



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

TEMA:

**“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN
DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE
ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”**

Previa la obtención del título:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

AUTOR

Zuleta Camacho Jairo Alexander

TUTOR

Ing. Angélica Aldaz

QUITO-ECUADOR

“2016-2017”



DECLARATORIA

Declaro que toda la información expuesta en este proyecto es auténtica, y debidamente tratada e investigada, con reconocimiento en citas textuales aquellos argumentos utilizados en concordancia al énfasis del proyecto, respetando las disposiciones ante la ley en protección a los derechos de autor vigentes.

ZULETA CAMACHO ALEXANDER

CI: 1724478670



LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Zuleta Camacho Jairo Alexander** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. **172447867-0** de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE**

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017” con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

FIRMA

NOMBRE

CEDULA

Quito, a los



DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres y a mi hermano, como ejemplo de que rendirse no es una opción, que el éxito es el nombre que le damos a la perseverancia, y que el miedo es solo un noble sentimiento del cual todos sentimos, pero que los vencedores lo tomamos como impulso, que la vida es la misma para todos, pero pocos sabrán gozarla y sacar lo mejor de ella hasta en los peores momentos, y que prefiero morir mil veces loco por conseguir mis sueños, que morir cuerdo y conformista, mi mayor de dedicatoria es Dios.



AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser primero en mi vida. Le agradezco por la fortaleza y valentía que me ha brindado en el cumplimiento de mis metas y objetivos. Mis padres, por las enseñanzas de perseverancia y grandes valores que me alimentan y motivan a la hora de luchar por ser mejor, por la sabiduría de predicar con el ejemplo, y por el cariño y amor que se siente con un abrazo fraternal de un ser amado.



Índice

CAPITULO I	15
1. Introducción.....	15
1.01 . Justificación	17
1.02 Antecedentes.....	19
CAPITULO II	20
2. Análisis Situacional.....	20
2.1. Análisis Externo.....	21
2.1.1 Entorno económico.....	21
2.2. Entorno Local	38
2.02.01.02. Clientes Externos.....	40
2.2.2. Proveedores	40
2.2.3. Competidores.....	41
2.2.3.1. Competencia Directa.....	41
2.2.3.2. Competencia Indirecta	42
2.3.1. Propuesta Estratégica.....	43
2.3.1.1. Misión	43
2.03.01.03.01.Objetivo General.....	44
2.03.01.03.Valores	44
2.03.01.03.04.Principios	45
2.3.2. Gestión Administrativa.....	46
2.3.3. Gestión Operativa	47
2.3.4. Gestión Comercial	48
2.04. Análisis Foda	51
CAPÍTULO III	53
3. Estudio De Mercado	53
3.1.1. El Servicio	53
3.1.1.1. Características Del Endulzante En Base A Miel De Abeja Deshidratada. 54	
3.2. Análisis Del Consumidor.....	54
3.2.1. Determinación De La Población Y Muestra.....	54
3.2.1.1. Población.....	55
3.2.1.2. Muestra.....	55
3.2.1.3. Técnicas De La Obtención De La Información.....	56
3.02.02. Resultados De La Encuesta (Análisis).....	61
3.3. Demanda.....	76
3.3.1. Demanda Histórica	76
3.3.2. Demanda Actual	77
3.3.3. Demanda Proyectada	78



3.4.	Oferta	78
3.4.1.	Oferta Histórica	79
3.4.2.	Oferta Actual	79
3.4.3.	Oferta Proyectada	79
3.5.	Balance Oferta-Demanda	80
3.5.1.	Balance Actual.....	80
3.5.2.	Balance Proyectado	81
CAPÍTULO IV		82
4.	Estudio Técnico.....	82
4.1.	Tamaño Del Proyecto	82
4.1.2.	Capacidad Instalada.....	82
4.1.3.	Capacidad Optima	83
4.2.	Localización.....	84
4.2.1.	Macro-Localización.....	84
4.2.2.	Micro –Localización	85
4.3.	Ingeniería Del Producto.....	87
4.3.1.	Definición Del Bien Y Servicio.....	87
4.3.2.	Distribución De Planta.....	88
4.3.3.	Proceso Productivo	92
4.3.4.	Determinación De Maquinaria Y Equipos	93
CAPÍTULO V		96
2.	Estudio Financiero.....	96
5.1.	Ingresos Operacionales Y No Operacionales	96
5.1.1.	Ingresos Operacionales.....	96
5.1.2.	Ingresos No Operacionales	98
5.2.	Costos	99
5.2.2.	Gastos Administrativos.....	101
5.2.3.	Gasto De Venta.....	103
5.2.4.	Gastos Financieros.....	103
5.2.5.	Costos Fijos Y Costos Variables	104
5.3.	Inversiones Del Proyecto.....	105
5.3.1.	Inversión Fija.....	105
5.3.2.	Activos Fijos.....	106
	Capital De Trabajo.....	107
5.3.3.	Fuentes De Financiamiento Y Uso De Fondos	109
5.3.4.	Amortización De Los Financiamientos (Tabla De Amortización). 109	
5.3.5.	Depreciaciones (Tabla De Depreciación).....	112
5.3.7.	Estado De Situación Inicial	115



5.3.8.	Estado De Resultados Proyectado (5 Años).....	115
5.3.9.	Flujo De Caja.....	117
5.4.	Evaluación.....	118
5.4.1.	Tasa De Descuento.....	118
5.04.02.	VAN.....	119
5.04.03.	TIR.....	119
5.4.4.	PRI (Periodo De Recuperación De La Inversión).....	120
5.4.5.	RBC (Relación Costo Beneficio).....	121
5.4.6.	Punto De Equilibrio.....	121
5.4.7.	Análisis De Índices Financieros.....	125
5.04.07.01.	Rentabilidad Del Patrimonio (ROE).....	125
5.04.07.02.	Rentabilidad Del Activo (ROA).....	126
5.04.07.03.	Rentabilidad De La Inversión (ROI).....	127
CAPÍTULO VI EVALUACIÓN AMBIENTAL.....		128
6.1.	Impacto Ambiental.....	128
6.2.	Impacto Económico.....	130
6.3.	Impacto Productivo.....	130
6.4.	Impacto Social.....	131
CAPÍTULO VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		131
7.1.	Conclusiones.....	131
7.2.	Recomendaciones.....	132
Bibliografía.....		136

Tabla: 1 Tasas de inflación anual.....	21
Tabla: 2 Tasas de interés activas y pasivas.....	25
Tabla: 3 Producto Interno Bruto.....	27
Tabla: 4 PIB per cápita Ecuador.....	28
Tabla: 5 Balanza Comercial.....	32
Tabla: 6 Puntos de Riesgo País.....	33
Tabla: 7 Matriz FODA de Oportunidades y amenazas.....	52
Tabla: 8 Matriz FODA fortalezas y debilidades.....	53
Tabla: 9 Rangos de Edades.....	65
Tabla: 10 Endulzantes favoritos.....	67
Tabla: 11 Razones de selección.....	68
Tabla: 12 Miel en polvo.....	69
Tabla: 13 Aceptación del proyecto.....	70
Tabla: 14 Frecuencia de compra.....	71
Tabla: 15 Análisis de precios y cantidades.....	74
Tabla: 16 Mercado disponible.....	75
Tabla: 17 Recomendación del producto.....	76



Tabla: 18 Cualidades favoritas en los quiteños.....	77
Tabla: 19 Demanda proyectada.....	80
Tabla: 20 Demanda proyectada.....	81
Tabla: 21 Oferta proyectada.....	82
Tabla: 22 Balance oferta-demanda.....	83
Tabla: 23 Balance proyectado.....	83
Tabla: 24 Capacidad del proyecto.....	86
Tabla: 25 Capacidad optima.....	87
Tabla: 26 Macro localización.....	88
Tabla: 27 Matriz de localización Óptima.....	90
Tabla: 28 Dimensiones de la empresa.....	93
Tabla: 29 Códigos de cercanía.....	93
Tabla: 30 Razones de cercanía.....	93
Tabla: 31 proveedores.....	98
Tabla: 32 Ingresos operacionales.....	101
Tabla: 33 Proyección de ingresos operacionales.....	101
Tabla: 34 Ingresos no operacionales.....	102
Tabla: 35 Proyección de ingresos no operacionales.....	102
Tabla: 36 Materia prima.....	103
Tabla: 37 Mano de obra directa.....	104
Tabla: 38 Costos Indirectos de Fabricación.....	104
Tabla: 39 Gastos administrativos.....	106
Tabla: 40 Otros gastos administrativos.....	106
Tabla: 41 Gastos de venta.....	107
Tabla: 42 Gastos financieros.....	107
Tabla: 43 Pago del préstamo.....	108
Tabla: 44 Costos fijos y variables.....	108
Tabla: 45 Activos fijos.....	111
Tabla: 46 Activos nominales.....	112
Tabla: 47 Capital de trabajo.....	113
Tabla: 48 Financiamiento.....	114
Tabla: 49 Tabla de amortización.....	115
Tabla: 50 Depreciación.....	117
Tabla: 51 Proyección de costos de producción.....	118
Tabla: 52 Proyección de costos de producción.....	118
Tabla: 53 Estado de situación inicial.....	119
Tabla: 54 Estado de resultado proyectado.....	120
Tabla: 55 Flujo de caja.....	121
Tabla: 56 TMAR.....	122
Tabla: 57 VAN.....	123
Tabla: 58 TIR.....	124
Tabla: 59 Periodo de recuperación de la Inversión.....	125
Tabla: 60 Relación costo beneficio.....	125



Gráfico 1 Tasas de Inflación Anual.....	22
Gráfico 2 Tasas de Inflación Anual.....	22
Gráfico 3 Organigrama Estructural.....	47
Gráfico 4 Logotipo de la Empresa.....	50
Gráfico 5 Tarjeta de Presentación Delantera.....	51
Gráfico 6 Tarjeta de Presentación Posterior.....	51
Gráfico 7 Género Porcentual.....	63
Gráfico 8 Rango de Edades Porcentuales.....	66
Gráfico 9 Endulzantes Favoritos Porcentuales.....	67
Gráfico 10 Razón de Selección.....	68
Gráfico 11 Miel en Polvo Porcentual.....	69
Gráfico 12 Aceptación del Proyecto Porcentual.....	70
Gráfico 13 Frecuencia de Compra Porcentual.....	71
Gráfico 14 Aceptación de Mercado Disponible.....	75
Gráfico 15 Recomendación del Producto.....	76
Gráfico 16 Cualidades Favoritas en los Quiteños.....	77
Gráfico 17 Macro Localización.....	88
Gráfico 18 Micro Localización.....	89
Gráfico 19 Distribución de la Planta.....	95
Gráfico 20 Deshidratador por Aspersión (Spray Drying).....	98
Gráfico 21 Empaquetadora.....	99
Gráfico 22 Semáforo Nutricional.....	105
Ilustración 1 Matriz Triangular.....	94
Ilustración 2 Punto De Equilibrio Miel En Polvo.....	127
Ilustración 3 Punto De Equilibrio Tranf Miel.....	128



Resumen Ejecutivo

“NOVAMIEL” será la primera empresa en el país dedicada a la transformación de la miel de abeja, y su creación tiene por objetivo mejorar la salud de la población quiteña, en base a sus costumbres alimenticias enfocándose en la nutrición, y sustitución de diferentes tipos de endulzantes por la miel, la creación de esta empresa propone una solución a dos problemas diferentes,

El primero es que en el Ecuador la diabetes es la primera causa de muerte, solo en el 2013 se registraron 63.104 muertes, las principales causas de muerte son la Diabetes mellitus y enfermedades hipertensivas, según la información del Anuario de Nacimientos y Defunciones publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Estos datos alarmantes son expuestos por una mala e incorrecta alimentación, pues no estamos nutriendo nuestros cuerpos correctamente, consumimos endulzantes y azúcares que lo único que traen a nuestro cuerpo es calorías huecas y malélicas a nuestra salud, pues están refinados químicamente en conservantes para alargar su utilidad, y lo que es peor aún, esta enfermedad está atacando a los niños, y desde muy temprana edad tienen diabetes tipo dos, y en algunos casos ya tienen problemas cardiacos.

El segundo problema a tratar, es la forma de comercializar la miel, la más común que conocemos es la del apicultor llevando sus frascos de vidrio en una canasta y caminando por las calles de Quito, con su peculiar grito “MIEL FRESCA Y PURA”, o

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



en lo mejor de los casos la vemos en una vitrina de algún almacén esperando a ser comprada,

La demanda por el consumo de la miel de abeja lamentablemente es baja, pues en comparación con otros endulzantes es más económico comprar una libra de azúcar que un frasco de miel, cabe mencionar que el azúcar es mucho más efectiva y rápida en disolución, pues la miel es mucho más espesa y viscosa y demora mucho más en su absorción,

Un dato interesante es que la miel conservara sus nutrientes por aproximadamente 2 años, pero cerca de las 4 semanas de haber sido extraída del panal se solidifica y endurece cambiando por completo su textura,

Es un problema para el apicultor tratar de vender ahora la miel dura y sólida, pues si no se vendía con mucha frecuencia la miel fresca, pues aun peor la miel en su estado sólido, pero los apicultores tienen un secreto para esto,

Lo que ellos necesitan es vender, pero quien querría comprar miel dura, en tones la hierven a grandes temperaturas ocasionando que se pierdan todos los nutrientes y mezclándola con otros endulzantes o hasta con agua, para que se conserve en estado líquido, y vendiendo solo calorías huecas sin ningún valor alimenticio y regresando al primer problema.

“NOVAMIEL” en respuesta a estas dos problemáticas concluyo en una solución directa, la cual es disecar la miel, es decir, la hacemos polvo o cristal, logrando de esa manera que se facilite su absorción en diferentes alimentos y bebidas, también que conserve todos sus nutrientes por mucho más tiempo, logrando así entrar a una



competencia directa con los demás tipos de endulzantes variados que existen en el mercado, pero con la gran diferencia del beneficio de la nutrición, y salud preventiva que ofrece nuestro producto.



CAPITULO I

2. Introducción

La miel de abeja es un producto que se obtiene a base de la excreción del propio insecto volador mencionado, que se alimentan absorbiendo el néctar de las flores o plantas, la práctica de recolección y extracción de esta miel se la conoce como apicultura, la cual se viene practicando desde tiempos inmemoriales, la humanidad conoce los grandes beneficios alimenticios que posee este alimento, “sus vitaminas A, C, D, B1, B2, B3, B5 y B6; en minerales y oligoelementos como el cobre, magnesio, hierro, fósforo, potasio, azufre, calcio, sodio y manganeso. Además, también aporta ácidos orgánicos como el ácido acético y el ácido cítrico.” (Naturesan.Net, Autor: Christian Pérez), “Se ha demostrado que la miel sirve como una fuente natural de antioxidantes, los cuales son efectivos para reducir el riesgo de enfermedades del corazón, sistema inmune, cataratas y diferentes procesos inflamatorios. “ (Revista Fuente, Pag 2, Año 2010, Autor: Dr. José Armando Ulloa, Dr. Pedro M. Mondragón Cortez). A parte de tener un delicioso y dulce sabor, una espesa y viscosa textura, también es muy nutritivo y bueno para nuestra salud. En el Ecuador esta práctica va tomando mucha fuerza, pues somos un país rico en flora, lo que nos beneficia y ocasiona que podemos generar y extraer mieles de distintos tipos, sabores y colores. Pues existe un sabor diferente y un fin distinto para cada tipo de miel como la miel de eucalipto que es excelente para la garganta, la miel de pino, que es muy buena para los bronquios, la de trébol blanco, que sirve como calmante para el corazón, así existen



diversidades de mieles, y cada fin es distinto.

Por ser un país muy abundante en flora, podríamos ubicarnos en uno de los principales países de exportación de miel como lo es argentina, y aun así tenemos mucha más riqueza natural que ese país gracias a nuestra biodiversidad.



2.1. Justificación

Tenemos que mejorar nuestros hábitos alimenticios, y la miel de abeja es un gran sustituto del azúcar. Pero entonces si sabemos que existe este producto, la gran pregunta es porque no la sustituimos y utilizamos en nuestros alimentos, pues tiene menos calorías que el azúcar, y es rica en vitaminas, proteínas y minerales

El objetivo de este proyecto se basa en la transformación de la miel y hacerla soluble, es decir, secar o cristalizar la miel de abeja, cuando se la transforma conserva todos sus nutrientes por mucho más tiempo, y obtenemos mejor absorción de la miel en los alimentos y bebidas, y no solo podremos utilizarla para el consumo mismo, sino también para la elaboración de diferentes productos encaminados con el miel de abeja, como pueden ser shampoos, jabones, o hasta crema para la piel, pues la miel ayuda a la recuperación celular del cuerpo, tanto así que es un excelente aliado en la prevención del cáncer.

“NOVAMIEL”, también ha pensado en los diferentes efectos indirectos que puede conllevar la creación de este proyecto, y en su mayoría son altamente beneficiosos, y recalando.

Que para una producción más abundante de la materia prima que es la miel, será necesario más obreras es decir más abejas, lo que traerá un beneficio enorme a nuestro ecosistema, pues el trabajo natural e indirecto de las abejas es la polinización, que se lleva a cabo cuando la abeja se posa en una flor para alimentarse de néctar, rociándose



Del polen de la planta el cual es transportado por la abeja a la siguiente flor, logrando así la reproducción de la planta y estimulación el crecimiento especialmente de nuestra flora, y consecutivamente la fauna.

Otro gran efecto que conllevara este proyecto, será el impulso económico que tendrá el sector de la apicultura, pues el éxito de cualquier producto no es tanto el mismo producto en sí, sino más bien el método de distribución que este necesita para poder estar a disposición del consumidor cuando este lo requiera, En su mayoría el apicultor posee de dos a tres trabajos para poder conllevar sus gastos de vida, pues el negocio de la miel lo ayuda financieramente en momentos de necesidad, pero este no es su principal fuente de ingresos,

El plan es que el apicultor se transforme en nuestro proveedor directo y socio, para no ser los únicos que comercialicemos el producto, sino que el también se beneficie de esta innovación, y mediante acuerdos para que esta vez ya no solo venda o comercialice miel de abeja en frascos, sino que también pueda ofrecer nuestro producto y una alternativa más favorable y complaciente para el consumidor.



1.02. Antecedentes

En la antigüedad desde la época de los antiguos faraones egipcios se utilizaba la miel, existen evidencias de los antiguos murales y pinturas rupestres de hace más de 7,000 años A.C. del lenguaje en rasgos, que más que todo la miel de abeja era un importante manjar que se creía que eran lagrimas del Dios Ra, según los papiros encontrados de Tevas escritos hace más de 1870 A.C. se criaba a los niños con la miel, pues entendían y conocían las propiedades de este alimento.



CAPITULO II

2. Análisis situacional.

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos, mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno.”

(Salgado, 2010)

El análisis situacional es todo lo referente a lo interno y externo que afecte a la empresa, lo que se pueda o salga de su control, como las leyes, los clientes, los proveedores, para poder entender las fortalezas y debilidades de nuestro proyecto es necesario un análisis FODA, el cual nos ayudara a determinar las debilidades y fortalezas, las oportunidades y ventajas.



2.1. Análisis externo

NOVAMIEL, es un proyecto que está inmerso en grandes oportunidades y amenazas, todo dependerá de los diferentes factores socio-económicos del país, lo cual podremos definir sus fortalezas y debilidades que tiene este proyecto.

