



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Contabilidad y Auditoría

**Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de
Miel de Abeja de la Especie Melipona en la Parroquia Ciano del
Cantón Puyango y su Comercialización en la Ciudad de Alamor de
la Provincia de Loja**

**Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de Licenciado
en Contabilidad y Auditoría**

AUTOR:

Jonathan Leonardo Sánchez Bustamante

DIRECTOR:

Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva, MAE.

**Loja - Ecuador
2024**



CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Riofrio Leiva Luis Antonio**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MIEL DE ABEJA DE LA ESPECIE MELIPONA EN LA PARROQUIA CIANO DEL CANTÓN PUYANGO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE ALAMOR DE LA PROVINCIA DE LOJA**, perteneciente al estudiante **Jonathan Leonardo Sanchez Bustamante**, con cédula de identidad N° **1105479776**. Certifico que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular** se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 21 de Agosto de 2023



Escaneado «Security» por:
**LUIS ANTONIO
RIOFRIO LEIVA**

F) -----
**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**



Certificado TIC/TT.: UNL-2023-000235

Autoría

Yo, **Jonathan Leonardo Sánchez Bustamante**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional - Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de Identidad: 1105479776

Fecha: 26 de enero del 2024

Correo Electrónico: jonathan.l.sanchez@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0993337457

Carta de Autorización del Trabajo de Integración Curricular por parte del autor para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo.

Yo, **Jonathan Leonardo Sánchez Bustamante**, declaro ser la autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Miel de Abeja de la Especie Melipona en la Parroquia Ciano del Cantón Puyango y su Comercialización en la Ciudad de Alamor de la Provincia de Loja”**, como requisito para optar el título de **Licenciado en Contabilidad y Auditoría** autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuáles tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del Trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 26 días del mes de enero del año dos mil veinte y cuatro.

Firma:

Autor: Jonathan Leonardo Sánchez Bustamante

Cédula: 1105479776

Dirección: Loja, Ciudadela “Época”

Correo Electrónico: jonathan.l.sanchez@unl.edu.ec

Celular: 0993337457

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva, MAE.

Dedicatoria

Este trabajo de integración curricular, primeramente, quiero dedicárselo a Dios por darme salud e iluminar el camino hacia mi objetivo que es obtener mi título universitario.

De manera especial dedico este trabajo a mis padres Wilman Sánchez y Mercy Bustamante quienes han sido mi soporte en el trascurso de mi vida académica, gracias por enseñarme que todo es un proceso y que debo ser persistente para lograr ser alguien en la vida.

También quiero dar las gracias a toda mi familia, mis abuelos, tías, tíos y hermanas; pero especialmente a Carolina Bustamante quien me ha acompañado desde el día cero en todo este proceso, gracias por siempre estar para ayudarme, por sus sabios consejos y apoyo.

A la familia Granda Dávila, quienes me acogieron en su hogar y me hicieron sentir como en casa durante estos años de estancia en la ciudad, mi más profundo agradecimiento a todos por ofrecerme siempre su amistad desinteresada y por preocuparse por mí.

Finalmente, a mis amigos y compañeros, que de una u otra manera han contribuido en mi formación y han hecho posible cumplir uno de mis sueños.

Jonathan Leonardo Sánchez Bustamante

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento y gratitud a la prestigiosa Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica Social y Administrativa, a la Carrera de Contabilidad y Auditoría, a sus Autoridades y Docentes, quienes, con afecto, compromiso y experiencia aportaron conocimientos y apoyo inestimable durante el transcurso de mi formación profesional.

De manera especial al Ing. Luis Antonio Riofrío Leiva, MAE, Director del Trabajo de Integración Curricular, por todo el apoyo brindado, que con su experiencia y dedicación supo guiarme durante el proceso de elaboración y culminación de mi trabajo de integración curricular.

Jonathan Leonardo Sánchez Bustamante

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas	viii
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Anexos.....	xiii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
5. Metodología	37
6. Resultados	39
7. Discusión	142
8. Conclusiones	144
9. Recomendaciones	146
10. Bibliografía	147
11. Anexos	157

Índice de Tablas

Tabla 1. Niveles de Confianza	42
Tabla 2. Distribución Muestral de las Encuestas	43
Tabla 3. Género de los Encuestados	43
Tabla 4. Cantidad de Personas que Consumen Miel de Abejas Meliponas.....	44
Tabla 5. Consumo Mensual de Miel de Abejas Meliponas en la Ciudad de Alamor	45
Tabla 6. Opciones donde se Adquiere la Miel.....	45
Tabla 7. Precios habituales de la Miel	46
Tabla 8. Marcas de Miel de Abejas disponibles en el Mercado de Alamor	47
Tabla 9. Aspectos que se Valoran a la Hora de Comparar Miel.....	48
Tabla 10. Principal uso que se le da a la Miel	49
Tabla 11. Preferencia de Promociones a la Hora de Adquirir la Miel	50
Tabla 12. Medios de comunicación	51
Tabla 13. Aceptación	52
Tabla 14. Expectativas del Producto.....	53
Tabla 15. Presentaciones de Miel que Interesa Adquirir	54
Tabla 16. Determinación del Punto Medio de Consumo Mensual	56
Tabla 17. Consumo Promedio Anual de Miel de Abejas Meliponas en la Ciudad de Alamor	56
Tabla 18. Proyección de la Demanda Potencial por Familias	57
Tabla 19. Proyección de la Demanda Real por Familias	57
Tabla 20. Proyección de la Demanda Efectiva por Familias	58
Tabla 21. Cantidades de Miel Vendida por los Principales Ofertantes de la Ciudad de Alamor .	59
Tabla 22. Oferta de Miel de Melipona en la Ciudad de Alamor.....	60
Tabla 23. Ventas de Miel por los Comercializadores en los Últimos Cinco Años.....	60
Tabla 24. Proyección de la Oferta.....	61

Tabla 25. Demanda Insatisfecha	62
Tabla 26. Producto Ofertado.....	64
Tabla 27. Capacidad Instalada del Proyecto	67
Tabla 28. Capacidad Utilizada.....	68
Tabla 29. Participación del Mercado	68
Tabla 30. Determinación de la Maquinaria.....	72
Tabla 31. Determinación del Equipo	73
Tabla 32. Determinación de las Herramientas	77
Tabla 33. Proveedores de Enjambres.....	80
Tabla 34. Proveedor de Frascos	80
Tabla 35. Proveedor de Etiquetas	80
Tabla 36. Selección de Personal	85
Tabla 37. Presupuesto de Maquinaria y Equipo	93
Tabla 38. Depreciación de la Maquinaria y Equipo	94
Tabla 39. Presupuesto de Muebles y Enseres	95
Tabla 40. Depreciación de los Muebles y Enseres	96
Tabla 41. Presupuesto de Equipos de Cómputo.....	97
Tabla 42. Depreciación del Equipo de Cómputo	98
Tabla 43. Resumen de las Inversiones en Activos Fijos.....	98
Tabla 44. Resumen de las Depreciaciones en Activos Fijos	99
Tabla 45. Activos Diferidos.....	99
Tabla 46. Amortización General de Activos Diferidos	100
Tabla 47. Salario del Obrero.....	101
Tabla 48. Presupuesto de Insumos.....	101
Tabla 49. Presupuesto para Materiales de Corta Duración.....	102

Tabla 50. Salario del Administrador	103
Tabla 51. Presupuesto de Suministros de Oficina	103
Tabla 52. Presupuesto de Suministros de Limpieza	104
Tabla 53. Presupuesto de Servicios Básicos	105
Tabla 54. Presupuesto de Mantenimiento y Reparación.....	106
Tabla 55. Salario del Personal del Departamento Comercial	106
Tabla 56. Presupuesto para Publicidad	107
Tabla 57. Presupuesto de Otros Gastos de Venta	107
Tabla 58. Resumen de Capital de Trabajo	108
Tabla 59. Resumen Total de Inversiones	109
Tabla 60. Resumen Total de Inversiones	110
Tabla 61. Tabla de Amortización del Crédito.....	110
Tabla 62. Presupuesto de Ingresos	111
Tabla 63. Presupuesto de Ingresos	112
Tabla 64. Proyección de Ingresos	112
Tabla 65. Promedio de Inflación.....	113
Tabla 66. Promedio de los Salarios.....	113
Tabla 67. Proyección de Sueldos del Administrador.....	114
Tabla 68. Proyección de Sueldos del Vendedor	114
Tabla 69. Proyección de Sueldos del Obrero.....	114
Tabla 70. Presupuesto de Egresos.....	115
Tabla 71. Estado de Resultado de Pérdida y Ganancias	116
Tabla 72. Clasificación de los Costos y Gastos	118
Tabla 73. Flujo de Caja Proyectado	120
Tabla 74. Costo de Capital Promedio Ponderado	121

Tabla 75. Valor Actualizado	123
Tabla 76. Tasa Interna de Retorno	124
Tabla 77. Relación Beneficio - Costo	125
Tabla 78. Periodo de Recuperación del Capital.....	126
Tabla 79. Análisis de Sensibilidad con una Disminución en los Ingresos del 9%	127
Tabla 80. Análisis de Sensibilidad con un Incremento en los Costos del 13,95%	129
Tabla 81. Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 1.....	131
Tabla 82. Resultados del Punto de Equilibrio Año 1.....	132
Tabla 83. Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 2.....	133
Tabla 84. Resultados del Punto de Equilibrio Año 2.....	134
Tabla 85. Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 3.....	135
Tabla 86. Resultados del Punto de Equilibrio Año 3.....	136
Tabla 87. Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 4.....	137
Tabla 88. Resultados del Punto de Equilibrio Año 4.....	138
Tabla 89. Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 5.....	139
Tabla 90. Resultados del Punto de Equilibrio Año 5.....	140

Índice de Figuras

Figura 1. Representación gráfica de la demanda	20
Figura 2. Género de los Encuestados	44
Figura 3. Cantidad de Personas que Consumen Miel de Abejas Meliponas	44
Figura 4. Consumo Mensual de Miel de Abejas Meliponas en la ciudad de Alamor.....	45
Figura 5. Opciones donde se Adquiere la Miel.....	46
Figura 6. Precios habituales de la Miel.....	47
Figura 7. Marcas de Miel de Abejas disponibles en el Mercado de Alamor	48
Figura 8. Aspectos que se Valoran a la Hora de Comparar Miel	49

Figura 9. Principal uso que se le da a la Miel	50
Figura 10. Preferencia de Promociones a la Hora de Adquirir la Miel.....	51
Figura 11. Medios de Comunicación	52
Figura 12. Aceptación.....	53
Figura 13. Expectativas del Producto la Empresa	54
Figura 14. Presentaciones de Miel que Interesa Adquirir.....	55
Figura 15. Logo.....	63
Figura 16. Etiquetas de la Empresa.....	63
Figura 17. Modelo de la Cuña Radial	65
Figura 18. Modelo Publicitario en Facebook.....	66
Figura 19. Modelo Publicitario en WhatsApp	66
Figura 20. Mapa de la Provincia de Loja.....	69
Figura 21. Mapa del Cantón Puyango.....	69
Figura 22. Mapa de la Parroquia Ciano	70
Figura 23. Mapa de la Ubicación del Local.....	71
Figura 24. Distribución del Terreno.....	79
Figura 25. Distribución de las Áreas en Administración.....	79
Figura 26. Organigrama estructural de la Empresa MELI SUR.....	86
Figura 27. Punto de Equilibrio Año 1	133
Figura 28. Punto de Equilibrio Año 2.....	135
Figura 29. Punto de Equilibrio Año 3.....	137
Figura 30. Punto de Equilibrio Año 4.....	139
Figura 31. Punto de Equilibrio Año 5.....	141

Índice de Anexos

Anexo 1. Proyecto De Integración Curricular	157
Anexo 2. Encuesta Aplicada a la Muestra Objeto de Estudio	161
Anexo 3. Entrevista Aplicada a los Principales Comercializadores de Miel de Abeja Melipona en la Ciudad de Alamor	165
Anexo 4. Presupuesto para la Compra de Enjambres	166
Anexo 5. Resumen de Propiedad Planta y Equipo	166
Anexo 6. Rol de Pagos del Bodeguero	167
Anexo 7. Rol de Pagos del Administrador.....	168
Anexo 8. Rol de Pagos del Vendedor	169
Anexo 9. Proyección de Sueldos del Administrador	170
Anexo 10. Proyección de Sueldos del Vendedor.....	171
Anexo 11. Proyección de Sueldos del Obrero	172
Anexo 12. Certificado de Inglés	173

1. Título

Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Miel de Abeja de la Especie Melipona en la Parroquia Ciano del Cantón Puyango y su Comercialización en la Ciudad de Alamor de la Provincia de Loja.

