hombre	Mujer
mar-17	Población Total		11,381,745		1,881,252	2,542,111	387,656	262,771	186,376		5,558,508	5,823,237
mar-17	Población menor de 15 años		3,222,138		500,223	698,330	98,438	74,335	47,793		1,645,065	1,577,073
mar-17	Población en Edad de Trabajar (PET)		8,159,608		1,381,030	1,843,781	289,218	188,435	139,183		3,913,443	4,246,164
mar-17	Población Económicamente Activa		5,350,429		908,182	1,206,651	181,665	120,436	96,010		3,049,254	2,301,175
mar-17	Empleo		5,048,482		825,467	1,145,051	173,875	115,330	91,138		2,904,375	2,143,506
mar-17	Empleo Adecuado/Pleno		2,530,096		524,240	532,311	112,376	57,367	44,748		1,645,270	884,827
mar-17	Subempleo		1,119,135		140,466	275,292	17,457	15,511	13,463		655,937	463,198
mar-17	Subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo		920,862		118,363	229,319	13,712	12,850	15,862		507,801	413,060
mar-17	Subempleo por insuficiencia de ingresos		198,273		21,503	45,373	3,745	2,660	3,601		148,135	50,138
mar-17	Empleo no remunerado		289,532		27,608	44,823	12,328	7,165	8,278		80,964	208,568
mar-17	Otro Empleo no pleno		1,035,420		123,483	226,623	31,042	34,687	18,426		513,264	582,156
mar-17	Empleo no clasificado		14,239		3,670	5,396	72	0	282		9,541	4,757
mar-17	Desempleo		301,348		82,715	61,600	7,790	5,106	4,812		144,279	157,663
mar-17	Desempleo Abierto		270,634		79,723	52,675	7,240	4,539	4,188		132,602	138,032
mar-17	Desempleo Oculto		31,314		2,991	8,925	550	567	625		11,677	19,636

Índice | 1.1 Poblaciones Nacional | 1.2 Poblaciones Urbano | 1.3 Poblaciones Rural | 2.1

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 11 Indicador de empleo



Edad	Entre 15 y 24 años	Entre 25 y 34 años	Entre 35 y 44 años	Entre 45 y 64 años	Mayores a 65 años	Etnia	Indígena	Afroecuatoriano	Mestizo/a	Blanco	Montubio	Otro Cuál?
	2,061,760	1,727,731	1,570,164	2,050,005	749,347		270,866	512,602	3,186,369	143,746	294,171	2,425
	0	0	0	0	0		64,479	115,012	1,393,441	17,038	54,551	51
	2,061,760	1,727,731	1,570,164	2,050,005	749,347		206,387	397,589	7,186,928	126,708	239,621	2,375
	800,266	1,384,075	1,322,546	1,591,703	251,840		152,528	258,234	4,694,058	83,572	159,663	2,375
	631,860	1,283,479	1,276,420	1,550,625	246,098		144,340	233,775	4,435,113	77,618	155,311	2,324
	220,077	733,046	720,443	789,555	66,376		43,932	110,313	2,274,446	38,517	55,789	499
	196,480	279,421	280,272	330,533	32,424		23,121	53,306	964,161	16,346	54,350	51
	163,761	226,126	228,051	273,719	29,206		20,164	42,530	804,276	14,090	39,752	51
	32,719	53,295	52,221	56,820	3,218		8,357	11,376	159,885	2,856	15,198	0
	112,552	47,333	48,668	64,088	16,290		21,235	14,015	240,112	3,793	9,390	387
	162,078	221,807	222,561	358,603	130,370		43,025	54,267	944,591	18,061	35,182	294
	674	1,271	4,476	7,839	37		1,028	674	11,803	301	0	493
	108,406	100,536	46,126	41,078	5,742		8,188	24,459	258,945	5,353	4,352	51
	99,278	92,247	40,620	34,888	3,601		8,048	19,357	235,024	4,873	3,281	51
	3,128	8,349	5,506	6,190	2,141		133	5,102	23,321	1,081	1,071	0

Tasa Nacional | 2.2 Tasas Urban ...

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.1.3 Factor legal.

La obtención de los permisos adecuados para constituirnos como compañía, dentro del marco legal tributario, municipal y como Pymes de procesos productivos y manipulación de alimentos los requisitos son los siguientes.

2.1.3.1 Requisitos para obtener el Ruc

- Identificación del contribuyente
- Original de la cedula
- Original del certificado de votación
- Ubicación de la matriz o establecimiento
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono).
- Estado de cuenta bancario o Tarjeta de Crédito o teléfono celular.
- Original o copia de contrato de arrendamiento o escritura o contrato de comodato.

2.1.3.2 Patente Municipal

- Formulario de inscripción de patente
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos
- Copia de cedula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrativo o del representante legal en caso de ser persona jurídica.
- Copia del Ruc en el caso que lo posea
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de persona jurídica.
- Copia de la escritura de constitución en caso de personas jurídicas
- (Ecuador F.)

2.1.3.3 Requisitos para obtener: Registro Sanitario (ARCSA, 2015)

Dice que:

- Obtener previamente la clave de acceso e ingresar la información solicitada de acuerdo al formulario de solicitud.
- Escanear e ingresar en el sistema del Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA, 2015) todos los documentos adjuntos al formulario de solicitud.
- Ingresar la información de los formularios y los documentos en el sistema informático de la ARCSA.
- El sistema notificará y autorizará el pago correspondiente a la revisión de la documentación.
- La ARCSA revisará que la documentación se encuentre completa y si la información es correcta en el término de siete días.
- Se autorizará el pago del Registro Sanitario. El sistema notificará al usuario la cantidad a pagar.
- Se enviara la factura vía electrónica y el usuario la deberá imprimir.
- Si ninguno de los informes tuvo objeciones, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario en el término de cinco días.
- El certificado de Registro Sanitario se publicará en el sistema y se lo dejará disponible para que el usuario.

2.1.3.4 Norma técnica de buenas prácticas de manufactura para alimentos procesados.

TÍTULO I CAPÍTULO I ÁMBITO DE APLICACIÓN

(ARCSA, 2015) Dice que: Artículo 1. Ámbito de aplicación.- Las disposiciones contenidas en el presente reglamento son aplicables a:

a) Los establecimientos donde se procesen, envasen, almacenen y distribuyen alimentos;

b) Los equipos, utensilios y personal sometidos a la presente normativa técnica de Buenas Prácticas de Manufactura;

c) Todas las actividades de fabricación, procesamiento, preparación, envasado, etiquetado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos procesados de consumo humano, en el territorio nacional;

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

2.1.3.5 Requisitos para: Permiso de funcionamiento (ARCSA, 2015)

Expresa que:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

2.1.4 Factor Tecnológico

En la actualidad mundial toda empresa, industria y organización está involucrada con desarrollos tecnológicos creados para beneficiar así la gestión y procesos, distribución y actividades que sean realizadas con eficiencia y efectividad, las cuales serán una inversión que aportara a la calidad de producción.

Maquinarias y herramientas para el área de producción

- Cocina industrial estufón
- Ollas de acero inoxidable industriales
- Utensilios de acero inoxidables (cucharones, cuchillos, bandejas, tazones, embaces para la refrigeración de la fruta).
    - Cool & freece refrigerador industrial
    - Fregaderos de acero inoxidable
    - Jabas plásticas para la recolección de la fruta y transportarla
    - Potes o envases para los materiales adicionales para la elaboración de la chonta en almíbar.

Análisis

Para ser competitivos, debemos apoyarnos con la tecnología, producir con altos estándares de calidad, y al ser un proyecto artesanal, cuidar el medio ambiente, con la manipulación correcta de desechos como la cascara de la chonta que será aprovechada para abono de la tierra por su aporte nutricional como desecho biodegradable.

Como proyecto es de suma importancia el sabor y calidad de la chonta en almíbar, no utilizar transgénicos ni químicos que alteren el sabor y las cualidades de la fruta.

2.2 Entorno local

2.2.1 Clientes.

El potencial es la familia, dando mayor énfasis a la población de nivel económico medio, donde promocionar el producto, en supermercados Supermaxi, Santa María, Mi Comisariato, participar en las ferias de turismo, súper tienda Ecuador, ferias artesanales.

Análisis

El incremento de consumo de productos no tradicionales y la diversidad de frutas silvestres, nos dará un aprovechamiento en el mercado para que la chonta en almíbar, sea un producto que pueda suplir necesidades y expectativas en la sociedad de consumo y sea apetecible y atractivo por su sabor, calidad, aroma, fibra y aporte vitamínico.

2.2.2 Proveedores

Los principales proveedores serán las comunidades indígenas, asociadas como pequeños agricultores en fincas que siembran la chonta, y la cosechan en los meses de febrero, marzo y abril.

Teniendo un alto concepto de respeto al medio ambiente y reconociendo que la tierra es un recurso de provisión de alimento, con sus características propias del pueblo indígena de apreciación al trabajo, el esfuerzo, y principios de honestidad.

La chonta es considerada como un fruto ancestral el cual da un aporte energético, los indígenas la elaboran como chicha una bebida especial con un color, sabor y fragancia única.

2.2.3 Competidores.

Siendo un producto no tradicional con características únicas, los competidores serán las industrias artesanales de frutos tropicales, considerando así las mermeladas, postres elaborados.

- Empresa Marullacta.
- Empresa La Qabra tira al monte.
- Empresa Chef Daniel

Análisis.

En el mercado existen 3 empresas con productos nacionales de elaboración artesanal, sin químicos, ni transgénicos.

2.3 Análisis interno

La creación de empresa Peach Palm Conservas con su producto "La chonta en almíbar" realizamos un análisis de la aceptabilidad en el mercado con una expectativa de posesionarse en el mercado de Quito, reconociendo que las exigencias del cliente es alta y queremos ofrecer una alternativa, aprovechando la curiosidad y el buen gusto de los clientes, así como el nacionalismo de consumir lo nuestro.

2.3.1 Propuesta estratégica.

El ingreso al mercado de un fruto no tradicional con aportes vitamínicos, con un sabor, color y aroma únicos. "La chonta en almíbar" como postre o colación, siendo apreciado en la mesa de las familias ecuatorianas como algo nuestro y considerando la identidad de un fruto ancestral.

Con procesos dentro del desarrollo y dirección, alineándose a las metas y recursos, siempre ir junto con leyes e investigación de cambios en el mercado.

2.3.1.1 Misión

Promover y comercializar un producto no tradicional, para el mercado nacional, como un aporte a la dieta nutritiva para las familias ecuatorianas, con altos estándares de calidad en producción y comercialización, con una filosofía de mejora continua en procesos y gestión.

2.3.1.2 Visión

Liderar la producción e industrialización de productos nuevos e innovadores, dando a conocer al mercado nacional e internacional, usando las buenas prácticas de manufactura, con responsabilidad social y del medio ambiente.

2.3.1.3 Objetivos

2.3.1.3.1 Objetivo General

Elaborar un producto con altos estándares de calidad, con un fruto que es ancestral "la chonta".

Mantener un plan de negocios que permita generar ingresos económicos, por medio de este producto innovador y nuevo en el mercado.

Con el valor agregado de calidad y un fruto con cualidades vitamínicas extraordinarias.

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos

- Ofrecer al cliente un trato personalizado, con una comunicación efectiva.
- Llegar al cliente con un producto de calidad y atractivo a su vista.
- Obtener información del cliente de sugerencias o críticas.
- Estar siempre a la vanguardia en el mercado, en facilitar un recetario con imágenes de los lugares donde se cosecha y las comunidades indígenas involucradas.

- Mantener la marca país como identidad de producto nacional, desde su plantación hasta la elaboración.
- Dentro de los parámetros de Gestión de Talento Humano y producción mantener siempre las obligaciones y derechos civiles, cumpliendo así con las leyes establecidas en Ecuador.

2.3.1.3 Principios y/o valores

Como empresa Productora y comercializadora sujetarse a las leyes y reglamentos de la República del Ecuador. Integridad, confianza, trabajar, crear, innovar e investigar. Aplicación de Buenas prácticas de manufactura:

Honestidad: Elaborar políticas internas que sean claras, aplicables, y responsables, mostrando respeto e imparcialidad, con el talento humano, así como con los clientes

Lealtad: se manifiesta con el compromiso hacia el trabajo y la empresa, siendo un valor propio de veracidad en todo lo que se desempeñe dentro de la empresa.

Respeto: el identificar que es la base de todo éxito, puesto que el talento humano, clientes, naturaleza, proveedores, entidades, y cada uno de los sectores que nos desempeñemos sean respetados nos dará el valor de ser un líder y ejemplo para el entorno donde nos desarrollamos, ser Responsables Sociales.

Aplicación de mejora continua en los procesos, para proporcionar la máxima satisfacción al cliente con eficacia y excelencia.

2.3.2 Gestión administrativa

Direccionar y definir claramente las funciones y procesos productivos motivar al talento humano, culturizar la gestión de calidad en cada proceso y los valores.

Motivar e involucrar al talento humano con metas claras y objetivos dentro de la organización.

2.3.2.01 Planificación.

Tener claro la planificación de cada proceso, proveer de técnicas e instrumentos que apoyen para la producción, y la calidad del producto elaborado.

Registrar cada actividad, gestionar e involucrar al talento humano en los avances de la organización.

Tabla 12 Diagrama de actividades

ACTIVIDADES	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
Constitución y legalización de la empresa						
Obtención de permiso ambiental y ministerio de salud						
Planificación financiera						
Obtención de permiso ambiental y ministerio de salud						
Contrato del personal						
Compra de maquinaria						
Compra de materia prima						
Operación piloto						
Inicio de actividades						
Producción						

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.3.3 Gestión operativa

En el proceso de producción se aplica las buenas prácticas de manufactura, El gerente de producción se encargara de controlar la producción, de "La chonta en almíbar".

- Inicio
- Materia Prima
- Selección
- Lavado
- Inspección
- Cocción
- Acondicionamiento
- Pelado de la chonta
- Formulación de la dosificación de ingredientes para la chonta en almíbar
- Envasado
- Sellado con espacio de oxigenación
- Conserva
- Etiquetado
- Distribución
- Fin

2.3.4 Gestión comercial

2.3.4.01 Producto

Es todo lo que se puede ofrecer a un mercado para su atención, ya sea adquisición, uso o consumo, estos productos satisfacen un deseo o necesidad. Estos productos incluyen objetos físicos, servicio, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas. Es decir.

Los servicios o productos consisten en actividades o beneficios o satisfacción que se ofrece en venta (Servicios bancarios, hoteles, aerolíneas, mantenimiento y reparación del hogar). (Definición, 2016)

2.3.4.02 Precio

Precio, del latín pretïum, es el valor monetario que se le asigna a algo. Todos los productos y servicios que se ofrecen en el mercado tienen un precio, que es el dinero que el comprador o cliente debe abonar para concretar la operación.

Constituye uno de los elementos más relevantes del marketing que se utiliza para competir en el mercado. En la economía también es importante por ser un regulador básico del sistema económico al influir sobre salarios, intereses o utilidades.

El precio ideal es el que consiga la rentabilidad más alta y al mismo tiempo la cuota del mercado más grande posible lo que equivale decir que el precio es un instrumento que no solo busca rentabilidad si no también competitividad. (Definición, 2016)

2.3.4.03 Plaza

Es el conjunto de personas y empresas comprendidas en la transferencias de derechos de un producto al paso de este del productor al consumidor o usuario de negocio final, tipo de mercado, número de clientes potenciales, concentración geográfica del mercado, tamaño. (Definición, 2016)

2.3.4.04 Promoción

Hasta el latín hay que marcharse para poder encontrar el origen etimológico de la palabra que ahora nos ocupa. En concreto, podemos establecer que emana del vocablo "promotio", que se encuentra conformado por tres elementos:

- El prefijo "pro-", que es equivalente a "hacia adelante".

- El verbo "moveré", que es sinónimo de "mover".
- El sufijo "-ción", que viene a indicar "acción y efecto". (Definición, 2016)

2.3.4.4.1 Logotipo

Peach Palm

Simplemente, dulce, único y delicioso.

Figura 10 Peach Palm
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.3.4.4.1.1 Significado de colores:

Verde: color primario que simboliza naturaleza, ecología, da sensación de frescura, armonía, crecimiento, fortaleza y produce una sensación de protección, grandeza, armonía, calma y confort.

Rojo anaranjado: color pasional de un fruto exótico, estimula el apetito, que da una sensación de belleza, pasión, calidez, afectividad, curiosidad, triunfo y fortaleza.

Blanco: color que denota pureza, bondad, paz, respeto, relajación, luz, inocencia, limpieza.

Gris: Simboliza la responsabilidad, la constancia, la disciplina, organización y produce un poco de melancolía pues no recuerda la lluvia, días nublados sin embargo hay mucha gente que adora esos días.

Slogan: "Dulce y delicioso"

Figura 11Dulce y delicioso
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.3.4.4.2 Papelera Corporativa (Factura, papel membretado, sobre.)