2.1.1 Entorno económico

2.1.1.1. *Inflación*

Tabla: 1 Tasas de inflación anual

TABLA DE INFLACIO	
2007 A 2013	
AÑO	%
2007	3,32
2008	8,83
2009	4,31
2010	3,33
2011	5,41
2012	4,16
2013	5,22
2014	3,67
2015	3,38
2016	1,12
2017	0.90

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Jairo Zuleta

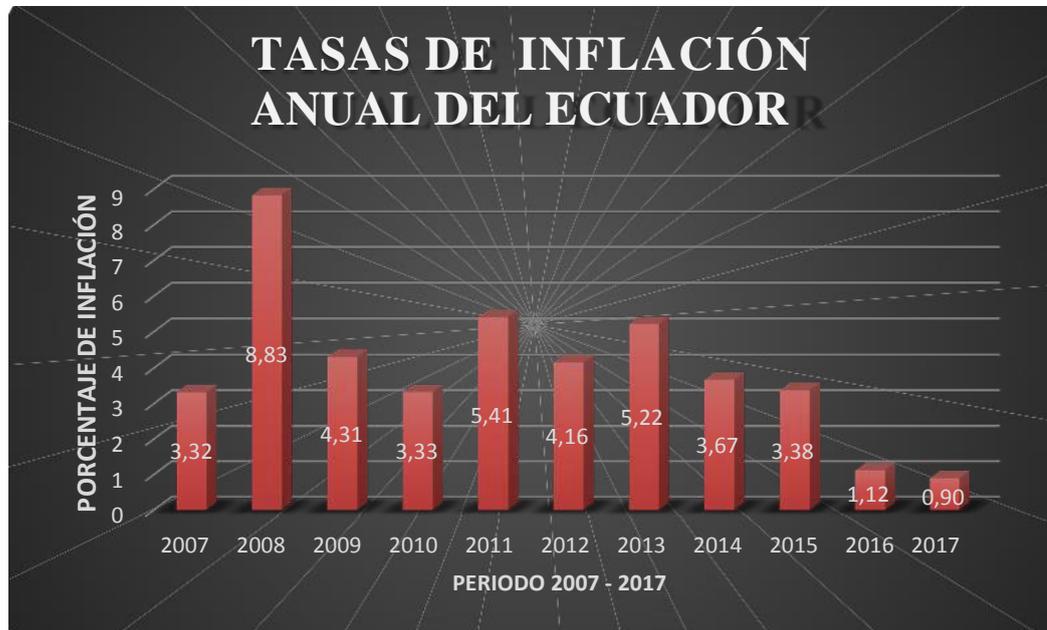


Grafico 2 Tasas de inflación anual

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Jairo Zuleta

La inflación que hemos visto y tenido a lo largo del 2007 hasta el 2016, han sido muy variadas, y a lo largo de este periodo la inflación más alta es la del año 2008 con un 8,83%, pero se va evidenciando una mejoría en los últimos 3 años.

Pues en el 2014 con una inflación del 3,67%, y un descenso notable en el 2015 de 3,38%, y es admirable lo que ha hecho el actual y saliente gobierno del presidente Rafael Correa, pues en el 2016 era más claro que íbamos hacia una inflación acelerada, pero se mantuvo estable y no se elevó más que un 1,12%, que en comparación con el año 2015 incluso es un descenso de la inflación.

Esto se obtuvo gracias a leyes proteccionistas, pues en la crisis que estamos atravesando no era prudente sacar el dólar de nuestro país, pues no es una

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



moneda propia. Lo cual eso también ayudo bastante en cuestión de mantener la estabilidad y no dejarnos perecer financieramente hablando,

Sin embargo, para este 2017 se predice que la inflación sea menos galopante con tan solo 0.90%.

2.1.1.2. Tasas de interés

Es el precio del dinero que tenemos que cancelar al pedir un préstamo después de un periodo de tiempo acordado, también podemos decir que es el valor que se cobra por encima del monto estipulado, en concepto de préstamo de capitales o fondos.

Una forma más profunda de entenderlo es, el destinatario pide prestado una suma de dinero por un tiempo acordado, pero paga un poco más del monto requerido al finalizar el periodo, debido a que el emisor no podrá disponer de esa suma mientras que el destinatario le cancele en su totalidad la deuda pactada.

2.1.1.2.1 Tasas de interés activa

“Es la tasa que cobran las entidades financieras por los préstamos otorgados a las personas naturales o empresas.

La tasa activa o de colocación debe ser mayor a la tasa pasiva o de captación, con el fin que las entidades financieras puedan cubrir los costos



administrativos y dejar una utilidad. La diferencia entre la tasa activa y la pasiva se le conoce con el nombre de margen de intermediación.”

(coltefinanciera, 2016)

2.1.1.2.2. Tasas de interés pasiva

Las entidades financieras logran captar dinero pagando un interés a los propietarios y dueños de un capital, y lo hacen mediante cuentas de reserva que motivan al cliente a depositar más dinero y crear una cultura en base del ahorro.

Existen más herramientas financieras con el fin de incrementar el número de la clientela de un banco, como es los depósitos a plazo fijo, donde no puedes retirar tu dinero solo incrementarlo, con el fin de que pasado un lapso de tiempo puedas sacarlo más una suma de un interés ganado.

Análisis

Las entidades financieras crean estas herramientas con el fin de recaudar más capital y posteriormente invertirlo, así poder lograr sus proyectos y posteriores préstamos a los mismos usuarios. Mas una suma del equivalente a la multiplicación de la tasa del interés activo, lo cual es la ganancia de la entidad.

Tabla: 2 Tasas de interés activas y pasivas

1 TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anua 	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anua
para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	8.68	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.54	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.30	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.94	Consumo	16.30
Vivienda	10.38	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	23.11	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.37	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	29.04	Microcrédito Minorista	30.50
2 TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anua 	Tasas Referenciales	% anua
Depósitos a plazo	4.28	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.85	Depósitos de Tarjetahabientes	0.58
Operaciones de Reporto	0.32		
3 TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anua 	Tasas Referenciales	% anua
Plazo 30-60	3.41	Plazo 121-180	5.17
Plazo 61-90	3.69	Plazo 181-360	5.74
Plazo 91-120	4.44	Plazo 361 y más	6.48

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Jairo Zuleta



“Área del Desarrollo Productivo y Empresarial es generar y difundir análisis y propuestas de políticas sobre la estructura y dinámica de los sistemas de producción e innovación a nivel microeconómico y sectorial y sus determinantes, prestando atención a sus impactos económicos, sociales y ambientales.

Evalúa y genera propuestas de políticas públicas para el cambio de la estructura productiva de los sectores agrícola, industrial y de servicios, promoviendo el intercambio de experiencias; presta asistencia técnica y apoya el desarrollo de capacidades de actores económicos relevantes en la región.”(Cepal, 2017)

Análisis

El proyecto está ubicado en el área de desarrollo productivo y empresarial, con una tasa activa efectiva referencial del 9,54% anual, y una tasa activa efectiva máxima del 10,21% anual, lo que hace viable a un préstamo.

Tomando en cuenta la proyección de la inflación venidera para este 2017 con una elevación del 1.26% en comparación con el 2016, Se tomó la decisión de recurrir a un apalancamiento por el hecho de minimizar el riesgo, pues la inestabilidad económica en la que estamos no es tan favorable para arriesgarnos a perder todo el capital, logrando así que el riesgo lo asuma el banco.



2.1.1.3 *Producto Interno Bruto*

“La medida más común para medir el desempeño económico de una nación en el Producto Interno Bruto (PIB), que es el valor de todos los bienes y servicios finales producidos en una nación durante un periodo, generalmente un año”

(biblio, 2011, pág. 5)

Tabla: 3 Producto Interno Bruto

Evolución del PIB	
AÑO	PORCENTAJE
2017	1.42%
2016	-1.7%
2015	3,90%
2014	3,70%
2013	3.98%
2012	5.10%
2011	7.80%
2010	3.00%
2009	0.60%
2008	6.40%
2007	2.20%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Jairo Zuleta



“El Banco Central del Ecuador considera que Ecuador crecerá 1,42% del Producto Interno Bruto (PIB) en el 2017. Así lo aseguró Madeleine Abarca, flamante gerente de la entidad.”

(universo, 2016, pág. 3)

2.1.1.2.1 PIB per cápita

Es un indicador económico que nos muestra el nivel de riqueza o bienestar que posee ese país o sector, y la forma de obtenerlo es en la división de Producto Interno Bruto (PIB), y el número de habitantes.

Tabla: 4 PIB per cápita Ecuador

Evolución anual PIB per cápita Ecuador	
Fecha	PIB Per Cápita
2017	5.996.2
2016	6.196
2015	4.298
2014	4.353
2013	4.253
2012	4.130

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Jairo Zuleta



Análisis

Este indicador, el cual nos muestra el crecimiento económico, y el desarrollo en bienestar social, y se lo obtiene en la división del PIB, entre el número de la población del país.

Se ha podido apreciar un descenso en la tabla 4 del PIB Per Cápita, siendo proporcional a la disminución del PIB,

Fórmula para calcular el PIB PER CÁPITA.

PIB PER CÁPITA= $\frac{\text{PIB ANUAL}}{\text{NÚMERO DE HABITANTES}}$.

NÚMERO DE HABITANTES



2.1.1.4 Balanza Comercial

“Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.”(Salgado, 2010)

Análisis

La balanza comercial no es más que la diferencia entre importaciones y exportaciones en un periodo determinado, cuando la balanza es negativa y las importaciones fueron mayores que las exportaciones, se lo conoce como déficit, y viceversa cuando las exportaciones son mayores que las importaciones se lo conocen como superávit.

Se llama balanza comercial porque cuando se obtiene una igualdad entre exportaciones e importaciones podemos decir que ese país tiene un comercio equilibrado.



2.1.1.4.1. Importaciones

Son todos los bienes y servicios que compramos o adquirimos de algún país, ya sea para fines de producción o consumo interno,

2.1.1.4.2. Exportaciones

Son todos los bienes y servicios de producción nacional que son comprados o recibidos por algún otro país, cuando es mayor la exportación que la importación, esto genera más ingresos al sector,

Tabla: 5 Balanza Comercial

Período	BALAN			TASAS DE CRECIMIENTO		ÍNDICE DE COBERTURA
	Total	Petrolera	No petrolera	Exportaciones	Importaciones	
2011	-829,5	7.858,30 0	-8.687,80 0	27,6	18,9	96,4
2012	-440,6	8.350,70 0	-8.791,30 0	6,5	4,6	98,2
2013	- 1.075,00	8.237,40 0	-9.312,40 0	4,1	6,7	95,8
2014	-723,2	6.917,10 0	-7.640,20 0	3,9	2,4	97,3
2015	- 2.129,60	2.757,00 0	-4.886,60 0	-28,7	-22,6	89,6

Fuente: Banco Central del Ecuador

Autor: Jairo Zuleta

2.1.1.5. Riesgo País.

“El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado a la académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice o como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.” (Banco Central del Ecuador, 2016)



Tabla: 6 Puntos de Riesgo País

Puntos Riesgo País	
FECHA	VALOR
Enero-16-2017	610.00
Enero-15-2017	610.00
Enero-14-2017	610.00
Enero-13-2017	610.00
Enero-12-2017	614.00
Enero-11-2017	615.00
Enero-10-2017	608.00
Enero-09-2017	595.00
Enero-08-2017	601.00
Enero-07-2017	601.00
Enero-06-2017	601.00
Enero-05-2017	609.00
Enero-04-2017	614.00
Enero-03-2017	639.00

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



Enero-02-2017	647.00
Enero-01-2017	647.00
Diciembre-31-2016	647.00
Diciembre-30-2016	647.00
Diciembre-29-2016	636.00
Diciembre-28-2016	631.00
Diciembre-27-2016	632.00
Diciembre-26-2016	650.00
Diciembre-25-2016	650.00
Diciembre-24-2016	650.00
Diciembre-23-2016	650.00
Diciembre-22-2016	636.00
Diciembre-21-2016	656.00
Diciembre-20-2016	656.00
Diciembre-19-2016	664.00
Diciembre-18-2016	662.00

Fuente: Banco Central del Ecuador
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

Los puntos de riesgo país son implementados para observar y tomar decisiones en cuanto al tono político económico de una nación, nos ayudan a entender las

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



posibilidades económicas y crediticias, También podemos decir que es la capacidad de cumplir o incumplir con los pagos que puede conllevar un país.

Y sirven para adquirir préstamos o créditos extranjeros, pues si un país solicita un préstamo a otro, este tendrá que analizar si sus políticas monetarias, económicas, fiscales, entre otras de fuerza mayor, que no serán un impedimento para la cancelación de su deuda externa.

La variación que se ha presentado en el Ecuador desde diciembre del 2016, hasta enero 16 del 2017, ha sido de menos 52 puntos de riesgo país, lo que nos muestra de que va mejorando, pero aún estamos en un riesgo elevado de 610 puntos, lo que continúa siendo riesgoso.

2.1.2. Entorno Político Social.

“Entorno Político y Social analiza el sentido y la justificación social de la empresa, definiendo sus derechos, obligaciones y fines. Concibe la acción del director como un quehacer de naturaleza política, en el sentido de un arte que propone hacer las cosas justas y eficaces en la organización y su entorno.

El área elabora escenarios de futuro que, fundados en la realidad política y social cotidiana, llevan a los empresarios a lograr un sano equilibrio en las influencias mutuas entre el entorno y la empresa.”(Ipade, 2016)



2.1.3. Entorno Legal

Un análisis profundo en cuanto al funcionamiento del proyecto de NOVAMIEL, y todos los requerimientos necesarios para su correcto funcionamiento, en cuanto a las leyes fiscales, normativas reglamentarias, permisos y licencias, los cuales serán básicos en su adquisición para un funcionamiento adecuado.

El proyecto de Novamiel estará representado por Zuleta Camacho Jairo Alexander como persona natural no obligado a llevar contabilidad.

Y para poder realizar la actividad económica en el Ecuador procederemos a conseguir el RUC, respetando la ley y la política tributaria

“Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.” (Ley del registro único de contribuyentes, art- 3)



Requisitos para la obtención del RUC (SRI)

PERSONAS NATURALES

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Requisitos para sacar la patente:

- Formulario de inscripción de patente.
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado 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 ser persona jurídica.
- Copia de Escritura de Constitución en caso de Personas jurídicas
- Si el trámite lo realiza una tercera persona:

Carta simple de autorización del Contribuyente o Representante Legal en caso de ser persona jurídica.



- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la persona que retira la clave.
- En caso de Persona Jurídica, copia del nombramiento vigente del representante legal.

Requisitos adicionales:

- Copia de la licencia de conducir categoría profesional (En el caso de que realice actividades de transporte).
- En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS.
- En caso de artesanos, copia de la calificación artesanal vigente.

“El permiso de Bomberos en la ciudad de Quito se emite a todo local previo a la aprobación de su funcionamiento. Se otorga de acuerdo según el tipo de actividad y riesgo:

Tipo A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.”(Bomberos Quito, 2016)

Requisitos para sacar el permiso de bomberos

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC; y
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

2.1.4. Entorno Tecnológico.

La tecnología ayuda al desarrollo óptimo de la empresa, maquinaria de punta no es necesariamente lo más actual hasta el momento, más bien lo que la empresa necesita para cumplir su labor en óptimas condiciones, es decir la transformación de la miel natural,

Para esto necesitaremos la maquinaria llamada Spray Drying, la cual es un deshidratador, necesario para llevar a cabo nuestros objetivos.

2.2. Entorno local.

Tenemos el sector previamente seleccionado a ubicarse y funcionar, fue analizado por varias razones, una de ellas son las vías de acceso que este dispone, pues una parte del proyecto es el impulso económico y aportación en sector productivo de la apicultura, y las vías de acceso serán claves para el recibimiento de la materia prima de los mismos apicultores.



El sector pre seleccionado es en el barrio de Carcelén industrial, pues tiene una ventaja, la cual se avecina con el terminal terrestre de Quito, y es un punto clave para el recibimiento de la materia prima de diferentes provincias del país,

Implementamos también un sector opcional el cual sale del Distrito metropolitano de Quito y es el sector de la parroquia de Pomasqui, ofrece servicios básicos y densidad poblacional, es decir existe mercado desde el cual podremos implementar y hacer conocer el proyecto, ya que también cuenta con vías de acceso.

2.2.1. Clientes

Son aquellas personas que reciben los productos y servicios entregados por parte de Novamiel, a cambio de un valor monetario o costo de los mismos, se los puede llamar compradores, y son aquellos por cuales es la razón de ser de este proyecto, en beneficio de su salud y bienestar personal.

2.2.1.1. Clientes Internos

“El cliente interno es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada por una red interna de proveedores y clientes. Yo soy proveedor de quien recibe el producto de mi trabajo, y cliente de quien me hace llegar el resultado del suyo.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



Toda persona interviene en un proceso generador de resultados (productos o servicios), que son entregados a un cliente. Si éste se encuentra en la misma organización (cliente interno), utilizará los productos resultantes del proceso anterior como entrada (recursos) para su propio proceso. A su vez, éste último elaborará las salidas oportunas (productos) que serán utilizadas por otro cliente interno, o que llegarán hasta el mercado, dirigidas a clientes externos.”(Talavera Pleguezuelos, Año: 1999)

2.2.1.2. Clientes Externos.

Son aquellas personas que son ajenas a la empresa, es decir que no tienen relación alguna con la organización, pero que consumen o compran nuestros productos y servicios para satisfacer sus necesidades.

2.2.2. Proveedores

“Un proveedor es aquel tercero que abastece de materiales u otros suministros a la empresa, los cuales son necesarios para su desarrollo y funcionamiento.” (reviso.com, 2016)



Análisis

Los proveedores son puntos clave en cuanto al funcionamiento de la empresa, pues de ellos se obtiene la materia prima, tanto en una empresa comercial, como en una industria en el proceso de transformación de materias primas.

En este proyecto los proveedores serán los mismos apicultores, aquellos que tienen sus panales y venden su miel, aquellos que tienen su pequeño emprendimiento en el mercado, el objetivo es hacerlos crecer como productores, y abrir los mercados con este nuevo producto de innovación.

2.2.3. Competidores

Son aquellas empresas que ofrecen productos y servicios similares a los nuestros, en algunos casos con precios similares, y pequeñas diferencias en la presentación de los productos y servicios en algunos casos.

2.2.3.1. Competencia directa

Existen más de un producto en el mercado que actúa como competencia directa, entre ellos está la azúcar refinada que es la más utilizada, stevia, que es un endulzante que no aporta ningún valor nutricional.

Entre toda la competencia en general, somos los únicos que ofrecen nutrición y salud, como parte de un estilo de vida sano.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



2.2.3.2. *Competencia indirecta.*

“Son los productos que satisfacen la misma necesidad pero que la pueden resolver de una manera diferente.”

(Bienpensado.com, 2010)

Análisis

Son aquellas empresas o personas que cubren la misma necesidad de manera muy diferente al producto, pero con un resultado similar, ejemplo, la panela.

2.3. **Análisis interno**

En el Ecuador no ha existido ningún proyecto de innovación, enfocado en cuidados de la salud en materia de prevención, nos encontramos en una posición de concientización, puesto que es necesario enseñar e informar al pueblo de las propiedades y bondades que ofrece nuestro producto.