2. Resumen

El Trabajo de Integración Curricular se basó en un “Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Miel de Abeja de la Especie Melipona en la Parroquia Ciano del Cantón Puyango y su Comercialización en la Ciudad de Alamor de la Provincia de Loja”, en él se cumplieron los objetivos propuestos que fueron la realización del estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y evaluación financiera para el efecto. El plan inició con el análisis del mercado, en el que se detalla que entre la ciudadanía alamoreña existe una demanda potencial de 9.257.640 g. de miel. En el estudio técnico, mediante la macro y micro localización se determinó la ubicación más adecuada para la planta de producción, para el caso en el barrio Alto de la Cruz, parroquia Ciano, cantón Puyango y provincia de Loja. Dentro del estudio organizacional se estableció el tipo de empresa a constituir y sus niveles jerárquicos, en el económico financiero se fijó el capital inicial de la inversión que será de 47.929,60 dólares, valor financiado con capital propio en un 37,41% que equivale a 17.929,60 dólares; y capital externo con un préstamo bancario que representa un 62,59% de la inversión, que en valores monetarios son 30.000,00 dólares adquiridos en el Banco Pichincha. Finalmente, la evaluación financiera ayudó a determinar el Valor Actual Neto de 6.572,54 dólares; la Tasa Interna de Retorno de 18,87%, la Relación Beneficio Costo de \$ 1,58; el Periodo de Recuperación de Capital de 4 años 2 meses y 8 días y, el Análisis de Sensibilidad que indica que el proyecto puede soportar un incremento de Costos del 13,95% y una disminución en los Ingresos del 9,00%. Basándose en los datos obtenidos se concluye que el proyecto es viable para su ejecución.

Palabras Clave: Inversión, Estudio, Producción, Capital.

2.1 Abstract

The Work of Curricular Integration was based on a "Feasibility Project for the Creation of a Melipona Bee Honey Company in the Ciano Parish of Puyango Canton and its Commercialization in the City of Alamor of the Loja Province", in which the proposed objectives were fulfilled: market research, technical study, organizational study, financial study and financial evaluation for that purpose. The plan began with the market analysis, which details that among the citizens of Alamor there is a potential demand of 9.257.640 g. of honey. In the technical study, the macro and micro location determined the most suitable location for the production plant in the case of the Alto de la Cruz neighborhood, Ciano parish, Puyango canton and Loja province. Within the organizational study it was established the type of company to be constituted and its hierarchical levels, in the financial economy the initial capital of the investment was set in 47.929,60 dollars, cost financed with own capital in a 37.41% that is equivalent to 17.929,60 dollars; and foreign capital with a bank loan that represents 62.59% of the investment, which in monetary values are 30.000,00 dollars acquired at Banco Pichincha. Finally, the financial assessment helped to determine the Net Present Value of \$6.572,54; the Internal Rate of Return of 18.87%, the Cost Benefit Ratio of \$1,58; the Capital Recovery Period of 4 years 2 months and 8 days and, the Sensitivity Analysis that indicates that the project can support a cost increase of 13.95% and a decrease in revenue of 9.00%. Based on the data obtained, it is concluded that the project is viable for its implementation.

Keywords: Investment, Study, Production, Capital.

3. Introducción

Los proyectos de factibilidad son un elemento de apoyo importante para los emprendedores, ya que aportan en el diagnóstico de riesgos, la determinación de beneficios y de oportunidades a la hora de poner en marcha una idea de negocio. También son conocidos como investigaciones donde se realizan análisis económicos y financieros de los costos, gastos y rentabilidad económica que puede resultar al poner en marcha un proyecto, además permiten determinar los recursos y materiales que se requieren para el cumplimiento de los procesos y las funciones básicas de los proyectos en el futuro.

La miel de abeja de la especie melipona es un producto que ha estado en el mundo desde tiempos ancestrales, es reconocida por sus cualidades medicinales y utilizada también como alimento. En la ciudad de Alamor existe un gran consumo de esta variedad de miel, esto debido a los varios beneficios que tienen este producto, entre los principales se encuentran sus propiedades anti-bacteriales, antiinflamatorias, antisépticas y calmantes. En vista de esta oportunidad de mercado surge la idea para la creación de una empresa dedicada a comercializar este producto, con ello se busca fomentar el desarrollo de los negocios independientes dentro de la ciudad brindando soluciones a las necesidades de los clientes. A más de ello, se da el primer paso para demostrar que la fundación de empresas dentro de la ciudad es posible, mostrando a las personas que los métodos proactivos e innovadores son exitosos.

En este contexto el Trabajo de Integración Curricular denominado, **“Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Miel de Abeja de la Especie Melipona en la Parroquia Ciano del Cantón Puyango y su Comercialización en la Ciudad de Alamor de la Provincia de Loja”**, está enfocado principalmente en la comercialización de miel de abeja de la especie melipona a fin de cubrir parte de la demanda insatisfecha y generar un beneficio económico a la empresa. Este plan se encuentra estructurado de conformidad con lo establecido en el artículo 229 del Reglamento de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de Loja, mismo que está constituido de la siguiente forma: **Título**, el cual corresponde a la denominación del Trabajo de Integración Curricular; **Resumen**, constituye una síntesis de los resultados obtenidos en relación a los objetivos planteados en español y traducido al inglés; **Introducción**, describe la importancia del título, y el aporte que se le dará a la empresa mediante el Trabajo de Integración Curricular así como la estructura general; **Marco Teórico**, incluye la revisión bibliográfica de las bases indispensables en la elaboración del proyecto, lo que permitió

conocer los elementos que giran en torno a la elaboración de un estudio de factibilidad; **Metodología**, describe los métodos y técnicas empleadas en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; **Resultados**, comprende el Estudio de Mercado, el Estudio Técnico, el Estudio Financiero y la Evaluación Financiera; **Discusión**, hace referencia a los resultados de la situación actual con los beneficios que traería la creación del proyecto de factibilidad en la ciudad de Loja; **Conclusiones**, corresponde a los resultados obtenidos en forma resumida en relación a los objetivos propuestos; **Recomendaciones**, representan aquellas sugerencias realizadas conforme a los resultados obtenidos; **Bibliografía**, se detalla el listado de las fuentes de información teórica utilizadas en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; y, finalmente, los **Anexos**, en el que constan los documentos de soporte para la realización del Trabajo de Integración Curricular.

4. Marco Teórico

La Empresa

Concepto

Desde un punto de vista económico, una empresa es una entidad que presta servicios o crea bienes para su posterior comercialización. De acuerdo a lo establecido por el Diccionario de la Real Academia Española (2023) es “una unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”. Es aquella sociedad creada con la finalidad de adquirir un beneficio económico al producir y posteriormente comercializar sus productos o al prestar sus servicios en el mercado, transforma materia prima en bienes y servicios y posterior busca un lucro.

Las entidades son todas las sociedades constituidas con un objetivo organizacional y una razón social definida, además cuentan con la finalidad de obtener rendimientos económicos que benefician a sus propietarios y al desarrollo económico del país, ya que ofrecen fuentes de empleo y dinamizan la producción local e internacional de diversos productos o servicios. Para que ejerzan correctamente sus funciones es necesario que cuenten con capital y diferentes recursos como pueden ser materiales, humanos, productivos, entre otros.

Importancia

En la actualidad las empresas cumplen una función importante dentro de la sociedad, ya que son los entes que se encargan de dinamizar la economía por medio de ofertas laborales y contribuyen al PIB. Ibarra et al. (2017) exponen que la importancia de las empresas radica en los beneficios que genera su funcionamiento ya sea en la oferta de bienes o servicios, además presenta flexibilidad e incremento de recursos lo cual afecta positivamente a los administradores de cada entidad.

La importancia de las organizaciones se enfoca en las posibilidades que posee para cumplir con los aspectos básicos que realizan diariamente, como son generar valor agregado en la producción, cumplir adecuadamente con la función social que le permite estar en capacidad para hacer frente a los riesgos presentes, tener la posibilidad de aumentar sus niveles de producción, satisfacer las necesidades de los clientes. En definitiva, estos aspectos le ayudan a permanecer dentro de los mercados competitivos.

Elementos

Los elementos son fundamentales en todas las actividades que se realizan o se ejecutan diariamente, tal es el caso de las empresas que deben poseer elementos importantes que les contribuyan positivamente para cumplir con las planificaciones diarias y lograr los objetivos organizacionales de las entidades. Rojas, et al. (2016) en su artículo exponen que la presencia de los elementos es indispensable dentro de las empresas, ya que ayudan a la constitución y funcionamiento de las mismas, este autor los agrupa de la siguiente manera:

- A nivel estructural los elementos son: instalaciones, tecnología y equipos, etc.
- A nivel infraestructural los elementos son: personas, políticas, procesos, etc.
- A nivel de integración los elementos son: operaciones, cadena de valor, tecnologías de integración, etc.

Estos niveles están comprendidos por los elementos esenciales para el cumplimiento de las diversas funciones que las empresas demandan, por ejemplo, las instalaciones son las más importantes dentro de los procesos productivos, ya que si no hay un lugar adecuado no se puede trabajar. Así mismo si no existe una mano de obra calificada o los trabajadores necesarios las instituciones no podrían realizar las actividades diarias ni cumplir con sus planificaciones. Por lo tanto, es necesaria la presencia de cada uno de estos elementos porque cumplen con una función específica.

Características

Las entidades cuentan con cultura organizacional que rige el accionar de los colaboradores empresariales, con el objetivo de perfeccionar los procesos productivos y de comercialización. Las principales características de las empresas, según Delfín y Acosta (2016) son “el estilo de administración, el liderazgo, los planes estratégicos, sistemas de recompensa, el clima organizacional, los valores básicos, entre otros muchos aspectos” (p.191). Es decir, el correcto desempeño de estas cualidades ayuda al crecimiento y desarrollo de las organizaciones.

Los administradores de las empresas deben poseer un buen estilo, conocimientos y capacidad de liderazgo para que tenga la posibilidad de regular el accionar de sus colaboradores focalizando las actividades para el cumplimiento de las funciones diarias. La formulación de planes estratégicos es fundamental para guiar el buen funcionamiento de las empresas, así como contar con un excelente clima organizacional ayuda a los trabajadores de las instituciones a sentirse confortables y cómodos para realizar sus actividades diarias, lo cual beneficia a las entidades.