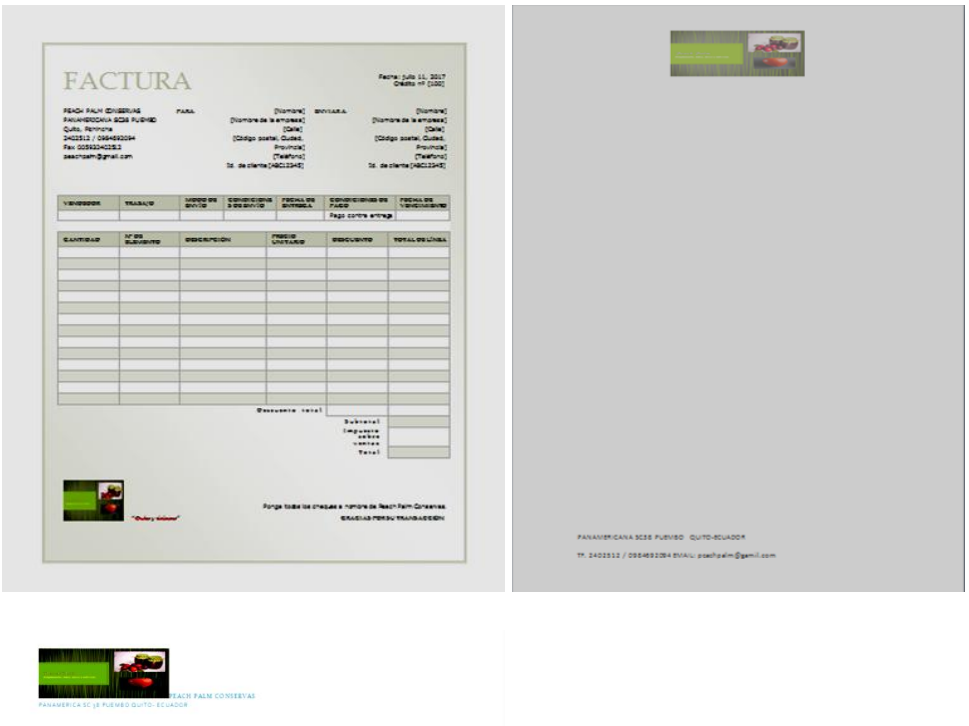


Figura 12 Papelera Corporativa
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.3.4.4.3 Material P.O.P

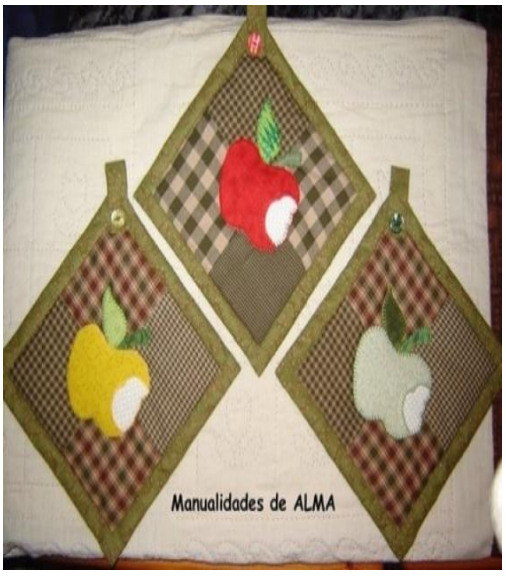


Figura 13Material
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

2.4 Análisis Foda

Tabla 13Analisis Foda

Fortalezas: **-Conocimientos actualizados de producción e industrialización.** **-La Gestión Comercial con un producto totalmente nuevo.** **-Ingreso al mercado con precios competitivos.** **-Excelente relación con los proveedores.**	**Oportunidades:** **-Aplicación de los conocimientos para una excelente calidad.** **-Ingreso al mercado con un producto artesanal sin persevantes, ni transgénicos.** **-Índices económicos a nivel medio** **-Ampliar proveedores de comunidades agroindustriales.**
Debilidades: **-La infraestructura por espacio físico.** **-Demora en los trámites para acceder el crédito e incrementar el capital para la producción.** **-Producto nuevo y desconocido en el mercado.** **-El Marketing y estrategias publicitarias**	**Amenazas.** -La falta de espacio para el área de producción por demanda del producto. -Cambios en políticas económicas. -La competencia por ofrecer al mercado mayor opciones en productos comestibles. -La Distribución del producto.

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

FO

Para crear un producto totalmente nuevo y con excelente calidad se cuenta, con los conocimientos de Producción e industrialización.

La gestión comercial de ingreso al mercado con un producto de características únicas sin persevantes ni transgénicos.

Ingreso al mercado con precios competitivos y asequibles, según la capacidad adquisitiva de la población dirigida el producto.

La relación y comunicación con los proveedores de comunidades agroindustriales y la captación de nuevos proveedores.

DA

La infraestructura de planta prevista para la producción del producto, en forma artesanal será pequeña, y si la demanda del mercado exige se debe ampliar.

Si existen cambios en la política económica, la demora en los trámites de créditos afecta a la liquidez y capitalización de la organización.

Siendo un producto nuevo y desconocido en el mercado, la competencia existente ofrece variedad de productos de calidad.

La aplicación de marketing, publicidad y distribución adecuada al producto.

CAPÍTULO III ESTUDIO DE MERCADO.

Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta. (Baca, 2009)

La economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas. (Edición, 2011)

Necesario para determinar el producir el bien para satisfacer y cubrir un área del mercado considerando los agentes económicos del mercado, la necesidad de la población o sector al que se dirige satisfacer la necesidad, el capital, la fuente de trabajo e insumos productivos**.**

3.1 Análisis del consumidor.

La satisfacción de las necesidades de los clientes debe tener en cuenta la existencia de los ingresos como un recurso escaso. Para ello, el cliente buscara distribuir sus ingresos entre todas sus necesidades: vestuario, alimentación, vivienda, salud, viajes, entretenimiento, etcétera.

Debido a la multiplicidad de necesidades y a la limitación de recursos para poder satisfacer todas, el consumidor las jerarquiza**.** (Chaín, 2011)

3.1.1 Determinación de la población y muestra,

3.1.1.1. Población

Conjunto de habitantes de un país, región provincia, cuidad, etc. El estudio de la población consiste fundamentalmente en analizar, en primer lugar, su estructura en

un momento dado: número absoluto y distribución por edad, sexo, etc. Y ciertos caracteres cualitativos.

La acumulación de personas en grandes ciudades hace que los parámetros demográficos de densidad como conjunto de elementos que se toman en consideración al realizar un estudio estadístico. (Dictionaries, 2017)

Posibles Compradores

Analizando la tabla poblacional de habitantes de la Provincia de Pichincha podemos tener un número de población económicamente activa y con poder adquisitivo medio.

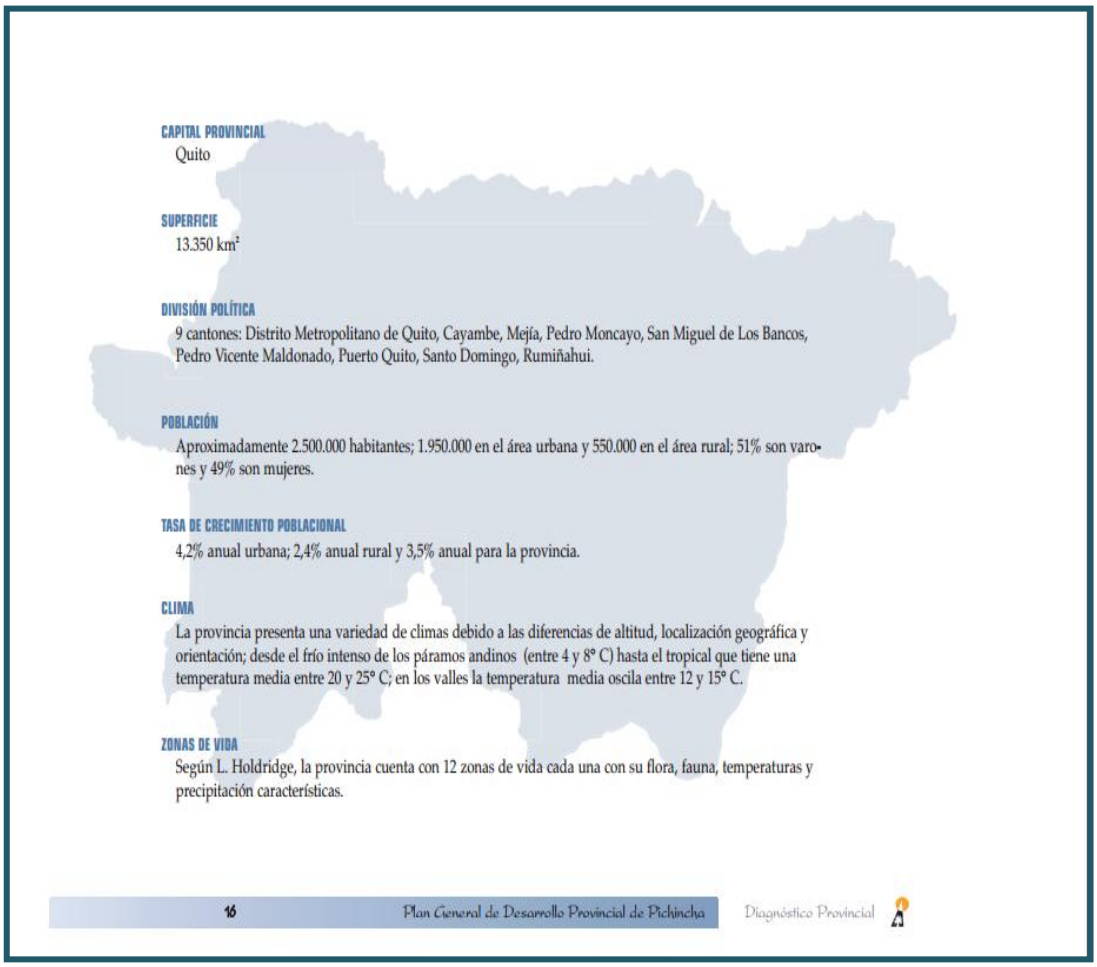


Figura 14 Pichincha Ilustración 2
Fuente: GPP
Elaborado por: Marizol Solórzano

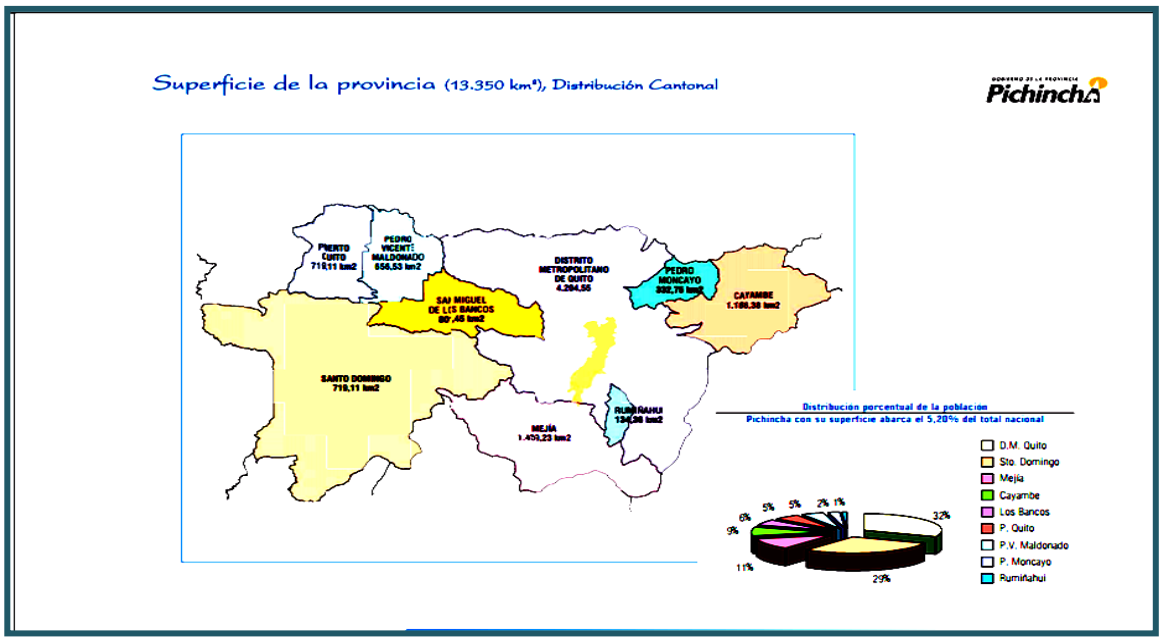


Figura 15: ilustración 3 Distribución poblacional cantonal
Fuente: GPP
Elaborado por: Marizol Solórzano

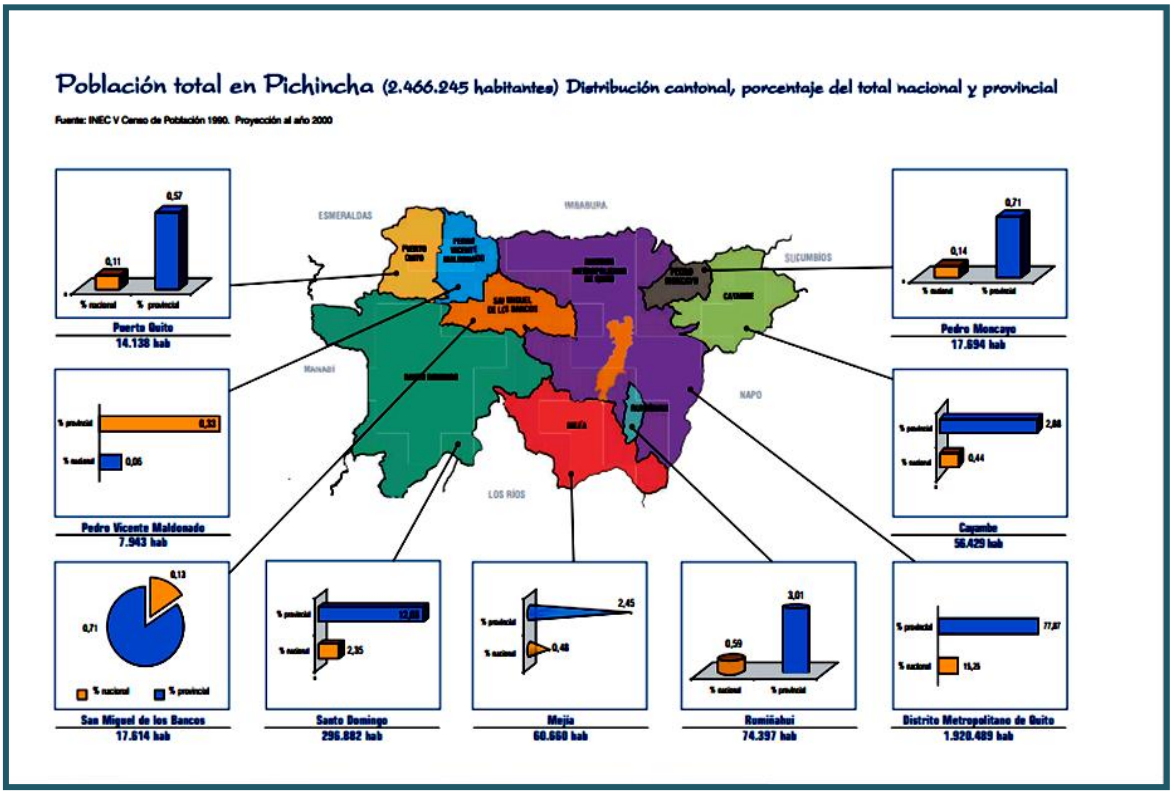


Figura 16 Ilustración 4 Distribución Cantonal
Fuente: GPP
Elaborado por: Marizol Solórzano

Figura 17Ilustración 5 Distribución poblacional urbana y rural
Fuente: Parroquia Puembo
Elaborado por: Marizol Solórzano

3.1.1.2 Tamaño de la población

Tabla 14 Tamaño del universo

UNIVERSO	N°
Población de Quito	1.920.489
Población de la Parroquia Puembo	15.000
Población Pea de Quito	908.182

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

3.1.1.3 Muestra

La muestra es una pequeña cantidad de la población, con la que representa a un sector para el análisis del estudio de mercado con datos estadísticos y realizar las encuestas con sus resultados. En la edad de 18 a 60 años. En el sector de Puembo

lugar donde se desarrollara la industrialización y la producción de la Chonta en almíbar.

3.1.1.4 Formula de la muestra

$$n = \frac{N.P.Q.Z^2}{(N-1)E^2+P.Q.Z^2}$$

Nomenclatura:

	n=	Tamaño de la muestra
	N=	Población o universo
	P=	Posibilidad de éxito (50%)
	Q=	Posibilidad de Fracaso (50%)
	E^2=	Margen de error $(5\%)^2$
	Z^2=	Nivel de confianza $(1.96)^2$

Desarrollo de la muestra

$$n = \frac{(15000)\ (0,5)\ \ (0,5)\ (1,96)2}{(15000-1)\ (0,05)2 + (0,5)\ (0,5)\ (1,96)2}$$

$$n = \frac{14406}{39.04}$$

n= 369,00

Segmentación de mercado

Un mercado no es todo homogéneo, está compuesto por cientos o miles e incluso millones de individuos, empresa u organizaciones que son diferentes los unos de los otros en función de su ubicación, nivel socioeconómico, cultura, preferencias de compra, estilo, personalidad, capacidad de compra. (Thompson, 2017)

3.1.2 Técnica de obtención de información.

Las técnicas de recolección de información son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes

que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados de la materia examinada.

Las técnicas de recolección de información se clasifican en: verbales, oculares, documentales, verbales y pueden ser:

- Entrevistas.
- Encuestas.
- Cuestionarios.

La que se aplica para el proyecto es la encuesta. Con recopilación directa a la muestra poblacional. (Garcia & Batista, 2010)

Formato de la encuesta.

Objetivo:

Está dirigida a una muestra poblacional para el análisis de aceptación e investigación de mercado de la chonta en almíbar, en la parroquia de Puembo área periférica del Cantón Quito Provincia de Pichincha sector nororiente.

ESTUDIO DE MERCADO DE LA CHONTA EN ALMIBAR

Estamos realizando un estudio sobre el Consumo de productos de frutas en almíbar. Usted ha sido elegido(a) y nos gustaría que respondiese al siguiente cuestionario. ESTO ES ABSOLUTAMENTE CONFIDENCIAL, por lo que sus respuestas no serán conocidas por otras personas. No hay respuestas ni buenas ni malas. Muchas gracias por su colaboración.

Género:

Masculino	
Femenino	

Edad:

1	18-25
2	26-30
3	30-40
4	40 en adelante

De comprar una conserva de frutas que es lo primero que toma en cuenta

Opción	Respuestas
1	Precio
2	Calidad
3	Sabor
4	Impacto visual
5	Variedad

1. ¿Conoce el fruto de palmito que el nombre es chonta o chontaduro?

Opción	Respuestas
1	SI
2	NO

2. ¿Si Usted sabría que este fruto contiene vitaminas, fibra y Riboflavina lo consumiría?

Opción	Respuestas
1	SI
2	NO

3. Usted sabía que es un fruto ancestral con un color, aroma y sabor únicos?

Opción	Respuestas
1	SI
2	NO

4. Consumiría la chonta en almíbar como postre?

Opción	Respuestas
1	SI
2	NO

5. Con que frecuencia Usted y su familia consumirían la chonta en almíbar?

Opción	Respuestas
1	Diaria
2	Semanal
3	Quincenal
4	Mensual

6. A qué lugar suele acudir a comprar Frutas en almíbar.

Opción	Respuestas
1	Tiendas
2	Bodegas
3	Supermercados
4	Kioscos

7. ¿Qué frutas prefiere consumir en almíbar?