El reto está en remover los hábitos arraigados en la población, de una mala e incorrecta selección de endulzantes que los combinamos con nuestros alimentos,

Para concientizar, e informar a la población acerca de la importancia que tiene una correcta alimentación, y selección de nuestros comestibles, tenemos en agenda un

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



plan de campañas informativas, que irán adjuntas con muestra gratuitas de nuestro producto, consiguiendo de esta manera dos objetivos a la vez, concientizando a la población y presentando a nuestro producto como el mejor aliado y endulzante nutritivo, y como dice el dicho vulgar, “*Matando dos pájaros de un tiro*”.

2.3.1. Propuesta Estratégica

Implementar en el mercado actual un producto novedoso, y que traiga beneficios a la población quiteña, que vaya enfocado al crecimiento económico del sector de la apicultura. y aporte al cuidado preventivo de enfermedades.

2.3.1.1. Misión.

Implementarnos en el mercado como un producto innovador y necesario, que otorga un plus en la transformación de la miel de abeja, en solución de problemas alimenticios, y diferenciándonos del resto como el único producto endulzante y nutritivo que brinda salud, y motivación e impulso económico en el sector apícola.

2.3.1.2. Visión.

Concientizar, enseñar, y capacitar a la población, acerca de nuestros malos hábitos alimenticios, y las consecuencias que estos conllevan, mejorando su calidad de vida en materia de salud preventiva, y reducir los altos índices de enfermedades mortales en el Ecuador en base a su alimentación.



2.3.1.3. Objetivos

2.3.1.3.1. *Objetivo general.*

Implementar en el mercado de una opción de endulzante más variada y saludable.

2.3.1.3.2. *Objetivos Específicos.*

- Impulsar el crecimiento de la apicultura.
- Incrementar la producción y comercialización de miel en un mercado de diversificación.
- Mejorar la salud preventiva en la población quiteña.

2.3.1.3.3. *Valores*

“Los valores son principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, y nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento. No olvidemos que los valores, son la personalidad de nuestra empresa y no pueden convertirse en una expresión de deseos de los dirigentes, sino que tienen que plasmar la realidad.”

(Espinosa, 2012)

Nuestros valores éticos y morales son el corazón de este proyecto,

¿Cómo somos?



Somos una empresa interesada en el cuidado y bienestar de la salud en el Ecuador, los valores que más nos caracterizan son:

Generosidad – creemos y pensamos firmemente, en que el mejor camino es brindar la mano amiga al que más lo necesita, es por eso que compartimos este proyecto e implementamos un plus en el del sector de la apicultura, para que puedan crecer los apicultores artesanales, y para que así se beneficie a todo un país.

Honestidad – No estamos solo enfocados en el producto, pues lo que más nos motiva, es ver a nuestra ciudad en un gran cambio en cuanto a nuestros hábitos, y esto lo logramos informando a la gente con información real, precisa, y con preocupación objetiva en el bienestar social.

2.3.1.3.4. Principios.

Estamos comprometidos con nuestra ciudad y enfocados en el mejoramiento de nuestra población, por ello nos identificamos con los siguientes principios.

Responsabilidad – El compromiso con la gente en brindar orientación y enseñanza en cuanto a nutrición, y en el deber de impartir información a la sociedad de los males que nos afectan.

Calidad – Brindamos lo mejor de nosotros, con el objetivo de que nuestros clientes y socios se merecen lo mejor, en cuanto a un trato justo, y con productos de innovación, satisfacer necesidades específicas.

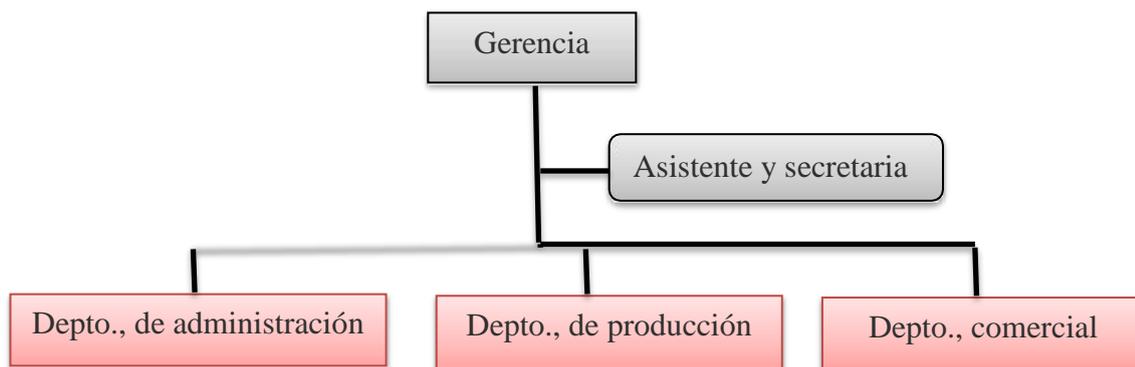
Innovación- Mejoramos constantemente en la búsqueda de soluciones a necesidades consecuentes en la sociedad.

2.3.2. Gestión administrativa.

“Si bien el propósito de organizar es hacer efectiva la cooperación humana, en todos los niveles que fomenta la organización. En una organización es importante el ámbito de la gestión; en otras palabras, los niveles organizacionales existen porque para la cantidad de personas que un gerente puede supervisar con efectividad hay un límite, aun cuando éste varíe según las circunstancias.”

(Harold Koontz, 2012)

Grafico 3 Organigrama estructural



Autor: Jairo Zuleta

El grafico número 2, nos muestra la distribución de las funciones divididas en los diferentes departamentos, siempre en concordancia de la

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



organización y dirigidos por la cabeza que es la gerencia, cada departamento cumple una función vital para el proyecto,

Departamento de administración- realizara todo lo referente al aspecto administrativo de evaluar, controlar y dirigir la organización, tomando en cuenta los aspectos de controles tributarios consecuentes con la ley, para que el proyecto siga en crecimiento continuo.

Como se mencionó en el capítulo I, estimamos un crecimiento para el sector apicultor, por lo que este departamento recibirá a cada apicultor artesanal con el fin de vender su miel, o dejárnoslo en materia de consignación previa negociación, para posteriormente si la miel de abeja cumple con algunas pruebas de calidad previstas, pasará a la etapa de transformación.

Pero el que traza el camino es el departamento comercial, pues en este se encuentra el personal que hará contacto directo con el cliente, este departamento será nuestra carta de presentación hacia la sociedad quiteña,

2.3.3. Gestión operativa

También es crear condiciones, y construir escenarios adecuados, proveer capacidades e instituciones a los equipos de trabajo.”

(torres, 2012)

La gestión operativa del proyecto se orienta en las funciones que cumplirán el área de producción, es aquí donde comenzaremos la transformación de las materias primas.



Departamento de producción- es aquí donde llegara la miel de los diferentes apicultores artesanales, seleccionaremos las mieles más puras, y estas serán compradas o puestas en consignación previamente negociado con el departamento administrativo de producción,

Ingresaran a la maquina disecadora, esta máquina diseca mediante el calor, matando y eliminando cualquier impureza prevista en la miel, después expulsara la miel totalmente deshidratada, es decir en polvo, luego será ingresada en la máquina de sellado y etiquetado, y posteriormente empacado y listo para su comercialización y consumo.

2.3.4. Gestión comercial

El departamento comercial- pues en este se encuentra el personal que hará contacto directo con el cliente, este departamento será nuestra carta de presentación hacia la sociedad,

Recibirá el empaquetado del área de producción, y empezará con la venta y promoción del producto, este departamento no solo se encargará de la comercialización sino también de la capacitación a la población, pues se creará campañas informativas y charlas a la sociedad, donde se tratarán temas de salud preventiva y nutrición, dotadas de muestras gratis hacia los consumidores habituales y potenciales.

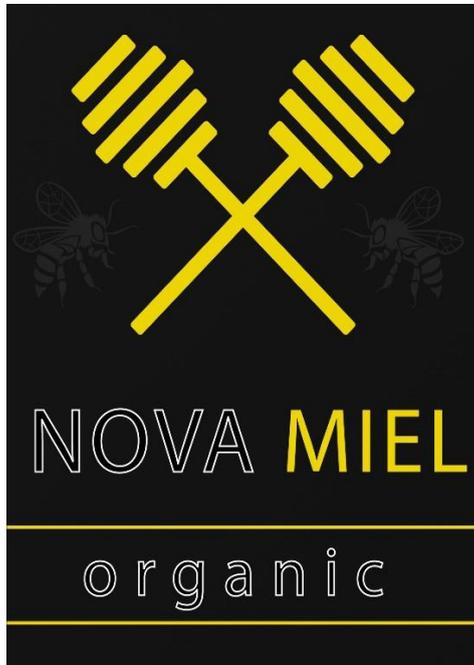


Grafico 4 Logotipo de la empresa

Autor: Jairo Zuleta

El logotipo de la empresa fue creado con un propósito ejecutivo y elegante, es por eso la simplicidad de los colores que resaltan, el amarillo que hace referencia a la miel, las letras blancas, como un contraste en cuanto a lo que deseamos expresar, y las abejas casi transparentes, con fin a lo evidente.



Grafico 5 Tarjeta de presentación delantera
Autor: Jairo Zuleta



Grafico 6 Tarjeta de presentación posterior
Autor: Jairo Zuleta

2.4. Análisis FODA

“El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores, oportunidades y debilidades, fortalezas y amenazas en su conjunto, diagnostican la situación interna de una organización.

(Talancón, 2007)

El análisis del FODA, nos ayudara a entender nuestras fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas, y comprender en qué punto nos encontramos y tomar medidas según nuestra matriz FODA.

Tabla: 7 Matriz FODA de Oportunidades y amenazas

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alta	Media	Bajo	Alta	Media	Baja
Inflación					X	
Tasas de interés		X				
PIB				X		
Balanza Comercial				X		
Riesgo País				X		
entorno Político Social		X				
Entorno Tecnológico	X					
Entorno Legal		X				
Total	1	3		3	1	
Totales completos	4			4		

Autor: Jairo Zuleta

Podemos darnos cuenta en la tabla 6, que según la evaluación la organización encuentra una igualdad de oportunidades y amenazas, esto se debe a la inestabilidad económica que atraviesa el país, con una fuerte deuda externa que tendremos que cancelar, hubo medidas y leyes proteccionistas que impidieron la importación de bienes, consecuente con la falta de estímulo para crecimiento empresarial, el PIB de nuestro país ha decrecido, puesto que algunas empresas Ecuatorianas cerraron sus operaciones debido a la crisis por la que estamos atravesando, lo que pone en un gran dilema al proyecto, sin embargo, recurriremos al financiamiento bancario, es decir al apalancamiento, transfiriendo la mayor cantidad de riesgo al banco.

Tabla: 8 Matriz FODA fortalezas y debilidades

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alta	Media	Bajo	Alta	Media	Baja
Clientes	x					
Proveedores						x
Competencia				x		
Filosofía corporativa	x					
Gestión Administrativa		x				
Gestión Operativa			X			
Gestión Comercial		x				
Total	2	2	1	1		1
Totales completos		5			2	

Autor: Jairo Zuleta

Nuestras oportunidades son mejores en cuanto las amenazas, esto se debe a nuestro completo interés de la importancia de educar a la población en manera de nutrición, y con más ímpetu nuestra filosofía corporativa la cual promueve ayudar, no solo estamos para resolver necesidades, sino para impulsar el sector de la apicultura.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado.

Análisis

Nos sirve para conocer la aceptación que tendrá nuestro producto en el mercado, y el impacto que este tendrá ante la sociedad, nos ayuda a tener una idea más clara en cuanto la oferta y demanda.

También nos proporcionara información, ante la medida de distribución más aceptada por la población,

3.1. Objetivos del estudio de Mercado.

Determinar la aceptación del producto por parte de la población quiteña, ante algo nuevo he innovador destinado a la salud preventiva, y la real predisposición por el mercado de adquirirlo, en base a sus necesidades y tomando en cuenta los factores económicos, Para que sea asequible a todos los estatus sociales de la población.



3.1.1. El servicio.

El servicio que ofrece Novamiel, es capacitación y conciencia en cuanto a la salud y la nutrición, implementando y enseñando cambios en los hábitos alimenticios, y proponiendo un producto innovador en remplazo de los endulzantes tradicionales, con el propósito no solo de mejorar la calidad de vida de la población, sino también crear un estímulo económico en un sector productivo del país.

3.1.1.1. Características del endulzante en base a miel de abeja deshidratada.

Es un endulzante como su nombre lo indica, deshidratada en polvo, tiene una dimensión de granularía de 1000 a 1400 micrones, una medida aproximada es de 4 gr.
/200cm³, por servicio.

3.2. Análisis del consumidor

“El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo.”

(crecenegocios.com, 2013)



3.2.1. Determinación de la población y muestra.

Nos servirá para identificar el mercado objetivo y sus intereses, y nos revelará información muy útil para conocer nuestra posible demanda.

3.2.1.1. Población.

Según los datos estadísticos y la proyección del (INEC), la población quiteña en el año 2017 será de 2.644.145 habitantes.

3.2.1.2. Muestra

Es un sub conjunto de la población, y nos servirá como referencia para empezar el estudio de mercado, procederemos a calcular la muestra.

Ecuación 1 formula para determinar la muestra

$$m = \frac{NN \cdot PP \cdot QQ \cdot ZZ^2}{(NN - 1)^2 + PP \cdot QQ \cdot ZZ^2}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población o universo.



E = Margen de error se utilizará un margen de error del 5%

P = Probabilidad de éxito se utiliza el 50%

Q = Probabilidad de fracasos es el 50%

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

Calculo:

$$N = 2644145$$

$$E = 0.05\%$$

$$P = 0.50\%$$

$$Q = 0.50\%$$

$$Z = 1.96\%$$

$$n = \frac{NN \cdot PP \cdot QQ \cdot ZZ^2}{(NN - 1) + PP \cdot QQ \cdot ZZ^2}$$

$$n = \frac{2644145 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(2644145 - 1)0.05^2 + 0.05 * 0.50 * 1.96^2} = 384$$



Análisis

El número de la muestra en cuestión de la población en la ciudad de Quito para el estudio de mercado es de 384

3.2.1.3. Técnicas de la obtención de la información.

Existen varias técnicas para el pertinente estudio, las cuales son:

- Técnica de observación
- Entrevistas
- Encuestas
- Focus group

Para este proyecto utilizaremos la metodología de encuestas, para identificar la aceptación del producto en la población. La información extraída por este método nos permitirá determinar la muestra y la demanda que puede tener el proyecto.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y

FINANCIERA

ESPECIALIDAD EN BANCA Y FINANZAS

ENCUESTA

El objetivo de la presente encuesta, es determinar la aceptación de la población quiteña, ante la producción y comercialización de miel deshidratada en polvo.

Marque con una (X) según corresponda.

Nombre:..... Genero M F Edad.....

1. ¿Qué opción le gustaría para endulzar sus alimentos?

AZUCAR	
PANELA	
MIEL	
STEVIA	
OTROS	

2. ¿Por qué ha escogido esta opción?

POR SU SABOR	
POR SU PRECIO	
POR SU TEXTURA	
POR SUS BENEFICIOS	
OTROS MOTIVOS	



3. ¿Sabía usted que la miel de abeja aporta nutrientes naturales y se la puede utilizar como un endulzante en polvo?

SI

NO

4. Estaría usted de acuerdo con un emprendimiento que comercialice miel deshidratada en polvo, para endulzar sus bebidas y alimentos ?

SI

NO

5. Con que frecuencia compra usted algún tipo de endulzante ?

1 A 2 DIAS	
4 A 7 DIAS	
2 A 3 SEMANAS	
CADA MES	

6. Por qué medio le gustaría adquirir o comprar este endulzante ?

TIENDAS	
SUPER MERCADOS	
MAYORISTAS	
OTROS	



7. Bajo qué cantidades le gustaría adquirir este producto ?

POR...

SACHETS	
LIBRAS	
ARROBAS	
QUINTALES	

8. Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de endulzante ?

DE \$1,50 A \$3,00	
DE \$5,00 A \$7,00	
DE \$12,00 A \$15,00	
DE \$20,00 A \$25,00	

9. Compraría usted miel deshidratada en polvo para usar como endulzante ?

SI

NO



10. Recomendaría usted este producto a familiares y amigos ?

SI

NO

11. Que cualidad es más importante al momento de comprar sus alimentos en general ?

SU SABOR	<input type="checkbox"/>
SUS NUTRIENTES	<input type="checkbox"/>
SU PRECIO	<input type="checkbox"/>
SU TEXTURA	<input type="checkbox"/>

Gracias por la atención prestada.

3.02.02. Resultados de la Encuesta (análisis)

Procederemos a identificar la aceptación del proyecto de Novamiel, ante la población quiteña, y analizaremos cada pregunta en función de determinar una demanda.

Datos generales

Tabla 8 Género

		Género			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	masculino	163	42,4	42,4	42,4
	femenino	221	57,6	57,6	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

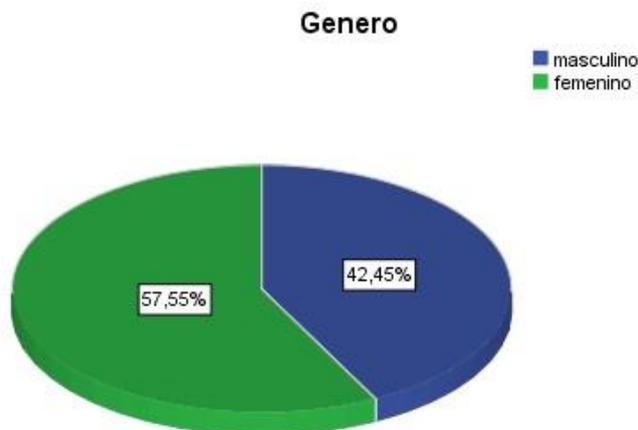


Gráfico 7 Género porcentual



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"



64

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



Análisis

Podemos apreciar que existe un mayor porcentaje del género femenino en las encuestas, con un 57.55%, y del masculino con un 42.45%. Lo que nos muestra que se ha realizado alrededor de 58 encuestas más al género femenino en conclusión.

Edades

Tabla: 9 rangos de Edades

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 18 a 20	45	11,7	11,7	11,7
21 a 30	240	62,5	62,5	74,2
31 a 40	55	14,3	14,3	88,5
41 a 55	24	6,3	6,3	94,8
56 a 70	18	4,7	4,7	99,5
71 en adelante	2	,5	,5	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

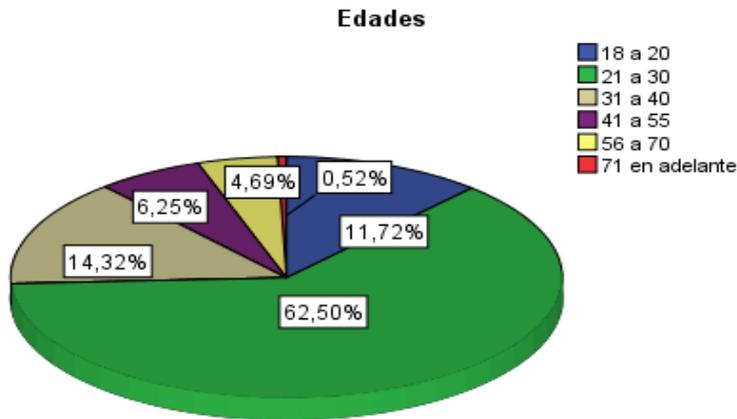


Gráfico 8 Rango de edades porcentuales

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

Análisis

El porcentaje superior de 62.50% se atribuye a las personas del rango de edad de entre 21 a 30 años de edad, que fueron alrededor de 240 encuestados, seguido por el rango de 31 a 40 años de edad, con un porcentaje del 14.32%.