Clasificación de las Empresas

Empresas Según su Sector	Empresas Según su Procedencia del Capital	Empresas Según su Tamaño
Sector Primario. Aquel que utiliza como materia prima todo elemento obtenido directamente de la naturaleza.	Empresas Públicas. Son aquellas pertenecientes al sector público. Una empresa será considerada pública mientras el 51% de sus acciones sea posesión del sector público.	Empresas Grandes. Una empresa es grande cuando posea altas capacidades tecnológicas, potencial humano y cuando su capital sea de gran cantidad.
Sector Secundario. Aquellas que su tarea se basa en la conversión de materia prima obtenida por medio de terceros.	Empresas Privadas. Son aquellas que están a cargo de individuos particulares. Su principal objetivo es maximizar sus beneficios y ventas.	Empresas Medianas. Son las que requieren capacidades tecnológicas, potencial humano y una cantidad importante de capital. pero en menor medida que las empresas grandes.
Sector Terciario. Este sector se encarga de la comercialización de productos fabricados por completo por otras empresas (proveedoras),	Empresas Mixtas. Empresas, donde, tanto el sector público como el privado tienen participación.	Empresas Pequeñas. Aquellas que no necesitan de una gran cantidad de capital, ni potencial humano para llevar a cabo sus actividades económicas.

La Empresa Productora

Las empresas productoras básicamente son las instituciones que se dedica a producir bienes para ser comercializados en los diferentes mercados, es decir su razón social es la fabricación de algún producto con características demandadas por los clientes. Vera et al. (2021) indican que las empresas productoras son aquellas fabrican que producen o procesas materias primas para elaborar productos de alto nivel los cuales van a ser comercializados en los mercados. Existen dos tipos de producción artesanal e industrial, la primera es cuando su proceso se realiza de forma manual y la segunda es cuando se da por medio de máquinas y utilizando la tecnología.

La importancia de las empresas productoras radica en que ofrecen productos necesarios en la sociedad y están innovando para satisfacer las demandas locales en cuanto a los artículos demandados. Por esta razón, las personas se sienten satisfechas por los bienes que ofertan estas entidades en los mercados, ya que permiten generar comprar rápidas a nivel local y de productos necesarios. Sin embargo, estos procesos equivalen a más trabajos o actividades que deben realizar por tal motivo los costos suelen ser altos, puesto que todos los instrumentos, tiempo, mano de obra, conocimientos generan un valor que debe ser considerado al momento de fijar los precios.

Proyectos

El término proyecto se refiere a la idea general que se tiene sobre un plan de acción que se quiere llevar a cabo para lograr un objetivo específico, de acuerdo a lo establecido por Mondragón Puerto (2018) este término hace referencia a un “esquema, labor o evento en el que se recoge la información requerida para implementar una acción específica. Implica una inversión y el uso de recursos con el objetivo de incrementar el consumo de bienes y/o servicios” (p. 9). Un proyecto implica una serie de actividades, recursos, plazos y responsables que se definen previamente para garantizar su viabilidad y éxito. El concepto de proyecto también incluye los beneficios esperados, los riesgos potenciales y los criterios de evaluación que se aplicarán al finalizar.

Clases de Proyectos

Los proyectos pueden ser categorizados de acuerdo a varios factores, como el sector económico al que están destinados, el propósito que persiguen, quién los lleva a cabo, su alcance geográfico, entre otros. Según Tapias Daniel (s.f.) los proyectos se pueden clasificar de la siguiente manera:

Según el sector de la economía al que están dirigidos

Agropecuarios. Proyectos dirigidos al sector primario (producción animal y vegetal, actividades pesqueras y forestales, etc.)

Industriales. Centrados en la industria manufacturera y extractiva, así como en el procesamiento de los productos obtenidos de la pesca, la agricultura y ganadería.

De infraestructura social. Estos proyectos tienen por objeto atender las necesidades básicas de la población (salud, educación, vivienda, alcantarillados, etc.)

De infraestructura económica. Proporcionan bienes o servicios de utilidad general como la energía eléctrica, el transporte y las comunicaciones (ampliación y mantenimiento de carreteras, ferrocarriles, aeropuertos, puertos, sistemas de telecomunicaciones, etc.)

De servicios. No producen bienes materiales (servicios de valor añadido, administrativos, etc.)

Según el Ejecutor

Públicos: Realizados por instituciones del gobierno con presupuestos provenientes de dinero público. Forman parte de los programas y planes de desarrollo económico y social de los distintos organismos de la administración pública.

Privados: Son realizados por personas físicas o jurídicas empleando recursos privados y/o créditos. Son proyectos que tienen, en general, objetivo de rentabilidad.

Mixtos: Son proyectos promovidos y realizados coordinadamente entre los sectores público y privado.

Según su Área de Influencia:

Proyectos Locales. Su alcance se limita a ciertas comunidades, localidades, pueblos o comarcas

Proyectos Regionales. Son los que desarrolla un distrito en otros territorios o en conjunto con las administraciones de otros territorios.

Proyectos Nacionales. Actividades coordinadas y controladas, para alcanzar un objetivo nacional.

Proyectos Multinacionales. Actividades desarrolladas en busca de construir políticas integradas y articuladas entre países.

Proyecto de Inversión

Concepto

Sin lugar a dudas el Proyecto de Inversión es un tema fundamental dentro de un análisis de factibilidad, para ello es importante tener una clara percepción sobre el tema, por su parte O’Farril Rodríguez & Fera Marrero (2019) lo definen como aquel que “constituye una propuesta de acción técnico-económica para resolver una necesidad mediante el empleo de un conjunto de recursos disponibles, que pueden ser humanos, materiales, tecnológicos, entre otros”. Con base en lo expuesto se puede determinar que un proyecto de inversión es una oportunidad para particulares y organizaciones que buscan aumentar su patrimonio.

Con el planteamiento y la estrategia adecuados, la inversión puede reportar importantes beneficios a lo largo del tiempo, sin embargo, existen riesgos, pero con una investigación exhaustiva y una planificación cuidadosa, los inversores pueden mitigarlos y cosechar los frutos. La clave del

éxito de un proyecto de inversión es identificar la oportunidad adecuada que se ajuste a sus objetivos y a su propensión al riesgo. Esto requiere un profundo conocimiento del mercado, las tendencias del sector y los factores económicos que podrían afectar a su inversión.

Importancia

Para el correcto desarrollo de una idea de negocio es fundamental conocer la importancia de un proyecto de inversión, basándose en lo expuesto por Serrano (2020) consiste en “invertir los excedentes de flujo de efectivo en un bien, servicio, o ambos, que serán redituables a mediano o largo plazo, considerando factores de riesgo que puedan afectar la generación de valor a quienes aportan el capital del proyecto” (p. 6). En relación con esto se entiende que ayudan a las organizaciones a crecer y expandirse proporcionándoles los recursos necesarios para emprender.

Los proyectos de inversión son fundamentales para el éxito de cualquier organización, ya que proporcionan una vía de crecimiento y expansión, ayudan a las organizaciones a seguir siendo competitivas en un entorno empresarial en constante cambio y atraen a inversores y socios valiosos. Sí, existen riesgos asociados a la inversión en proyectos, pero con una planificación y ejecución adecuadas, los beneficios pueden compensar con creces los riesgos.

Objetivo

Con base en lo expuesto por Seco (2023) el objetivo principal del proyecto de inversión en los tiempos actuales es “determinar cuál será el coste total de poner la idea de negocio o actividad en marcha”. Por lo tanto, con el objetivo se busca determinar la cuantía de recursos ajenos que se necesitará para iniciar el proyecto. Es el punto de partida para indagar sobre las fuentes de financiación adecuadas para el negocio.

Características

De acuerdo a Serrano (2020) algunos aspectos que definen a un proyecto de inversión son los siguientes:

- **Tiene un objetivo claramente definido.** – El objetivo del proyecto se define al momento de plantear la idea de negocio.
- **Tienen un principio y fin determinado.** – Los proyectos pueden poseer una duración de corto o largo plazo, pero siempre poseen un fin.
- **Son de carácter irreversible.** – Dependen del tipo de inversión hecha, ya que es definitiva.

- **Se hacen estudios que justifican la viabilidad y recuperación de los recursos invertidos.** Antes del inicio de una inversión se realizan los estudios pertinentes para predecir el éxito del negocio
- **Se asignan y se comprometen recursos económicos.** – Al apostar por un proyecto de inversión se realiza la asignación de recursos económicos que, a pesar de contar con estudios técnicos, el resultado no puede ser el esperado.

Puede decirse que existen ciertas características clave que convierten a un proyecto de inversión en una oportunidad lucrativa para quienes trabajan en sus ideas de negocio. Su objetivo bien definido, la asignación eficaz del presupuesto y las medidas de mitigación de riesgos, en conjunto, las características de este tipo de plan lo convierten en una opción sólida y viable para los inversores que buscan diversificar su cartera y maximizar sus beneficios.

Clasificación

De acuerdo con el sector al que van dirigidos	De acuerdo con su naturaleza	De acuerdo a los bienes y servicios
Agropecuarios. Son los que se ubican en el sector primario. Al explotarlos no se efectúa ninguna transformación.	Dependientes. Son dos o más proyectos relacionados, donde al ser aprobado uno, los demás también serán aceptados.	De bienes. Son: Agrícolas, forestales, industriales, marítimos, mineros, pecuarios, etcétera.
Industriales. Son los que se ubican en el sector secundario, el sector industrial. Su principal característica es la transformación de productos.	Independientes. Son dos o más proyectos analizados y aprobados o rechazados, de forma individual, sin que la decisión incida en los demás.	De servicios. Se dividen en: infraestructura social, infraestructura física, infraestructura hidráulica y transporte.
De servicios. Son los que se ubican en el sector terciario y pueden ser: educación, carreteros, hidráulicos, transporte.	Mutualmente excluyentes. Este caso ocurre cuando se analiza un conjunto de proyectos y, al seleccionar alguno, los demás quedan descartados.	

Fases del Proyecto de Inversión

Los proyectos de inversión cuentan con un ciclo de vida, con base a lo expuesto por Serrano (2020) se contempla cinco etapas que a continuación se detallan:

- **Inicio.** Se refiere a la primera etapa donde, con base en una necesidad, se concibe la idea de cómo satisfacerla.
- **Planeación.** Involucra aquellas actividades encaminadas a establecer el rumbo, acciones y estrategias por seguir con el propósito de ejecutar el proyecto.
- **Ejecución.** Esta etapa contempla llevar a cabo las actividades previamente establecidas en planeación acorde a los objetivos del proyecto.
- **Monitoreo y control.** Se refiere al seguimiento que se da a cada fase del proyecto con el objetivo de verificar el cumplimiento y funcionamiento del mismo, de acuerdo con lo previamente establecido. Contempla las acciones encaminadas a vigilar que las etapas del proyecto se cumplan con base en lo planeado.
- **Cierre y administración de las instalaciones.** Conclusión y entrega del proyecto final, así como la administración del resultado del mismo, es decir, de la idea materializada es un nuevo negocio, de una nueva planta, nueva maquinaria, etc.

Los proyectos de inversión pueden ser complejos y exigir una planificación y ejecución minuciosa. Se dividen en varias fases, cada una con sus propios retos y objetivos, pero en conjunto, lo convierten en una opción sólida y viable para los inversores que buscan diversificar su cartera y maximizar sus beneficios.

Proyecto de Factibilidad

Definición de Factibilidad

La palabra factibilidad hace hincapié a la situación donde es posible la realización de alguna actividad. Como se cita en Duvergel y Argota (2017) factibilidad son las “posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto. Es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso” (p. 50). En resumen, este término hace referencia a si un determinado estudio o proyecto será viable o no, es una herramienta que permite definir si contamos con objetivos alcanzables.