Opción	Respuestas
1	Duraznos
2	Uvilla
3	Peras
4	Piñas
5	Otros

8. ¿Qué tipo de conservas conoce usted en el mercado?

Opción	Respuesta
1	Conservas en almíbar
2	Conservas en vinagre
3	Conservas en aceite
4	Conservas en licor
5	Conservas deshidratadas

9. De qué tamaño le gustaría la presentación de la chonta en almíbar?

Opción	Respuestas
1	50 gr
2	100 gr
3	250 gr
4	1000 gr

10. ¿Consumiría este producto que es un aporte para su salud, de producción nacional y promovería el consumo?

Opción	Respuesta
1	Si
2	No

3.1.3 Análisis de la Información.

Según la ONU, (2005) "La ponderación muéstrales son necesarias para compensar la probabilidad de selección desigual, la ausencia de respuesta y las diferencias conocidas entre la muestra y la población de referencia". Con un analisis de respuesta en la encuesta podremos medir y con la obtención de resultados saber si el producto la chonta en almibar en el mercado local". (pág. 154)

Resultado de una encuesta dirigida a nuestra población.

- Género

Tabla 15 Género

Concepto	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	161	43.7%
Femenino	208	56.3%
Total	369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

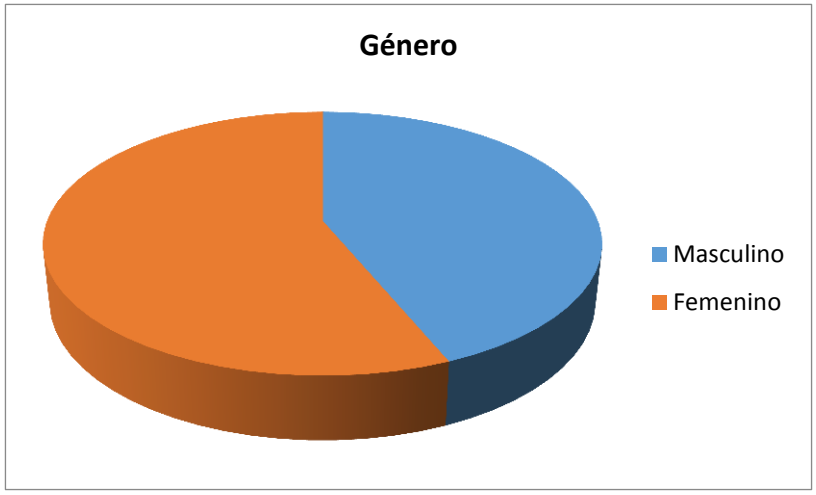


Figura 18 Género
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo según la encuesta realizada la población femenina registra mayor porcentaje que la población masculina.

- Edad

Tabla 16 Edad

		Frecuencia	Porcentaje
1	18-25	103	28%
2	26-30	144	39%
3	30-40	96	26%
4	40 en adelante	26	8%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

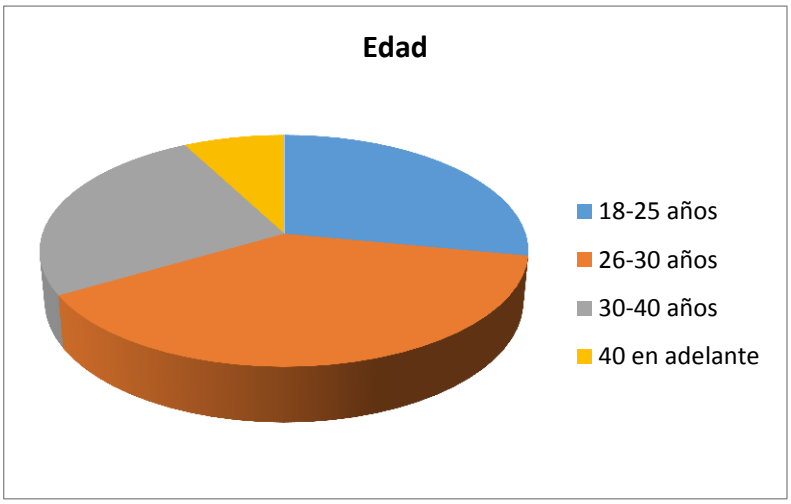


Figura 19 Edad
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo registra un mayor porcentaje de población entre 26 a 30 años lo cual nos permitirá realizar la campaña de publicidad y promoción para este target poblacional. De comprar una conserva de frutas que es lo primero que toma en cuenta.

- ¿De comprar la conserva de fruta que es lo primero que toma en cuenta?

Tabla 17 Incidencia del producto

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Precio	85	23.035%
2	Calidad	96	26.016%
3	Sabor	96	26.016%
4	Impacto visual	46	12.4661%
5	Variedad	46	12.4661%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

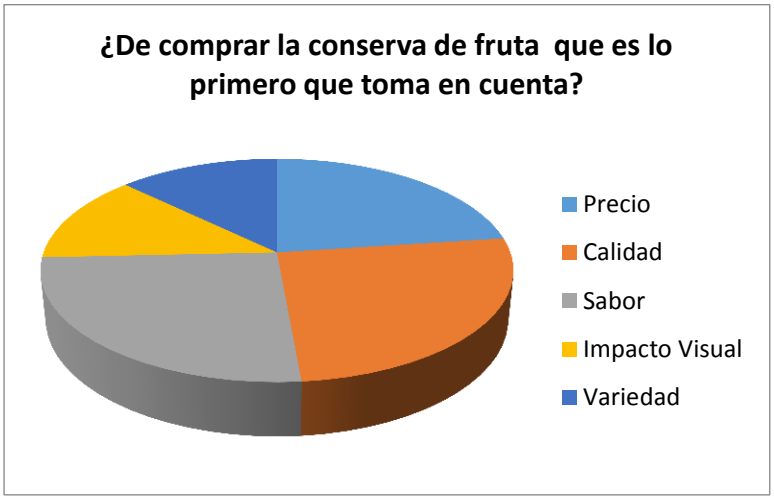


Figura 20Incidencia del producto
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia de Puembo, se realiza las preguntas de factores que se deberán tomar en cuenta e influyen en la elaboración del producto, los más prominentes son 2 factores Calidad y Sabor.

1. ¿Conoce el fruto de palmito que el nombre es chonta o chontaduro?

Tabla 18 Pregunta 1

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	211	57.181%
2	NO	158	42.818%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Figura 21 Pregunta 1
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En el porcentaje de respuesta si hay conocimiento del fruto, en un porcentaje favorable en el sector, lo que podemos evaluar es la cercanía de la parroquia de Puembo a la provincia de Napo y aledañas de la Amazonía.

2. ¿Si Usted sabría que este fruto contiene vitaminas, fibra y Riboflavina lo consumiría?

Tabla 19 Pregunta 2

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	285	77%
2	NO	84	23%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

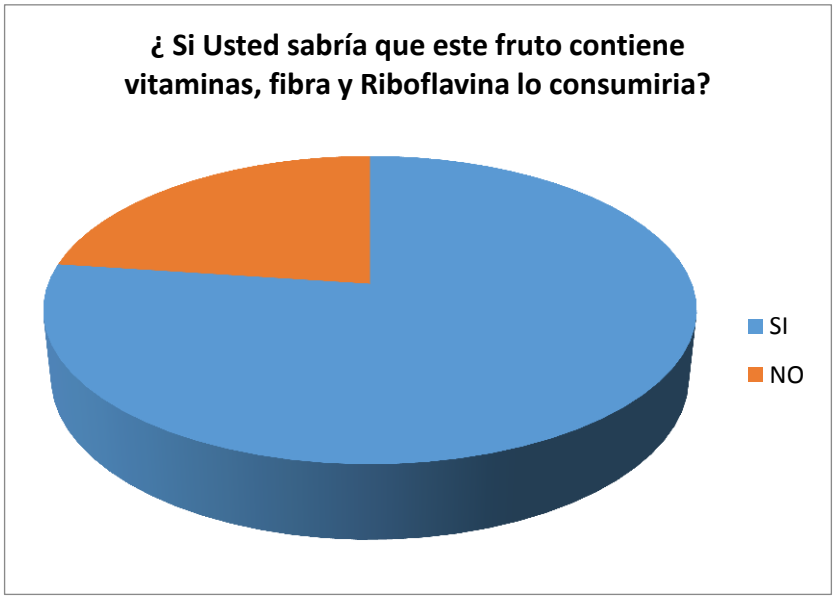


Figura 22 Pregunta 2
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo mediante la encuesta, se llega a apreciar que, las personas les interesan el valor nutritivo y aporte vitamínico de la Chonta.

3. ¿Usted sabía que es un fruto ancestral con un color, aroma y sabor únicos?

Tabla 20 Pregunta 3

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	122	33%
2	NO	247	67%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

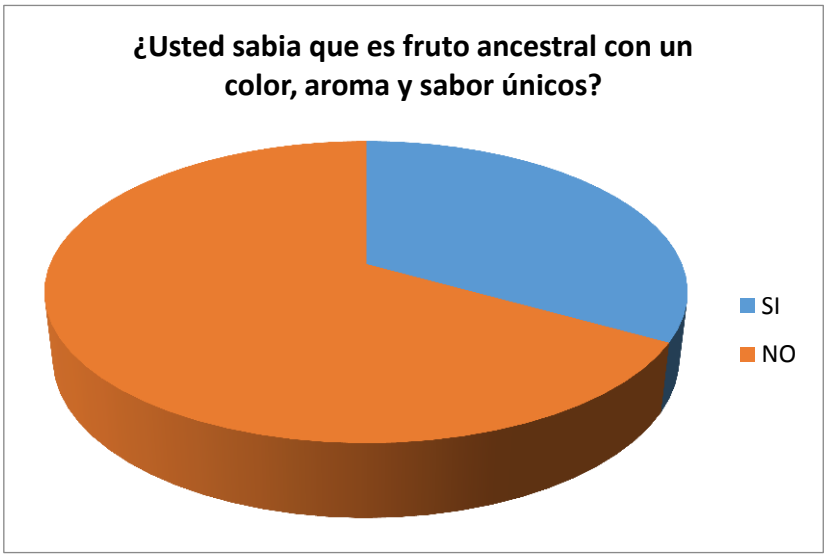


Figura 23 Pregunta 3
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la Parroquia Puembo, según la encuesta existe desconocimiento, de que es un fruto ancestral con características únicas, este resultado nos da una identidad de fruto no tradicional y será un factor a tomar en cuenta para la publicidad y marketing de introducción.

4. Consumiría la chonta en almíbar como postre?

Tabla 21 Pregunta 4

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	SI	218	59%
2	NO	151	41%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

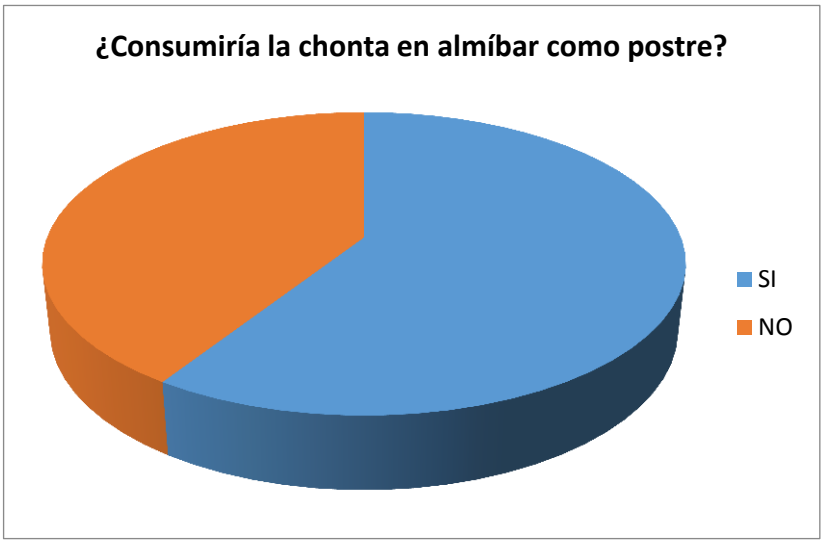


Figura 24 Pregunta 4
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo, según la encuesta el resultado da la aceptación del producto con un porcentaje considerable del 59% lo que colocaría a la Chonta en Almíbar como producto para introducción al mercado.

5. Con que frecuencia Usted y su familia consumirían la chonta en almíbar?

Tabla 22 Pregunta 5

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Diaria	30	8%
2	Semanal	103	28%
3	Quincenal	162	44%
4	Mensual	74	20%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

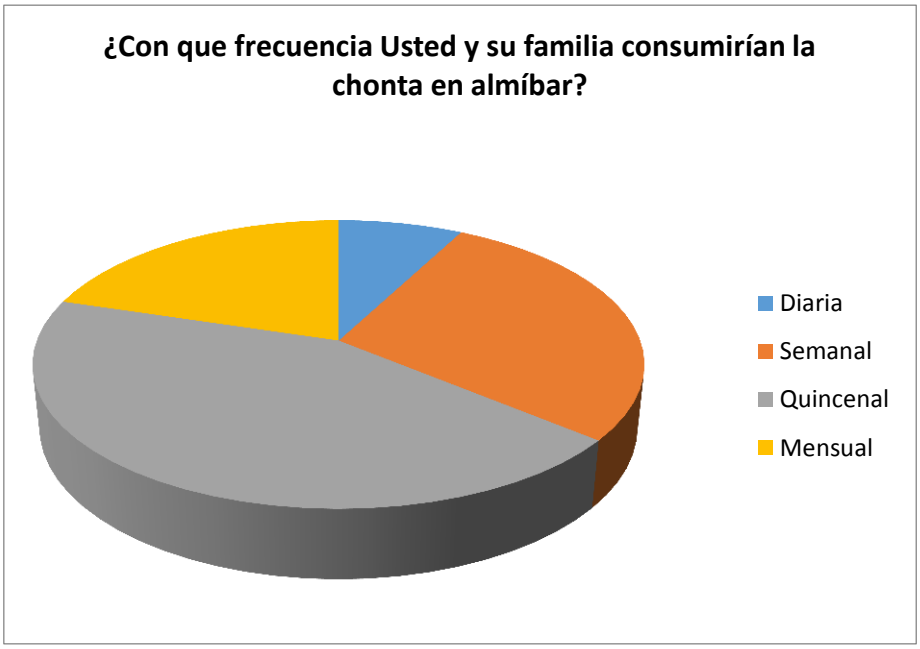


Figura 25 Pregunta 5
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la Parroquia Puembo, se registra en la encuesta, un alto porcentaje en aceptación de consumo del producto en un tiempo de cada 15 días nos da un resultado óptimo de producción.

6. A qué lugar suele acudir a comprar Frutas en almíbar.

Tabla 23 Pregunta 6

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Tiendas	26	7%
2	Bodegas	148	40%
3	Supermercados	188	51%
4	Kioscos	7	2%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

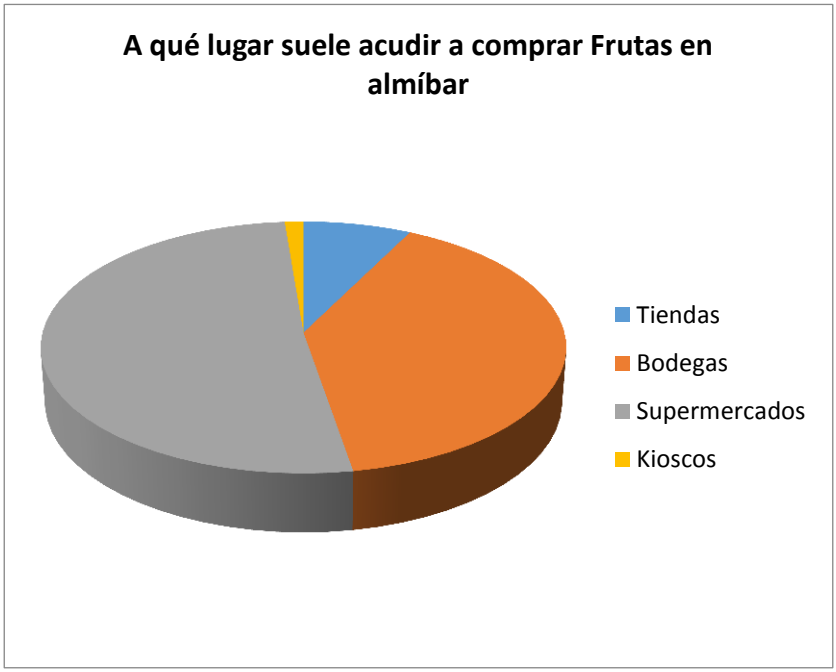


Figura 26 Pregunta 6
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo según la encuesta realizada, podemos apreciar que el lugar apropiado para distribuir el producto será en Supermercados y Bodegas.

7. ¿Qué frutas prefiere consumir en almíbar?

Tabla 24 Pregunta 7

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	Duraznos	100	27%
2	Uvilla	66	18%
3	Peras	70	19%
4	Piñas	62	17%
5	Otros	71	19%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

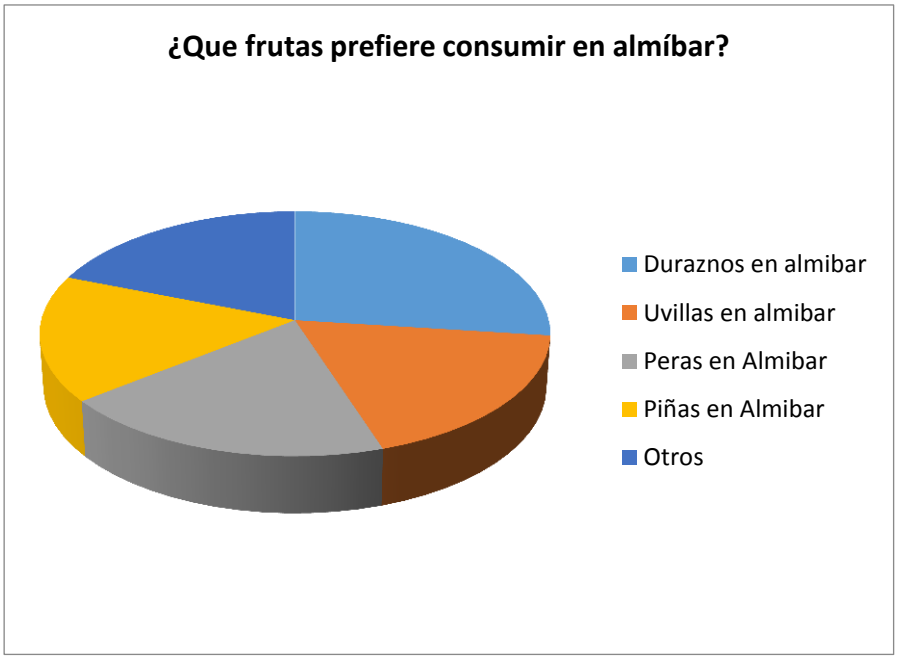


Figura 27 Pregunta 7
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo según la encuesta realizada, tenemos una apreciación del mercado de consumo de frutas en almíbar muy equitativo con la opción de introducción de la chonta en almíbar.