Análisis de las preguntas de encuestas

1 - Qué opción le gustaría para endulzar sus alimentos?

Tabla: 10 Endulzantes favoritos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Azúcar	158	41,1	41,1	41,1
Panela	97	25,3	25,3	66,4
miel	66	17,2	17,2	83,6
stevia	57	14,8	14,8	98,4
otros	6	1,6	1,6	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Que opcion le gustaria para endulzar sus alimentos ?

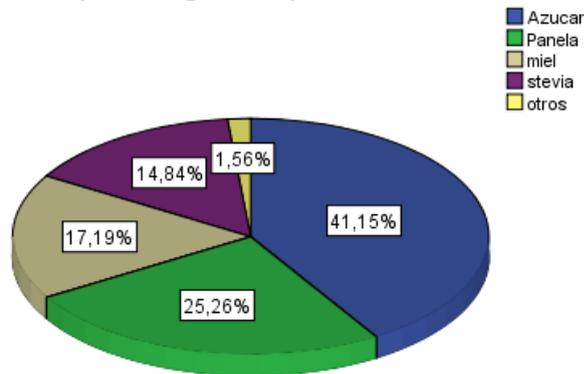


Gráfico 9 Endulzantes favoritos porcentuales

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

Podemos darnos cuenta de una problemática existente en los hábitos de selección nutricional, pues un 41.15% prefiere como endulzante principal el azúcar, y un 25.26% prefiere la panela, y le sigue un 17.19% la miel, podemos entender que a la mayor parte está acostumbrada a consumir el endulzante típico.

Es ahí donde entra el programa de Novamiel, nutrecuador, en un intento de información y capacitación mediante enseñanzas a una mejor selección alimenticia, en cuanto a la nutrición,

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”

2- ¿Por qué ha escogido esta opción?

Tabla: 11 Razones de selección

		¿Por qué ha escogido esta opción?					Total
		Por su sabor	Por su precio	Por su textura	por sus beneficios	por otros motivos	
¿Qué opción le gustaría para endulzar sus alimentos?	Azúcar	120	19	9	6	4	158
	Panela	40	2	1	50	4	97
	miel	24	0	3	38	1	66
	stevia	5	0	0	49	3	57
	otros	1	0	0	3	2	6
Total		190	21	13	146	14	384

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

Tabla cruzada Que opción le gustaría para endulzar sus alimentos ?*Por que ha escogido esta opción ?...

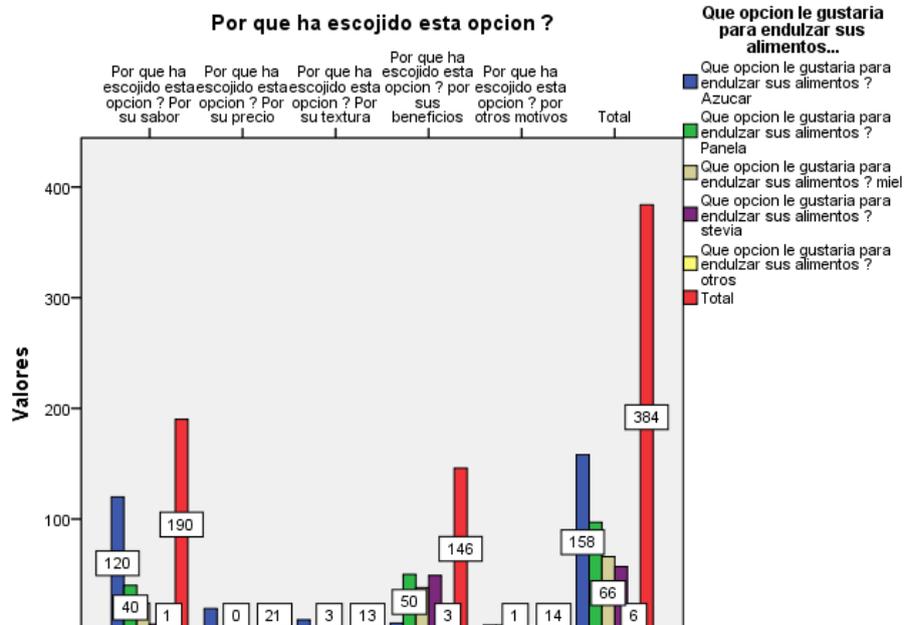


Gráfico 10 Razón de selección

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

Análisis

En la presente tabla podemos identificar la razón de selección, la mayoría escoge el azúcar, por su sabor y precio, pero la misma pierde en cuanto a selección por beneficios, y gana la panela con 50 encuestas en segundo lugar ocupa la stevia, y en tercer lugar la miel de abeja con 38 encuestas por parte de los beneficios,

En conclusión, con lo analizado, la población quiteña prefiere y escoge su endulzante favorito por su sabor, luego por sus beneficios, y queda en tercer lugar la importancia del precio.

3- ¿Sabía usted que la miel de abeja aporta nutrientes naturales y se la puede utilizar como un endulzante en polvo?

Tabla: 12 miel en polvo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	238	62,0	62,0	62,0
NO	145	37,8	37,8	99,7
11	1	,3	,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

Sabia usted que la miel de abeja aporta nutrientes naturales y se la puede utilizar como un endulzante en polvo ?

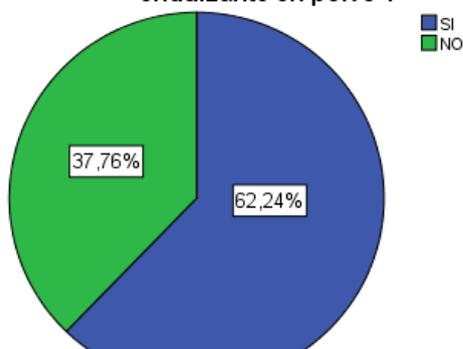


Gráfico 11 miel en polvo porcentual

MENTICION, CON LA CREACIÓN DE UNA
"MIEL ALICIE ENDULZANTE A BASE DE MIEL
POLITANO DE QUITO, 2016-2017"

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

El 62.24% de la población quiteña afirma que si conoce que la miel de abeja tiene grandes propiedades y se la puede utilizar en polvo, el 37.76% desconoce el tema.

4- Estaría usted de acuerdo con un emprendimiento que comercialice miel deshidratada en polvo, para endulzar sus bebidas y alimentos.

Tabla: 13 aceptación del proyecto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	366	95,3	95,3	95,3
NO	18	4,7	4,7	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Estaria usted de acuerdo con un emprendimiento que comercialice miel deshidratada en polvo, para endulzar sus bebidas y alimentos ?

■ SI
■ NO

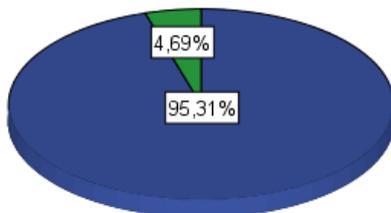


Gráfico 12 Aceptación del proyecto porcentual

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

En el presente estudio de mercado, pudimos constatar que el 95.31% de la población quiteña tiene aceptación al proyecto,

Esta gran aceptación es redundante, puesto que en el Ecuador no existe ninguna empresa o compañía que elabore y comercialice miel de abeja deshidratada en polvo,

5- Con qué frecuencia compra usted algún tipo de endulzante.

Tabla: 14 frecuencia de compra

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 0.1 a 2 Días	51	13,3	13,3	13,3
0.4 a 7 Días	75	19,5	19,5	32,8
0.2 a 3 semanas	69	18,0	18,0	50,8
Al mes	188	49,0	49,0	99,7
no compra	1	,3	,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Con que frecuencia compra usted algún tipo de endulzante ?

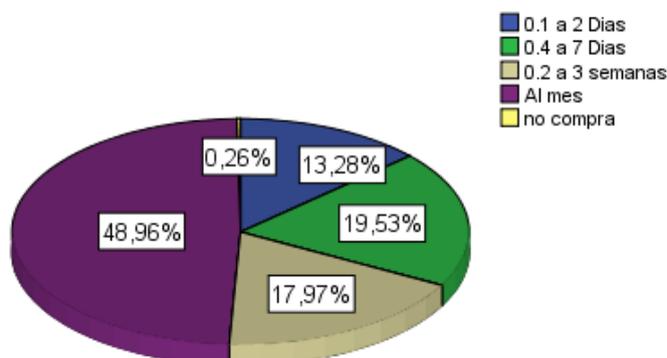


Gráfico 13 frecuencia de compra porcentual

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

La frecuencia de compra de la población quiteña es de 48.96%. Es decir que prefieren compra una vez al mes,

7- Bajo qué cantidades le gustaría adquirir este producto.

Gráfico 13 cantidades de consumo porcentuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Sachet	115	29,9	29,9	29,9
Libras	213	55,5	55,5	85,4
Arroba	35	9,1	9,1	94,5
Quintal	19	4,9	4,9	99,5
no compra	1	,3	,3	99,7
44	1	,3	,3	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Bajo que cantidades le gustaria adquirir este producto ?

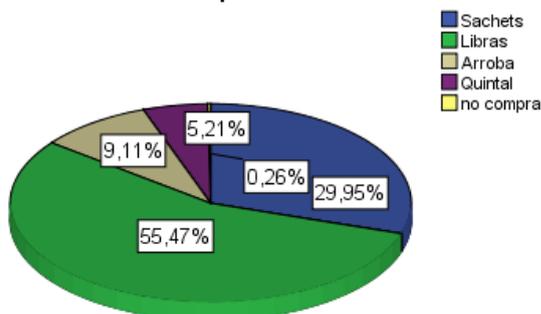


Gráfico 14 cantidades de consumo porcentuales

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

Análisis

El 55.47% de la población quiteña prefiere comprar en libras. Y le sigue el 29.95% de la población que desea comprar en sachet, lo que significa que Novamiel diversificara sus empaques tanto para satisfacer na necesidad en cantidades de libras y sachet.

8- Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de endulzante

Tabla 15 Aceptación del costo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido De 1.50 a 3.00	303	78,9	78,9	78,9
De 5.00 a 7.00	52	13,5	13,5	92,4
De 12.00 a 15.00	17	4,4	4,4	96,9
De 20.00 a 25.00	12	3,1	3,1	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de endulzante ?

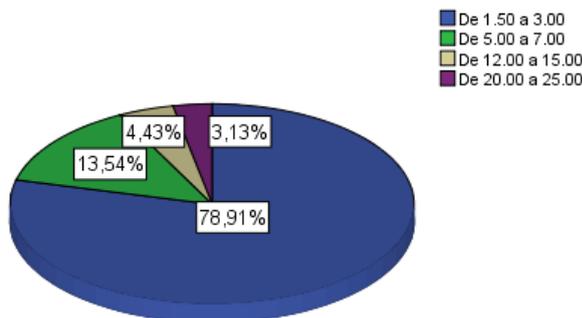




Gráfico 16 aceptación del costo
Fuente: Encuesta de estudio de
mercado Autor: Jairo Zuleta

Análisis

No cabe duda de que el costo aceptado por la población, está en el rango de \$1.50 a \$3.00, tendremos que identificar el costo de las dos cantidades aceptadas, como lo son en libras y en sachet.

Análisis de precios según la cantidad

¿Tabla cruzada Bajo qué cantidades le gustaría adquirir este producto? *Cuanto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de endulzante?

Tabla: 15 análisis de precios y cantidades

		¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por este tipo de endulzante?				Total
		De 1.50 a 3.00	De 5.00 a 7.00	De 12.00 a 15.00	De 20.00 a 25.00	
¿Bajo qué cantidades le gustaría adquirir este producto?	Sachet	97	15	2	1	115
	Libras	183	26	1	3	213
	Arroba	15	8	12	0	35

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



	Quintal	8	2	2	8	75
	no compra	0	1	0	0	20
Total		303	52	17	12	384

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

El presente análisis nos muestra que la aceptación de precios tanto en cantidades y empaques de libras como de sachet, se encuentra en el mismo rango, de \$1.50 a \$3.00,

9- Compraría usted miel deshidratada en polvo para usar como endulzante

Tabla: 16 mercado disponible

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	345	89,8	89,8	89,8
	NO	39	10,2	10,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Compraría usted miel deshidratada en polvo para usarla como endulzante ?

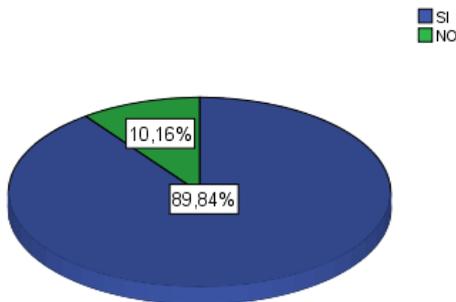


Grafico 14 aceptación de mercado disponible

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

El 89.84% si compraría miel de abeja deshidratada en polvo, esto nos muestra gran interés de la población ante el producto.

10- Recomendaría usted este producto a familiares y amigos.

Tabla: 17 recomendación del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	362	94,3	94,3	94,3
	NO	22	5,7	5,7	100,0
Total		384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado Autor: Jairo Zuleta

Recomendaría este producto a familiares y amigos ?

■ SI
■ NO

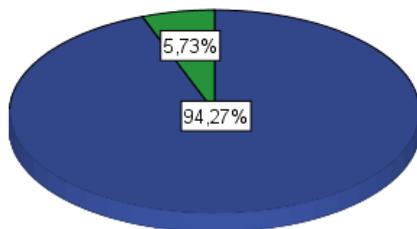


Grafico 15 recomendación del producto

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

El 94.27% de los encuestados si recomendarían consumir este producto a familiares y amigos,

11- Que cualidad es más importante al momento de comprar sus alimentos en general.

Tabla: 18 cualidades favoritas en los quiteños

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Por su sabor	140	36,5	36,5	36,5
Por sus nutrientes	201	52,3	52,3	88,8
Por su precio	39	10,2	10,2	99,0
Por su textura	4	1,0	1,0	100,0
Total	384	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Que cualidad es la mas importante al momento de comprar sus alimentos en general ?

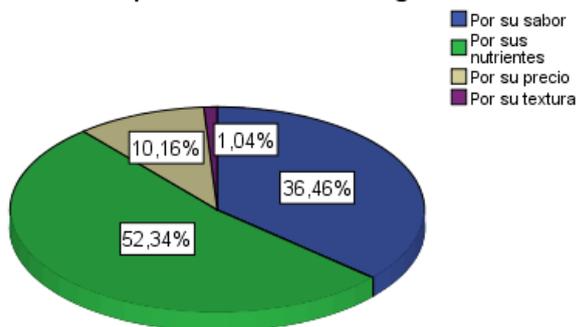


Grafico 16 cualidades favoritas en los quiteños



Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

Podemos darnos cuenta de la importancia más relevante de los quiteños, al momento de seleccionar sus alimentos en general,

El 52.34% prefiere seleccionar sus alimentos por sus nutrientes, más de la mitad de la población le interesa su salud, y un 36.46% su sabor, y queda en tercer lugar un 10.16% que lo que más le interesa es el precio al momento de comprar sus alimentos.

3.3. Demanda

“Cuando se habla de demanda, se refiere uno a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico.”(República, 2015, pág. 1)

3.3.1. Demanda histórica.

El proyecto de Novamiel, producción y comercialización de miel deshidratada en polvo no tiene datos referentes,

Puesto que el estudio de mercado se demostró que la miel en su estado natural queda en tercer lugar con un 17.19%, y obtiene un 89.84% la aceptación del mercado que compraría nuestro producto transformado en miel deshidratada en polvo.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



3.3.2. Demanda actual.

Tomaremos como referencia los tres aspectos fundamentales para el correcto cálculo de la demanda actual, se considerará la aceptación del mercado, la frecuencia de compra de la población, y su precio de aceptación, de igual manera tomaremos los porcentajes más altos como resultado de las encuestas del estudio de mercado.

- La población es de 2.644.145 habitantes en el Distrito Metropolitano de Quito las cuales que se tomaron para determinar la muestra.
- El tamaño de la muestra resulto de 384 encuestas.
- El porcentaje de aceptación que determino el muestreo poblacional en la ciudad de Quito, por la implementación de una empresa que elabore y comercialice miel deshidratada en polvo es de 95.31%.
- El porcentaje de frecuencia de consumo es de 48.96% mensual.

Calculo:

- Población: 2´644,145 habitantes en la ciudad de Quito
- Tamaño de la muestra: 384
- Aceptación del producto: $2´644,145 \times 0.9531 = 2´520,134.60$
- Frecuencia: $2´520,134.60 \times 0.4896 = 1´233,857.90 \times 12$ mensual =
 $14´806,294.80$
- Rango de precio aceptado: \$1.50 a \$3.00, Precio Promedio: \$2.25 x
 $14´806,294.80 = 33´314,163.30$

La demanda actual del producto es de \$33´314,163.30 dólares, lo que es sumamente rentable y oportuno para establecerse en el mercado.



3.3.3. Demanda proyectada.

Efectuaremos la determinación del proyecto en 5 años proyectados, con la tasa de crecimiento poblacional, el Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) para este 2017 es de 1.56%.

Tabla: 19 Demanda proyectada

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO 1,56%	DEMANDA PROYECTADA
2017	33314163	1,0156	33833864
2018	33833864	1,0156	34361673
2019	34361673	1,0156	34897715
2020	34897715	1,0156	35442119
2021	35442119	1,0156	35995016
2022	35995016	1,0156	36556538

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

3.4. Oferta

Para poder determinar la oferta es necesario implementar como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia, es decir el número de encuestas a favor, la cual es del 10.16%.

Se tomó este porcentaje en cuanto, si la población compraría nuestro producto, referencia de aceptación de la miel, Puesto que este es un nuevo emprendimiento con un plus a la miel en su estado natural.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



3.4.1. Oferta histórica.

Para este nuevo proyecto no existe oferta histórica, puesto que es un nuevo emprendimiento de implementación en el mercado.

3.4.2. Oferta Actual

Se toma como referencia el porcentaje de aceptación y preferencia de la competencia, ante nuestro producto, conjuntamente con la demanda proyectada para el 2017 y poder determinar la oferta actual.

Para el Cálculo:

Tabla: 20 Demanda proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACION DE LA COMPETENCIA 10.16%	OFERTA ACTUAL
2017	33833864	0,1016	3437520,61

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

La oferta actual para el 2017 es de \$3´437,520.608 dólares.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



3.4.3. Oferta proyectada.

Es establecida para entender el crecimiento de la competencia en el futuro, realizamos una proyección de 5 años.

Tabla: 21 oferta proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACION DE LA COMPETENCIA 10.16%	OFERTA PROYECTADA
2018	34361673	0,1016	3491145,9
2019	34897715	0,1016	3545607,8
2020	35442119	0,1016	3600919,3
2021	35995016	0,1016	3657093,6
2022	36556538	0,1016	3714144,3

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

3.5. Balance Oferta-Demanda

Este balance nos permitirá encontrar la demanda insatisfecha, y la cual una vez encontrada realizaremos proyecciones, para determinar cuál va a ser el mercado libre de competencia y las posibilidades que tiene el presente el proyecto de persistir en el futuro.



3.5.1. Balance actual

Para este cálculo se resta demanda proyectada menos la oferta proyectada.

Tabla: 22 Balance oferta-demanda

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA (DP-OP)
2017	33833864,3	3437520,61	30396343,6

Fuente: Encuesta de estudio de mercado
Autor: Jairo Zuleta

Análisis

La demanda insatisfecha en el mercado es de \$30'396,343.64, este análisis nos muestra una gran oportunidad para ingresar con nuestro emprendimiento en el mercado.