El término factibilidad se basa principalmente en la condición que permite determinar la posibilidad de realizar acciones en los diferentes contextos o situaciones que se presente, ya sea

porque se realizó un estudio donde se analiza los factores que intervienen y el resultado que brinda es positivo para ejecutar el plan estudiado. Al hablar, de factible se enfoca en que es realizable o que tiene la posibilidad de elaborar una actividad en un tiempo determinado, es decir, permite medir si las planificaciones son operables en la vida cotidiana.

Estudio de Factibilidad

Los estudios o proyectos de factibilidad son las investigaciones que se realizan con la finalidad de comprobar si son viables o no los proyectos que se pretenden ejecutar en el futuro. Como lo establece Rodríguez (2022), el estudio de factibilidad es una “herramienta analítica que permite evaluar la capacidad de una organización para su cumplimiento. Estos estudios estiman la probabilidad de éxito en el emprendimiento y sirven para ajustar nuestras expectativas o llevar a cabo acciones correctivas para alcanzar las metas trazadas”. En base a lo declarado, es fundamental saber si un proyecto es realizable, puesto que al no conocer las limitaciones que tendremos a futuro, será difícil continuar con el plan.

Los estudios de factibilidad también son conocidos como investigaciones donde se realizan análisis económicos y financieros de los costos, gastos y rentabilidad económica que puede resultar al poner en marcha un proyecto, además permiten determinar los recursos y materiales que se requieren para el cumplimiento de los procesos y las funciones básicas de los proyectos en el futuro.

¿Para qué sirve un Proyecto de Factibilidad?

Los proyectos de factibilidad buscan estimar la viabilidad de un proyecto y ofrecer información útil para la correcta planificación en su ejecución. Rodríguez (2022) afirma que además ayudan en los siguientes puntos:

- Comprender las necesidades comerciales de tu público, ya que antes de emprender un proyecto es fundamental saber si tendrá éxito en el grupo de consumidores al que te diriges y, por tanto, debe estar adaptado a sus intereses.
- Estimar el éxito de un proyecto, independientemente de si es viable la ejecución de un plan, se debe evaluar el índice de comercialización y ganancias en su implementación. Esto permite saber si será conveniente o no la estrategia.
- Conocer mejor a tu empresa, pues los estudios de factibilidad implican una revisión exhaustiva de los recursos humanos, materiales y presupuestos de los que dispones, así como de las cadenas productivas y capacidad de producción de tu plantilla.

- Mejorar tus áreas de oportunidad, debido a que con estos estudios también puedes identificar aquellas áreas que imposibilitan la ejecución de un proyecto, así como las causas que están detrás.
- Optimizar el proyecto; una vez que has identificado lo que puedes mejorar, puedes realizar modificaciones y crear el mejor escenario para cumplir con los requisitos de tu proyecto.

Elementos del Proyecto de Factibilidad

Para ejecutar un proyecto de factibilidad efectivo es necesario analizar todos los aspectos importantes dentro de la investigación, para ello es necesario dividir el proyecto en diferentes etapas o elemento en los cuales se pueden agrupar los aspectos que se deben realizar durante la indagación, Rodríguez (2022) indica que los elementos más importantes que se deben considerar son:

- **Evaluación del mercado:** Es la primera fase y permite analizar las características del mercado meta, ya que se determina si es viable o no de acuerdo al nivel de aceptación del público. Este paso ayuda a determinar si se cuenta con la demanda de los clientes para poder abrir un local o una nueva sucursal.
- **Analizar los recursos:** Esta fase permite determinar la disponibilidad de recursos con lo que cuenta el propietario y la cantidad que se necesitan para ejecutar el proyecto, definiendo de esta manera si se puede realizar o no con recursos propios o si necesita financiamiento bancario.
- **Estudiar los antecedentes:** Es importante determinar el nivel de ventas de productos similares si es que es nueva la empresa, o los indicadores que permiten determinar el futuro desempeño del proyecto. Si el estudio está bien ejecutado y sus resultados fueron positivos eso quiere decir que si es factible la ejecución del proyecto estudiado.
- **Generar un plan de acción:** Si al efectuar todos los pasos anteriormente mencionados y se ha determinado que el proyecto es factible, se puede proceder a realizar un informe donde se estipulan varios elementos de forma lógica como el objetivo, el análisis, los responsables, el presupuesto, los recursos, la estadística, el nivel de riesgo, las vías de acción y proyección del mismo.

Estudio de Mercado

El estudio de mercado permite determinar información relevante del mercado donde se va a interactuar, es decir, se obtendrá las necesidades de los clientes y las ofertas de la competencia. Basándose en lo citado por Thompson (2019) el estudio de mercado es el “proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones”. De acuerdo con esta definición el estudio de mercado es una importante actividad de mercado que ayuda a tomar decisiones en las distintas empresas.

Objetivos del Estudio de Mercado

Los objetivos son indispensables para poder determinar que se desea lograr con el estudio de mercado, para ello el investigador debe tener claro que resultados necesita y cuáles son los datos que tiene para realizar el estudio de mercado. Es por ello que:

- Se debe establecer una estrategia comercial que se apoye en elementos tangibles y especialmente necesitamos saber quiénes serán los clientes y los competidores potenciales para que de esta manera se logre establecer un buen precio para vender los productos.
- El crecimiento y la sostenibilidad juegan un papel muy importante en este estudio, ya que se logrará adaptar y reajustar los servicios para lograr fidelizar a los clientes.

Beneficios de Realizar un Estudio de Mercado

Algunos de los beneficios y/ o ventajas que se obtienen de hacer una investigación de mercados, es decir, de analizar el entorno y conocer el potencial cliente o usuario, de acuerdo a lo establecido por Velázquez (2019), son los siguientes:

- Confirmar que existe un mercado adecuado para que el producto pueda satisfacer una necesidad.
- Determinar la disponibilidad de recursos para la inversión.
- Mostrar la viabilidad técnica del producto.
- Organizar los recursos financieros y humanos para la ejecución adecuada del proyecto.

Un estudio de mercado es una herramienta que comprende la facilitación para la realización de una guía para tomar mejores decisiones en torno al emprendimiento planteado. Con los beneficios del estudio de mercado se pretende obtener información clave que sirva de guía para el

diseño de estrategias comerciales afines al mercado objetivo, que conlleve al proyecto de factibilidad hacia los resultados esperados.

Producto

El producto es el resultado final de los procesos que se le realizan a la materia prima con la finalidad de transformarlos en bienes adecuados para el consumo o adquisición de los clientes. París (2020) indica que es el resultado de una acción ejecutada con la finalidad de producir un bien ya sea de forma industrial o artesanal. Existen diferentes procesos que se realizan para lograr un fruto, los mismos que pueden ser utilizados para producir elementos, artefactos, bienes e inclusive servicios.

Los productos generalmente son el resultado de la fabricación o elaboración de los procesos productivos de las fábricas o industrias, también se suelen dar por procesos artesanales, es decir que son realizados con las manos de los obreros. Sin embargo, en la actualidad para optimizar dichos procesos de fabricación y gracias a los avances tecnológicos se utilizan máquinas que permiten obtener gran cantidad de producción utilizando el mismo tiempo que se emplea para realizarlo de forma manual.

Mercado

El mercado es el lugar o el segmento donde se realiza la acción de comprar o vender los diferentes productos o servicios. Trucco et al. (2020) expone que en los mercados son segmentos donde se dan las relaciones comerciales, y dentro de él existen tres elementos que intervienen como son los sujetos, la relación mercantil y la relación entre el mercado con la sociedad o la comunidad. Es decir, cada elemento cumple con su función principal para dinamizar las funciones de compra-venta que se realizan.

En otras palabras, el mercado es lugar donde se citan los comprados y vendedores para realizar sus ofertas o demandas y poder comercializar sus productos o servicio, de esta forma se regula la fijación de precios, ya que existen la competencia en ciertos bienes. También, es conocido como el segmento de tiendas que pueden ser digitales o físicas, locales, nacionales e internacionales, donde los clientes comúnmente acuden para indagar acerca de los precios o características de los productos.

Segmentación Geográfica

La segmentación geográfica es la división del mercado en diferentes unidades geográficas, como países, regiones, estados, ciudades, municipios, distritos o provincias. Las empresas pueden

operar en una, varias o todas las regiones, pero deben prestar especial atención a las diferencias geográficas en cuanto a necesidades y requisitos (Oporta Duarte et al., 2018). Funciona sobre la base de que las personas pertenecientes al territorio o región tienen necesidades, aspiraciones e identidades culturales similares. Con esta información, las nuevas empresas pueden definir estratégicamente sus campañas de publicidad y comprender si sus ofertas son relevantes para los consumidores de la región.

Segmentación Demográfica

Los datos demográficos son la base más utilizada para segmentar segmentos de clientes, en parte porque las necesidades, los deseos y la frecuencia de uso de los consumidores a menudo varían según las variables demográficas. En base a lo que establece Oporta Duarte et al. (2018), la segmentación demográfica divide el mercado en grupos en función de los siguientes factores: “variables demográficas como edad, sexo, tamaño de la familia, ciclo de vida familiar, ingresos, ocupación, educación, religión, raza y nacionalidad”. Medir variables demográficas es menos complejo que medir otro tipo de variables. Independientemente de si los segmentos de mercado están inicialmente determinados por otros criterios, como los beneficios buscados o los hábitos de compra, se deben determinar sus características demográficas para evaluar el alcance de la audiencia objetivo y maximizar el alcance.

Cuantificación del Mercado

Para poder realizar la cuantificación del mercado es necesario conocer cuánto pesa la clientela objetiva del proyecto, es por ello que se debe determinar el nivel de consumo del bien o servicio ofertado, en resumidas cuentas, la meta es medir el público donde se pretende emprender. La demanda del mercado generalmente se divide en dos categorías: aquellos en los que la demanda ya está establecida debido a una capacidad de producción definida con su pago correspondiente, como en una concesión o contrato y aquellos en los que se debe estimar la demanda, que es mucho más común. En el primer caso, no se requiere análisis, ya que se conoce la demanda, mientras que en el segundo casi siempre es posible recopilar datos fiables sobre el consumo medio del público objetivo (Seguel, 2023).

Análisis de Demanda y Oferta

La oferta es la acción que realizan las empresas cuando promocionan su producción, por medio de publicidad o medio de difusión con la finalidad que el consumidor conozca de la existencia de los productos. Mientras que la demanda son las necesidades que los clientes tienen

con respecto a un bien que se encuentra en el mercado. Estas permiten que se dé la interacción entre los consumidores con los vendedores de forma positiva y legal.

En el mercado se da la interacción de la oferta y la demanda, y su función radica que cuando la oferta es mayor que la demanda los precios de los bienes tienden a bajar, debido al exceso de producción y por falta de usuarios que los adquieran. Mientras que si la oferta es menor que la demanda los precios suben, ya que no existen la cantidad necesaria para satisfacer a todos los clientes. Pero si existe un equilibrio entre la oferta y la demanda los precios se mantienen de forma estable y benefician tanto a los clientes como a los vendedores.

Torres et al. (2021) mencionan que la interacción de la oferta y la demanda son las bases fundamentales de la comercialización de los productos o servicios, tal es el caso que la fuente principal de la oferta siempre serán las empresas, industrias o fabricas que exponen productos con la finalidad de solventar necesidades a los clientes y crecer empresarialmente, mientras que la fuente principal de la demanda siempre serán los requerimientos de los individuos o clientes que adquieren productos con el objetivo de satisfacer sus carencias o por mejorar su calidad de vida.

La Oferta

La oferta es la acción que realizan los comerciantes cuando dan a conocer un producto en el mercado, está debe estar definida en cantidad, calidad y precio, para que los consumidores accedan a comprar estos artículos. Rojo et al. (2018) exponen que la oferta dentro del campo económico se la define como aquella que capacidad de servicios o bienes que las organizaciones poseen para comercializar en un momento dado, con la finalidad de satisfacer las demandas de los clientes.