8. ¿Qué tipo de conservas conoce usted en el mercado?

Tabla 25 Pregunta 8

Opción	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Conservas en almíbar	119	32%
2	Conservas en vinagre	86	23%
3	Conservas en aceite	66	18%
4	Conservas en licor	61	16%
5	Conservas deshidratadas	37	10%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Figura 28 Pregunta 8
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo, según la encuesta realizada registra, que el conocimiento de productos en Almíbar es el más alto esto nos da un indicativo de aceptación de la chonta en almíbar.

9. De qué tamaño le gustaría la presentación de la chonta en almíbar?

Tabla 26 Pregunta 9

Opción	Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
1	50 gr	22	6%
2	100 gr	188	51%
3	250 gr	144	39%
4	1000 gr	15	4%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Figura 29 Pregunta 9
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la parroquia Puembo, según la encuesta realizada, registra que la presentación del producto la preferencia marcada está en 2 la una de 100 gramos y la siguiente en 250 gramos, lo cual nos provee información importante con relación el tamaño del envase.

10. ¿Consumiría este producto que es un aporte para su salud, de producción nacional y promovería el consumo?

Tabla 27 Pregunta 10

Opción	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1	Si	332	90%
2	No	37	10%
Total		369	100%

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Figura 30 Pregunta 10
Fuente: Encuesta
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

En la Parroquia Puembo, según la encuesta realizada se obtiene la siguiente información, la población promovería el consumo del producto la Chonta en almibar dando un porcentaje alto de aceptación del producto como aporte a la salud y por ser de producción nacional.

3.2 Oferta

Para la economía, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. Realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos. (Pérez Porto, 2009)

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que en un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca, 2010)

Es el producto que según un estudio de mercado o análisis del mismo se puede presentar como alternativa de suplir las necesidades, gustos o preferencias dentro del mercado.

3.2.1 Oferta histórica

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

Realizada la investigación se identifica que no existe oferta histórica por ser un producto nuevo. , pág. 35

3.2.2 Oferta Actual

Define (Baca, 2010) que: "El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio."

Se presenta al mercado local del cantón Puembo de la Provincia de Pichincha el producto Chonta en almíbar.

3.2.3 Oferta proyectada

Es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. En esencia se sigue el mismo procedimiento que la investigación de la demanda. Esto es, recabar datos de fuentes primarias y secundarias. (Baca, 2010)

La proyección de la oferta se calcula a base del Pib, lo cual permite establecer la oferta desde el año 2017 hasta el 2022.

Tabla 28Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta actual
2017	90079,57	0,43	38734,21

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 29 Proyección de la oferta.

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la Competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	900179,57	0,43	38734,21
2018	38734,21	0,43	16655,71
2019	16655,71	0.43	7161,96
2020	7161,96	0.43	3079,64
2021	3079,64	0,43	1324,25
2022	1324,25	0,43	569,43

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis

Según la información en la tabla presentada la proyección de la oferta se aprecia la factibilidad del proyecto, y la aceptación del producto "La Chonta en Almíbar" los datos arrojados ayudaran a conocer la frecuencia de consumo, con el fin de cubrir en su totalidad la demanda de los posibles clientes.

3.3 Productos sustitutos

Se refiere a productos similares que son comercializados y que los clientes podrían adquirir creando rivalidad competitiva, ya sea por precio, calidad o utilidad del bien o servicio, según un análisis en el mercado no se encuentra un Producto sustituto, porque la Chonta en almíbar en el mercado no es comparable con las conservas en almíbar, ya que la chonta a pesar de ser un fruto posee características propias como la consistencia, dureza, fibra, aceite, y el proceso de elaboración los tiempos de cocción son más largos, y si podríamos hallar competencia seria en el poder reemplazarlo por otras frutas en almíbar**,** pero esto se debe a la diversificación que hay en el mercado local en productos en almíbar.

Como producto sustituto en el mercado local tenemos

Duraznos en almíbar

3.2.1 Oferta histórica

Tabla 30 Oferta histórica de Duraznos en almíbar

Años oferta	2013	2014	2015	2016
Duraznos en almíbar	1129,26	1128,94	1127,98	1127,51

Fuente: Investigación Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Marizol Solórzano

3.2.2 Oferta Actual

Tabla 31 Oferta Actual de Duraznos en almíbar

Oferta Actual			
Año	Demanda proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta actual
2017	1127,51	0,43	1612,34

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

3.2.3 Oferta proyectada

Tabla 32 Oferta Proyectada de Duraznos en almíbar

Proyección de la Oferta			
Año	Demanda Proyectada	Oferta proyectada	Oferta Proyectada
2017	4187,87	1127,51	3060,36
2018	4235,66	1127,03	3108.63
2019	4284,00	1126.55	3157,45
2020	4332,88	1126.06	3206,82
2021	4382.32	1125.57	3256,75
2022	4432.32	1125.08	3307,24

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

3.4 Demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda**.** (Baca, 2010)

Tabla 33 Calculo del porcentaje de aceptación.

Población Parroquia Puembo	15000
Porcentaje de Aceptación	**59%**
15000*59%	**8850**

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 34 Calculo de la frecuencia de consumo

Población que acepta el producto	8850
Frecuencia de consumo(% más alto)	**43%**
8850*43%	**3805.50**

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado por: Marizol Solórzano

3.4.1 Demanda histórica

Es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado es decir, la Demanda del producto o servicio que hubo en años anteriores. Este análisis solo se efectúa para productos que existen en el mercado.

Si no hay información histórica, entonces, considerar para el análisis la demanda actual utilizando para ello el método de consumo aparente. (Perez, 2009)

3.4.2 Demanda actual

Es la cantidad de un producto o servicio que un individuo desea comprar en un periodo determinado es una función que depende de muchos factores como ser del precio del producto, del ingreso monetario de la persona, de los precios de otros productos o servicio y de los gusto. Manteniendo la ley de la demanda en la cual a menor precio mayor demanda. (Perez, 2009)

Tabla 35 : Demanda actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	90079,57	1,0545	94988,90

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Marizol Solórzano.

3.4.3 Demanda proyectada.

Los cambios futuros, no solo de la demanda, sino también de la oferta y los precios se conocen con cierta exactitud si se usan las técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. Para ello se usan las técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente. (Baca, 2010)

Por medio de las estadísticas podemos saber cómo se comportara el producto en el tiempo y los cambios.

Tabla 36 Proyección de la demanda.

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Tasa de Crecimiento Poblacional	Demanda Proyectada
2017	90079,57	1.0545	94988,90
2018	94988,90.	1.0545	100165,80
2019	100165,80	1.0545	105624,83
2020	105624,83	1.0545	111381,39
2021	111381,39	1.0545	117451,67
2022	117451,67	1.0545	123852,79

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis

Con la información de la proyección de la demanda se puede evaluar la factibilidad del proyecto y el incremento de la demanda del producto "La chonta en almíbar", por un periodo de 5 años, en los cuales se deberá mantener la calidad y diversificación del producto, con valores agregados en el producto.

3.5 Balance oferta-demanda

Cuando se tienen los dos datos graficados de oferta-demanda y sus respectivas proyecciones en el tiempo, ya sea con dos o tres variables, la demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta-demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.

Para determinar la demanda insatisfecha, se tomó los datos de la demanda proyectada y de la oferta proyectada, para determinar el balance entre la demanda y la oferta, teniendo de esta manera la demanda insatisfecha. (Baca, 2010)

3.5.1 Balance Actual

Tabla 37 : Demanda insatisfecha actual

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha (DP-OP)
2017	90079,57	38734,21	51345,35

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Marizol Solórzano.

3.5.2 Balance Proyectado

Tabla 38 Demanda Insatisfecha proyectada

CALCULO DEMANDA INSATISFECHA			
Año	Demanda proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2018	90079,57	38734,21	51345,35
2019	94988,90	16655,71	78333,19
2020	100165,80	7161,96	93003,84
2021	105624,83	3079,64	102545,19
2022	111381,39	1324,25	110057,14

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado Por: Marizol Solórzano

Análisis

Según la tabla de la demanda insatisfecha, podemos evaluar los resultados de la diferencia entre la demanda proyectada y oferta proyectada, el valor a considerar da una brecha existente entre la demanda insatisfecha, la que puede ser aminorada adoptando estrategias en la comercialización y marketing con la posibilidad de llenar más espacio en el mercado.

CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico es llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio. Por medio de este estudio sabremos las necesidades de maquinaria, equipos y tecnología que se requiere para el proceso de producción y así poder cuantificar el costo de operación y producción**.** (Edición, 2011)

4.1 Tamaño del proyecto

La determinación del tamaño del proyecto, el comportamiento futuro de la cantidad demandada tiene un fuerte impacto en la solución óptima, tanto por su incidencia en la magnitud de los costos de operación e ingreso de venta del producto como por posibles economías o des economías de escala insertadas en una situación dinámica en el tiempo (Chaín, 2011)

Se iniciaría el proyecto con la implementación por etapas por medio del análisis del mercado y su economía mediante los indicativos de incidencia en la factibilidad del proyecto y su afectación.

4.1.1 Capacidad instalada

La capacidad instalada es el registro de producción en el volumen máximo de elaboración del producto dentro del área productiva, que se da en un periodo de tiempo determinado, teniendo en cuenta los recursos, equipos, instalaciones, talento humano, tecnología, entre otros.(Nunes, 2012)

El proyecto posee un área de producción de 121.25 m^2.

Tabla 39 Capacidad instalada Chonta en Almíbar

Capacidad Instalada	
Trabajadores	5
Capacidad de producción diaria	592
Capacidad de producción mensual	11840
Capacidad de Producción anual	142080
Precio	0,65
Total	92352

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 40 Capacidad Instalada

Capacidad de producción	**20 días**	**8Horas**	**1 turnos**	**(1 frascos por minuto 1,24*60 minutos= 74 unidades * 8 horas turnos diarios, total de producción 60*8 horas = 592 unidades diarias y 11840 unidades mensuales), Capacidad de producción.**
Capacidad de producción	11840			
Producción real	10656			
Utilización	90,00%			

Fuente: Estudio Técnico.
Elaborado por: Marizol Solórzano

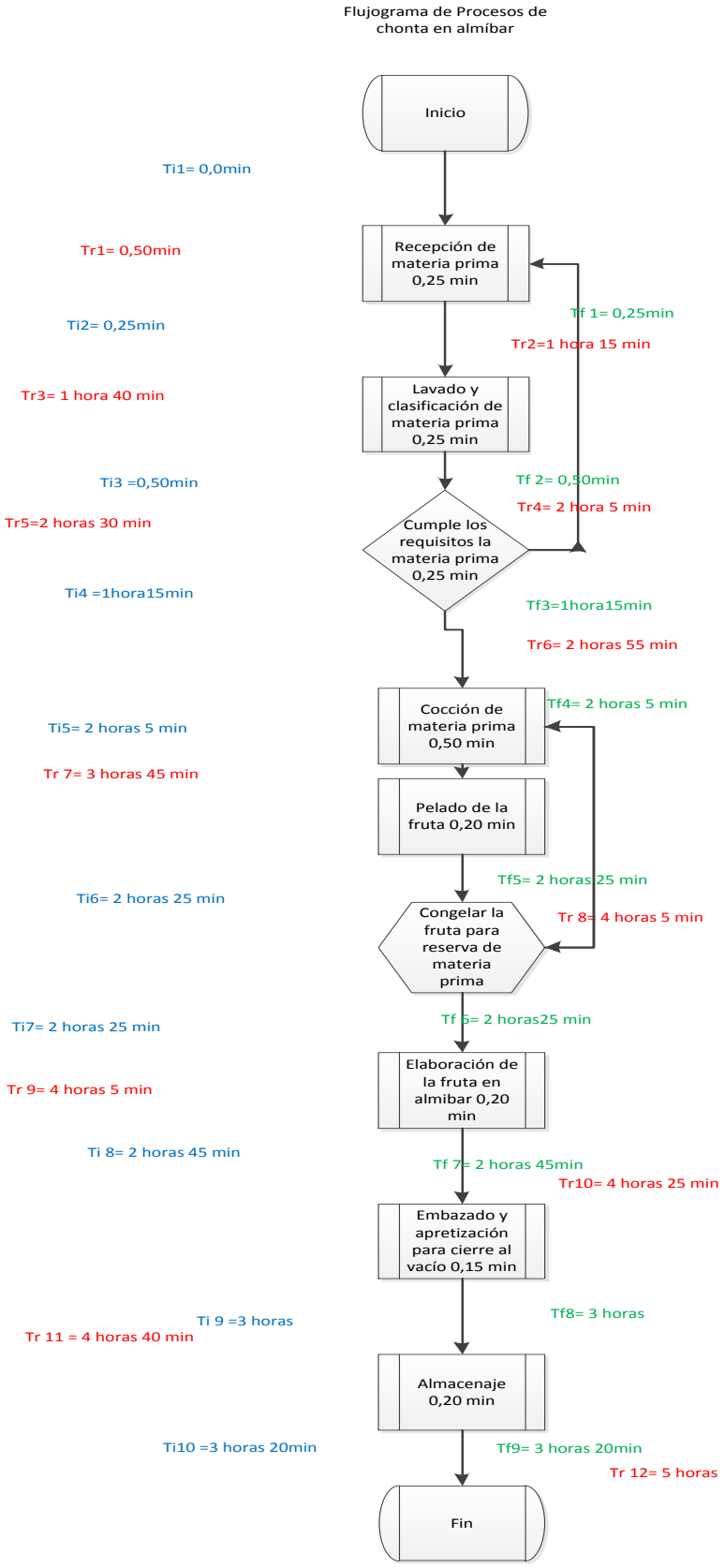


Figura 31 Proceso de elaboración.
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis

Los procesos en los que compete a la elaboración e industrialización de la chonta en almíbar se calcula los tiempos en cada área y el total de capacidad de producción mensual serán de 11840 mensuales envases de 250 gr. 142080 anual, Para abastecer al mercado. La demanda real es de 38734,21 según este indicador se abastece la demanda real y la demanda insatisfecha de 51345.

Así que se tendría una suficiente capacidad de producción.

4.1.2 Capacidad óptima

Tamaño óptimo de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidad de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o a la máxima rentabilidad económica (Baca, 2010)

El presente proyecto tiene un cálculo de utilización por áreas aproximadamente.

Tabla 41 Capacidad óptima.

CAPACIDAD OPTIMA	DESCRIPCIÓN
Trabajadores	5
Capacidad de producción diaria	592
Capacidad de producción mensual	11840
Capacidad de producción anual	142080
% de Aceptación	0,59
Total	83827,20
% de Frecuencia	0,43
TOTAL	36045,70
PRECIO	2.50
TOTAL	90114.25

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Marizol Solórzano.

4.2 Localización

Para el proyecto se analiza el sector que deberá estar ubicada la infraestructura para la organización, con los siguientes factores a considerar la localización para la

recepción de la materia prima, distribución, logística de transporte, carreteras de acceso a los puntos a los que se debe llegar, para que el costo de producción sea menor y exista mayor utilidad.

4.2.1 Macro localización.

Tiene por objeto seleccionar, el territorio o región donde se ubicara el proyecto, en la que el proyecto tendrá influencia con el mercado de consumo, y las fuentes de materia prima. La disponibilidad de mano de obra y la infraestructura física y de servicios básicos y servicios públicos, considerar también el marco jurídico, económico e institucional, describiendo las características, ventajas y desventajas. (Arqhys, 2011)

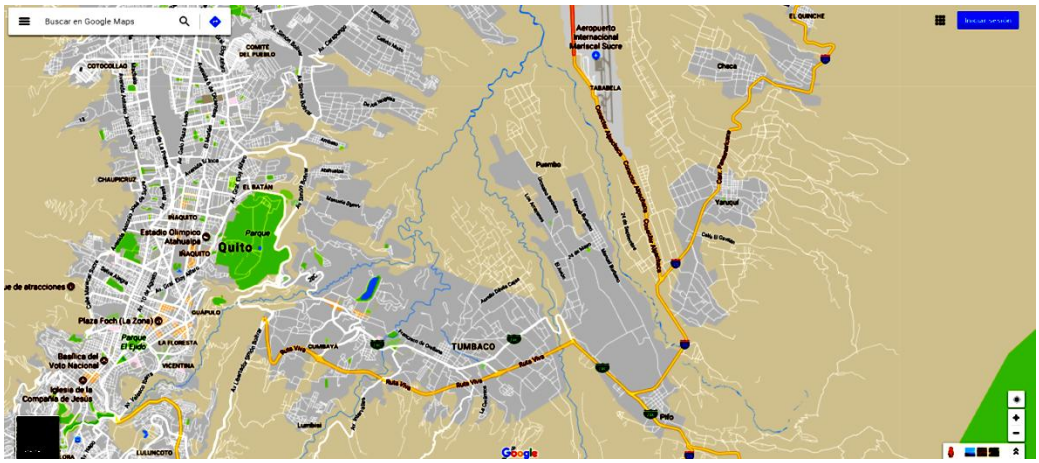


Figura 32Macro localización.
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 42 Macro localización

PAIS	Ecuador
PROVINCIA	Pichincha
CANTON	Quito
PARROQUIA	Puembo

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Marizol Solórzano

4.2.2 Micro –localización.

El análisis de la micro localización solo indicara cual es la mejor alternativa de instalación dentro de la macro zona elegida.