3.5.2. Balance proyectado

Tabla: 23 Balance proyectado

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA (DP-OP)
2018	34361672,5	3491145,93	30870526,6
2019	34897714,6	3545607,81	31352106,8
2020	35442119	3600919,29	31841199,7

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



2021	35995016	3657093,63	32337922,4
2022	36556538,3	3714144,29	32842394

Fuente: Encuesta de estudio de mercado

Autor: Jairo Zuleta

Análisis

La demanda insatisfecha que podemos apreciar en la tabla, nos muestra que es aceptable la ejecución del proyecto, en cuanto a la demanda insatisfecha encontrada.

CAPÍTULO IV

4. Estudio técnico.

“Un estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren, lo que además admite verificar la factibilidad técnica de cada una de ellas.

Este análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se necesita.”

(Rosales, 2005)

4.1. Tamaño del proyecto.

El proyecto “Novamiel”, está distribuido en total de 109 mm^2 y pensado en el espacio requerido para cada función específica, esto ayudara en le disminución de coste de construcción y aprovechamiento del espacio y recurso.

4.1.2. Capacidad Instalada

Es la capacidad necesaria para que el proyecto pueda emprender todas sus funciones operativas, tomando en cuenta los espacios específicos requeridos para cada departamento, y pensado para un sistema de eficiencia y control continuo en base a la calidad del producto.

Tabla: 24 Capacidad del proyecto

ÁREAS	Dimensiones	M ²
Administración	3m * 2m	6
secretaria	2m * 2m	4
Baños	2m * 2m	4
comedores	3m * 2m	6
Bodega recepción	3m * 2m	6
control de calidad	2m * 3m	6
producción	3m * 3m	9
empaquetado	3m * 2m	6
bodega prod terminad	3m * 3m	9
ventas	2m * 4m	8
parquead clientes	5m * 4m	20
TOTALES DE METROS CUADRADOS		84

Autor: Jairo Zuleta

4.1.3. Capacidad optima

El espacio indispensable y básico para un correcto funcionamiento del proyecto.



Tabla: 25 Capacidad optima

ÁREAS	Dimensiones	M ²
Administración	3m * 2m	6
secretaria	2m * 2m	4
Baños	2m * 2m	4
comedores	3m * 2m	6
Bodega recepción	3m * 2m	6
control de calidad	2m * 3m	6
producción	3m * 3m	9
empaquetado	3m * 2m	6
bodega prod terminad	3m * 3m	9
ventas	2m * 4m	8
TOTALES DE METROS CUADRADOS		64

Autor: Jairo Zuleta

La capacidad optima, tomando en cuenta los espacios físicos más importantes he indispensables, se ha determinado de un total de 64 mm^2 .

4.2. Localización.

Es el espacio o la ubicación geográfica en donde se encontrará el proyecto, tomando en cuenta determinados factores que lo ayudaran en su crecimiento, en base a las necesidades del mismo con el fin de incrementar sus oportunidades en el mercado,

4.2.1. Macro-localización

La determinación de la ubicación más óptima para el proyecto, y sus especificaciones de localización.

Tabla: 26 Macro localización

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	Norte
Parroquia	Carcelén
Clima	Templado

Autor: Jairo Zuleta



Grafico 17 Macro localización

Fuente: Google maps

Autor: Jairo Zuleta

4.2.2. Micro –localización

La ubicación es conocida con el nombre de Carcelén industrial, fue considerada por diversos factores, pues nos ofrece cercanía en métodos de distribución y ventajas en cuanto al crecimiento de la industria, una de ellas es el terminal terrestre facilitando la llegada de nuevos proveedores y clientes, con extensiones y miras a un crecimiento provincial.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”

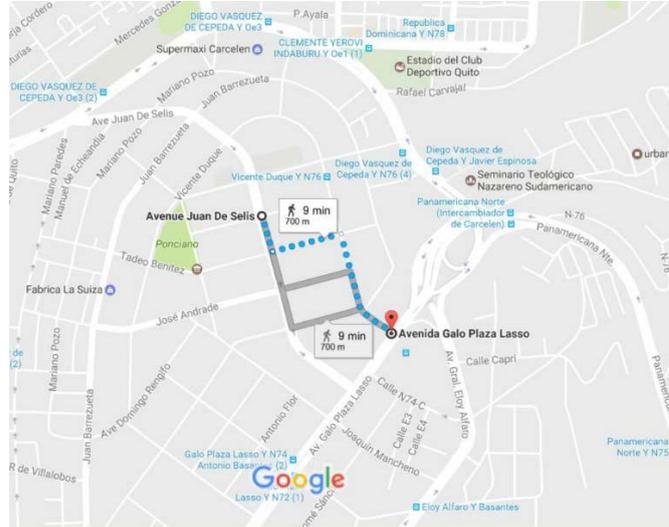


Grafico 18 Micro localización

Fuente: Google maps

Autor: Jairo Zuleta

4.2.3. Localización óptima

Nos muestra la localización geográfica exacta que será la más viable para el proyecto, tomando en cuenta que el sector escogido cumpla los requerimientos y necesidades que se necesitan para el desempeño del proyecto.

Tabla: 27 Matriz de localización Óptima

FACTORES RELEVANTES	Ponderación	Av. Juan de selis y Mariana Pozo		Av. Juan de selis y vicente duque		Juan pablo barrezueta y nuñes antoño	
		calific	total	calific	total	calific	Total
Cercanía al mercado	0,2	8	1,6	6	1,2	10	2
Costo de renta	0,15	7	1,05	7	1,05	7	1,05
Seguridad	0,1	8	0,8	8	0,8	8	0,8
Parqueadero	0,1	5	0,5	7	0,7	6	0,6
Servicios básicos	0,1	10	1	10	1	10	1
Vías de acceso	0,2	9	1,8	10	2	10	2
Servicios de transporte	0,1	8	0,8	4	0,4	10	1
Competencia	0,05	5	0,25	5	0,25	6	0,3
Total	1	7,8		7,4		8,75	

Autor: Jairo Zuleta

La tabla de matriz de localización óptima nos muestra la ubicación más viable para la ubicación del proyecto, las calles Juan pablo Barrezueta y Nuñes Antoño obtubieron la mejor calificación ponderada, la cual fue de 8.75 tomando como mejora la cercanía del mercado y servicios de transporte.



4.3. Ingeniería del producto

Identifica la maquinaria y los recursos delimitados para operar y producir bienes y servicios, para optimizar recursos y aumentar eficiencia.

4.3.1. Definición del Bien y Servicio.

“Los bienes y servicios económicos o escasos son aquellos generados en las distintas actividades económicas con el fin de suplir una necesidad o un deseo, Se comercian en el mercado y sus precios son definidos por la oferta y la demanda, a una mayor oferta el precio del bien disminuye y a una mayor demanda aumenta.”(Montoya, 2012)

Análisis

Nuestro bien, es decir el producto que obtenemos en la transformación de la materia prima, destinado a la comercialización en función de resolver necesidades en el mercado actual,



“Los Servicios son las distintas actividades que buscan satisfacer las necesidades de los sujetos. son parte de la actividad económica del sector terciario de la economía en donde se brindan diferentes servicios como: educación, banca, seguros, salud, comunicaciones, transporte, seguridad entre otros.”(Montoya, 2012)

El servicio que brinda Novamiel es el programa de capacitación llamado *Nutrecuador*, en donde se asesorará a la población sobre una correcta nutrición y alimentación, este servicio será gratuito en sustentación con el producto mismo.

4.3.2. Distribución de planta

En consideración a la importancia de la ubicación de cada área de la empresa, es vital en la organización, con el fin de eliminar tiempos muertos y aprovechar recursos, y mejorar la eficiencia productiva de la empresa.



Tabla: 28 Dimensiones de la empresa

ÁREAS	Dimensiones	M ²
Administración	3m * 2m	6
secretaría	2m * 2m	4
Baños	2m * 2m	4
comedores	3m * 2m	6
Bodega recepción	3m * 2m	6
control de calidad	2m * 3m	6
producción	3m * 3m	9
empaquetado	3m * 2m	6
bodega prod terminad	3m * 3m	9
ventas	2m * 4m	8
parquead clientes	5m * 4m	20
TOTALS DE METROS CUADRADOS		84

Autor: Jairo Zuleta

Tabla: 29 Códigos de cercanía

CODIGOS DE CERCANIA	
A	Absolutamente necesario
E	Especialmente que este cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Cercanía sin importancia
X	Cercanía indeseable

Autor: Jairo Zuleta

Tabla: 30 Razones de cercanía

Razones por procesos	
1	Secuencia de procesos
2	Gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

Autor: Jairo Zuleta

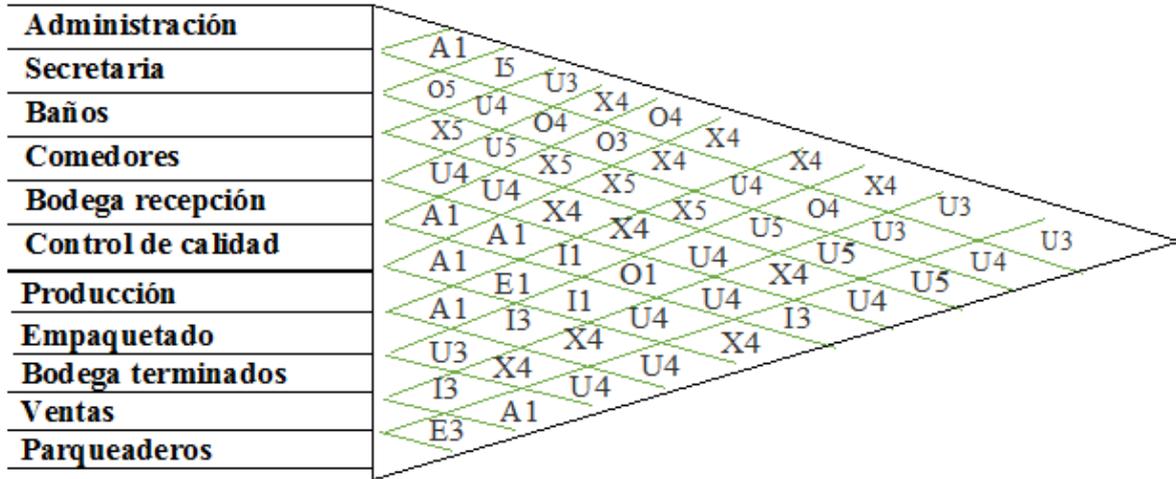


Ilustración 1 Matriz triangular
Autor: Jairo Zuleta

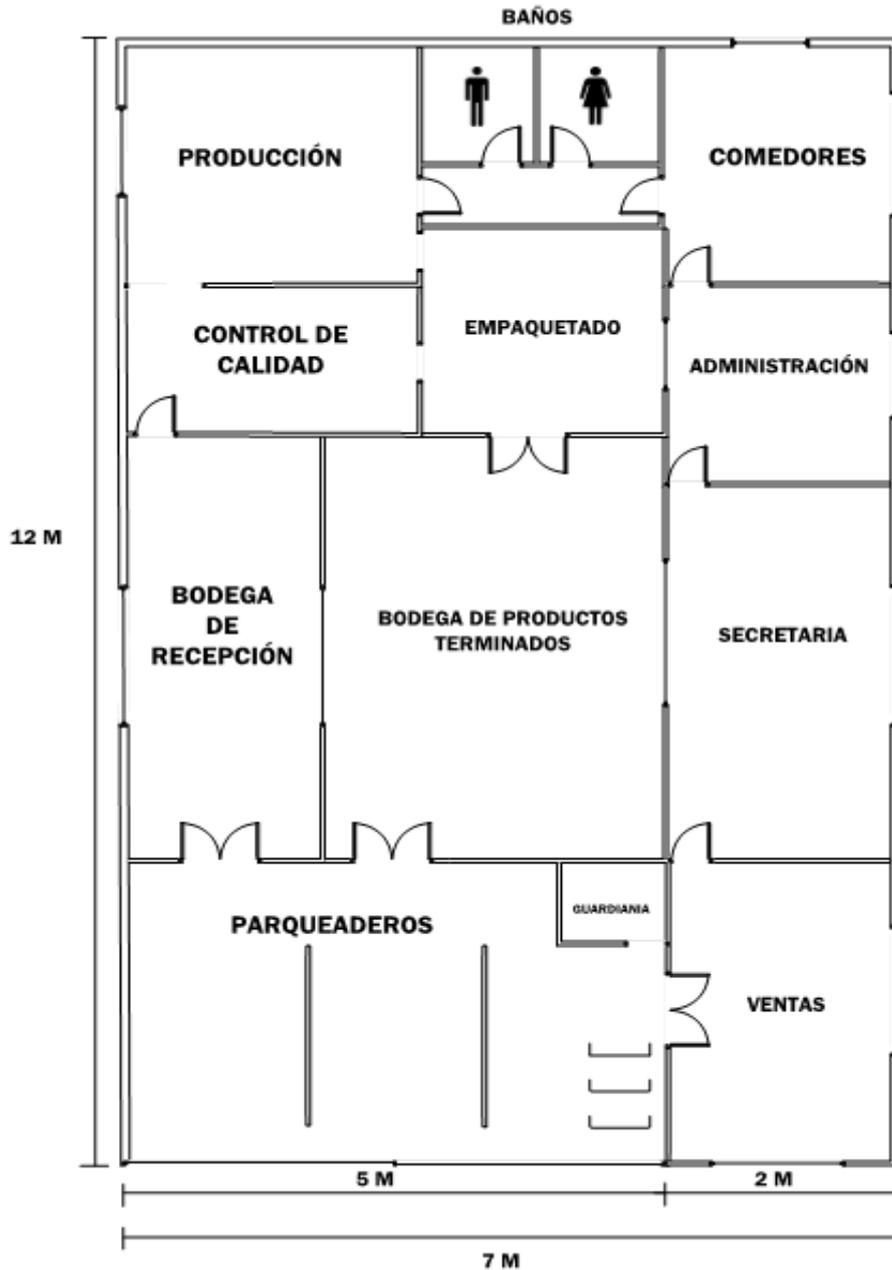
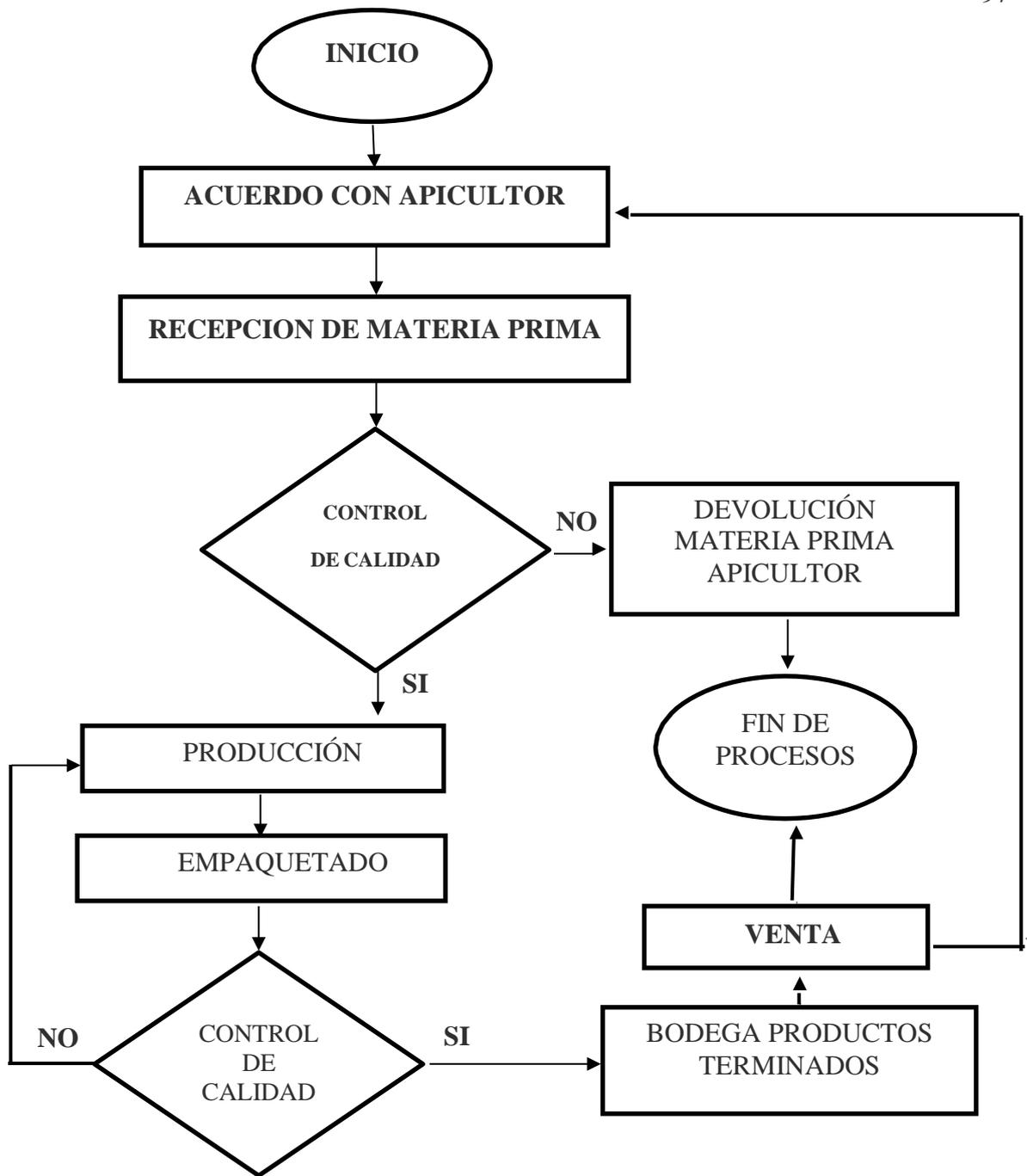


Grafico 19 Distribución de la planta
Autor: Jairo Zuleta



4.3.3. Proceso productivo

Es la determinación de la secuencia productiva que se encaminara a la transformación de las materias primas, en un orden cronológico y en serie con la implementación de insumos necesarios, para la obtención neta, de los productos terminados.



4.3.4. Determinación de maquinaria y equipos.

La maquinaria necesaria para la ejecución del proyecto será la detallada a continuación.

Tabla: 31 proveedores

proveedores		contacto	
Empresa	Asesor	Telf.	Mail
Partner	Jean Kuang	Tel:+86-510-83385607 Mob:+86-15052132651 Fax:+86-510-83390608	jean@partner-hitech.com
Edos	Valeria	Tel. +54/11/4653-5315 Fax. +54/11/4656-1178	ventas@edos.com.ar

Autor: Jairo Zuleta



Grafico 20 Deshidratador por aspersión (Spray Drying)

Autor: Jairo Zuleta

Fuente: galaxie

El Deshidratador por aspersión (Spray Drying), es básico y muy necesario para la continuidad del proyecto, ya que gracias a esta maquinaria procederemos a transformar la materia prima que en este caso es la miel de abeja.



Grafico 21empaquetadora

Autor: Jairo Zuleta

Fuente: edos

Esta máquina es la que permitirá empacar el producto para posteriormente ser distribuido, en concordancia con las normas de calidad e higiene.