En resumidas palabras la oferta es la cantidad de un bien o servicio que un determinado número de productores está dispuesto a ofrecer en el mercado a un precio determinado. La ley de la oferta implica una relación directa entre precio y cantidad, como indican Viñán Villagrán, et al. (2018) “para la proyección de la oferta se debe proveer la evolución de la oferta actual, formulando hipótesis sobre los factores que condicionarán la participación del proyecto en estudio de la oferta futura” (p. 25). El objetivo del análisis de la oferta es determinar o medir la cantidad y las condiciones en las que una economía puede y está dispuesta a suministrar un bien o servicio a un mercado

La Demanda

La demanda está ligada a la necesidad de la sociedad en cuanto a las peculiaridades o servicios que presta un producto, generalmente existe gran demanda por productos médicos, alimenticios y otros que están dentro del grupo de los bienes de consumo masivo. Gonzaga et al. (2018) expresaron que la demanda es la acción de solicitar o requerir un bien o un producto que se oferta en el mercado, está varía de acuerdo a la necesidad, el precio, el servicio que presta o la creación de nuevos productos más completos o más avanzados. Es decir, si es un producto que sirve para reducir la mano de obra va a tener gran acogida, pero si después de un año sacan al mercado otro bien más avanzado las ventas del primer producto van a disminuir.

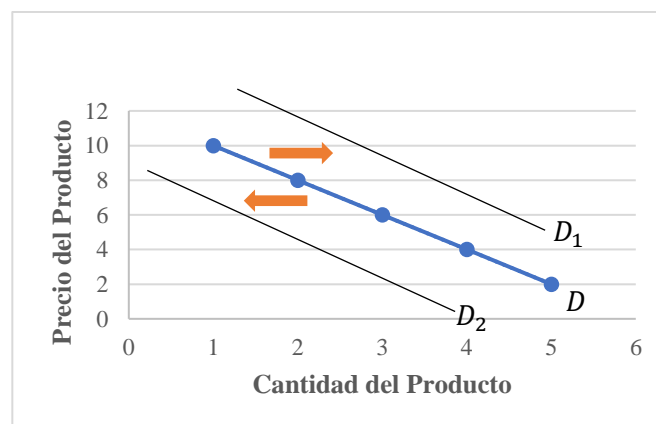
El nivel de demanda que existe en el mercado está definido por diversos factores entre ellos el económico y las necesidades de los clientes. Arboleda (2021) indica que las principales situaciones que determinar el grado de demanda existen son:

- El precio del bien.
- La renta de los consumidores.
- Las preferencias o gustos de los consumidores.
- El precio de los bienes sustitutos y complementarios.
- El tamaño del mercado (población con poder adquisitivo). (p. 3-4)

Si bien es cierto la demanda es la elección de los consumidores al momento de adquirir un producto que satisfaga sus necesidades en vez de otro, su decrecimiento o crecimiento está determinada por diversos factores. La demanda cuenta con dos tiempos, cuando esta aumenta y cuándo disminuye en el mercado a continuación se representa su gráfica:

Figura 1

Representación gráfica de la demanda



Nota. La figura muestra la gráfica de la demanda y los dos tiempos.

Demanda Potencial

La demanda potencial es una indicación o un pronóstico que precisa de lo que se espera vender, así como cuándo y dónde se venderá. Con base en esta información, la cadena de suministro debe organizar su inventario y recursos para cumplir con los requisitos. Aunque existen numerosas actividades en la cadena de abastecimiento que se establecen antes de una venta, la previsión sigue siendo un componente esencial para la satisfacción del cliente (Betancourt Expósito, et al.). Una gestión eficaz de la demanda potencial en la cadena de provisión requiere la plena integración de los flujos de información entre las distintas partes del vínculo y un intercambio equilibrado de información sobre recursos, volúmenes, contenido y tiempos de actualización. Para ello es necesario utilizar tecnologías de la información acordes con el capital disponible.

Demanda Real

En base a lo establecido por Kotler (como se citó en Gaona Chininin, 2020) la demanda actual es el potencial total del mercado, es decir, el volumen máximo de ventas que pueden alcanzar todas las empresas de un sector determinado con un determinado nivel de costes durante un periodo determinado. En resumidas cuentas, este término se refiere a un análisis destinado a determinar la cantidad de bienes y servicios por los que los consumidores o clientes potenciales están dispuestos a pagar y comprar.

Demanda Insatisfecha

Es la parte de la oferta de bienes y servicios cuya demanda no puede ser satisfecha por la oferta de bienes y servicios. Una vez determinada la cantidad de oferta y demanda, puede calcularse; la oferta y la demanda son simplemente la diferencia entre la demanda y la oferta (Viñán Villagrán, 2018). Esta demanda es el resultado de un desequilibrio entre la oferta y la demanda y constituye actualmente uno de los principales retos para las organizaciones que desean crear un entorno en el que los usuarios puedan encontrar lo que necesitan de forma rápida, sencilla y al mejor precio.

Comercialización

Como es de conocimiento, con el término comercialización se entiende a un sin número de actividades y procedimientos que permiten desplegar eficazmente un producto en un sistema de distribución. Jiménez Nieto, L. (2019) establece que la comercialización es la acción y efecto de mercantilizar, es decir, poner el producto o servicio a la venta, por lo que es preciso desarrollar

acciones previas para conseguirlo (p. 110). El concepto de comercialización tiene distintos significados según el contexto, pero generalmente se lo puede asociar a la distribución, aquella que se encarga de hacer llegar al cliente determinado producto o servicio, o bien se puede asociar al servicio directo al consumidor, es decir, la atención al cliente.

La comercialización es una práctica muy antigua que descende de la mítica práctica de nuestros antepasados, actividad denominada trueque. El éxito del mercadeo depende de las percepciones de los consumidores, que deben gestionarse mediante diferentes estrategias de marketing. El marketing ha evolucionado desde la antigüedad hasta nuestros días, y es uno de los factores que facilitan el comercio actualmente

Plan Comercial

El plan comercial permite determinar los mecanismos que se utilizaran para generar mayores ventas, o acatar un gran segmento de mercado. Baque et al. (2020) exponen que los planes de negocio son básicamente las planificaciones donde se determina la viabilidad económica del proyecto que se pretende ejecutar en tiempos posteriores, en este plan se debe evidenciar las técnicas y herramientas que se utilizaran para comercializar los productos que se ofertan en la empresa.

Los planes comerciales permiten estipular los objetivos de ventas o las metas que se plantean por tiempos o espacios, también se determina el mercado donde se realizara la negociación, los lugares donde se promocionaran los productos y los mecanismos que se utilizaran para llegar a todos los sectores de forma efectiva dando a conocer las principales características del bien a comercializar.

La importancia de los planes comerciales es que permite determinar estrategias para aumentar las ventas y poder llegar a competir en los mercados nacionales e internacionales, para generar este tipo de planes se debe conocer los costos fijos y variables de la producción y en base a ellos poder negociar los precios para generar ganancias y utilidad que beneficie a la organización, evitando las pérdidas provocadas por la falta de conocimiento.

Precio

El precio es el importe fijado por el vendedor para la adquisición de bienes o servicios ofrecidos por el comprador para una futura venta. Este importe representa el valor económico del bien en el mercado y se intercambia en las transacciones comerciales (Rodrigues, 2022). El precio es un concepto objetivo, entendido siempre en términos monetarios, es la cantidad que se paga por

la compra de un bien o servicio. El precio siempre depende de la oferta y la demanda del bien o servicio en cuestión.

Un aspecto importante a tomar dentro del establecimiento de los precios es que con él se debe recuperar la inversión hecha a la hora de elaborar un producto u ofrecer un servicio, el hacer los cálculos pertinentes para establecer los costes es esencial, esto se debe a que es una medida del beneficio esperado y de la inversión que se ha realizado para poner en marcha determinada empresa.

Publicidad

La publicidad es cualquier forma de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes y servicios, se la categoriza como impersonal porque el vendedor no se encuentra con el cliente, por lo tanto, los productores pueden utilizar la publicidad para transmitir su mensaje comercial a muchas personas al mismo tiempo, a día de hoy con la constante evolución de la tecnología, algunos medios de comunicación han facilitado el ingreso de promoción de productos o servicios, entre los más utilizados se encuentran las redes sociales. Sin lugar a dudas la difusión o publicidad es una actividad fundamental dentro de la creación de un negocio o una empresa, beneficia tanto a los consumidores, ya que brinda información útil sobre productos o servicios que puede necesitar y facilita la adquisición del mismo y a los anunciantes porque atrae clientela para el negocio en auge (Viñán Villagrán, et al., 2018).

Estudio Técnico

El estudio técnico dentro de los proyectos ayuda a analizar los componentes básicos que requiere el producto que se desea implementar, con la finalidad de evitar pérdidas o contratiempos en el proceso. Tal es el caso que Sánchez et al. (como se citó en Charles et al. 2020) mencionan que la investigación técnica se basa en estudiar el lugar, la capacidad, el tiempo, el proceso, los materiales y recursos que se utilizaran para darle vida al emprendimiento.

Velastegui et al. (2019) indican que el análisis técnico permite anticiparse a los recursos económicos, humanos, materiales, etc., necesarios para la implementación de un proyecto, además los resultados del estudio sirven como respaldo para la toma de decisiones administrativas y operacionales. Este tipo de técnica ayuda a minimizar los riesgos de inversión, ya que se identifica las falencias y se puede rectificar a tiempo por ende se aumenta el nivel de éxito y aceptación que tendrá dicho emprendimiento. Baca (2018) afirma que dicho estudio puede subdividirse en tres partes fundamentales, que a continuación se detallan:

Tamaño y Localización

Este estudio suele efectuarse luego de que el Estudio de Mercado haya sido realizado, así se cuenta con información de la demanda estimada del producto y así poder ejecutar el cálculo financiero y la evaluación económica pertinente. Para ello se determina el tamaño óptimo de planta, fase va a estar fijada por la demanda del producto, disponibilidad de materia prima y mano de obra, la disponibilidad de maquinaria y disponibilidad de fondos. Además, se determina de localización de la planta, con este fin, la determinación óptima para montar un proyecto consiste no solo de factores cuantitativos como costo de transporte de materia prima y del producto terminado, sino que también deben tomarse en cuenta factores cualitativos como por ejemplo el clima, normativas vigentes que rigen sobre el territorio, acceso a las principales rutas, el apoyo o rechazo que pudiera existir por parte de la comunidad con respecto al proyecto, entre otros. Debe realizarse un análisis global de la situación para determinar la localización óptima para realizar un proyecto.

Tamaño del Proyecto

Como su nombre indica, el tamaño de un proyecto hace referencia a la escala del mismo, puede expresarse de distintas formas, como la producción en un periodo de tiempo, el importe de la inversión, el número de puestos de trabajo creados y el alcance geográfico del mercado ya sea regional, disperso, nacional o internacional (Méndez Lozano, 2020). A más de ello, para determinar el tamaño de la idea de negocio es importante tomar en cuenta la influencia de varios factores, entre los más importantes tenemos el tamaño del mercado, de la tecnología, la localización y las finanzas.

Localización del Proyecto

Hace referencia al sitio donde está establecido el nuevo negocio, la localización consiste en identificar y analizar las variables, con el fin de buscar un sitio idóneo que otorgue el máximo beneficio. Es importante mencionar que este aspecto se analiza desde dos perspectivas: por un lado, aprovechar la globalización del mercado y posicionarse en un contexto mundial y, por otro, adaptarse al mercado nacional, es decir, macro y micro localización (Viñán Villagrán et al., 2018).