Figura 33 Micro –localización.
Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano
Carretera panamericana 28c vía a Puembo frente a Vetfarm Sector Puembo

4.2.3 Localización Óptima

Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital y así a obtener el costo unitario mínimo. (Baca, 2010)

Tabla 43 Localización óptima

Factor	Peso	Zona a "Cofavi"		Zona b "Puembo"		Zona B "Pifo"	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Materia prima	0.2	7	1.2	6	1.4	8	1.6
Mano de obra	0.1	10	1	9	0.9	8	0.8
Costo insumos	0.3	6	1	5	1.8	4	1.2
Mercado de distribución	0.05	8	0.4	7	0.35	5	0.25
Proveedores	0.05	6	0.3	5	0.25	4	0.2
Transporte	0.1	9	0.9	9	0.9	8	0.8
Condición almacenaje	0.2	3	0.6	4	0.8	7	1.4
Total	1		5.4		6.4		6.25

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis

Con la información obtenida mediante la tabla de análisis de localización óptima, con la evaluación de los distintos factores, nos permite definir la localidad del presente proyecto a ejecutarse: se toma por referencia a tres localidades que mediante la evaluación y ponderación se define el sector óptimo para su ejecución en el Sector de la parroquia de Puembo.

4.3 Ingeniería del producto

4.3.1 Definición del Bienes y Servicios.

Nombre científico Bactris gasipaes, en Ecuador se lo conoce como Chonta o Chontaduro, también conocido como Peach Palm, es un fruto de la palma, de la cual se extrae el palmito, son frutos en racimos de forma ovalada, cilíndrica o cónica de color rojo brilloso, anaranjado o en tonalidades amarillas.

Rico en Vitamina A, con alto contenido de almidón, potasio, Vitamina B6, Cobre, Zinc, Fosforo, Vitamina C, Riboflavina y hierro.

Figura 34 fotografías de La Palma de Chonta
Fuente: Google imágenes
Elaborado por: Marizol Solórzano

4.3.2 Distribución de planta.

Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores (Baca, 2010)

Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (Baca, 2010)

Tabla 44 Distribución de planta.

Áreas	Longitud	Total
Área administrativa	4m x 5m	20 m
Área de despacho	3m x 4m	12 m
Área de recepción de materia prima	3m x 4m	12 m
Área de Producción	6m x 5m	30 m
Área de envasado	4m x 4m	16 m
Almacenamiento de conservas	4m x 4m	16 m
Área de personal	3m x 3m	9 m
Baño	2.5m x 2.5m	6,25 m
Total capacidad instalada		121.25 m^2

Fuente: Estudio Técnico
Elaborado por: Marizol Solórzano.

Análisis

Según la información obtenida en la distribución de la planta, por áreas esta de las siguientes dimensiones. Área administrativa con espacio total de 20 m2, área de despacho 12 m2, área de recepción de materia prima 12m2, área de producción 30 m2, área de envasado 16 m2, área de almacenamiento 16m2, área de personal 9 m2, área de baño y vestidores 6.25 m2, total 121,25 m2.

4.3.02.01 Código de cercanía

Tabla 45 Código de cercanía

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

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

4.3.02.02 Razones de cercanías

Tabla 46Razones de cercanías

RAZONES DE CERCANIAS	
	Absolutamente Necesario Que Este Cerca
	Especialmente Necesario Que Este Cerca
	Importante Que Este Cerca
	Cercanía Ordinaria
	Cercanía Indiferente
	Cercanía Indeseable

Fuente: BCE
Elaborado por: Marizol Solórzano

4.3.02.03 Matriz Triangular

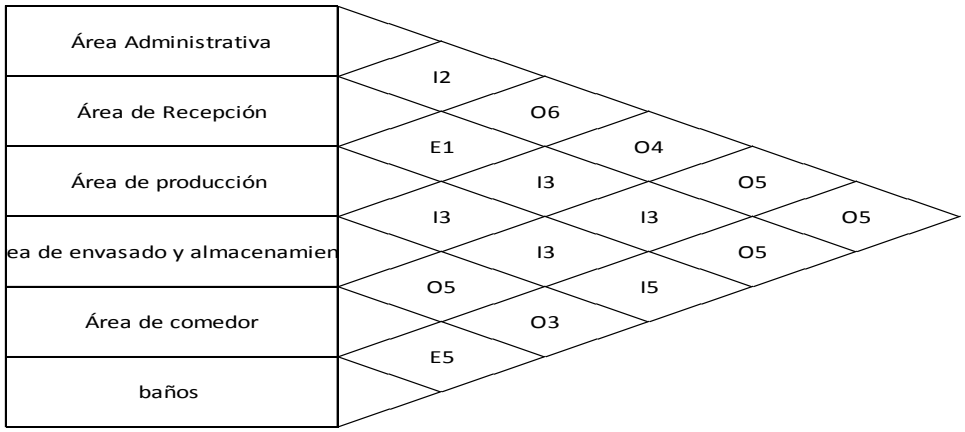


Figura 35Matriz triangular
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado Por: Marizol Solórzano

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

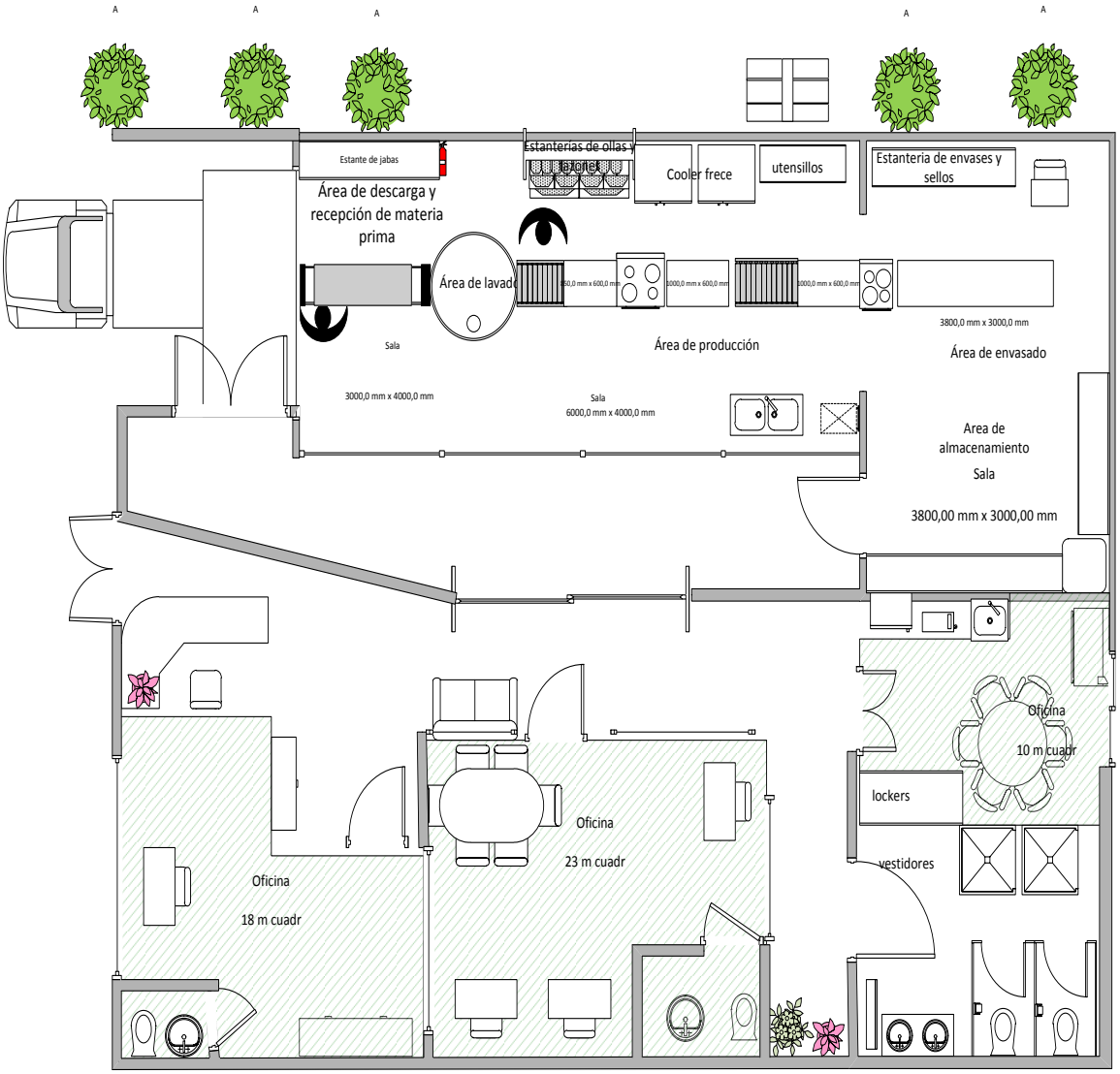


Figura 36 Diseño de Planta
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado Por: Marizol Solórzano

4.3.3 Proceso productivo

Son la secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto, Generalmente existen varios caminos que se pueden tomar para producir un producto, ya sean un bien material o un servicio. Los procesos están orientados a satisfacer los objetivos de producción (Costos, calidad, confiabilidad, flexibilidad) (Rojas, 2004)

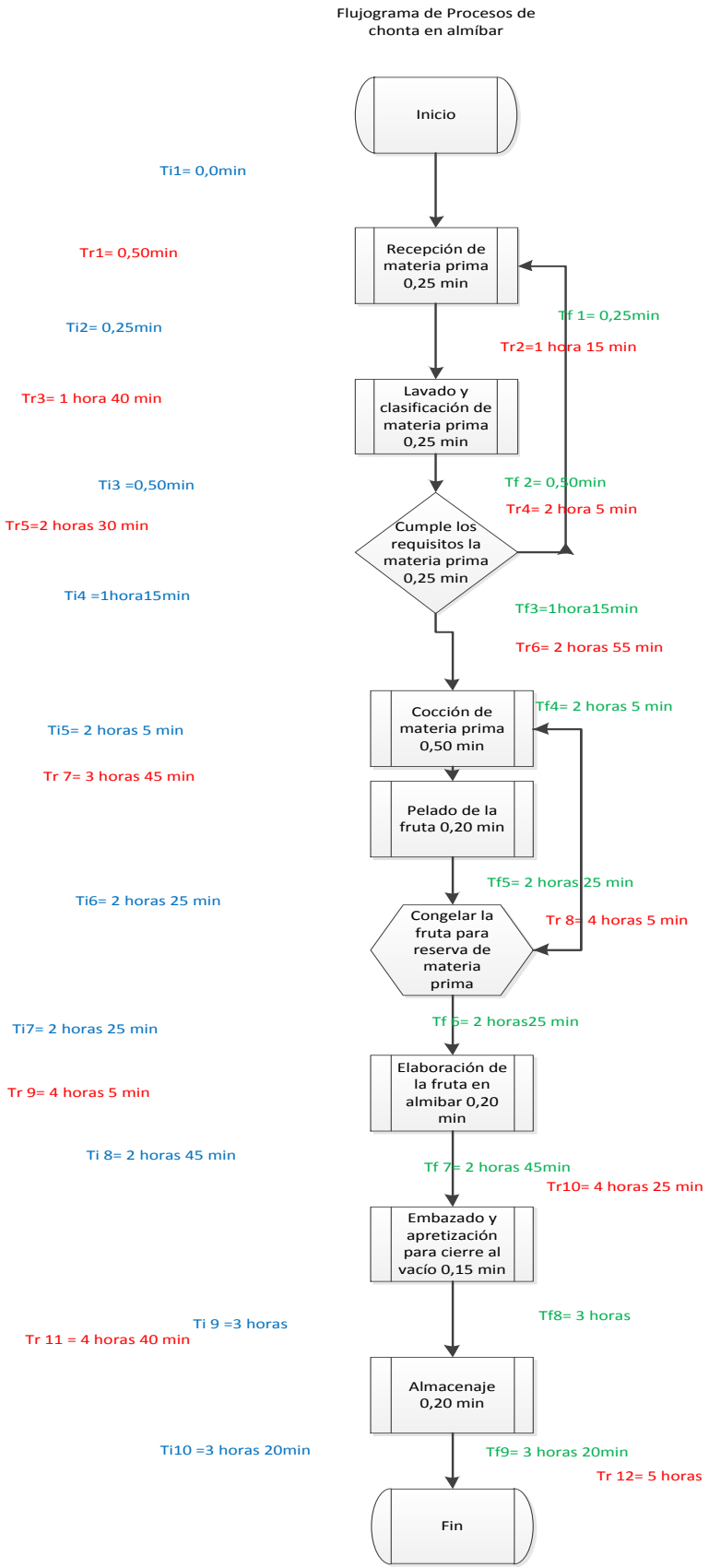
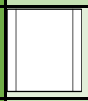
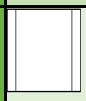
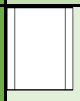


Figura 37Proceso productivo
Fuente: Estudio de mercado
Elaborado Por: Marizol Solórzano

Descripción del Proceso del flujo grama

Tabla 47 Descripción del Proceso del flujo grama

ÁREA / ACTIVIDAD	FIGURA	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	TIEMPO EN MINUTOS	RESPONSABLE OPERADORES	JEFE DE PRODUCCIÓN
Recepción de materia prima		Recepción de la fruta en canastos, clasificación y colocar en la cinta transportadora	25 min	X	X
Limpieza		Lavado por escaldado e inmersión	25 min	X	
Cumple requisitos la materia prima calidad		Cumplimiento de estándares de calidad de la fruta, materia prima óptima.	25min	X	X
Cocción		Cocinar la fruta con cascara en agua a alta temperatura	50 min	X	
Pelado		Por medio de cintas se realiza el pelado	20 min	X	
Congelar la fruta		Se decidirá congelar la fruta para abastecerse de materia prima y mantener reserva.		X	X
Marmita		Se coloca en agua la fruta ya pelada con el jugo de limón, se escurre la fruta	5min	X	
Almîbar		En el agua con limón que se cocina la fruta, se agrega el azúcar, la canela y el clavo de olor.	5 min	X	X
Cocción en almîbar		Se coloca la chonta en el almîbar hasta hervir.	10 min	X	
Esterilización de envases		Colocar en un recipiente a altas temperaturas para la esterilización de los envases de vidrio	5 min	X	X
Envasado y Apretización		En los envases de vidrio se llena 250gr de chonta en almîbar. Una vez en los envases se ingresa a la apretización o baño María para sellar al vacío y obtener la conserva	5 min	X	X
Almacenaje		Se almacenan en cajas, los envases y etiquetan con fecha de elaboración y vencimiento por número de lote de la conserva.	20 min	X	

Fuente: Estudio de mercado.
Elaborado por: Marizol Solórzano

Significado de las figuras

Figura 38 Significado de las figuras

Simbología para diagramas de flujo		
Símbolo	**Conector**	**Descripción**
	Actividad o tarea.	Acción llevada acabo en un proceso, representa cortes, cambios, modificaciones, ensambles; puede tener muchas entradas una salida.
	Decisión	Sirve para indicar puntos donde se toman decisiones: Si, No.
	Demora (no programada)	Retraso no programado de materiales o información; partes o productos; espera.
	Transporte / movimiento	Cualquier acción que desplaza información, objetos o personas.
	Almacenaje / Archivo	Retraso programado de materiales, partes o productos, se quedan en piso, almacén.
	Inicio o final	Para marcar los extremos de un diagrama, podría implicar la actividad de inicio y fin.

Fuente: Estudio de mercado
Elaborado Por: Marizol Solórzano

4.3.4 Maquinaria y equipos

Tabla 48 Maquinaria y Equipos

Maquinaria y Equipos	Imagen	Precio	Cantidad	Total
Cubetas plásticas para la recepción de la fruta en racimos		$ 10	20	$ 200
Cocina Industrial Estofón.		$ 2.100	1	$ 2.100
Ollas de acero inoxidable industriales.		$ 350	4	$ 1.400
Utensilios de acero inoxidable; cucharones, cuchillos, bandejas y tazones y embaces, para refrigeración.		$ 1.100	1	$ 1.100
COOL & FREECE REFRIGERADOR INDUSTRIAL		$ 3.100	1	$ 3.100
Lavadora manual de la fruta por inmersión, tipo tina		$ 450	1	$ 450
Cinta transportadora		$ 5.000	1	$ 5.000
Pelador de fruta		$ 3.500	1	$ 3.500
Total				$ 16.850

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 49 Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Unidad	V/U	V/T.
Computador Mac	1	Unidad	$ 1200	$ 1200
Computador Acer	2		$ 650	$ 1300
Impresora multifunción	1		300	$ 300
Total				$ 2800

Fuente: Investigación propia.
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 50Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Unidad	V/U	V/T
Muebles	2	unidad	$ 100	$ 200
Sillas	6	unidad	$ 25	$ 150
Mesas	1	unidad	$ 120	$ 120
Escritorio	4	unidad	$ 160	$ 640
Total				$ 1110

Fuente: Investigación propia
Elaborado Por: Marizol Solórzano

Tabla 51Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Unidad	V/U	V/T
Archivador	1	Unidad	$ 110	$ 110,00
Central telefónica	1	Unidad	$ 320	$ 320,00
Teléfonos	3	Unidad	$ 75	$ 225,00
Engrampadora	1	Unidad	$ 2,50	$ 2,50
Implementos de escritorio	1	Unidad	$ 3,00	$ 3,00
Perforadora	1	Unidad	$ 2,00	$ 2,00
Total				$ 662,50

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 52 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y equipos	$ 16850,00
Equipos de computación	$ 2800,00
Muebles y enseres	$ 1110,00
Equipos de oficina	$ 662,50
Total	$ 21422,50

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Se realiza el cálculo de lo que se requiere para la implementación de la planta y del área administrativa.

Maquinaria y equipos para el proceso de producción, equipos de computación, equipos de oficina y muebles y enseres, necesarios para mantener la eficiencia en cada proceso o gestión y así mantener los tiempos para no causar cuello de botella en la organización.

Para una debida planificación y control, siendo el talento humano el principal recurso para la producción de la organización.

CAPÍTULO V ESTUDIO FINANCIERO

5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

5.1.01 Ingresos Operacionales

Son los que se obtienen por el desarrollo de actividades relacionadas con el objeto social del negocio, es decir, aquellos que se generan por la presentación de servicios o por la venta de productos. Las empresas comercializadoras determinan ingresos por ventas. (Calixto Mendoza Roca, 2015).