CAPÍTULO V

2. Estudio Financiero.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012, pág. 3)

Consiste en un análisis en cuanto los costos, ingresos, y capital necesario para la ejecución del proyecto, y una ganancia futura esperada después del tiempo del retorno de la inversión, lo que nos mostrara si el proyecto en conclusión resultara viable.

5.1. Ingresos operacionales y no operacionales.

5.1.1. Ingresos operacionales.

Consiste en los ingresos obtenidos por la operación y giro normal de la empresa, en base a lo ofertado por la misma, los ingresos operacionales de *Novamiel* serán los obtenidos en referencia a las ventas del producto mismo o a su vez en el plus que ofrece en la deshidratación de la miel.



Tabla: 32 Ingresos operacionales

ingresos operacionales del producto	
costo unitario	\$ 8,81
utilidad del 25%	\$ 2,20
P.V.P.	\$ 11,01
Producción mensual	\$ 1.800,00
Ingreso mensual	\$ 19.818,00
Ingreso anual	\$ 237.816,00

Autor: Jairo Zuleta

Con un 25% de utilidad y un costo de \$8.81, el precio de venta sería de \$11.01 la libra,

Análisis

Para poder abaratar nuestro precio venta, tendríamos que adquirir materia prima mucho más barata, pero sin perder de vista la calidad, esto se logra con el crecimiento productivo de los apicultores en la miel, pues a mayor crecimiento y desarrollo, más barata será la miel,

Tabla: 33 Proyección de ingresos operacionales

Años	Ingreso actual \$	Taza del sector agropecuario 4%	Ingreso anual \$
2017	\$ 237.816,00	1	\$ 237.816,00
2018	\$ 237.816,00	1,04	\$ 247.328,64
2019	\$ 247.328,64	1,04	\$ 257.221,79
2020	\$ 257.221,79	1,04	\$ 267.510,66
2021	\$ 267.510,66	1,04	\$ 278.211,08
2022	\$ 278.211,08	1,04	\$ 289.339,53

Autor: Jairo Zuleta



5.1.2. Ingresos no operacionales.

Son aquellos ingresos que no corresponde al giro normal de la empresa.

Tabla: 34 Ingresos no operacionales

ingresos no operacionales, transformación de la miel	
Costo unitario	\$ 0,81
Utilidad del \$200%	\$ 2,43
P.V.P.	\$ 3,24
Producción mensual	\$ 1.800,00
Ingreso mensual	\$ 5.832,00
Ingreso anual	\$ 69.984,00

Autor: Jairo Zuleta

Tengamos en cuenta que este proyecto no busca solo rentabilidad, sino que el objetivo mismo es ayudar e impulsar al desarrollo económico de la apicultura en el país, es por ello que se implementa otro rubro de ingresos, que consiste en tan solo la transformación de la miel, este servicio es más solidario y beneficioso para los mismos apicultores, que en otra forma se benefician con un plus en sus productos, logrando así la diversificación de su mercado.

Tabla: 35 Proyección de ingresos no operacionales

Años	Ingreso actual \$	Taza del sector agropecuario 4%	Ingreso anual \$
2017	\$ 69.984,00	1	\$ 69.984,00
2018	\$ 69.984,00	1,04	\$ 72.783,36
2019	\$ 72.783,36	1,04	\$ 75.694,69
2020	\$ 75.694,69	1,04	\$ 78.722,48
2021	\$ 78.722,48	1,04	\$ 81.871,38
2022	\$ 81.871,38	1,04	\$ 85.146,24

Autor: Jairo Zuleta

5.2. Costos.

“El término costo, también llamado coste, es el gasto económico ocasionado por la producción de algún bien o la oferta de algún servicio. Este concepto incluye la compra de insumos, el pago de la mano de trabajo, los gastos en las producción y administrativos, entre otras actividades.” (ecured, 2015, pág. 2)

Es el valor que nos cuesta o equivale para la obtención de algún bien o servicio, el costo tiene una característica, que siempre se lo tiene que recuperar pues se lo emplea en inversiones, es decir, cuanto nos cuesta fabricar algún bien para luego venderlo y obtener rentabilidad.

5.2.1. Costos directos.

Son aquellos factores económicos que influyen y se invierten directamente en la producción del bien o servicio requerido, como es, mano de obra directa, y materia prima directa.

Tabla: 36 Materia prima

MATERIA PRIMA DIRECTA		Costo Unitario	Cantidad mensual	costo mensual	Costo anual
	medida				
Miel de abeja	ml	0,004	3.600.000,00	14400	14.400,00
COSTO TOTAL		0,004	3.600.000,00	14.400,00	14.400,00

Autor: Jairo Zuleta

En la tabla 37 podemos apreciar que lo único de materia prima requerida es la miel de abeja, puesto que el proyecto está orientado solo a su transformación.

Tabla: 37 Mano de obra directa

Detalle	N.	Salario unific.	14to Sueldo	13er sueldo	IESS (11.15%)	Sueldo mensual	Sueldo anual
Empaquetador	1	400	375	600	66,9	1441,9	17302,8
Ayudante	1	375	375	375	41,81	1166,81	14001,72
Producción	1	400	375	600	66,9	1441,9	17302,8
Control de calidad	2	400	375	600	66,9	1441,9	17302,8
COSTO TOTAL	5	1575	1500	2175	242,51	5492,51	65910,12

Autor: Jairo Zuleta

Se tomó en consideración para el cálculo los beneficios sociales, considerando que el trabajador emitió el pedido al IESS, para que se pagaran sus decimos de manera mensual.

Costos indirectos.

Son aquellos costos que no se enlazan directamente con la producción, los costos indirectos son necesarios para la fabricación de bienes y servicios, en estos podemos encontrar insumos o envases, es decir aquellos que no influyan en la producción.

Tabla: 38 Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
	Unidades	Cantidad	dimensiones	Costo Unitario	Costo mensual	Costo Total
Etiquetas	rollos	4	6000	0,05	132	1.584,00
Cajas	paquetes	1.800,00	50cm x 40cm	0,04	72	864
Empaques	rollos	2	7200	0,04	105,6	1.267,20
COSTO TOTAL		1.806,00		0,13	309,6	3.715,20

Autor: Jairo Zuleta

En los costos indirectos de fabricación tenemos los empaques donde se colocará la miel, las cajas, donde rinde para 12 empaques de miel, y las etiquetas, las cuales llevan el valor nutricional, y la tabla nutricional



Grafico 22 Semáforo Nutricional

Autor: Sandra Tamayo Rodríguez

Fuente: aocal.edu

5.2.2. Gastos administrativos.

Este tipo de gastos se refiere, a lo que nos cuesta administrar el negocio, estos rubros tienen que ver con el pago al personal administrativo, los suministros de oficina, para que el trabajo administrativo pueda ejecutarse de manera correcta y eficaz,

Tabla: 39 Gastos administrativos

Detalle	N.	Salario unificado	14to sueldo	13er sueldo	IESS (11.15%)	Total Mensual	Sueldo Anual
Gerente General	1	\$ 500,00	\$ 375,00	\$ 1.000,00	\$ 55,75	\$ 1.930,75	\$ 23.169,00
Contador	1	\$ 400,00	\$ 375,00	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 1.219,60	\$ 14.635,20
Vendedor	1	\$ 400,00	\$ 375,00	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 1.219,60	\$ 14.635,20
secretaria	1	\$ 400,00	\$ 375,00	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 1.219,60	\$ 14.635,20
Limpieza	1	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 375,00	\$ 41,81	\$ 1.166,81	\$ 14.001,75
COSTO TOTAL	5	\$ 2.075,00	\$ 1.875,00	\$ 2.575,00	\$ 231,36	\$ 6.756,36	\$ 81.076,35

Autor: Jairo Zuleta

Fuente: Proforma

Los cálculos están estimados en un año, se calculó en base a ese criterio los beneficios sociales. Podemos darnos cuenta que el gasto administrativo del personal será de \$81.076.35 anualmente.

Tabla: 40 Otros gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Agua	1	40	40
Luz	1	60	60
Teléfono	2	30	60
Suministros de oficina	24	25	600
Suministros de limpieza	24	25	600
Internet	2	35	70
COSTO TOTAL			1.430,00

Autor: Jairo Zuleta

Fuente: Proforma

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”

En estos gastos se cubre lo que son los servicios básicos, suministros de limpieza que son muy necesarios para un correcto ambiente laboral E higiene.

5.2.3. Gasto de venta.

Estos gastos infieren en lo recurrente al éxito de las ventas, es lo que nos cuesta poder vender nuestro producto, para ello se efectuara propagandas en hojas volantes, y tarjetas de presentación y publicidad en redes sociales.

Tabla: 41 Gastos de venta

Costos de venta				
Concepto	Cantidad	Valor unit	Mensual	Anual
publicidad hojas volantes	500	0,04	20	240
publicidad redes sociales y pag web	5	6	30	360
tarjetas de presentación	200	0,01	2	24
Totales			52	624

Autor: Jairo Zuleta

5.2.4. Gastos financieros.

Sera el apalancamiento que tendremos que pagar alguna entidad financiera, porque tendremos que pedir para distribuir el riesgo.

Tabla: 42 Gastos financieros

Banecuador	
PRÉSTAMO	100,00% \$ 169.945,67
Valor préstamo	\$ 169.945,67
TASA	12,53%
PLAZO	5

Autor: Jairo Zuleta

Fuente: banecuador

Tabla: 43 Pago del préstamo

PERIODO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	PAGO ANUAL
1	\$ 21.294,19	\$ 26.470,94	\$ 47.765,14
2	\$ 17.977,38	\$ 29.787,75	\$ 47.765,14
3	\$ 14.244,98	\$ 33.520,16	\$ 47.765,14
4	\$ 10.044,90	\$ 37.720,23	\$ 47.765,14
5	\$ 5.318,56	\$ 42.446,58	\$ 47.765,14
TOTALES	\$ 68.880,01	\$ 169.945,67	\$ 238.825,68

Autor: Jairo Zuleta

Fuente: Banecuador

5.2.5. Costos Fijos y Costos Variables.

Los costos fijos son aquellos que permanecen estables y no varían según el nivel de producción, los costos variables están más propensos a variar, puesto que en su gran mayoría están ligados al nivel de producción.

Tabla: 44 Costos fijos y variables

DETALLE	COSTOS FIJOS Y VARIABLES				
	1	2	3	4	5
COSTOS TOTALES (a+b)	\$ 106.527,08	\$ 106.719,40	\$ 106.915,35	\$ 106.579,73	\$ 106.779,22
a) COSTOS FIJOS	\$ 86.587,88	\$ 86.600,75	\$ 86.615,63	\$ 86.097,31	\$ 86.112,46
Sueldos administrativo	\$ 81.076,35	\$ 81.076,35	\$ 81.076,35	\$ 81.076,35	\$ 81.076,35
Servicios Básicos	\$ 230,00	\$ 232,07	\$ 234,16	\$ 236,27	\$ 238,39
Depreciaciones	\$ 3.884,33	\$ 3.884,33	\$ 3.884,33	\$ 3.351,00	\$ 3.351,00
Amortizaciones de Inversión Diferida	\$ 197,20	\$ 197,20	\$ 199,09	\$ 201,00	\$ 202,93
Otros gastos administrativos	\$ 1.200,00	\$ 1.210,80	\$ 1.221,70	\$ 1.232,69	\$ 1.243,79

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



b) COSTOS VARIABLES	\$ 19.939,20	\$ 20.118,65	\$ 20.299,72	\$ 20.482,42	\$ 20.666,76
Publicidad	\$ 624,00	\$ 629,62	\$ 635,28	\$ 641,00	\$ 646,77
Materia prima directa	\$ 14.400,00	\$ 14.529,60	\$ 14.660,37	\$ 14.792,31	\$ 14.925,44
Costos indirectos de fabricación	\$ 3.715,20	\$ 3.748,64	\$ 3.782,37	\$ 3.816,42	\$ 3.850,76
Suministros de oficina	\$ 600,00	\$ 605,40	\$ 610,85	\$ 616,35	\$ 621,89
Material de limpieza	\$ 600,00	\$ 605,40	\$ 610,85	\$ 616,35	\$ 621,89

Autor: Jairo Zuleta

5.3. Inversiones Del Proyecto

“La inversión es el flujo del producto destinado al aumento del stock de capital, aumentando así la capacidad productiva de un país. Con esto se deduce que la inversión es necesariamente inter temporal, pues su objetivo es aumentar la capacidad de producción en el futuro.”(econlink.com, 2013)

Análisis

Se llama inversión, porque se espera el retorno de la misma en un futuro, con un porcentaje sumado el cual es la utilidad, le inversión trae consigo mejoras continuas, ya que en el área de producción entre mejor maquinaria y tecnología adquiera, más competitivo se puede ser en el mercado.



5.3.1. Inversión fija.

Es el rubro que se ejecuta en el proyecto en su fase operativa, y la estimación de la inversión fija, se basa en cotizaciones o proformas, y es básico para el inicio de la producción.

5.3.2. Activos Fijos.

“Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.” (debitoor, 2011, pág. 1)



Tabla: 45 Activos fijos

Activos fijos			
	N de unidades	costo unitario \$	costo total \$
<i>Maquinaria y Equipo</i>			
Spray Drying	\$ 1,00	\$ 9.000,00	\$ 9.000,00
Refrigerador	\$ 1,00	\$ 725,00	\$ 725,00
empacadora	\$ 1,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
Total maquinaria y equipo			\$ 15.725,00
<i>Muebles y enseres</i>			
Sillas	\$ 8,00	\$ 20,00	\$ 160,00
Cuadros	\$ 1,00	\$ 55,00	\$ 55,00
muebles (decorativos)	\$ 5,00	\$ 65,00	\$ 325,00
Archivero	\$ 1,00	\$ 70,00	\$ 70,00
alfombras	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 75,00
Total muebles y enseres			685
Equipo de computo	\$ 2,00	\$ 650,00	\$ 1.300,00

Autor: Jairo Zuleta



Activos nominales

Son todos los activos intangibles de la empresa, que son necesarios para su correcto funcionamiento en desarrollo del mismo, y posicionamiento legal.

Tabla: 46 Activos nominales

Concepto	Valor
Gastos de constitución	\$ 150,00
gastos de investigación y desarrollo del proyecto	\$ 216,00
Totales	\$ 366,00

Autor: Jairo Zuleta

Capital de trabajo.

“capital de trabajo lo considera como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos activo corriente. (Efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios).”

Análisis

Es el capital requerido para la ejecución misma del proyecto sin contratiempos, y de trabajo porque es básico para las distintas fases que se tendrá que atravesar, como la fase de producción por ejemplo. Calcularemos nuestro sostenimiento en el mercado para unos 3 meses de iniciado el proyecto.



Tabla: 47 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO				
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Total
Mano de Obra directa	5.492,51	5.492,51	5.492,51	16.477,53
Mano de obra indirecta	6.756,36	6.756,36	6.756,36	20.269,08
Otros gastos administrativos	100	100	100	300
Arriendo prepago	600	600	600	1.800,00
Maquinaria y equipo	15.725,00	0	0	15.725,00
Garantía pre pagada	1200	0	0	1.200,00
Otros gastos ventas	16,04	6	6	28,04
Materia prima directa promedio	14400	7200	5300	26.900,00
CIF	309,6	152,3	95,85	557,75
Total capital de trabajo	44.599,51	20.307,17	18.350,72	83.257,40

Autor: Jairo Zuleta

El capital de trabajo para el inicio de sus operaciones por los próximos tres meses, es de 60.130.79, esta gran cifra es debido a la inversión desde el inicio de la maquinaria para la transformación de la miel de abeja.



5.3.3. Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Tabla: 48 Financiamiento

Descripción	Uso de Fondo	Recurso Propio
Activos fijos		
edificio		\$ 30.000,00
Maquinaria y Equipo	\$ 15.725,00	
Muebles y enseres		\$ 1.035,00
Equipo de computo	\$ 840,00	\$ 460,00
Impresoras		\$ 300,00
equipo de computo	\$ 1.300,00	
Equipos de oficina		\$ 90,00
Total activos fijos	\$ 17.865,00	\$ 31.885,00
Activos diferidos		
Gastos de constitución		\$ 150,00
gastos de investigación y desarrollo del proyecto		\$ 216,00
Total activos diferidos	\$ -	\$ 366,00
Capital de trabajo		
Gasto de producción	\$ 56.307,75	
Gasto administrativo	\$ 3.000,00	
Gasto de ventas		\$ 28,04
Otros gastos administrativos		\$ 795,00
Total Capital de trabajo	\$ 59.307,75	\$ 823,04
Total de inversión	\$ 77.172,75	\$ 33.074,04
Participación	70%	40%

Autor: Jairo Zuleta

Se decidió por un apalancamiento del 70% del capital necesario, para disminuir el riesgo, y complementar el 40% de capital faltante con recursos propios.