Macro Localización

Consiste en ubicar en donde funciona la nueva compañía, esto a fin de poder establecer vínculos de exportación o importación, es decir, mostrarle al mundo su existencia. Medina J.R. et al. (como se citó en Flores Romero et al., 2020) define que el objetivo principal de la macro

localización es determinar el territorio en donde se pretende ubicar la empresa, este establecimiento puede tener un orden internacional, nacional, regional o local, por ello es fundamental dar la debida importancia a la determinación de los factores básicos localizacionales. Es esencial que la macro localización se indique con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

Micro Localización

La micro localización es aquella que selecciona una ubicación concreta para la unidad de producción del proyecto dentro de la zona seleccionada en la macro localización. En esta sección se tiene en consideración los factores como el uso del suelo, la ubicación de los competidores, la actividad del vecindario, la disponibilidad de terrenos para la expansión, las actitudes del vecindario, las oportunidades de venta al por menor, los costes de arrendamiento y construcción y la eliminación de residuos. El proceso de toma de decisiones consta de los mismos pasos que en la macro localización, con la única diferencia de que esta vez la decisión debe tomarse en nombre del edificio o local (Castro Fajardo, 2018).

Ingeniería del Proyecto

Por su parte esta fase se refiere a aquella parte del Estudio Técnico donde se va a determinar que procesos se realizaran manualmente, qué maquinaria específica se va a implementar, la distribución de dichas maquinarias en la planta y todos los aspectos concernientes a la instalación y correcto funcionamiento de dicho equipamiento. Nuevamente, esta parte del Estudio Técnico está íntimamente relacionado con la disponibilidad de fondos y la proyección de crecimiento que se tenga con respecto al proyecto.

Infraestructura Física

Hace referencia a la parte física de la empresa y determina el espacio necesario para cada actividad durante la fase operativa. En este apartado siempre se debe consultar a expertos en construcción y la tecnología debe ser adecuada al mercado y al tamaño. Roldán (2018) afirma que existen varias definiciones, pero la más común es la que indica que las infraestructuras suelen entenderse como los recursos físicos y materiales de que dispone un país o una sociedad para el desarrollo de actividades productivas.

Proceso de Producción

Proceso técnico utilizado en un proyecto para obtener una producción a partir de materias primas, definido como la conversión de un conjunto de insumos en una creación, esto utilizando

una función de rendimiento específica (Viñán Villagrán et al., 2018). Es importante destacar que este proceso implica la interacción de la información y la tecnología con las personas, todo con el objetivo final de satisfacer una demanda de mercado.

Diseño Organizacional

En este se detallan los recursos económicos, técnicos y humanos para el desarrollo de la actividad, así como también se detalla la planificación y organización de la ejecución, donde se definen objetivos, lista de actividades, políticas, estrategias de ejecución, seguimiento y control, entre otras. Sin embargo, en el Estudio Técnico dicho análisis no debe ser muy profundo, ya que el análisis más extenso será realizado en los subsiguientes Estudios de Viabilidad del mismo proyecto. El análisis legal trata del cumplimiento de los requisitos que se necesitan para la constitución de la empresa o de los permisos que deben cumplir los productos que se desean lanzar al mercado. Álvez y Vicente (2018) expresan que los estudios legales se encargan de evaluar los requerimientos jurídicos que ante la ley necesita cumplir los administradores para el correcto funcionamiento de las empresas.

Es importante, realizar un estudio legal para planificar y formular un nuevo proyecto, ya que se debe determinar el tipo de empresa que se pretende crear, el marco jurídico y los requisitos legales que se necesitan cumplir para su correcta constitución. Todo proceso legal que se realice debe estar normado de acuerdo a las leyes vigentes del país, con la finalidad de que no se interrumpa sus funciones en el futuro.

Además, es sustancial asignar importancia al análisis del cuerpo normativo en el se registrará el emprendimiento en todas sus etapas, desde el origen hasta la implementación. Es indispensable darles una adecuada consideración a los aspectos jurídicos antes de avanzar en la realización de los demás estudios e incurrir en altos costos en términos de recursos y tiempo de preparación, ya que, como se mencionó anteriormente, los aspectos legales pueden limitar el camino del proyecto. Por ello, Bocher (2019) menciona algunos elementos a considerar en el estudio legal:

- Tipo de Empresa que se pretende crear.
- Formación del Marco Jurídico que la constituye.
- Requisitos Legales y de operación de la misma.

Estudio Financiero

El estudio financiero básicamente es el análisis que se realiza para proyectar los gastos y costos que incurrirá el proyecto, así mismo los ingresos y utilidad neta que dejará como resultado

las funciones de la empresa o la comercialización del producto. Nogueira et al. (2017) mencionan que una perspectiva económica o financiera en la planificación para desarrollar funciones futuras es importante porque permite tomar decisiones estratégicas para evitar cometer errores y pérdidas, ya que se adelanta los posibles resultados que pueden ocurrir. Además, permite conocer el monto del capital necesario para comenzar a incursionar con el negocio en el mercado. Rosillón y Alejandra (como se citó en Fernández, 2019) explican que un análisis financiero es necesario para determinar el desempeño económico que tendrá el negocio cuando sea puesto en marcha, este estudio permite detectar las dificultades financieras que puede ocurrir en el transcurso de las actividades, por lo tanto, es importante que toda entidad sin importar su tamaño o dimensión lo realiza para evitar entrar en situaciones que obliguen a cerrar las empresas. También, es fundamental conocer cuál es la viabilidad económica empresarial para poder adquirir financiamiento y saber en cuánto tiempo podría cancelar los créditos adquiridos.

Ventajas del Estudio Financiero

Realizar un estudio financiero tiene una serie de beneficios que se deben tener en cuenta. Estas ventajas son clave para el correcto funcionamiento de una compañía. Entre las distintas ventajas, Pistone (2020) destaca las siguientes:

- Proporciona una idea a los inversores sobre la decisión de invertir sus fondos en una empresa en particular.
- Las autoridades reguladoras pueden garantizar que la compañía siga los estándares contables requeridos.
- Es útil para las agencias gubernamentales al analizar los impuestos que se le deben a la empresa.
- La empresa puede analizar su propio rendimiento durante un período de tiempo específico.

Esto indica que el estudio financiero es una herramienta gerencial y analítica clave en toda actividad que involucre la inversión de capital, la gestión de los recursos financieros disponibles y contribuir a predecir el futuro del proyecto. Con este estudio se pretende ordenar y sistematizar la información monetaria, elaborar análisis y datos adicionales para evaluar el proyecto y para determinar su rentabilidad.

La Inversión y Financiamiento

Inversión

La inversión no es más que el recurso económico utilizado para poner en marcha las empresas o negocios planificados ya sean a corto o largo plazo. Por lo tanto, Castro (2017) expone que es necesario implementar proyectos de inversión para analizar el recurso económico que se utilizará y de dónde provendrá para solventar todas las necesidades económicas de las entidades. De igual forma, es importante planificar la inversión para conocer en donde será utilizado el recurso y el monto del mismo, con la finalidad de conocer en qué etapa se necesitará el capital para invertirlo.

Así mismo, O'Farril y Feria (2019) indican que el análisis de inversión permite determinar los recursos disponibles que existen dentro de la entidad y los que necesitan solicitar a las entidades bancarias u otro tipo de instituciones que brinden financiamiento económico, además presenta resultados numéricos donde se puede deducir si el emprendimiento es viable o no, y si dejara rentabilidad para poder cancelar el financiamiento que se adquirirá para cubrir con todos los costos y gastos.

Por su parte la financiación se considera la mejor manera de poner en marcha o ampliar una empresa y cubrir sus déficits financieros. Casanovas y Bertrán (como se citó en Castro 2019) plantean que el financiamiento son las modalidades y mecanismos a los que accede una empresa para obtener recursos, sean bienes o servicios, a determinados plazos y por lo general tiene un costo. Por lo tanto, el uso de este mecanismo debe analizarse desde distintas perspectivas, ya que es importante determinar la estrategia de financiación adecuada para alcanzar los objetivos empresariales sin convertirse en una carga financiera.

Tipos de Inversión

Para la ejecución de todos los proyectos comerciales es necesario el recurso económico, el mismo que debe ser planificado para evitar desperdicios y mal uso del dinero evitando que la empresa quiebre en sus funciones, por lo tanto, los tipos de inversión más conocidos dentro del mundo empresarial son:

- **Inversiones Financieras:** Este tipo de inversión está ligada a los recursos económicos necesarios para comenzar a funcionar una empresa o emprendimiento. En consecuencia, Barona et al. (2017) indican que la inversión financiera se encarga de buscar recursos económicos en entidades bancarias para asignar a las etapas del proyecto que se están planteando o que se desea poner en práctica.

- **Inversiones Físicas:** También son conocidas como inversiones en activos. Según, Peujio y Domínguez (2019) mencionan que este tipo de inversión es la que se encarga de adquirir bienes con la finalidad de utilizarlos en el desarrollo del proyecto o que son necesarios para que la empresa funcione adecuadamente.
- **Inversiones Públicas:** Como su nombre lo indica pertenece al sector público, por ende, Hernández (2021) menciona que se da cuando el estado interviene con el recurso ya sea económico o estructural, para el funcionamiento de una entidad que comercializa algún producto o prestará servicios públicos.
- **Inversiones Privadas:** Brito e Iglesias (2017) exponen que este tipo de inversiones son las que se dan en las empresas que no tienen ningún vínculo con el sector público, es decir el estado no ingresa ningún monto de dinero, y son los empresarios quienes consiguen el capital para todas las actividades que van a realizar dentro del emprendimiento, ya sea por medio de socios, accionistas o por créditos bancarios.
- **Inversión Tecnológica:** Se basa principalmente en la innovación tecnológica que se debe implementar para cumplir con todas las necesidades del emprendimiento. Cedeño y Townsend (2021) expresan que se basa en la inversión que se realiza en los programas de software, hardware, recurso humano que lo maneja y los equipos tecnológicos necesarios como pueden ser computadora, laptop, internet y otros que sirven para brindar servicio dentro de la empresa.

Financiamiento

El financiamiento es la acción básica por la cual se consigue recursos monetarios que se necesitan para viabilizar el funcionamiento de los negocios, es decir son las acciones que se realizan para obtener los recursos económicos necesarios al momento de poner en marcha el emprendimiento. Razón por la cual, se debe considerar la calidad de los servicios de financiamiento para elegir la entidad que brinde beneficios a los empresarios, ya que por medio del financiamiento se busca mejorar los aspectos del negocio para asegurar al crecimiento, según lo expuesto por Subia et al. (2018).

Las fuentes de financiamiento dentro de las microempresas cumplen un rol fundamental, puesto que son los mecanismos a utilizar para solventarse económicamente las necesidades de constitución y funcionamiento. Díaz et al. (2019) expone que los sistemas financieros que ofertan

créditos para el crecimiento empresarial son las entidades bancarias públicas, privadas, cooperativas de ahorro y crédito, el mercado bursátil, entre otros.

Tipos de Financiación

La financiación consiste en brindar el capital necesario a la empresa, a este acto se lo puede clasificar de varias maneras, Westreicher (2020) plantea la siguiente:

Según su Procedencia

- **Fondos Ajenos.** Conocido como deuda. Es el capital de fuentes externas, como bancos o personas particulares. Un ejemplo de este tipo de financiamiento son los préstamos bancarios.
- **Fondos Propios.** Son los aportes de los socios de la empresa. Para obtener más recursos de este tipo, se puede realizar, por ejemplo, una oferta pública de adquisición. De ese modo, nuevos inversores podrían animarse a comprar una participación en el capital social de la firma.