Tabla 53 Ingresos operacionales Frascos 250 g

Ingreso del proyecto	
Chonta en almíbar	
Costo de Producción	$ 0,98
Utilidad	$ 1,52
P.V.P	$ 2,50
Cantidad	10833
Ingreso mensual	$ 27082,50
Ingreso anual	$ 325000
Total	$ 325000

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Tabla 54 Ingresos Proyectados

Ingresos operacionales	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
Productos	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso	Q	V/U	Ingreso
Chonta en almíbar	130000	2,5	325.000,00	131320	2,51	329350,56	132654	2,52	333760,86	134001	2,52	338228,83	135362	2,53	342757,42
TOTALES	130000	2,5	325000,00	131320	2,51	329350,56	132654	2,52	333760,86	134001	2,52	338228,83	135362	2,53	342757,42

DATOS	
Crecimiento	1,02
Inflaciòn	0,32

Productos totales	130000

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

5.1.02 Ingresos No Operacionales

(Ganancias) Dentro de estos ingresos se tienen:

a) Ingresos Financieros: son producto de los intereses devengados en las inversiones y documentos por cobrar, además de las ganancias ocasionadas por diferencias en el tipo de cambio, entre otros.
b) Otros ingresos: son producto de actividades que no están relacionadas con el objeto social del negocio. (Calixto Mendoza Roca, 2015)

5.2 Costos

Según Baca, (2010) Costo es una palabra que se utiliza, para los términos de producción y comercialización, nadie ha logrado definirla con exactitud su concepto debido a su amplia utilización, pero se puede decir que el costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual. pág. 139)

Tabla 55 Costos

COSTO UNITARIO		
DESCRIPCION	**COSTO**	**PORCENTAJE**
Chonta	$ 0,25	14,37%
Agua	$ 0,25	14,37%
azúcar	$ 0,40	23,01%
Jefe de producción	$ 0,04	2,39%
Etiqueta	$ 0,12	6,90%
Frascos de cristal	$ 0,49	28,16%
Ácido cítrico	$ 0,01	0,34%
Canela	$ 0,05	2,67%
Clavo de olor	$ 0,03	1,83%
operario 1	$ 0,03	
operario 2	$ 0,03	
operario 3	$ 0,03	
TOTAL	**$ 1,74**	**100,00%**
PRECIO DE VENTA	**$ 2,50**	
COSTO EXPRESADO EN PORCENTAJE	**69,60%**	

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Se establece todos los materiales directos e indirectos, para la transformación de la materia prima y gastos que están implícitos en el costo de la Chonta en Almíbar, dando como resultado el total del producto para su comercialización, con un precio de venta al público competitivo y aceptable en el mercado.

5.2.1 Costo Directo.

Explica (Sapag Chain, 2011) que; "Los costos directos corresponden a las compras de insumos, en las cuales el precio también se corrige por un factor que incorpore las distorsiones de los mercados de bienes y servicios demandados."

Tabla 56 Costos de producción, Frascos 250g.

COSTOS DIRECTOS		
Descripcion	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
Materia Prima	$ 6.346,80	$ 76.161,61
Materiales Directos	$ 11.712,00	$ 140.544,00
Mano de obra Directa	$ 1.575,00	$ 18.900,00
Prestaciones sociales	$ 641,44	$ 7.697,22
Total		$ 243.302,83

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Los costos directos, son los que permiten conocer los valores necesarios, para la producción de la "Chonta en Almíbar" y posibilitar la administración a futuro de los recursos económicos necesarios para el objetivo operativo y deseado de Peach Palm Conservas.

5.2.2 Costos Indirectos

Define (Sapag Chain, 2011) que: "Los costos y beneficios indirectos corresponden a los cambios que provoca la ejecución del proyecto en la producción y el consumo de bienes y servicios relacionados con este." Pag 10

Tabla 57 Costos Indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	$ 132,75	$ 1.593,00
Útiles de aseo	$ 13,47	$ 161,60
Útiles de oficina	$ 14,45	$ 173,40
Depreciación de Maquinaria		$ 1.685,00
Total		$ 3.613,00

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

La presente tabla indica los valores, de costos indirectos que se requieren para el área de producción, que son dentro la organización Peach Palm Conservas y su administración, con un manejo correcto e indispensable, para la eficiencia y eficacia.

5.2.3 Gastos Administrativos

Describe (Sapag Chain 2008,) qué; "Los gastos generales y de la administración están compuestos por los gastos laborales, de representación, de seguros, de alquiler, de materiales y útiles de oficina, de depreciación de edificios administrativos y equipos de oficina de impuestos y otros." pág.294

Tabla 58 Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripcion	**Valor mensual**	**Valor anual**
Sueldos	$ 970,00	$ 11.640,00
Prestaciones Sociales	$ 380,91	$ 4.570,87
Servicios básicos	$ 35,50	$ 426,00
Utiles de Aseo	$ 12,40	$ 148,75
Utiles de Oficina	$ 9,33	$ 112,00
Arriendo	$ 0,00	$ 0,00
Depreciacion equipo de computo	-	$ 933,33
Depresaciòn de Equipo de Oficina	-	$ 66,25
Depreciación muebles y enceres	-	$ 111,00
Depreciacion infraestructura	-	$ 0,00
Depreciación vehículo	-	$ 0,00
TOTAL		$ 18.008,21

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

En el presente proyecto se establecen gastos administrativos indicados en las tablas, estos valores son necesarios para el funcionamiento y la actividad productiva.

5.2.4 Costo de Ventas

Según Baca, (2010)

En ocasiones e departamento o gerencia de ventas también es llamado de mercadotecnia. En el sentido vender no significa solo hacer llegar el producto al intermediario o consumidor, sino que implica una actividad mucho más amplia.

Mercadotecnia abarca, entre otras muchas actividades, la investigación y el desarrollo de nuevos mercados o de nuevos productos adaptados a los gustos y necesidades de los consumidores; el estudio de la estratificación del mercado; las cuotas y el porcentaje de participación de la competencia en el mercado; la adecuación de la publicidad que realiza mercadotecnia puede constar no solo de un gerente, una secretaria, vendedores y choferes, sino también de personal altamente capacitado y especializado, cuya función no es precisamente vender.) págs. 142-143

Tabla 59 Costo de Ventas

Gastos de Venta		
Descripcion	**Valor mensual**	**Valor anual**
servicios básicos	$ 41,00	$ 492,00
Transporte y Fletes	$ 100,00	$ 1.200,00
Publicidad	$ 17,75	$ 213,00
Sueldos	$ 750,00	$ 9.000,00
Prestaciones sociales	$ 230,99	$ 2.771,85
TOTAL		13676,85

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

La información presentada de la tabla refleja los gastos de ventas, la cual tiene directa intervención en los costos del producto final.

5.2.5 Costos Financieros

Estos costos no pueden atribuirse en forma directa a los diversos puntos de venta o secciones, porque la obtención de recursos financieros se hace en formas (endeudamiento, capital propio) y con costos diferentes entre sí, que no se corresponden directamente con los usos particulares sino con la suma total de las necesidades financieras, Pero las necesidades financieras que hay que cubrir mediante financiamientos onerosos derivan de la decisiones de inversión que se toman(también) en las diversas áreas, en términos de capital fijo y capital circulante(inventario y crédito) se haga responsables de los costos financieros. (Brunetti, 2004)

Análisis.

En el proyecto se presenta el calculo con el interés establecido en entidades financieras y generando la información correspondiente para la administración de la organización se define y calcula la inversión del capital y el desembolso financiero, correspondientes.

5.2.6 Costos Fijos y Variables

5.2.6.1 Costos Fijos

Se trata de un gasto del periodo, y son representados mediante una línea horizontal, ya que sea cual sea la cantidad producida, su cuantía es siempre la misma; incluso cuando la producción es cero los costos fijos no varían. Ejemplo: los intereses que la empresa tiene que pagar a un banco por un préstamo. (Ramos, 2013)

5.2.6.2 Costos Variables

Los costos variables, en cambio son nulos cuando no hay producción, al principio crecen muy rápidamente pero para cantidades altas de producto, aumentar en algunas unidades la producción no implica grandes diferencias en el costo

Son costos inventariarles y todos los costos no relacionados con la fabricación dentro de la cadena de valor (tales como los costos de investigación y desarrollo de marketing), ya sean fijos o variables, son los costos del periodo y se registran como gastos cuando se incurre en ellos; como materiales directos, mano de obra directa, gastos indirectos de fabricación. (Barrera, 2006)

Análisis.

Los costos variables para el proyecto son generadores de un cálculo administrativo dependiendo de la producción registrada por tiempos, y la demanda del producto.

5.3 Inversiones

El término de inversión se refiere a las erogaciones o flujos negativos que ocurren al comienzo de la vida económica de un proyecto y que representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos de capital, tales como terrenos, edificios, maquinarias y equipos. Es importante destacar que deben incluirse los costos de transporte y los costos de instalación relacionados.

Asimismo, se deben incluir como parte de las inversiones los incrementos en el capital de trabajo de la empresa causados por el proyecto. Las inversiones que reflejen incremento en las de venta de la empresa ocasionaran necesidades adicionales en los rubros de cuentas por cobrar, inventarios y quizás de efectivo. (Nicolas, 2014).

Analisis.

En el proyecto, se considera la inversión inicial de un capital representativo, para implementar las actividades de producción, son de suma importancia para obtener un rendimiento positivo.

5.3.1 Inversión Fija

Son considerados terrenos, edificaciones, maquinaria y equipos, vehículos, montaje de maquinaria y equipos, mobiliario y equipos de oficina, todos los costos de operación y mantenimiento. (Nicolas, 2014)

5.3.1.1 Activos Fijos

Son los que cumplen las siguientes condiciones:

1) Se usan en el desarrollo de objetivos sociales de la empresa.

2) No está destinados a la venta

3) Son de una duración relativamente prolongado. (Nicolas, 2014)

Tabla 60 Activos Fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	$ 16.850,00
Muebles y Enseres	$ 1.110,00
Equipo de Computo	$ 2.800,00
Equipo de oficina	$ 662,50
Infraestructura	$ 0,00
Vehículo	$ 0,00
TOTAL	**$ 21.422,50**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Los activos fijos son de suma importancia para la empresa, ya que representan la mayor parte de la inversión para la generación del nuevo proyecto, su producción y comercialización de un producto de calidad.

5.3.1.1.1 Activos Fijos Tangibles

Son aquellos que tiene una configuración física Ejemplo: terrenos, Edificios, Vehículos, Muebles y enseres y Maquinaria y equipos.

- Depreciables: es la pérdida de valor por su uso, desgaste natural.

- Agotables: son aquellos que tiene relación con la riqueza del terreno.

- No depreciables: Son aquellos que no pierden valor por su uso. (Nicolas, 2014)

5.3.1.1.2 Activos Fijo Intangibles

Son los que no tienen configuración física, pero que contienes a su propietario, cierto derecho exclusivo, ya sea sobre una patente, una marca, un derecho de autor, etc.

- Amortizables: Son aquellos que incurren en pérdida de valor por las condiciones del mercado o por obsolescencia tecnológica de un activo intangible.

- No Amortizables: Son los que no pierden valor. (Granados)

5.3.1.2 Activos Nominales (diferidos)

También conocidas como intangibles son aquellos que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, el pago de patentes, marca, gastos por capacitación y entrenamiento de personal. (López, 2015)

Tabla 61 Activos Nominales (diferidos)

Activos Nominales	Valor
Gastos de Organización	620
Gastos de Instalación	3000
Capacitación de Personal	120
Gastos de publicidad	1550
TOTAL	**5290**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

En el proyecto se toma en cuenta los activos nominales, gastos de organización, gastos de instalación, capacitación y publicidad, para dar funcionamiento al proyecto de Peach Palm Conservas con su producto la "Chonta en almíbar".

5.3.2 Capital de Trabajo

Es la parte de la inversión orientada a financiar los desfases entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos y los ingreso generados por la venta de bienes o servicios, que constituyen la razón de ser del proyecto. (López, 2015)

El capital de trabajo 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; esto es; hay que financiar la

primera producción antes de recibir ingresos, entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y constar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diaria de la empresa. (Baca, 2010)

Tabla 62 Capital de Trabajo.

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	
Materia Prima Existente	$ 6.346,80	$ 6.346,80	$ 6.346,80	
Servicios Básicos	$ 132,75	$ 132,75	$ 132,75	
Mano de obra directa	$ 1.575,00	$ 1.575,00	$ 1.575,00	
Caja Bancos	$ 10.000,00	$ 10.000,00	$ 10.000,00	
TOTAL	$ 18.054,55	$ 18.054,55	$ 18.054,55	$ 54.163,65

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

El presente proyecto con el fin de la sustentabilidad, se ha tomado en cuenta el capital de trabajo, y valores con el cual Peach Palm Conservas y su producto "Chonta en Almíbar" empiece a funcionar y generar rentabilidad.

5.3.3 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Una empresa está financiada cunado ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de las necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir préstamos a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones bancarias privadas. (Baca 2010).

Tabla 63 Fuentes de Financiamiento y uso de fondos

Fuentes de financiamieto				
	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO	PROVEEDORES
INVERSIONES FIJAS	**$ 21.422,50**	**$ 0,00**	**$ 21.422,50**	**$ 0,00**
Maquinaria y Equipo	$ 16.850,00		$ 16.850,00	
Muebles y Enseres	$ 1.110,00		$ 1.110,00	
Equipo de Computo	$ 2.800,00		$ 2.800,00	
Equipo de oficina	$ 662,50		$ 662,50	
Infraestructura	$ 0,00	$ 0,00		
Vehículo	$ 0,00		$ 0,00	
ACTIVOS DIFERIDOS	$ 8.410,00	$ 3.000,00	$ 5.410,00	$ 0,00
Gastos de Organización	$ 5.290,00		$ 5.290,00	
Gastos de Instalación	$ 3.000,00	$ 3.000,00		
Capacitación de Personal	$ 120,00		$ 120,00	
CAPITAL DE TRABAJO	$ 18.054,55	$ 10.000,00	$ 8.054,55	$ 0,00
Materia Prima Existente	$ 6.346,80		$ 6.346,80	
Servicios Básicos	$ 132,75		$ 132,75	
Mano de obra directa	$ 1.575,00		$ 1.575,00	
Caja Bancos	$ 10.000,00	$ 10.000,00		
TOTAL	$ 47.887,05	$ 13.000,00	$ 34.887,05	$ 0,00
	100%	27%	73%	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Se puede evaluar que el 73% será financiado por la Banca Privada, ya que el mejor método de hacer funcionar el capital de trabajo, es el financiamiento la cual el riesgo es menor si en caso el capital fuera propio, demuestra así que el 27% será capital propio y con el cual abastecerá los recursos necesarios para el proyecto.

5.3.4 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización)

Se refiere a la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo. Estos pagos brindan a un prestamista un rendimiento de interés específico y permite reembolsar el principal del préstamo en un periodo determinado. El proceso de amortización de préstamo implica efectuar el cálculo de los pagos futuros durante el

plazo del préstamo, cuyo valor presente a la tasa de interés estipulada equivalente al monto del principal inicial prestado. (Lawrence, 2012)

Tabla 64 Amortización de Financiamiento (tabla de amortización).

Amortización francés		
Deuda	$ 34.887,05	
N cuotas	6	anual
Tasa	11,83%	anual

ncuotas	amortizació	interes	valor anual	saldo insoluto
0				$ 34.887,05
1	$ 4.317,47	$ 4.127,14	$ 8.444,61	$ 30.569,58
2	$ 4.828,23	$ 3.616,38	$ 8.444,61	$ 25.741,34
3	$ 5.399,41	$ 3.045,20	$ 8.444,61	$ 20.341,93
4	$ 6.038,16	$ 2.406,45	$ 8.444,61	$ 14.303,77
5	$ 6.752,48	$ 1.692,14	$ 8.444,61	$ 7.551,29
6	$ 7.551,29	$ 893,32	$ 8.444,61	($ 0,00)

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Se puede apreciar la amortización financiera del capital, y su distribución en pagos, beneficioso por el tiempo, permitiendo así la proyección de recuperación de capital y desembolsos escalonados en tiempo. Peach Palm Conservas y su producto "Chonta en Almíbar"

5.3.5 Depreciaciones (tabla de depreciación)

La depreciación es la pérdida del valor de un activo físico (edificios, maquinarias, muebles, etcétera.) con motivo de uso. Para prevenir la necesidad de reemplazo de un determinado activo al fin de su vida útil, será necesario traspasar cada año una parte de las utilidades de una empresa a un fondo especial llamado "fondo para depreciación", "reserva de depreciación" o "depreciación acumulada". De este

modo, las contrapartidas de la reserva serán gastos o cargos por depreciación. (Gomez, 2006).

Tabla 65 Depreciaciones (tabla de depreciación)

DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	año1	año2	año3	año4	año5
Maquinaria	$ 16.850,00	10	$ 1.685,00	$ 1.685,00	$ 1.685,00	$ 1.685,00	$ 1.685,00
Muebles y Enseres	$ 1.110,00	10	$ 111,00	$ 111,00	$ 111,00	$ 111,00	$ 111,00
Equipo de oficina	$ 662,50	10	$ 66,25	$ 66,25	$ 66,25	$ 66,25	$ 66,25
Equipo de Computación	$ 2.800,00	3	$ 933,33	$ 933,33	$ 933,33	-	-
Infraestructura	$ 0,00	10	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
Vehículo	$ 0,00	5	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
TOTAL			$ 2.795,58	$ 2.795,58	$ 2.795,58	$ 1.862,25	$ 1.862,25

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

La tabla indica la depreciación de activos fijos del proyecto generando así cifras contables necesarias para la administración de Peach Palm Conservas y su producto "Chonta en Almíbar"

5.3.6 Estado de Situación Inicial.

El balance general presenta un estado resumido de la situación financiera de la empresa. El cual debe responder a tres preguntas fundamentales: ¿Cuánto vale la empresa?, ¿Cuál es el patrimonio de los accionistas o accionista? Y ¿Cuánto debe la empresa?

El objetivo del balance general es presentar un esquema útil para el análisis financiero de la empresa, el registro y presentación de los activos, los pasivos y patrimonio.