Tabla: 49 Tabla de amortización

periodos	inicial	interés	amort	cuota	
0					15.555,00
1	\$ 15.555,00	\$ 1.949,04	\$ 1,64	\$ 1.950,68	\$ 15.553,36
2	\$ 15.553,36	\$ 1.948,84	\$ 1,84	\$ 1.950,68	\$ 15.551,52
3	\$ 15.551,52	\$ 1.948,61	\$ 2,07	\$ 1.950,68	\$ 15.549,45
4	\$ 15.549,45	\$ 1.948,35	\$ 2,33	\$ 1.950,68	\$ 15.547,11
5	\$ 15.547,11	\$ 1.948,05	\$ 2,63	\$ 1.950,68	\$ 15.544,49
6	\$ 15.544,49	\$ 1.947,72	\$ 2,95	\$ 1.950,68	\$ 15.541,54
7	\$ 15.541,54	\$ 1.947,35	\$ 3,32	\$ 1.950,68	\$ 15.538,21
8	\$ 15.538,21	\$ 1.946,94	\$ 3,74	\$ 1.950,68	\$ 15.534,47
9	\$ 15.534,47	\$ 1.946,47	\$ 4,21	\$ 1.950,68	\$ 15.530,26
10	\$ 15.530,26	\$ 1.945,94	\$ 4,74	\$ 1.950,68	\$ 15.525,52
11	\$ 15.525,52	\$ 1.945,35	\$ 5,33	\$ 1.950,68	\$ 15.520,19
12	\$ 15.520,19	\$ 1.944,68	\$ 6,00	\$ 1.950,68	\$ 15.514,19
13	\$ 15.514,19	\$ 1.943,93	\$ 6,75	\$ 1.950,68	\$ 15.507,44
14	\$ 15.507,44	\$ 1.943,08	\$ 7,60	\$ 1.950,68	\$ 15.499,85
15	\$ 15.499,85	\$ 1.942,13	\$ 8,55	\$ 1.950,68	\$ 15.491,30
16	\$ 15.491,30	\$ 1.941,06	\$ 9,62	\$ 1.950,68	\$ 15.481,68
17	\$ 15.481,68	\$ 1.939,85	\$ 10,82	\$ 1.950,68	\$ 15.470,86
18	\$ 15.470,86	\$ 1.938,50	\$ 12,18	\$ 1.950,68	\$ 15.458,68
19	\$ 15.458,68	\$ 1.936,97	\$ 13,71	\$ 1.950,68	\$ 15.444,97
20	\$ 15.444,97	\$ 1.935,26	\$ 15,42	\$ 1.950,68	\$ 15.429,55
21	\$ 15.429,55	\$ 1.933,32	\$ 17,36	\$ 1.950,68	\$ 15.412,19
22	\$ 15.412,19	\$ 1.931,15	\$ 19,53	\$ 1.950,68	\$ 15.392,66
23	\$ 15.392,66	\$ 1.928,70	\$ 21,98	\$ 1.950,68	\$ 15.370,68
24	\$ 15.370,68	\$ 1.925,95	\$ 24,73	\$ 1.950,68	\$ 15.345,95
25	\$ 15.345,95	\$ 1.922,85	\$ 27,83	\$ 1.950,68	\$ 15.318,12
26	\$ 15.318,12	\$ 1.919,36	\$ 31,32	\$ 1.950,68	\$ 15.286,80
27	\$ 15.286,80	\$ 1.915,44	\$ 35,24	\$ 1.950,68	\$ 15.251,56
28	\$ 15.251,56	\$ 1.911,02	\$ 39,66	\$ 1.950,68	\$ 15.211,90
29	\$ 15.211,90	\$ 1.906,05	\$ 44,63	\$ 1.950,68	\$ 15.167,28
30	\$ 15.167,28	\$ 1.900,46	\$ 50,22	\$ 1.950,68	\$ 15.117,06
31	\$ 15.117,06	\$ 1.894,17	\$ 56,51	\$ 1.950,68	\$ 15.060,55
32	\$ 15.060,55	\$ 1.887,09	\$ 63,59	\$ 1.950,68	\$ 14.996,95
33	\$ 14.996,95	\$ 1.879,12	\$ 71,56	\$ 1.950,68	\$ 14.925,39
34	\$ 14.925,39	\$ 1.870,15	\$ 80,53	\$ 1.950,68	\$ 14.844,87
35	\$ 14.844,87	\$ 1.860,06	\$ 90,62	\$ 1.950,68	\$ 14.754,25
36	\$ 14.754,25	\$ 1.848,71	\$ 101,97	\$ 1.950,68	\$ 14.652,28
37	\$ 14.652,28	\$ 1.835,93	\$ 114,75	\$ 1.950,68	\$ 14.537,53
38	\$ 14.537,53	\$ 1.821,55	\$ 129,13	\$ 1.950,68	\$ 14.408,40
39	\$ 14.408,40	\$ 1.805,37	\$ 145,31	\$ 1.950,68	\$ 14.263,10
40	\$ 14.263,10	\$ 1.787,17	\$ 163,51	\$ 1.950,68	\$ 14.099,58
41	\$ 14.099,58	\$ 1.766,68	\$ 184,00	\$ 1.950,68	\$ 13.915,58

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



42	\$ 13.915,58	\$ 1.743,62	\$ 207,06	\$ 1.950,68	\$ 13.708,53
43	\$ 13.708,53	\$ 1.717,68	\$ 233,00	\$ 1.950,68	\$ 13.475,53
44	\$ 13.475,53	\$ 1.688,48	\$ 262,19	\$ 1.950,68	\$ 13.213,33
45	\$ 13.213,33	\$ 1.655,63	\$ 295,05	\$ 1.950,68	\$ 12.918,29
46	\$ 12.918,29	\$ 1.618,66	\$ 332,02	\$ 1.950,68	\$ 12.586,27
47	\$ 12.586,27	\$ 1.577,06	\$ 373,62	\$ 1.950,68	\$ 12.212,65
48	\$ 12.212,65	\$ 1.530,24	\$ 420,43	\$ 1.950,68	\$ 11.792,21
49	\$ 11.792,21	\$ 1.477,56	\$ 473,11	\$ 1.950,68	\$ 11.319,10
50	\$ 11.319,10	\$ 1.418,28	\$ 532,40	\$ 1.950,68	\$ 10.786,71
51	\$ 10.786,71	\$ 1.351,57	\$ 599,10	\$ 1.950,68	\$ 10.187,60
52	\$ 10.187,60	\$ 1.276,51	\$ 674,17	\$ 1.950,68	\$ 9.513,43
53	\$ 9.513,43	\$ 1.192,03	\$ 758,65	\$ 1.950,68	\$ 8.754,78
54	\$ 8.754,78	\$ 1.096,97	\$ 853,70	\$ 1.950,68	\$ 7.901,08
55	\$ 7.901,08	\$ 990,01	\$ 960,67	\$ 1.950,68	\$ 6.940,40
56	\$ 6.940,40	\$ 869,63	\$ 1.081,05	\$ 1.950,68	\$ 5.859,36
57	\$ 5.859,36	\$ 734,18	\$ 1.216,50	\$ 1.950,68	\$ 4.642,86
58	\$ 4.642,86	\$ 581,75	\$ 1.368,93	\$ 1.950,68	\$ 3.273,93
59	\$ 3.273,93	\$ 410,22	\$ 1.540,46	\$ 1.950,68	\$ 1.733,47
60	\$ 1.733,47	\$ 217,20	\$ 1.733,47	\$ 1.950,68	\$ 0,00

Autor: Jairo Zuleta

Los saldos pagaderos se realizarán de forma mensual, puesto que así se estimará más utilidad para la reinversión en el mismo proyecto, es decir, se piensa adquirir una nueva maquinaria para incrementar la producción misma.

5.1.1. Depreciaciones (tabla de depreciación).

“En términos contables, la Depreciación es una reducción del Activo, sea en cantidad, calidad, valor o Precio, debida al uso, a la obsolescencia o sólo por el paso del Tiempo.” (eco-finanzas.com, 2010, pág. 1)



Tabla: 50 Depreciación

Activo	Valor de compra	Vida útil del proyecto	2017	2018	2019	2020	2021
Maquinaria y equipos	15.725,00	5	3145	3145	3145	3145	3145
Muebles y Enseres	940	5	188	188	188	188	188
Equipo de computación	1.600,00	3	533,333	533,33	533,33		
Equipo de oficina	90	5	18	18	18	18	18
Totales			3884,33	3884,33	3884,33	3351	3351

Autor: Jairo Zuleta

5.1.2. Proyección de costos y gastos.

Los costos de producción influyen directamente en el coste final y la utilidad esperada, puesto que, a mayor inflación, mayor es el coste del producto, y entre más costo tenga, menos atractivos seremos en el mercado.

Tabla: 51 Proyección de costos de producción

Detalle	% de proyección	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Mano de obra directa	1,0096	\$ 21.600,00	\$ 21.807,36	\$ 22.016,71	\$ 22.228,07	\$ 22.441,46	\$ 22.656,90
Materia prima directa	1,0096	\$ 14.400,00	\$ 14.538,24	\$ 14.677,81	\$ 14.818,71	\$ 14.960,97	\$ 15.104,60
Costos indirectos de fabricación	1,0096	\$ 3.715,20	\$ 3.750,87	\$ 3.786,87	\$ 3.823,23	\$ 3.859,93	\$ 3.896,99
Total costo producción		\$ 39.715,20	\$ 40.096,47	\$ 40.481,39	\$ 40.870,01	\$ 41.262,37	\$ 41.658,48

Autor: Jairo Zuleta

Tabla: 52 Proyección de costos de producción

Detalle	% de proyección	2017	2018	2019	2020	2021	2022
sueldos administrativos	1,0096	\$ 81.076,35	\$ 81.854,68	\$ 82.640,49	\$ 83.433,84	\$ 84.234,80	\$ 85.043,46
Servicios básicos	1,0096	230	\$ 232,21	\$ 234,44	\$ 236,69	\$ 238,96	\$ 241,25
Suministros de oficina	1,0096	1.200,00	\$ 1.211,52	\$ 1.223,15	\$ 1.234,89	\$ 1.246,75	\$ 1.258,72
Total costo producción		\$ 82.506,35	\$ 83.298,41	\$ 84.098,08	\$ 84.905,42	\$ 85.720,51	\$ 86.543,43

Autor: Jairo Zuleta



5.1.3. Estado de situación inicial.

Tabla: 53 Estado de situación inicial

Empresa "Novamiel"			
Estado de situación inicial			
Al 31 de Diciembre del 2017			
Activo		Pasivos	
Activo corriente		Pasivo corriente	
Banco	\$ 169.576,67	Cuentas por pagar	\$ -
Total activo corriente	\$ 169.576,67	No corriente	\$ -
Activo fijo		Total pasivo corriente	\$ -
Maquinaria y equipos	15.725,00	Patrimonio	
Muebles y Enseres	685	Capital	186.442,67
Equipo de computación	1600		
Equipo de oficina	\$ 90,00		
Total activo fijo	16.500,00		
Activo diferido			
Gastos de constitución	150		
Estudio de factibilidad	216		
Total activo diferido	366		
Total activo	186.442,67	Total Pasivo + Patrimonio	186.442,67
	Gerente		Contador

Autor: Jairo Zuleta



5.1.4. Estado de resultados proyectado (5 años).

Tabla: 54 Estado de resultado proyectado

Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
VENTAS	72.783,3	75.694,69	78.722,48	81.871,38	85.146,24
(-) Costo de Producción	40.096,47	40.481,39	40.870,01	41.262,37	41.658,48
(=) Utilidad Bruta en Ventas	32.686,89	35.213,30	37.852,47	40.609,02	43.487,75
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	629,99	636,04	642,14	648,31	654,53
Gastos de Ventas	629,99	636,04	642,14	648,31	654,53
Gastos Financieras	0	0	0	0	0
(=) Utilidad Operacional	31.426,91	33.941,23	36.568,18	39.312,40	42.178,69
(+) Otros Ingresos	72.783,36	75.694,69	78.722,48	81.871,38	85.146,24
(-) Otros Egresos	0	0	0	0	0
(=) Utilidad A.P.E.I.	104.210,27	109.635,92	115.290,66	121.183,78	127.324,92
(-) 15 % Participación Laboral	15.631,54	16.445,39	17.293,60	18.177,57	19.098,74
(=) Utilidad Antes de I.R.	88.578,73	93.190,53	97.997,06	103.006,21	108.226,19
(-) 25% Impuesto a la Renta	22.144,68	23.297,63	24.499,27	25.751,55	27.056,55
(=) Utilidad Neta	66.434,05	69.892,90	73.497,80	77.254,66	81.169,64
(+) Depreciaciones	-3.884,33	-3.884,33	-3.884,33	-3.351,00	-3.351,00
(+) Amortizaciones	73,2	73,2	73,2	73,2	73,2
(=) Utilidad Neta	62.622,92	66.081,77	69.686,67	73.976,86	77.891,84

Autor: Jairo Zuleta



El estado de resultado nos muestra las pérdidas y ganancias que se obtienen en un periodo determinado, se proyectó a 5 años, con el fin de tener un estimado de la sostenibilidad del proyecto.

5.1.1. Flujo de caja

Tabla: 55 Flujo de caja

Descripción	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
VENTAS		72.783,36	75.694,69	78.722,48	81.871,38	85.146,24
(-) Costo de Producción		40.096,47	40.481,39	40.870,01	41.262,37	41.658,48
(-) Gastos Administrativos		629,99	636,04	642,14	648,31	654,53
(-) Gastos de Ventas		629,99	636,04	642,14	648,31	654,53
(-) Depreciaciones		3.884,33	3.884,33	3.884,33	3.351,00	3.351,00
(=) Utilidad Bruta		27.542,58	30.056,90	32.683,85	35.961,40	38.827,69
(+) Otros Ingresos		72.783,36	75.694,69	78.722,48	81.871,38	85.146,24
(=) Utilidad Operacional		100.325,94	105.751,59	111.406,33	117.832,78	123.973,92
(-) 15 % Participación Laboral		15.048,89	15.862,74	16.710,95	17.674,92	18.596,09
(=) Utilidad Antes de imp.		85.277,05	89.888,85	94.695,38	100.157,86	105.377,84
(-) 25% Impuesto a la Renta		21.319,26	22.472,21	23.673,85	25.039,47	26.344,46
(=) Utilidad Neta		63.957,79	67.416,64	71.021,54	75.118,40	79.033,38
(-) Depreciaciones		3.884,33	3.884,33	3.884,33	3.351,00	3.351,00
(-) Amortizaciones		73,2	73,2	73,2	73,2	73,2
(-) Inversión	186.442,67					
(-) Capital de trabajo	83.257,40					
Flujo de caja	269.700,07	60.000,25	63.459,11	67.064,01	71.694,20	75.609,18

Autor: Jairo Zuleta

“El objetivo del estado de flujo de caja es proveer información relevante sobre los ingresos y egresos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo. Es un estado financiero dinámico y acumulativo.”

(elmundo, 2012, pág. 1)

Análisis

Gracias al flujo de caja podemos encontrar fugas de capital o inversión, entendemos el giro propio del proyecto sin perder de vista el margen de ingresos o egresos que este revela.

5.2. Evaluación.

Es esta fase se procederá a evaluar el proyecto, para poder determinar si es o no viable, en cuanto a sostenibilidad, utilidad y retorno de nuestra inversión expuesta.

5.2.1. Tasa de descuento.

La TMAR, es la tasa de descuento, se la utiliza para estimar los ingresos y egresos que resulten en los proyectos de inversión,

Tabla: 56 TMAR

Cálculo de la TMAR	%
Tasa activa	8.14 %
Tasa pasiva	4.89 %
TMAR	13,03%

Autor: Jairo Zuleta

Fuente: banco central del Ecuador

5.2.2. VAN.

El valor actual neto son los flujos futuros que tendrá el proyecto, es decir los ingresos y egresos que tendrá este, normalmente cuando el VAN es positivo se puede decir que el proyecto es viable, cuando es cero, no es recomendable puesto que está en riesgo de perder y que sea una pérdida, cuando es un valor negativo, quiere decir que el proyecto tendrá más egresos que ingresos, y por lo tanto no es viable.

Tabla: 57 VAN

Cálculo del van	
n= 5	
TMAR	14,74%
Inversión	\$ -186.442,67
Flujo caja 1	\$ 60.000,25
Flujo caja 2	\$ 63.459,11
Flujo caja 3	\$ 67.064,01
Flujo caja 4	\$ 71.694,20
Flujo caja 5	\$ 75.609,18
VAN	\$ 37.830,88

Autor: Jairo Zuleta

Podemos observar que el indicador VAN, es positivo, por lo tanto, el proyecto de Novamiel, es viable en su ejecución.

5.2.3. TIR.

“La Tasa Interna de Retorno o de Rentabilidad (TIR), es un método de valoración de inversiones que mide la rentabilidad de los cobros y los pagos

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULZANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”

actualizados, generados por una inversión, en términos relativos, es decir en porcentaje.”(Campo, 2014, pág. 1)

Tabla: 58 TIR

Cálculo de la TIR	
inversión	\$ - 186.442,67
AÑO 1	\$ 60.000,25
AÑO 2	\$ 63.459,11
AÑO 3	\$ 67.064,01
AÑO 4	\$ 71.694,20
AÑO 5	\$ 75.609,18
TIR	22,63%

Autor: Jairo Zuleta

Como podemos observar la TIR es de 22.63%, esta es nuestra tasa de retorno de nuestra inversión, aun así está dentro de los parámetros, pues existe retorno de capital.

5.2.4. PRI (Periodo de recuperación de la inversión).

El Pri nos indica en que tiempo estimado que estaríamos recuperando nuestra inversión inicial, tan necesaria para dar el primer paso de nuestro proyecto.



Tabla: 59 Periodo de recuperación de la Inversión

Años	Flujos de efectivo	Factor de actualización	Flujos actualizados	Flujos acumulados
1	\$ 60.000,25	0,999	\$ 59.922,17	\$ - 126.520,50
2	\$ 63.459,11	0,997	\$ 63.294,06	\$ - 63.226,44
3	\$ 67.064,01	0,996	\$ 66.802,54	\$ 3.576,10
4	\$ 71.694,20	0,995	\$ 71.321,74	
5	\$ 75.609,18	0,994	\$ 75.118,51	
Periodo de Recuperación de la Inversión (Pri)			3 años	3,9464676
			11 meses	
			10 días	

Autor: Jairo Zuleta

Nuestro periodo de recuperación de inversión, es de 3 años, 11 meses y 10 días, lo cual podemos estimar que incluso por el corto periodo de retorno de la inversión el proyecto es viable.

5.2.5. RBC (Relación costo beneficio).

Tabla: 60 Relación costo beneficio

Años	Flujos actualizados
2018	\$ 59.922,17
2019	\$ 63.294,06
2020	\$ 66.802,54
2021	\$ 71.321,74
2022	\$ 75.118,51
Total	\$ 336.459,02
Inversión	186.442,67
RCB	1,8

Autor: Jairo Zuleta

Según el indicador RCB, nos muestra que por cada dólar invertido obtendremos como utilidad \$0.80ctvs.



5.2.6. Punto de equilibrio.

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

(ingenieriaindustrialonline, 2011, pág. 1)

PUNTO DE EQUILIBRIO DE LIBRAS DE MIEL EN POLVO

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

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	83.706,35
Gastos de Ventas	624,00
Gastos Financieros	
TOTAL COSTOS FIJOS	84.330,35

Costo Variable unitario	8,81
-------------------------	------

Precio	11,01
--------	-------

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

$$PE = \frac{84.330,35}{11,01 - 8,81}$$

$$PE = \frac{84.330,35}{2,20} = 38.331,98 \text{ u}$$

0

DEMOSTRACION

VENTAS	422.035,07
(-) Costo Variable	<u>337.704,72</u>
(=) Margen Contribución	84.330,35
(-) Costo Fijos	<u>84.330,35</u>
(=) Utilidad Operacional	<u>-</u>

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO PUNTO DE EQUILIBRIO DE LIBRAS DE MIEL EN POLVO

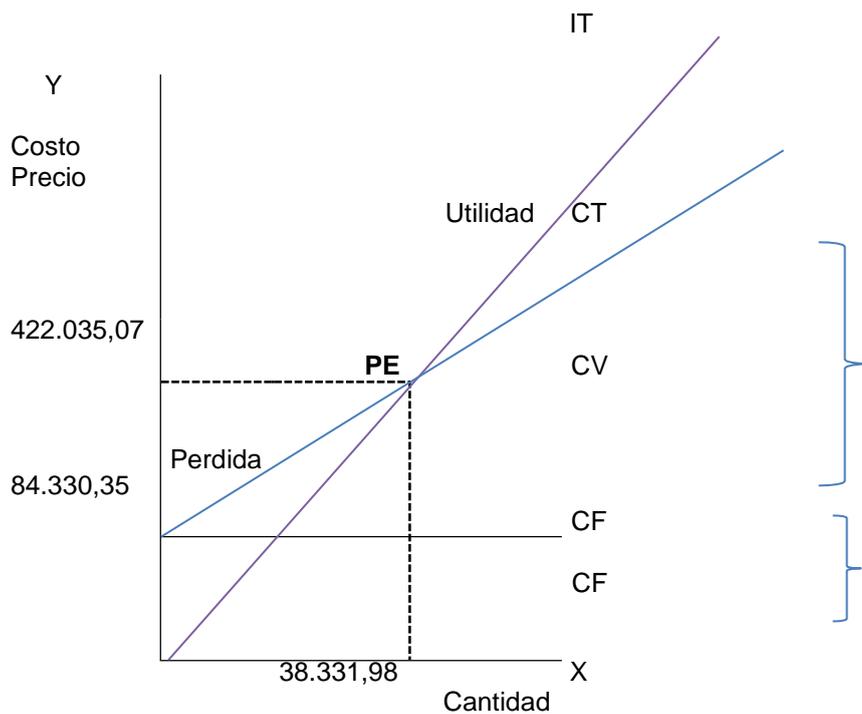


Ilustración 2 punto de equilibrio miel en polvo

Autor: Jairo Zuleta

Análisis

El punto de equilibrio nos indica necesitamos vender \$422.035,07 anualmente, para no tener ni perdida ni ganancia, y superado ese valor empezará a ingresar utilidad.

GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO TRANSFORMACION DE LA MIEL

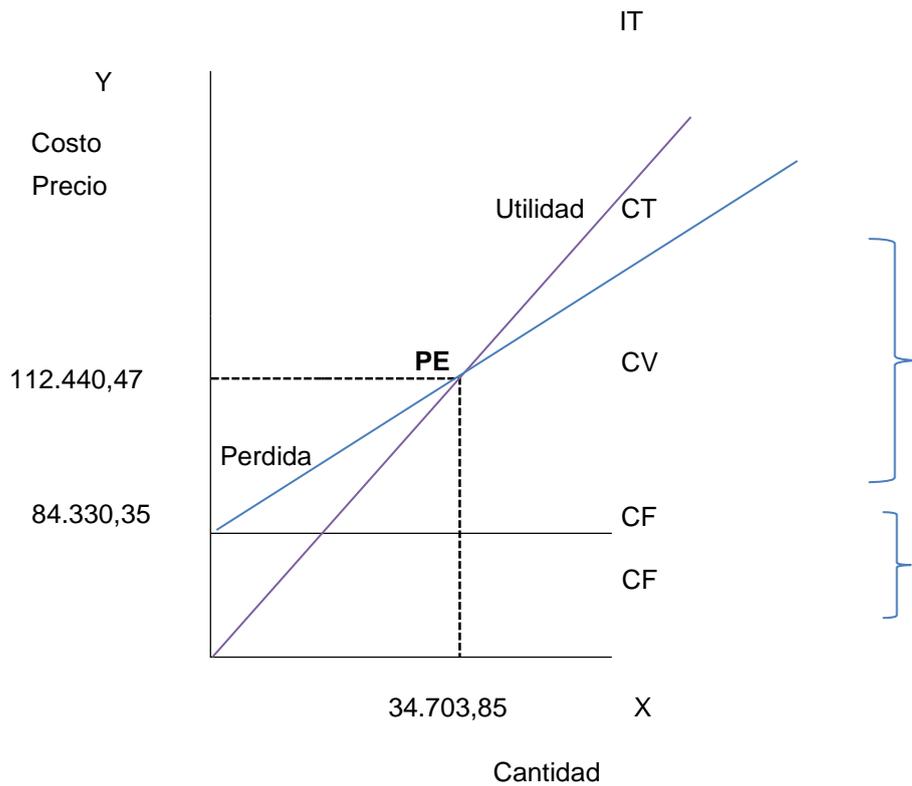


Ilustración 3 punto de equilibrio tranf miel

Autor: Jairo Zuleta

Análisis

Este es un segundo aspecto, pero no por eso menos importante, se involucró el punto de equilibrio de transformación de la miel, puesto que este es el estímulo directo para el sector apicultor, tomando en cuenta que se tendrán que realizar \$112.440,47 en ventas, para cubrir los mismos gastos.



5.2.7. Análisis de índices financieros.

Es un análisis de los estados financieros, para poder interpretar y entender las diferentes características de los mismos, y la información relevante que estos nos brindan.

5.04.07.01. Rentabilidad del Patrimonio (ROE)

“El indicador financiero más preciso para valorar la rentabilidad del capital es el Return on Equity (ROE). Este ratio mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad; es decir, el ROE trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas.”(LORENZANA, 2014, pág. 1)

Fórmula del ROE.

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$$

$$\text{ROE} = \frac{62.622,92}{186.442,67}$$

$$\text{ROE} = 0,34$$

La rentabilidad sobre el capital será de 0.34ctvs de dólar, lo que es bueno para el crecimiento mismo del proyecto, gracias al ROE podemos darnos cuenta de que nuestro capital entrega un beneficio.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULSANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



5.04.07.02. Rentabilidad del Activo (ROA)

“Es la relación entre el beneficio logrado en un determinado período y los activos totales de una empresa. Se utiliza para medir la eficiencia de los activos totales de la misma independientemente de las fuentes de financiación utilizadas y de la carga fiscal del país en el que la empresa desarrolla su actividad principal.” (Lorenzana, 2014, pág. 1)

$$\text{ROA.- } \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{ROA.- } \frac{62.622,92}{186.442,67}$$

$$\text{ROA.- } 0.33\%$$

La rentabilidad sobre los activos será de un 0.33%, es decir la eficiencia de los mismos.



5.04.07.03. Rentabilidad de la Inversión (ROI)

“El índice de retorno sobre la inversión (ROI por sus siglas en inglés) es un indicador financiero que mide la rentabilidad de una inversión, es decir, la relación que existe entre la utilidad neta o la ganancia obtenida, y la inversión.” (crecenegocios, 2012, pág. 1)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Beneficio obtenido}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROI} = \frac{62.622,92}{186.442,67}$$

$$\text{ROI} = 0,34 * 100$$

$$\text{ROI} = 33,59 \%$$

La rentabilidad sobre inversión será de 33.59%, lo que es aceptable para los requerimientos del proyecto.



Capítulo VI Evaluación Ambiental.

Analizaremos mediante matrices, el impacto al medio ambiente, y más aún al sector donde se ejecutará el proyecto.

6.1. Impacto ambiental.

El impacto ambiental producido por la operación de la empresa Novamiel, es un impacto indirecto que causa en su función, sin embargo, trae consigo mejoras en cuanto productividad y estabilidad económica al sector, y está orientado al Objetivo 7 del plan nacional del buen vivir.

“Objetivo 7.-Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global”

(Plan Nacional Para El Buen Vivir, 2013, pág. 221)

- Uno de los impactos contraerá como repercusión en la creación de más panales y colmenas de abejas, e indirectamente más producción de las mismas. Las cuales son sumamente necesarias, pues su aportación natural en el ecosistema de la flora es elevadamente importante, ya que gracias a las abejas las plantas cumplen su proceso de reproducción mediante la polinización,
- Recordemos que la fauna silvestre se alimenta y vive en consecuencia directa de un medioambiente florícola extenso, lo que gracias a la ayuda de las abejas en su contribución a la procreación de árboles, plantas y flores, se cuidara y reforzara la preservación de los distintos tipos de fauna.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULSANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”

±"MATRIZ EVALUACIÓN"IA6		1. MATRIZ DE INTENSIDAD														Peso relativo de actividades		
		AIRE		AGUA		SUELO		FLORA		FAUNA		SOCIAL						
Producción	Evaluación de calidad	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	3	1	2	1
	transformación del producto	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3	2	1
distribución	transporte	2	2	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	3	1	2	1
	empaquetamiento	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	3	1	1	1
	etiquetado	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	3	1	1	1
ventas	Generación de Desechos Sólidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
	consumo eléctrico	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1
	publicidad impresa	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	2	2
marketing	publicidad en redes sociales	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	1	2	2
																		11
Nota: El valor numérico de intensidad varía de 1 a 3 dependiendo del grado de cambio sufrido, siendo 3= valor indicativo de mayor impacto, 2 = muy bajo impacto, se designa el valor 1 a los impactos leves o imperceptibles y 0 para impactos inexistentes;																		
Peso relativo componentes año		7	11	1	0	2	4	1	2	0	2	0	14	4	18	9	12	10
																		97



6.2. Impacto económico.

Como se ha mencionado en los objetivos del proyecto, el impacto económico no es solamente al personal que la empresa compra sus servicios, está enfocado al impulso económico a los diferentes apicultores establecidos, Según el Magap en el 2014 se encontraban alrededor de 902 apicultores registrados,

“Objetivo 9. Garantizar el trabajo digno en todas sus formas”

(Plan Nacional Para El Buen Vivir, 2013, pág. 273)

El presente proyecto tiene por motivación en cuanto puedan sumarse más nuevos apicultores, y que se vea esta actividad como una de las más rentables y estables. Pues el Ecuador tiene gran potencial para esta actividad.

6.3. Impacto productivo.

Este proyecto impactara directamente en la producción de miel en el país, puesto que es un plus que se le agrega a la miel de abeja en su estado natural,

El impacto más recurrente será a la aparición de nuevos apicultores, lo que contraerá más producción y por ello un declive en su costo, haciendo de esta mucho más asequible y preferida.



6.4. Impacto social.

Recordemos que Novamiel tiene como impacto social al programa, “nutrecuador”, el cual tiene como fundamental objetivo enseñar a la población a nutrirse de mejor manera, esto lo lograra emitiendo información relevante y actualizada de los daños futuros e irremediables en la salud causada por una mala selección de nutrientes.



Capítulo VII Conclusiones Y Recomendaciones.

7.1. Conclusiones.

Gracias al presente estudio de mercado realizado en el Distrito Metropolitano de Quito, mediante encuestas encontramos que a la población si le interesan los nutrientes que consumen, pues el 52.34% de los encuestados prefirieron seleccionar sus alimentos en general por sus nutrientes, y tan solo un 36.46% seleccionan sus alimentos por su sabor, esto nos indica que la población más le importa los beneficios de los alimentos que su mismo sabor,

Encontramos también que el 17.19% de la población consume la miel en su estado natural, el porcentaje restante a escogido otro tipo de endulzantes para sus alimentos

Esto es sin duda una problemática expuesta, pues la población no ha escogido la miel en base a que no se la puede utilizar para los distintos alimentos que normalmente.

consumimos mezclándolos, con otros endulzantes que son solubles y de mejor absorción.

Un 62.24% sabían que la miel si puede convertirse en polvo, sin embargo no la pueden encontrar, ya que no existe una empresa en el Ecuador que se dedique a la transformación de la miel, o más importante aún, a su comercialización,

Cuando preguntamos a la población si estaría de acuerdo con un emprendimiento de la deshidratación de la miel en polvo, y consecuentemente su comercialización, se obtuvo una aceptación del 95.31%.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULSANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



Esto nos indica que la población si le interesa su nutrición, pero no ha consumido la miel por su natural, pues trae viscosidad y espesura, y tomando en cuenta que si se lograría hacer que la miel sea más soluble y de mejor absorción, se tendría una aceptación del producto por el 95.31% de la población, ya que cubre necesidades insatisfechas.

7.2. Recomendaciones.

Existe gran potencial para la apicultura, pero no se ha logrado un crecimiento autónomo en este sector debido a la demanda, pues es baja.

Para aumentar la demanda y así lograr un real crecimiento de la apicultura, nos enfocarnos en la problemática existente,

Que la población no consume la miel porque no se la puede utilizar en los diferentes entornos, un ejemplo; si en este momento consumiría un café, y usaría como endulzante la miel de abeja en su estado natural,

La miel demoraría en diluirse totalmente en media hora, hasta eso el café se habría enfriado, y por el tiempo no se lograría consumir ese café, por lo tanto la necesidad no ha sido satisfecha,

Según un estudio del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) elaborado en el año 2015, indica que existe un consumismo alrededor de 601 toneladas de miel al año, pero solo producimos 200 toneladas, dejando una gran grieta de insatisfacción en el mercado, teniendo que recurrir a mieles importadas y mucho más costosas,

“Según Geovanni Chamba, quien fue responsable técnico en el Programa Nacional de Apicultura (Pronapis), afirmo que cada colmena produce 10,2 kilogramos

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULSANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



de miel anualmente,” (telégrafo, 2016, pág. 1)

Esta problemática es recurrente y va en cadena al verdadero problema, pues no es la producción el inconveniente mayor,

No es culpa tampoco del apicultor, sino más bien de los medios en que se ha tratado esta problemática, pues la solución está en que una persona vea en la apicultura un medio o una actividad rentable,

esta visión se ha visto borrosa, pues cuanto a la forma en que promovemos este producto, no logramos que sea llamativa, y esto se debe a que la miel de abeja en su estado natural no satisface necesidades insatisfechas ni resuelve problemáticas expuestas al momento de endulzar, Sin embargo, el Magap, mediante estrategias desarrolladas, una de ellas el programa de apoyo y producción del apicultor, el ya antes mencionado,

Tiene por finalidad producir un promedio de 15,2 kilogramos por colmena al año, esto es un gran impulso del sector y muy beneficioso para nuestro proyecto.

pues queda claro que la miel de abeja no es atractiva al mercado, pero el 95.31% de la población está de acuerdo con este proyecto, puesto que resuelve la gran problemática, mediante la transformación de la miel, se lograría entrar en competencia directa con los demás tipos de endulzantes cristalizados o en polvo,

Resolviendo la problemática de porque no es atractiva al mercado y aumentando mucho más su demanda, pues estaríamos diversificando los clientes actuales,

Logrando así que más emprendedores se sumen a esta actividad y aportando poco a poco para que el Ecuador se vuelva cada vez un gigante de la apicultura.

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULSANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



Nuestras oportunidades fueron analizadas con el objetivo de crecer y expandirnos mucho más a las diferentes provincias del país, y que el proyecto no solo se comprima para la capital, sino para un beneficio potencialmente, tomando en cuenta que no existe otro endulzante del mismo tipo de nutrientes que este posee, atribuyéndonos a nuestra ventaja en nutrición, esto se basa también en nuestra propuesta estratégica, la cual se encamina al crecimiento económico de la apicultura.

Como podemos observar en el estudio de mercado, a la población si le interesa consumir sus alimentos en base a sus nutrientes, puesto que esto contribuirá a una preferencia de nuestro producto, por sus aportaciones nutricionales y por su gran sabor, tomando en cuenta que el 17.19% de la población la consume en su estado natural, y ocupa el tercer puesto en selección de endulzante de alimentos, ganando en primer lugar el azúcar con un 41.15%,

Estos datos nos muestran una gran acogida del azúcar, sin embargo un 62.24% escogería a la miel si esta fuera en polvo, ya que entraría en competencia directa e incluso en ventaja a los diferentes endulzantes ya conocidos, esto nos muestra que la población acepta y necesita una mejor alternativa de endulzante.

Un punto clave del proyecto también es la localización, se la tomo como referencia para una interconexión con las diferentes provincias del país, pensando en un futuro crecimiento, y en un lugar altamente industrializado, que nos ofrece todos los servicios y garantías para llevar a cabo nuestros procesos de producción optima,

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULSANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



sin dejar a un lado la ventaja de que estamos muy cerca del consumidor y de los diferentes puntos de distribución pensados para un correcto posicionamiento del producto,

También la distribución de la planta se la elaboro otorgando la importancia que se merece el departamento de control de calidad, puesto que se conecta con las diferentes etapas de la producción, tanto con la materia prima y hasta un posterior empaquetado del producto ya terminado, cumpliendo con los niveles de calidad adecuados y que nuestros clientes se merecen.

Gracias al objetivo mismo del proyecto el cual es también el impulso de la apicultura con esta nueva y novedosa idea que deja de lado la manera tradicional de usar y consumir la miel, ofreceremos también el servicio de transformación de la miel,

Apicultores artesanales con su propia marca, con el fin de que puedan diversificar el mercado y una duración de la miel más prolongada sin que esta tienda a solidificarse,

En la elaboración de nuestro producto incurriría un gran gasto en cuanto a la maquinaria necesaria para hacer posible este proyecto, cabe mencionar que la inversión solo será por una sola vez cada 10 años, ya que este es el tiempo que tendremos que renovar maquinaria, pero una vez incorporada la inversión, solo tendremos que adquirir nuestra materia prima y enseres, haciendo que en 3 años y 11 meses se recupere la

“CONTRIBUIR EN EL SECTOR ALIMENTICIO, CON LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE ELABORE Y COMERCIALICE ENDULSANTE A BASE DE MIEL DE ABEJA, EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, 2016-2017”



inversión.

El efecto de la motivación de este sector, ocasionara que se eleve la producción de abejas para conseguir mayor cantidad de miel, recordemos que las abejas son polinizadoras por naturaleza y cumplen un papel sumamente importante para la reproducción y conservación de las plantas, y con ello de la fauna existente en aquellos hábitats,

El impacto que ocasionará será altamente positivo, conservaremos el ambiente pre garantizando la permanencia y fortalecimiento de la flora y por ende de la fauna.



Bibliografía

- (s.f.).
- Anzil, F. (17 de 01 de 2012). *www.zonaeconomica.com*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>
- biblio. (2011). 236.
- Bucares. (1976). *APIMONDIA*. Obtenido de <https://www.apimondia.com/es>
- Campo, J. I. (26 de 05 de 2014). *www.expansion.com*. Obtenido de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/tasa-interna-de-retorno-o-rentabilidad-tir.html>
- Cepal*. (2017). Obtenido de www.cepal.org
- coltefinanciera*. (2016). Obtenido de coltefinanciera.com
- crecenegocios*. (12 de 07 de 2012). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/retorno-sobre-la-sobre-inversion-roi/>
- crecenegocios.com*. (13 de 11 de 2013). Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/el-analisis-del-consumidor/>
- debitoor*. (03 de 09 de 2011). <https://debitoor.es>. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>
- eco-finanzas.com*. (16 de 11 de 2010). *www.eco-finanzas.com*. Obtenido de <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/D/DEPRECIACION.htm>
- econlink.com*. (01 de 08 de 2013). <http://www.econlink.com>. Obtenido de <http://www.econlink.com.ar/economia/inversion>
- Ecuador, B. C. (2016). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de contenido.bce.fin.ec
- Ecuador, P. (2016). *Pro Ecuador*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/ecured>. (12 de 08 de 2015). *ecured.cu*. Obtenido de [https://www.ecured.cu/Costo_\(Economía\)](https://www.ecured.cu/Costo_(Economía))
- elmundo*. (01 de 09 de 2012). *www.elmundo.com.ve*. Obtenido de <http://www.elmundo.com.ve/diccionario/fianza.aspx>
- Espinosa, R. (14 de 10 de 2012). <http://robertoespinosa.es/>. Obtenido de <http://robertoespinosa.es/2012/10/14/estrategia-marketing-e-innovacion-una-apuesta-segura/>
- Harold Koontz, H. W. (2012). *ADMINISTRACION, UNA PERSPECTIVA GLOBAL Y EMPRESARIAL*. México D.F. : McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A.
- ingenieriaindustrialonline*. (05 de 11 de 2011). *www.ingenieriaindustrialonline.com*. Obtenido de <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/producci%C3%B3n/an%C3%A1lisis-del-punto-de-equilibrio/>



- LORENZANA, D. (14 de 01 de 2014). *www.pymesya autonomos.com*. Obtenido de <https://www.pymesya autonomos.com/administracion-finanzas/en-que-consiste-el-roe-y-para-que-sirve>
- Montoya, J. D. (2012). *actividades economicas*. Obtenido de <http://www.actividades economicas.org/2012/06/bienes-y-servicios.html>
- República, S. C. (03 de 02 de 2015). *banrepcultural.org*. Obtenido de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_de_manda
- reviso.com. (2016). *reviso.com*. Obtenido de <https://www.reviso.com/es/que-es-un-proveedor>
- Salgado, J. G. (2010). *Repositorio ESPE*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/>
- Talancón, H. P. (2007). ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN PSICOLOGÍA. México, D.F.
- telégrafo. (04 de 09 de 2016). La apicultura rinde como alternativa de producción. *el telégrafo*, pág. 1.
- torres, C. (5 de 12 de 2012). *gestionoperativadelasorganizaciones*. Obtenido de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>
- universo, e. (30 de 12 de 2016). Banco Central del Ecuador prevé PIB al alza para el 2017. *el universo*, pág. 3.
- VIVIR, P. N. (01 de 02 de 2013). *www.buenvivir.gob.ec*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-3.-mejorar-la-calidad-de-vida-de-la-población>