Según el Periodo Pactado para su Devolución

- **Corto Plazo.** El plazo de financiamiento es igual o menor a un año. Suele tratarse de préstamos relativamente pequeños destinados, por ejemplo, al consumo de bienes no durables.
- **Largo Plazo.** El periodo de financiamiento es de varios años, pudiendo abarcar incluso más de 20 años como es el caso de los créditos hipotecarios. Suelen ser préstamos destinados a la adquisición de activos de alto valor, como los bienes inmuebles.

Cabe señalar que los accionistas pueden transferir su propiedad a otros inversionistas. Esto es común, particularmente, cuando se trata de socios minoritarios que operan frecuentemente en el mercado financiero.

Costos e Ingresos

Los Costos

Los costos son definidos como aquellas cuentas que se deben cubrir dentro de las funciones de las empresas, es decir las cantidades de dinero invertido en la elaboración del bien o el servicio. Meleán y Torres (2018) mencionan que son importantes porque están ligados con la determinación de los precios de materiales necesarios para la realización de un producto, por esta razón es necesario que sean respaldados con documentos para tener fundamentos al momento de tomar decisiones.

Cabrera (2018) indica que la contabilidad de los costos es sumamente importante porque dentro de las empresas ayuda a controlar las cantidades de dinero que se utilizan, ya que forman parte del sistema contable que controla de forma adecuada las operaciones económicas por departamentos, por lo tanto, son fuente de información que permiten determinar si las funciones están dejando buenos resultados es decir cuenta con rendimiento monetario o pérdidas.

Los Ingresos

Cuando se trata de trabajar en un proyecto, los ingresos generados son un aspecto crucial que no se puede ignorar, este tema hace referencia a las entradas de dinero generadas por una empresa a través de la venta de bienes o servicios. En base a lo establecido por Frederick (2021) se determina que los ingresos son las entradas de recursos económicos generados en operaciones de venta de un bien o remuneración al prestar un servicio. Desde un punto de vista contable, este tema hace énfasis al aumento de los recursos económicos que provienen de operaciones empresariales de un individuo o de una empresa, ya sean en efectivo o también en compromisos de cobro, y que producen un incremento de activos o disminución de pasivos.

Tanto si trabaja en un proyecto personal como en uno de colaboración, es esencial calibrar los ingresos potenciales que puede generar, una de las formas de asegurar que el proyecto genere buenos ingresos es conocer bien la demanda del mercado y realizar un estudio de mercado que permita identificar las lagunas y oportunidades que existen. También es importante considerar la estrategia de precios, ya que puede tener un impacto significativo en los ingresos generados. En conclusión, se puede determinar que es posible generar ingresos a partir de un proyecto, siempre que se planifique y ejecute bien, se ofrezca productos o servicios de alta calidad, se fije precios de forma eficaz y se utilice estrategias de marketing efectivas.

Costo Total de Producción

El coste total de una producción es la suma de los costes unitarios asociados a los distintos procesos que intervienen en la fabricación de un producto. De acuerdo a lo establecido por Viñán Villagrán et al. (2018) el cálculo de los costos estima y asigna los costes totales y unitarios de un proyecto, es decir, la cantidad de dinero necesaria a lo largo de la vida del proyecto, y es el resultado lógico y básico de un estudio de ingeniería. El costo total del proyecto está en función de:

- Costos de producción.
- Costos de administración.

- Costos de venta.
- Costo de financiamiento.

Costo Unitario

El total de los costos de cada proceso dividido por el total de unidades obtenidas en cada pedido o periodo respectivo, nos da el costo unitario en cada uno de los procesos (Capa Benítez et al., 2019). El costo unitario es la cantidad que le cuesta a una empresa producir un producto, conocer los precios que implica la elaboración de un bien es importante para las empresas porque afectan directamente al importe del producto final y a la disposición de los clientes a comprarlo.

Presupuesto

El presupuesto es la integración de las actividades de una empresa expresadas en términos monetarios y planificadas para un periodo determinado, mientras que las finanzas son el arte de gestionar el dinero utilizando información financiera. El vínculo entre ambas áreas es la gestión del dinero de la empresa durante un periodo determinado (López Alcántara y Gómez Agundiz, 2019). Es necesario añadir que el objetivo principal de los presupuestos es actuar como una herramienta, mediante la cual la administración de una empresa coordine las actividades y a los responsables de las diferentes áreas o departamentos que la conforman.

Estado de Pérdidas y Ganancias

De acuerdo a Block, et al. (como se citó en Viñán Villagrán, et al., 2018) el estado de pérdidas y ganancias es la principal herramienta para evaluar la rentabilidad de una empresa durante un periodo determinado. La cuenta de pérdidas y ganancias se preparará en un formato progresivo para ofrecer una imagen general del beneficio o la pérdida después de clasificar cada partida de gasto. La cuenta de pérdidas y ganancias, también conocida como cuenta de resultados, que muestra los beneficios o pérdidas generados por las actividades de la empresa durante un periodo determinado, normalmente un año, es dinámica y acumulativa, a diferencia del balance, que es estático.

Punto de Equilibrio

En la actualidad, el punto de equilibrio es el resultado de un plan de negocio implementado en una empresa, expresa los niveles de ventas que existen en el mercado, donde no hay pérdidas ni ganancias para la empresa. Por su parte, Kuster (2021) expresa que el punto de equilibrio menciona que es el nivel de ventas del mercado, es decir, es el punto donde se intercepta la oferta y la demanda que existe en el medio donde se ha realizado un análisis de mercado.

Peña (2019) menciona que “es el nivel en los cuales los ingresos son cuantitativamente igual a los costos y los gastos, por lo que no existe utilidad lograda en el mismo, punto donde se comienzan a obtener utilidades y desaparecen las pérdidas o viceversa”. (p. 2-3). Es decir, en el tiempo que se realiza el estudio las ventas o ingresos son iguales a los costos y gastos de la empresa, por lo tanto, no hay utilidades económicas, pero tampoco pérdidas.

Clasificación de Costos

- **Costos de producción:** Este tipo son más utilizados por las fábricas o cualquier tipo de empresa industrial. Cárdenas et al. (2020) exponen que son importantes para conocer el valor de las materias primas y poder deducir la rentabilidad de las funciones que presta la empresa.
- **Costos Directos:** Son los valores que se requieren para adquirir las materias primas y poder prestar el servicio o realizar el producto. Casanova et al. (2021) indican que estos costos están ligados con el valor monetario utilizado para compra de los materiales utilizados en la producción, por lo tanto, son la base principal para determinar el precio con el que se comercializará el bien.
- **Costos indirectos:** Son los que indirectamente influyen en la producción. Rincón et al. (2019) expresan que también son conocidos como CIF, y que son los valores que incurren en segundo lugar dentro del proceso de fabricación y no dependen del nivel de ventas. Por ejemplo, el alquiler de un local, pago de servicios básicos, etc.
- **Costos de comercialización:** Son los valores utilizados para propagandas o publicidades del producto. Echeverría et al. (2021) expresan que estos costos suman al valor del producto porque sirven para generar mayores plazas de mercado, y si no se aplican el producto no puede lograr gran aceptabilidad ya que nadie lo conoce.

Determinación del Punto de Equilibrio

Para la determinación del punto de equilibrio Viñán Villagrán et al. (2018) establecen la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{P - V}$$

Donde:

PE = Punto de Equilibrio.

CFT = Costos Fijos Totales.

P = Precio de Ventas.

V = Costo Variable Unitario.

Evaluación Financiera

Este tipo de evaluación es un proceso crucial que ayuda a particulares y empresas a valorar su salud económica y tomar decisiones informadas sobre su futuro, es por ello que (2018), determina que la evaluación financiera es un tipo de estimación que juzga específicamente a los proyectos desde la perspectiva de generación de rentabilidad monetaria, lo cual resulta pertinente para la determinación de lo que se denomina capacidad financiera del proyecto y por supuesto, de la rentabilidad de los fondos propios invertidos en el mismo.

La evaluación financiera implica analizar varios aspectos dentro de una compañía u organización incluido sus ingresos, gastos, activos, pasivos e inversiones al analizar estas áreas, se puede comprender mejor su ambiente económico e identificar los espacios que se necesita mejorar. En conclusión, es esencial evaluar periódicamente el contexto monetario de la asociación empresa para estar al tanto de las finanzas y asegurarse de que avance hacia los objetivos propuestos.

Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, confronta el Valor Actual de un proyecto (lo que vale) frente a la inversión necesaria para emprenderlo (lo que cuesta). Para realizar el cálculo del VAN de un proyecto, según Pérez (2020) se debe utilizar la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

$-I_0$ = Inversión requerida en el momento 0. Tiene signo negativo porque es un desembolso: supone una salida de caja.

F_t = Flujos de caja generados en el proyecto desde el periodo 1 al periodo n.

K = Tasa de descuento o rentabilidad requerida a la inversión.

La Tasa Interna de Retorno (TIR)

En base a lo expuesto por Taco y Gutiérrez (2018) la TIR es definida como la tasa interna del proyecto y no depende de otra cosa que no sean los flujos de efectivo. Puede ser un criterio ambiguo, ya que no distingue entre la tasa resultante del flujo de fondos de un proyecto y de un préstamo, la TIR hace caso omiso de los problemas de escala y su fórmula de cálculo es la siguiente:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

Donde:

F_t = Es el flujo de caja en el periodo t

n = Es el número de periodos.

I = Es el valor de la inversión inicial.

Periodo de Recuperación de Capital

En base a lo afirmado por Arroyo y Vásquez (2017) el periodo de recuperación es una herramienta de evaluación de proyectos de inversión que permite responder a la interrogante: ¿en cuánto tiempo recupero mi inversión? Es un concepto relativamente fácil de comprender, ya que la idea central que le interesa a los inversionistas es en cuánto tiempo recuperarán su dinero. Este indicador es particularmente importante en entornos de negocios con determinado nivel de incertidumbre.

De acuerdo con lo expuesto por Clavijo (2023), la fórmula de cálculo del periodo de recuperación de capital es la siguiente:

$$PRC = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Donde:

PRC = Periodo de Recuperación del Capital.

a = Año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

b = Inversión inicial del negocio.

c = Flujo de efectivo acumulado del año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año exacto en el que se recupera la inversión.

Relación Beneficio Costo

Para Aguilera (2017) este índice se define como la relación entre los beneficios y los costos o egresos de un proyecto. Su cálculo se basa en la relación entre el valor actual de las entradas de efectivo futuras y el valor actual del desembolso original. Divide la corriente descontada de beneficios entre la de costos, por lo que este método también tiene en cuenta el valor del dinero en el tiempo. Si se incurre en otros costos además del desembolso inicial, la razón debe contemplarlos mediante la comparación del VAN de las entradas de efectivo con el VAN de todas las salidas, independientemente del periodo en el que ocurran.

Conforme lo establecido por Rodríguez (2023), la fórmula para realizar el cálculo de la relación beneficio costo es la siguiente:

$$B/C = \frac{VAN}{VAC}$$

Donde:

B/C = Valor de costo beneficio.

VAN = Valor Actual de los Ingresos Totales Netos.

VAC = Valor Actual de los Costos de Inversión.

Análisis de Sensibilidad

Como lo establece Baca et al. (como se citó en Pérez et al., 2019) se le llama análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta, es decir, qué tan sensible es la TIR o la VAN ante cambios en determinadas variables de la inversión, considerando que las demás no cambian. La utilidad esencial de este análisis es conocer qué variable afecta en mayor medida el resultado de operación del proyecto de inversión.