Los activos son los bienes que posee la empresa expresados en dinero, el pasivo y el patrimonio representan el interés que los acreedores y los propietarios tienes sobre los activos. (Nova, 2008)

EMPRESA "PEACH PALM CONSERVAS "

Balance General

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

ACTIVO				**PASIVO**			
ACTIVO CORRIENTE			$ 10.000,00	**PASIVO CORRIENTE**			
Bancos	$ 10.000,00			Cuentas por pagar	-		
				Total Pasivo Corriente	-		
ACTIVOS NO CORRIENTE			$ 21.422,50				
Propiedad planta y equipo		$ 21.422,50		**PASIVO LARGO / PLAZO**		$ 34.887,05	
Equipo de Oficina	$ 662,50			Prestamo L/P	$ 34.887,05		
Maquinaria o Equipos	$ 16.850,00			**TOTAL DE PASIVO**			$ 34.887,05
Infraestructura	$ 0,00						
Vehículo	$ 0,00						
Equipo de Computo	$ 2.800,00						
Muebles y Enseres	$ 1.110,00			**PATRIMONIO**			$ 1.825,45
				Capital		$ 1.825,45	
OTROS ACTIVOS			$ 5.290,00				
Gastos d Organización	$ 620,00						
Gastos de Instalación	$ 3.000,00						
Gastos de Publicidad	$ 1.550,00						
Capacitación personal	$ 120,00						
TOTAL DE ACTIVOS			$ 36.712,50	**TOTAL PASIVO + PATRIMONIO**			$ 36.712,50

FIRMA GERENTE **FIRMA CONTADOR**

5.3.7 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

La finalidad del análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos del proyecto, que son, en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos que incurra la planta e impuestos que deba pagar. (Baca, 2010)

Tabla 66 Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)

	EMPRESA "PEACH PALM CONSERVAS"				
	ESTADOS DE RESULTADOS				
	AL 31 DE DICIEMBRE 2017				
DETALLE	1	2	3	4	5
INGRESOS	$ 325.000,00	$ 329.350,56	$ 333.760,86	$ 338.228,83	$ 342.757,42
SERVICIOS TOTALES	$ 325.000,00	$ 329.350,56	$ 333.760,86	$ 338.228,83	$ 342.757,42
INFLACIÓN: 0,32%					
	1	2	3	4	5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	$ 246.915,83	$ 247.705,96	$ 248.498,62	$ 249.293,81	$ 250.091,55
COSTO DIRECTO	$ 243.302,83	$ 244.081,39	$ 244.862,46	$ 245.646,02	$ 246.432,08
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FAI	$ 3.613,00	$ 3.624,56	$ 3.636,16	$ 3.647,80	$ 3.659,47
GASTOS DE VENTAS	$ 13.676,85	$ 13.720,62	$ 13.764,52	$ 13.808,57	$ 13.852,76
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	$ 18.008,21	$ 18.065,83	$ 18.123,64	$ 18.181,64	$ 18.239,82
GASTOS FINANCIEROS	$ 14.887,31	$ 14.934,95	$ 14.982,74	$ 15.030,68	$ 15.078,78
UTILIDAD BRUTA	$ 31.511,81	$ 34.923,21	$ 38.391,34	$ 41.914,13	$ 45.494,51
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	$ 4.726,77	$ 5.238,48	$ 5.758,70	$ 6.287,12	$ 6.824,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 26.785,04	$ 29.684,73	$ 32.632,64	$ 35.627,01	$ 38.670,34
IMPUESTO A LA RENTA	$ 1.750,26	$ 1.531,95	$ 2.121,53	$ 2.720,40	$ 3.329,07
UTILIDAD NETA	$ 25.034,78	$ 28.152,78	$ 30.511,11	$ 32.906,61	$ 35.341,27

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

El proyecto presenta en el cuadro de estado de resultados proyectado a 5 años dando una utilidad neta desde el año uno con un incremento porcentual aproximado de un 12%.

5.3.8 Flujo Caja

Flujo de efectivo o presupuesto de caja (Cash-Flow). En este reporte se calculan ingresos y egresos de efectivo inmediatos durante un periodo determinado Puede ser elaborado a diario, semanal y mensualmente, y permite pronosticar las necesidades o suficiencias financieras en forma anticipada. (Münch, 2010)

Tabla 67 Flujo Caja

	FLUJO DE CAJA				
	PERIODOS				
DETALLE	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
INGRESOS	$ 325.000,00	$ 329.350,56	$ 333.760,86	$ 338.228,83	$ 342.757,42
SERVICIOS TOTALES	$ 325.000,00	$ 329.350,56	$ 333.760,86	$ 338.228,83	$ 342.757,42
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	$ 246.915,83	$ 247.705,96	$ 248.498,62	$ 249.293,81	$ 250.091,55
COSTO DIRECTO	$ 243.302,83	$ 244.081,39	$ 244.862,46	$ 245.646,02	$ 246.432,08
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FA	$ 3.613,00	$ 3.624,56	$ 3.636,16	$ 3.647,80	$ 3.659,47
GASTOS DE VENTAS	$ 13.676,85	$ 13.720,62	$ 13.764,52	$ 13.808,57	$ 13.852,76
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	$ 18.008,21	$ 18.065,83	$ 18.123,64	$ 18.181,64	$ 18.239,82
GASTOS FINANCIEROS	$ 14.887,31	$ 14.934,95	$ 14.982,74	$ 15.030,68	$ 15.078,78
UTILIDAD BRUTA	$ 31.511,81	$ 34.923,21	$ 38.391,34	$ 41.914,13	$ 45.494,51
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	$ 4.726,77	$ 5.238,48	$ 5.758,70	$ 6.287,12	$ 6.824,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	$ 26.785,04	$ 29.684,73	$ 32.632,64	$ 35.627,01	$ 38.670,34
IMPUESTO A LA RENTA	$ 1.750,26	$ 1.531,95	$ 0,00	$ 0,00	$ 0,00
UTILIDAD NETA	$ 25.034,78	$ 28.152,78	$ 30.511,11	$ 32.906,61	$ 35.341,27
DEPRECIACIONES (+)	$ 2.795,58	$ 2.795,58	$ 2.795,58	$ 1.862,25	$ 1.862,25
AMORTIZACIONES (+)	$ 2.795,58	$ 2.795,58	$ 2.795,58	$ 1.862,25	$ 1.862,25
EXCEDENTE OPERACIONAL	$ 30.625,95	$ 33.743,95	$ 36.102,28	$ 36.631,11	$ 39.065,77

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

5.4 Evaluación

El estudio de la evaluación económica es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Se basa en la definición de criterios para diseñar procesos de elegibilidad que garantizan la selección de alternativas viables tanto técnica como financieramente, lo cual permite agilizar la toma de decisiones sobre la asignación de recursos. Dicha metodología incluye diversos estudios tales como análisis de la demanda, de la oferta, del mercado, etc. Y se usa herramientas matemáticas para realizar pronósticos necesarios. (Padilla, 2013)

La definición del estudio de la evaluación; la gestión financiera de las empresas buscando mecanismos que posibiliten la creación y mantenimiento de valor, un conjunto de actividades planificadas, que utilizan recursos para generar resultados y alcanzar objetivos, y la maximización de recursos, de manera conveniente a la

empresa, realizable a nivel operativo y de gestión e institucionalmente sostenible, el proyecto no es ajeno a la realidad económica del país, con un plan de desarrollo, con promoción de un desarrollo social, laboral, y equilibrado. (Padilla, 2013)

5.4.1 Tasa de descuento

El método de tasa interna de retorno (TIR) determina la tasa de descuento a la cual el valor presente de los ingreso de efectivo esperados en un proyecto es igual al valor presente de los egresos de efectivo esperados. El decir la TIR es la tasa de descuento que vuelve el VPN =$0 (Horngren, 2007)

Tasa de descuento, llamada asi porque descuenta el valor del dinero en el futuro a su equivalente en el presente, y a los flujos traídos al tiempo cero se les llama flujos descontados. (Baca, 2010)

Figura 39 Tasa de descuento

CALCULO DE LA TMAR		
TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA		
Tasa Activa	8,15%	
Tasa Pasiva	4,84%	
TMAR	12,99%	

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

5.4.2 VAN

Valor Actual Neto, este criterio de evaluación es un medio de orientación y de equiparación del flujo de costos brutos actualizados, respecto de la corriente de beneficios brutos también actualizados a una apropiada tasa de actualización. La regla de decisión en este criterio consiste en que al final de la vida del proyecto, el VAN sea positivo (VAN>0). (Mora)

Figura 40 Van

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	**Año 0**	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**
Inversion Total	-$ 47.887,05					
Excedente Operacional		$ 30.625,95	$ 33.743,95	$ 36.102,28	$ 36.631,11	$ 39.065,77
FLUJOS DE EFECTIVO	**-$ 47.887,05**	**$ 30.625,95**	**$ 33.743,95**	**$ 36.102,28**	**$ 36.631,11**	**$ 39.065,77**

VAN =	- P	+	FNE 1	+	FNE 2	+	FNE 3	+	FNE 4	+	FNE 5
			(1 + i)^1		(1 + i)^2		(1 + i)^3		(1 + i)^4		(1 + i)^5
VAN =	-$ 47.887,05	+	$ 30.625,95	+	$ 33.743,95	+	$ 36.102,28	+	$ 36.631,11	+	$ 39.065,77
			1,13		1,28		1,44		1,63		1,84
VAN =	-$ 47.887,05	+	$ 27.105,01	+	$ 26.431,14	+	$ 25.027,33	+	$ 22.474,50	+	$ 21.212,72
VAN =	-$ 47.887,05	+	$ 122.250,70								
VAN =	$ 74.363,65										
TIR =	63,80%										
TMAR =	12,99%										

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Se puede apreciar que la evaluación del valor actual neto del presente proyecto refleja un valor de $ 74363,65 en un periodo de 5 años con una inversión de $47887,05 lo que proporciona una información positiva para la ejecución del presente proyecto. Peach Palm Conservas y su producto "Chonta en Almíbar"

5.4.4 TIR

Tasa Interna de retorno (TIR) Es la tasa que permite que el valor actual de la inversión y de los beneficios sea igual a cero, o sea que es un criterio de carácter compuesto que corresponde a una tasa de descuento que hace que el valor actual de los beneficios brutos sean exactamente igual de los beneficios brutos sean exactamente igual al valor actual de los costos brutos durante la vida útil del proyecto. La TIR da el rendimiento de la inversión con el fin de compararla con la

tasa de interés o el costo de oportunidad del capital imperante, la regla de decisión señala la aceptación o recomendación de un proyecto cuando esta tasa es superior al interés del mercado, el proyecto se puede financiar con préstamos que como máximo tengan una tasa de interés igual o inferior al valor del TIR. (Mora)

Análisis.

Según los datos arrojados en el cálculo del indicador TIR, demuestra un porcentaje del 63.80%, siendo ese más alto, que el cálculo de la TMAR, lo que indica que tiene un impacto positivo para la ejecución del presente proyecto Peach Palm Conservas y su producto "Chonta en Almíbar"

5.4.5 PRI (Período de recuperación de la inversión)

Uno de los criterios tradicionales de evaluación bastante difundido es el periodo de recuperación (PR) de la inversión, mediante el cual se determina el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial, resultados que se compara con el número de pedidos aceptables por la empresa. (Chaín, 2011)

Figura 41 PRI (Período de recuperación de la inversión)

PERIODO DE RECUPERACION

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado	
0	-$ 47.887,05	-$ 47.887,05	1,00	-$ 47.887,05	-$ 47.887,05	
1	$ 30.625,95	-$ 17.261,10	0,89	$ 27.105,01	-$ 20.782,04	
2	$ 33.743,95	$ 16.482,85	0,78	$ 26.431,14	$ 5.649,10	
3	$ 36.102,28	$ 52.585,13	0,69	$ 25.027,33	$ 30.676,43	
4	$ 36.631,11	$ 89.216,24	0,61	$ 22.474,50	$ 53.150,93	
5	$ 39.065,77	$ 128.282,00	0,54	$ 21.212,72	$ 74.363,65	VAN

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	$ 30.625,95	-$ 47.887,05
1 mes	$ 2.552,16	-$ 45.334,89
2 mes	$ 2.552,16	-$ 42.782,73
3 mes	$ 2.552,16	-$ 40.230,56
4 mes	$ 2.552,16	-$ 37.678,40
5 mes	$ 2.552,16	-$ 35.126,24
6 mes	$ 2.552,16	-$ 32.574,07
7 mes	$ 2.552,16	-$ 30.021,91
8 mes	$ 2.552,16	-$ 27.469,75
9 mes	$ 2.552,16	-$ 24.917,59
10 mes	$ 2.552,16	-$ 22.365,42
11 mes	$ 2.552,16	-$ 19.813,26
12 mes	$ 2.552,16	-$ 17.261,10
13 mes	$ 2.552,16	-$ 14.708,94
14 mes	$ 2.552,16	-$ 12.156,77
15 mes	$ 2.552,16	-$ 9.604,61
16 mes	$ 2.552,16	-$ 7.052,45
17 mes	$ 2.552,16	-$ 4.500,29
18 mes	$ 2.552,16	-$ 1.948,12
19 mes	$ 2.552,16	$ 604,04
20 mes	$ 2.552,16	$ 3.156,20
21 mes	$ 2.552,16	$ 5.708,36

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS

	Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 1	$ 27.105,01	-$ 47.887,05
1 mes	$ 2.258,75	-$ 45.628,30
2 mes	$ 2.258,75	-$ 43.369,55
3 mes	$ 2.258,75	-$ 41.110,80
4 mes	$ 2.258,75	-$ 38.852,05
5 mes	$ 2.258,75	-$ 36.593,30
6 mes	$ 2.258,75	-$ 34.334,55
7 mes	$ 2.258,75	-$ 32.075,79
8 mes	$ 2.258,75	-$ 29.817,04
9 mes	$ 2.258,75	-$ 27.558,29
10 mes	$ 2.258,75	-$ 25.299,54
11 mes	$ 2.258,75	-$ 23.040,79
12 mes	$ 2.258,75	-$ 20.782,04
13 mes	$ 2.258,75	-$ 18.523,29
14 mes	$ 2.258,75	-$ 16.264,54
15 mes	$ 2.258,75	-$ 14.005,79
16 mes	$ 2.258,75	-$ 11.747,04
17 mes	$ 2.258,75	-$ 9.488,29
18 mes	$ 2.258,75	-$ 7.229,54
19 mes	$ 2.258,75	-$ 4.970,78
20 mes	$ 2.258,75	-$ 2.712,03
21 mes	$ 2.258,75	-$ 453,28
22 mes	$ 2.258,75	$ 1.805,47

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	1Año y 7 Meses	**PRVC**

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	1 Año y 10 Meses	**PRVA**

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

Se puede visualizar según la tabla la información del periodo de recuperación de valores corrientes será en 1 año 7 meses y para la recuperación de valores actualizados será en un periodo de 1 años 10 meses.

5.4.6 RBC (Relación costo beneficio)

La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costo es igual a 1. Si el VAN es mayor que 0, la relación es mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que 1. (Chaín, 2011)

RELACION BENEFICIO COSTO

RBC = INGRESOS ACTUALIZADOS / COSTOS ACTUALIZADOS

PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C ACTUALIZ
1	$ 325.000,00	$ 325.000,00	$ 246.915,83	$ 246.915,83
2	$ 329.350,56	$ 329.350,56	$ 247.705,96	$ 247.705,96
3	$ 333.760,86	$ 333.760,86	$ 244.862,46	$ 244.862,46
4	$ 338.228,83	$ 338.228,83	$ 249.293,81	$ 249.293,81
5	$ 342.757,42	$ 342.757,42	$ 250.091,55	$ 250.091,55
		$ 1.669.097,67		$ 1.238.869,60
RBC =	1,35			

Análisis.

Los resultados arrojados mediante la evaluación del indicador costo beneficio refleja que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 0,35 ctv., de rentabilidad, lo que representa que el proyecto es ejecutable.

5.4.7 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Baca, 2010)

PUNTO DE EQUILIBRIO

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

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	$ 18.008,21
Gastos de Ventas	$ 13.676,85
Gastos Financieros	$ 14.887,31
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 46.572,36**
Costo Variable unitario	$ 1,74
Precio	$ 2,50

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

$$PE = \frac{\$\ 46.572,36}{\$\ 2,50 - \$\ 1,74}$$

$$PE = \frac{\$\ 46.572,36}{\$\ 0,76} = 61288\ u$$

DEMOSTRACION

VENTAS	$ 153.219,65
(-) Costo Variable	$ 106.647,29
(=) Margen Contribucion	$ 46.572,36
(-) Costo Fijos	$ 46.572,36
(=) Utilidad Operacional	$ 0,00

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

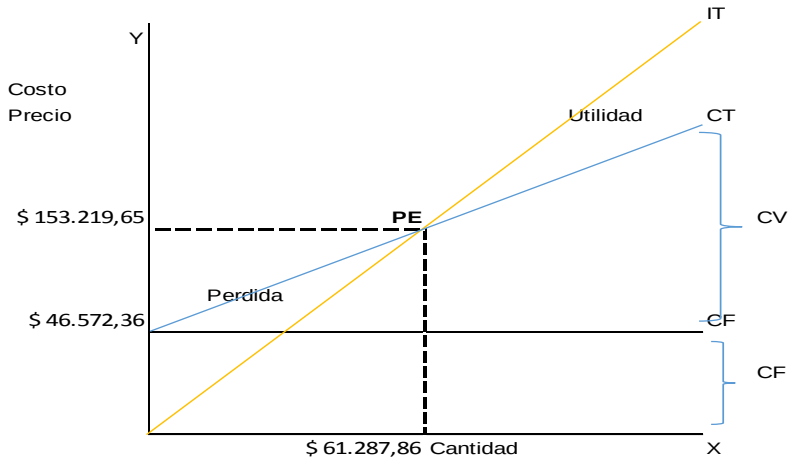


Figura 42 Punto de equilibrio
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

El presente análisis de información del indicador punto de equilibrio da un resultado, la cantidad que se debe vender es de 61287,86 unidades de frascos 250 gr de "Chonta en almíbar" y genera un valor de $ 153219,65 para que no exista ni perdidas ni ganancias.

5.4.8 Análisis de índices financieros

5.4.8.1 ROE

Retorno sobre el capital propio, indicador que demuestra la efectividad del proyecto y el cálculo es de la siguiente manera:

(www.pymesyautonomos.com/administracion-finanzas, 2014)

R.O.E	=	Utilidad Neta / Patrimonio
R.O.E	=	25.034,78 / 13.000,00
R.O.E	=	1,93

Figura 43 ROE
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis:

El resultado obtenido mediante el indicador ROE es de 1,93; es decir un 193% un alto porcentaje ya que la mayor inversión será el financiamiento por parte del entidad financiera, lo que implica un mayor beneficio para el presente proyecto, al no utilizar los fondos propios de la empresa.

5.4.8.2 ROA

Rentabilidad sobre los activos, indicador que demuestra el rendimiento económico sobre la inversión total de activos fijos y el cálculo de la siguiente forma:

(Pymes, 2014)

R.O.A	=	Utilidad Neta / Activo Total
R.O.A	=	25.034,78 / 21.422,50
R.O.A	=	1,17

Figura 44 ROA
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

La información obtenida mediante el presente indicador ROA es del 1,17; es decir un 1,17% un alto porcentaje, ya que demuestra que el presente proyecto es ejecutable y rentable.

5.4.8.3 ROI

Rentabilidad sobre la inversión, indicador que el paso siguiente para la ejecución del proyecto de manera que relaciona entre la utilidad neta y la inversión del proyecto, y se calcula de la siguiente manera.

ROI (RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSION)

ROI=	UTILIDAD NETA / INVERSIÓN
ROI=	25.034,78 / 47.887,05
ROI=	0,52

Figura 45 ROI
Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Marizol Solórzano

Análisis.

El resultado arrojado mediante el indicador ROI es del 0.52; es decir un 52%, un porcentaje que demuestra un margen aceptable entre la relación de utilidad e inversión, lo que implica un beneficio para el presente proyecto en la ejecución del mismo.

CAPÍTULO VI ANALISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental.

Es el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente.

Análisis.

La empresa Peach Palm Conservas dentro de los parámetros del respeto al medio ambiente, se considera el manejo de desechos como:

- La cascara de la chonta al reciclarla, para abono, por poseer características propias de aporte a nutrientes y ser biodegradable.
- El manejo de las semillas por poseer características de dureza y color café oscuro se recicla para áreas de suelos que dan un aspecto muy agradable y se usa en parques infantiles.
- Se sitúa los basureros con colores de identificación para el manejo de desechos.
- Mano de obra calificada que permitirá el manejo responsable y adecuado para así mantener el respeto al medio ambiente.
- Para el personal de planta se proporcionara los implementos adecuados para el cuidado y su seguridad.
- Culturizar y socializar la corresponsabilidad del manejo de los desechos y el reciclarlos, así ser un aporte a la conservación del medio ambiente.
- Capacitarse en seguridad industrial y seguridad ocupacional.

6.2 Impacto Económico

Análisis:

Con la ejecución del proyecto se genera un impacto económico positivo, por generar nuevas fuentes de empleo, aportando así al mercado laboral local, siendo así un aporte económico, para el sector y generador de nuevos ingresos de tributación para el país.

El proyecto genera beneficios financieros a los propietarios y el beneficio económico a la sociedad.

El implementar nuevos emprendimientos que apoyan al crecimiento del Producto Interno Bruto del País, creando fuentes de trabajo ampliando el mercado y crecimiento económico de la población

6.2.1 Impacto Productivo

La cadena de producción causas efectos desde el proveedor, hasta el cliente, los procesos organizacionales son consecuencias de actividades que transforman la materia prima en un producto terminado, para abastecer la demanda de un producto, desarrollando así a proveedores, colaboradores y proveyendo al mercado un producto con máximos estándares de calidad.

Análisis.

El Proyecto está ligado al cambio de la matriz productiva y el aprovechamiento de un fruto no tradicional y ancestral "La chonta" que con sus características propias de aporte vitamínico, sabor, color, aroma, ha sido aprovechado en las áreas de producción agrícola como consumo en bebida, en su mayoría por las colonias indígenas del Ecuador, ahora con este proyecto se elaborara conserva en almíbar, para el consumo masivo y siendo así un aporte a la diversificación de productos nacionales, con elaboración de buenas practica de manufactura y altos estándares de calidad.

6.3 Impacto Social

Análisis.

El proyecto aporta a nivel social para el talento humano, generando una mejor calidad de vida por la accesibilidad a empleo, y con un ambiente laboral dentro de procesos de producción incluyentes en desarrollo y respeto a sus colaboradores, con un sistema de calidad que aporte al bienestar de la organización y su entorno.

Aporta y fomenta la producción de un fruto no tradicional y ancestral " La Chonta" siendo apoyo a pequeños productores y colonias indígenas del Nororiente Ecuatoriano, con precios justos para los proveedores de la materia prima.

Con la visión de expandir la producción y mantener capacitación en calidad.

CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones.

Se determina las siguientes conclusiones:

- El proyecto se lo estudio tomando datos económicos y sociales a ser analizados y cuestionados para la ejecución e ingreso al mercado local.
- Se consideran factores internos y externos para la propuesta de la ejecución del proyecto "Chonta en Almíbar"; como el PIB, inflación, tasa de descuento, balanza comercial, riesgo país, producción nacional, entre otros que aportaron con información para determinar la potencialidad del proyecto.
- Mediante un análisis de información cuantitativa y cualitativa en el estudio de mercado, como la encuesta, focus group, se demostró que el presente proyecto es factible.
- Se realiza el estudio de localización y distribución de la planta que permitió recopilar datos aceptables para el funcionamiento de la Pymes.
- A través de la realización del presente proyecto, se genera beneficios, para las colonias indígenas productoras a nivel agrícola de chonta, así como la inclusión de un nuevo fruto ancestral y no tradicional al consumo masivo de los ecuatorianos, siendo un aporte a la economía, por generar empleo en el sector de Puembo, y a los productores, desarrollándose también una identidad cultural e inclusiva de pueblos indígenas, económicamente y productivamente,
- Se realiza un estudio ambiental, económico, productivo y social, dichos factores esenciales para la justificación de la ejecución del proyecto, arrojando datos positivos para los clientes, talento humano de la organización, entorno socio ambiental, el manejo adecuado de desechos y evitando así daños al medioambiente, siendo responsables sociales y de desarrollo.

7.2 Recomendaciones

Obteniendo el resultado de la factibilidad del proyecto de la elaboración de "Chonta en Almíbar" en el Sector de Puembo, provincia de Pichincha sector Nororiente de Quito, desde el punto de vista de estudio de mercado, estudio técnico y financiero, se debe tener en cuenta el desarrollo de altos estándares de calidad y

aporte a la diversificación alimentaria y la promoción del mismo, con las siguientes recomendaciones:

- Utilizar estrategias de marketing, para la introducción de la "Chonta en Almíbar" en supermercados, ferias y tiendas.
- Mantener altos estándares de calidad en el producto.
- Mantener Buenas practica de manufactura.
- Realizar campañas de evaluación de aceptabilidad del producto en precio y calidad.
- Fomentar la cultura organizacional día a día, en el talento humano, mantener un objetivo común, con el compromiso, respeto a los valores y satisfacción del trabajador y calidad y satisfacción al cliente.

ANEXOS

Anexo 1

TITULO PRELIMINAR
Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Anexos 1 Regulación de las PYMES
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Marizol Solórzano

Capítulo I
Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES)

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código.

En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Capítulo II
De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

a. Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero;
b. Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno;

c. Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector;
d. Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional;
e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES;

f. Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia;
g. Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES;
h. Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES;
i. Coordinar con las instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES; y,
j. Las demás que establezca la Ley.

Anexo 2 Registro Sanitario

Descripción:

A través del ingreso de una solicitud y requisitos escaneados y avalados por el solicitante en el sistema automatizado de ARCSA http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/, se emite el documento habilitante para el funcionamiento de los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria.

Responsable:

Dirección Técnica de Buenas Prácticas y Permisos

Procedimiento de Solicitud:

Ingrese al Sistema http://permisosfuncionamiento.controlsanitario.gob.ec/
Genere un usuario y contraseña si es primera vez, caso contrario utilice el ya creado. (Manual para crear usuario)
Llene la solicitud (Guía para la obtención del Permiso de Funcionamiento)
Verifique el código y los requisitos en la Guía de Requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento
Los siguientes requisitos **NO** son necesarios adjuntarlos porque serán verificados en línea con las instituciones pertinentes.

- Número de Cédula de ciudadanía o de identidad del propietario o representante legal del establecimiento.
- Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren (Perfil Representantes Técnicos de Plantas Procesadoras de Alimentos).
- Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC/RISE)
- Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad, si fuera el caso.
- Categorización otorgada por el Ministerio de Turismo, si fuera el caso

Imprima la orden de pago para cancelar el valor indicado.
Despues de 24 horas de haberse generado la Orden de Pago podrá acercarse a cualquier sucursal del Banco del Pacífico a cancelar el valor.
Después de 48 horas se validará su pago y podrá imprimir su factura y permiso de funcionamiento.

Anexos 2 Registro sanitario
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Marizol Solórzano

Anexos 3 Buenas prácticas de manipulación
Fuente: Investigación Propia.
Elaborado por: Marizol Solórzano.

Bibliografía

(ARCSA, 2015)de Salud Pública del Ecuador: www.salud.gob.ec/tag/arcsa

ARQUITECTURA, A. (julio de 2011). *ARQHYS ARQUITECTURA.* Obtenido de Que es una macrolocalización Revista Arqhys: http:// www.arqhys.com/que-es-una-macrolocalización.html.)

Avila, J. J. (2003). *Economia.* Ediciones Umbral.

Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (sexta ed.). Méxido: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 16 de julio de 2016

Barrera, C. F. (2006). La Economia Virtudes e inconvenientes manual básico para no Economistas . En C. F. Barrera, *La Economia Virtudes e inconvenientes manual básico para no Economistas* (págs. 142-150). Santiago de Chile: RIL editores, 2006.

Calixto Mendoza Roca, O. O. (2015). Contabilidad Financiera para Contaduria y Adminisitración. En O. O. Calixto Mendoza Roca, *Contabilidad Financiera para Contaduria y Adminisitración* (pág. 56). Barranquilla, Colombia: Editorial Universidad del Norte ECOE EDICIONES.

Chaín, N. S. (2011). Proyectos de Inversión -Nassir Sapag Chaín-2 Edición. En N. S. Chaín, *Proyectos de Inversión- Nassir Sapag Chaín-2 Edición* (pág. 410). Santiago de Chile: Pearson Educación de Chile S.A.

Domingo Gomez Orea, M. T. (2013). Evaluación de impacto Ambiental. En M. T. Domingo Gomez Orea, *Evaluación de impacto Ambiental.* Madrid-España: Ediciones Mundiempresa.

Edición, N. S. (2011). Proyectos de Inversión. En N. S. Chain, *Proyectos de Inversión 2 da Edición* (pág. 123). Santiago de Chile: Pearson Educación de Chile S.A.

Ekos, R. (2014). Principales sectores económicos. *Revista Ekos*.

Giorgio Brunetti, U. C. (2004). La librería como negocio Economía y administración. En U. C. Giorgio Brunetti, *La librería como negocio Economía y administración* (págs. 320-353). Mexico D.F.: Impresora y Encuadernadores Progreso de cv, San Lorenzo.

Gomez, H. P. (2006). Fundamentos técnicos de la matemática financiera. En H. P. Gomez, *Fundamentos técnicos de la matemática financiera.* Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Catolica del Perú.

google. (s.f.). *Estudio de demanda y estimación de costos.* Obtenido de Estudio de demanda y Estimación de costos: https://docs.google.com/document/d/1gSe5BHgKx3fQlyoE4kqcbnQU5ScholM3qF7BS7Z

HAROLD KOONTZ Y HEINZ WEIHRICH. (JUNIO de 2016). ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS. *MONOGRAFIAS.COM*, 7.

Horngren, C. T. (2007). Contabilidad de Costos. En C. T. Horngren, *Contabilidad de Costos.* Mexico D.F.: Pearson Educación.

Inen. (2013). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización: www.normalización.gob.ec

INEN. (2013). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de Servicio Ecuatoriano de Normalización: www.normalizacion.gob.ec

Ismael Granados, L. L. (s.f.). Contabilidad Gerencial. En L. L. Ismael Granados, *Contabilidad Gerencial* (págs. 40-43). Bogota: Universidad Nacional de Colombia.

J. Nicolas Marin, E. L. (2014). Evaluación de inversiones estrategicas. En E. L. J. Nicolas Marin, *Evaluación de inversiones estrategicas.* Bogota: Editorial Colombia.

JIMENEZ, R. (2012). REVISTA ECONOMIA Y FINANZAS PARA TODOS. *REVISTA ECONOMIA Y FINANZAS PARA TODOS*.

Jorge Mora Urpi, J. G. (s.f.). Palmito de Pejibaye. En J. G. Jorge Mora Urpi, *Palmito de Pejibaye.* San José - Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

José Antonio Peláez, P. d. (s.f.). Estudios de Impacto Económico. En P. d. José Antonio Peláez, *Estudios de Impacto Económico.* Pricewaterhouse Coopers S.L.

Lawrence J. Gitman & J. Zutter, 2. (2003). Principios de Administracion Financiera Decima Edición. En 2. Lawrence J. Gitman & J. Zutter, *Principios de Administracion Financiera Decima Edición.* Mexico D.F.: Pearson Educación.

López, M. D. (2015). Evaluación de Proyectos para Ingenieros segunda edición. En M. D. López, *Evaluación de Proyectos para Ingenieros segunda edición.* Bogota: ECOE Ediciones.

MARTINEZ, A. (2012). TESIS, PUCE, Quito.

Münch, L. (2010). Administración. En Administración, *Lourdes Münch.* Mexico D.F.: Pearson Educacion.

ONU. (2005). *PONDERACION*.

Osorio. (2012). *exporrtaciones no tradicionales.* Quito.

otros, I. d. (2006). Tesis. Quito, Pichincha, Ecuador: PUCE.

Padilla, M. C. (2013). Formulación y Evaluación de Proyectos. En M. C. Padilla, *Formulación y Evaluación de Proyectos.* Bogota D.C.: Ecoe Ediciones.

Urbina, G. B. (2009). Evaluación de Proyectos Baca Urbina. En G. B. Urbina, *Evaluación de Proyectos Baca Urbina* (pág. 9). Mexico D.F.

Urbina, G. B. (2010). Evaluación de proyectos Estudio de Mercado Gabriel Baca Urbina. En G. B. Urbina, *Evaluación de proyectos Estudio de MErcado* (pág. 78). Mexico D.F.

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

NETGRAFIA

Economia. (2016). *Economia*. Obtenido de Economia: http://www.economia.com.mx/ >Indicadores Económicos>Inflación>r.

Ecuador, B. C. (2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador: http://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/310-producto-interno-bruto

cifras, E. e. (2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en cifras: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/poblacion-y-migracion/

Dictionaries, L. (junio de 2017). *http://es.thefreedictionary.com/poblaci%c3%b3n*. Obtenido de http://es.thefreedictionary.com/poblaci%c3%b3n: población

Ecuador, A. N. (2016). *Asamblea Nacional del Ecuador*. Obtenido de Asamblea Nacional del Ecuador: http://www.asambleanacional.gob.ec/es/blogs/jupiter-andrade/43989-ley-organica-de-solidaridad-y

Ecuador, F. (s.f.). *Foros Ecuador*. Obtenido de htpps://www.forosecuador.ec/forun/ecuador/tramites/.

García Batista, D. (2010). *http://www.eumed.net.libros-gratis/2010f/852/TECNICA%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm*. Obtenido de http://www.eumed.net.libros-gratis/2010f/852/TECNICA%20DE%20RECOLECCION%20DE%20INFORMACION.htm: http://www.eumed.net/libros-gratis/2010f/852/index.htm

Instituto Nacional de Estadisticas y Censos. (Octubre de 2007). *Población Económicamente Activa (PEA)*. Obtenido de http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp_T01.htm

Thompson, I. (marzo de 2017). *https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentación-del-mercado.htm*. Obtenido de https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentación-del-mercado.htm: https://www.promonegocios.net

Share, S. (2016). *Slide Share definición*. Obtenido de Slide Share definición: https://www.slideshare.net

Pérez Porto, J., & Gardey , A. (2009). *http://definicion.de/oferta/*. Obtenido de http://definicion.de/oferta/: http://definicion.de/oferta/

Wikipedia. (2016). *Wikipedia*. Obtenido de Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/bactris_gasipaes

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: Tesis Peach Palm Chonta en almíbar de Marizol Solórzano Apa sara e APA.pdf (D30323411)
Submitted: 2017-09-01 02:04:00
Submitted By: marizolso@hotmail.com
Significance: 6 %

Sources included in the report:

TESIS 19-FEB.doc (D10066496)
Joan Gabriel Lara Ramos.docx (D19715026)
CHAMORRO CHAMORRO MAYRA ALEJANDRA.docx (D30299564)
WILLIAM ANDRES CAICEDO MALDONADO.docx (D19872924)
WILLIAM ANDRES CAICEDO MALDONADO.docx (D19849529)
Rev.-Borrador-Final-20-mar-2017-APA12-Recuperado199.docx (D26626557)
urkund_cisneros_doriz_banca_2016.docx (D23253092)
http://docplayer.es/7916015-Universidad-tecnica-de-cotopaxi.html
https://www.slideshare.net/jesusisraelp/anlisis-de-la-oferta-27868722
http://proyectos.ingenotas.com/2014/01/calculo-de-la-demanda-potencial.html
https://docs.google.com/document/d/1gSe5BHgKx3fQLYoE4kqcbnQL5SChoM3qF7BS7Zfnkec/edit?_escaped_fragment_=
http://www.dspace.cordillera.edu.ec/bitstream/123456789/2374/1/IPR-16-16-0919969527.pdf
http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/3772/1/T-ESPEL-0415.pdf
http://repositorio.uisek.edu.ec/bitstream/123456789/1206/1/TESIS%20ILALO%20ADVENTURE%20ADRIANA%20ESPINOSA.pdf
https://www.slideshare.net/enmelysjimenez/anlisis-de-la-demanda-y-la-oferta
http://es.thefreedictionary.com/poblaci%C3%B3n
http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/Empleo/ficemp_T01.htm
http://definicion.de/oferta/

Instances where selected sources appear:

34