Conforme lo establecido por Pasaca (2017), la fórmula para realizar el cálculo del análisis de sensibilidad es la siguiente:

Nueva TIR

$$NTIR = T_{menor} - Dt \left(\frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}} \right)$$

Diferencia de TIR

$$Dif.TIR = TIR_{del\ proyecto} - Nueva\ TIR$$

Porcentaje de Variación

$$\%Variación = \frac{Diferencia\ de\ la\ TIR}{TIR\ del\ proyecto} * 100$$

Sensibilidad

$$Sensibilidad = \frac{\%Variación}{Nueva\ TIR}$$

5. Metodología

Métodos

Para el desarrollo del Proyecto de Trabajo de Integración Curricular se empleó los siguientes métodos:

Método Científico

Permitió obtener conocimientos válidos y confiables sobre el tema central, además mediante este método se pudo plantear y resolver problemas, formular hipótesis, diseñar y ejecutar experimentos, analizar datos, sacar conclusiones y comunicar los resultados. Este procedimiento ayudó a garantizar la calidad, la rigurosidad y la objetividad de los estudios, así como a evitar sesgos o errores que pudieron afectar la viabilidad del proyecto.

Método Sintético

A través de este método se analizó y conceptualizó todo el contexto para realizar una recapitulación adecuada del proyecto de factibilidad, con la finalidad de extraer únicamente lo esencial, para ello fue fundamental examinar el estudio de infraestructura, de la demanda, etc. De esa forma los principios, nociones y definiciones fueron aclarados y posteriormente resumidos de forma clara.

Método Inductivo

Aportó en la determinación de resoluciones generales del proyecto de factibilidad que se basan en los datos recogidos previamente mediante los métodos de investigación utilizados en este proceso. Con ello se obtuvo información objetiva a partir de los hechos observados y validados.

Método Deductivo

Contribuyó para determinar la situación general del entorno mostrando así los sectores donde se pudo incidir, es decir, delimitó el tamaño de la muestra mediante datos reales y permitió establecer la demanda potencial/efectiva del nuevo producto en el ámbito de la localidad, lo que a su vez generó conocimiento sobre aspectos específicos del proyecto.

Método Analítico

Se lo empleó con la finalidad de conocer a detalle los recursos que se necesitó para desarrollar el proyecto, lo que permitió la planificación y contribuyó a alcanzar los objetivos de investigación. Mediante este método se pudo interpretar los datos obtenidos de las encuestas, entrevistas e indicadores de mercado que incidieron en el desarrollo del trabajo de integración curricular.

Técnicas

Para este proyecto se aplicaron técnicas de investigación con la finalidad de obtener información relevante acerca de la factibilidad para la creación de la empresa y fueron las siguientes:

Encuesta

Mediante esta técnica se obtuvo datos de varias personas cuyas opiniones determinaron el éxito del proyecto. Se aplicó a una muestra determinada a partir de la población general del cantón Puyango, esto con la finalidad de conocer el nivel de aceptación y determinar las expectativas de los potenciales clientes. La encuesta permitió conocer la oferta existente y determinó la demanda que tuvo el producto.

Muestreo

Con la ayuda de este recurso se supo la correcta forma de seleccionar una muestra representativa de la población. Para la obtención de información de primera mano, en la ciudad de Alamor primeramente se determinó el tamaño de la muestra en los habitantes. Teniendo en cuenta aquello, se segmentó la población y las técnicas de investigación se aplicaron únicamente a personas que ofrecieron información importante sobre el proyecto.

Observación

Sirvió para obtener una visión general de la información obtenida, pero principalmente se utilizó para verificar el proceso de comercialización y los materiales a utilizar en el desarrollo del proyecto de factibilidad. Además de ello fue fundamental en el transcurso del estudio de mercado, ya que se evaluó el comportamiento de los consumidores, así como de los ofertantes, información fundamental para determinar el sistema de mercadeo idóneo de la empresa.

Revisión Bibliográfica

Esta técnica sirvió como base de apoyo para recolectar información y para analizar los documentos que se utilizó para el desarrollo del tema. Por medio del tratamiento de formularios, de análisis de artículos y fichas bibliográficas se dio claridad y se hizo comprensible el proyecto, su temática, estructura, contenido, citas y referencias.

6. Resultados

Generalidades del Sector donde se Pretende crear la Empresa

Principales Actividades Económicas del Territorio

El sector donde se pretende crear la empresa es en la parroquia de Ciano, comunidad caracterizada principalmente por dedicarse a la agricultura y, el comercio al por menor, estas actividades son realizadas en mayor parte por los hombres, mientras que las mujeres se centran en la enseñanza, actividades en los hogares como empleadores y actividades de alojamiento y servicio de comidas.

Datos Geográficos

En base a la información obtenida del GAD Parroquial Ciano (2023) el sector se ubica al Noreste del cantón Puyango. De la provincia de Loja y está limitada al norte con la provincia de El Oro, al sur con El Arenal y Vicentino, al este con Vicentino y Orianga (Cantón Paltas) y al oeste con la parroquia Alamor. Los barrios que integran la parroquia son: Ciano, Ciano Nuevo, Valle Hermoso, Las Cochas, Guajalanche, Palmerita, Pindal de Ciano, Alto de la Cruz, Cerro Verde, Cumbrellillas y Loma Oscura.

Relieve

La parroquia Ciano cuenta con una altitud sobre el nivel del mar de 1400 metros y cuenta con una extensión territorial aproximada de 110 km².

Clima

La parroquia goza de un clima templado, cálido húmedo. En las partes bajas la temperatura alcanza los 26° C, y en las partes de cordillera la temperatura fluctúa entre los 14 y 18° C.

Sector Económico al que Pertenece el Proyecto

La empresa perteneciente al sector primario ya que utiliza como materia prima a un elemento obtenido directamente de la naturaleza y se encarga únicamente de su comercialización.

Estudio de Mercado

Análisis y Estudio de la Demanda

Población Objeto de Estudio

En base a los datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010) se obtiene que la población de la ciudad de Alamor es de 4.491 habitantes que representa el 28,95% de los habitantes totales del cantón Puyango; de los cuales

para el desarrollo de la investigación de la demanda se tomará en cuenta el número de las familias de la ciudad.

Promedio de habitantes por Familia.

En base a la información obtenida de la última encuesta “Condiciones de vida IV Ronda” del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, publicada en abril del 2015, el número de miembros promedio por hogar durante el periodo noviembre 2013 a octubre 2014 es de 4 personas.

Número de Familias en la Ciudad de Alamor

Para el desarrollo de la investigación se debe mencionar que se tomara en cuenta a las familias de la ciudad como fuente para la recolección de datos, la población total de la parroquia urbana Alamor está conformada por 4.491 habitantes, entonces tomando en cuenta la información de la última encuesta “Condiciones de vida IV Ronda” del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos a continuación, se realizara el cálculo aproximado del número de familias.

Fórmula:

$$\mathbf{Familias} = \frac{\text{Número de Habitantes}}{\text{Número de Miembros por Familia}}$$

$$\mathbf{Familias} = \frac{4.491}{4}$$

$$\mathbf{Familias} = 1.122,75$$

$$\mathbf{Familias} = 1.123 \text{ Familias}$$

Tasa de Crecimiento Poblacional de la Ciudad de Alamor

De acuerdo a la información obtenida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos la población en la ciudad de Alamor para el año 2010 se ha expandido en un 0,74% a comparación del año 2001.

Proyección de la Población de la Ciudad de Alamor

De acuerdo a los datos plasmados y mediante la aplicación de la fórmula de proyección de la población, se obtienen los siguientes resultados:

$$\mathbf{Pf} = Po (1 + i)^n$$

Donde:

Pf= Población Futura.

Po= Población Inicial.

i= Tasa de Crecimiento Poblacional.

n= Número de Periodos.

Aplicación de la Fórmula:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 4.491 (1 + 0,0074)^{13}$$

$$Pf = 4.491 (1,0074)^{13}$$

$$Pf = 4.491 (1,1006)$$

$$Pf = 4.943$$

En base a la información obtenida partiendo de la fórmula para la proyección de la población podemos decir que para el año 2023 se prevé tener un número de 4.943 habitantes, 452 personas más que en el año 2010.

Proyección de Familias de la Ciudad de Alamor

En base a los datos obtenidos y a través de la aplicación de la fórmula de proyección de la población, se obtienen los siguientes resultados:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

Aplicación de la Fórmula:

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

$$Pf = 1.123 (1 + 0,0074)^{13}$$

$$Pf = 1.123 (1,0074)^{13}$$

$$Pf = 1.123 (1,1006)$$

$$Pf = 1.235,97$$

$$Pf = 1.236 \text{ Familias}$$

Tamaño de la Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se empleará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{P \times Q}{\left(\frac{e^2}{Z^2}\right) + \left(\frac{P \times Q}{N}\right)}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

e = Error experimental.

Z = Nivel de confianza.

N = Población.

Para la aplicación de esta fórmula se tomará en cuenta una probabilidad de éxito del 50%, una probabilidad de fracaso del 50%, mientras que para el nivel de confianza y error experimental se empleará lo establecido por Pasaca (2017), quien en su libro formulación y evaluación de proyectos de inversión define que existen los siguientes tipos de niveles de confianza:

Tabla 1

Niveles de Confianza

Porcentaje de Nivel de Confianza	Nivel de Confianza
50,00%	0,6745
68,27%	1,0
75,00%	1,15
80,00%	1,28
85,00%	1,44
90,00%	1,645
91,00%	1,69
92,00%	1,75
93,00%	1,81
94,00%	1,88
95,00%	1,96
95,45%	2,00
99,00%	2,58
99,73%	3,00

Nota. Datos sobre los niveles de confianza que se pueden aplicar para determinar el tamaño de la muestra. Una vez conocidos todos los niveles de confianza existentes, se determinó utilizar el 95% de credibilidad, por ende, el valor del error experimental será del 5%. Esta información significa que, si la encuesta se realizara 100 en las mismas condiciones, en 95 de cada 100 veces la medida estaría dentro del margen de error.

Aplicación de la Fórmula:

$$n = \frac{P \times Q}{\left(\frac{e^2}{Z^2}\right) + \left(\frac{P \times Q}{N}\right)}$$

$$n = \frac{0,50 \times 0,50}{\left(\frac{0,05^2}{1,96^2}\right) + \left(\frac{0,50 \times 0,50}{1.236}\right)}$$

$$n = \frac{0,25}{\left(\frac{0,0025}{3,84}\right) + \left(\frac{0,25}{1.236}\right)}$$

$$n = \frac{0,25}{0,00065 + 0,00020}$$

$$n = \frac{0,25}{0,00085}$$

$$n = 294,12$$

$$n = 294 \text{ Encuestas}$$

Una vez realizados los cálculos pertinentes se obtuvo que la muestra en la ciudad de Alamor en de 294 familias, a quienes se les realizará la encuesta para determinar la demanda potencial, real y efectiva del producto a ofertar.

Tabla 2

Distribución Muestral de las Encuestas

Ciudadelas	Población	N° de Familias	Porcentaje	Encuestas
Barrio norte	250	63	5,06%	15
Ciudadela del Chofer	609	152	12,31%	36
Barrio Central	935	234	18,92%	56
Los Rebeldes	363	91	7,34%	21
Reina del Cisne	284	71	5,75%	17
Barrio Sur	312	78	6,31%	18
Cinco Esquinas	779	195	15,76%	46
Las Orquídeas	506	127	10,24%	30
Divino Niño	905	226	18,31%	55
Total	4.943	1.236	100%	294

Nota. En la tabla anterior se detalla la distribución muestral de las encuestas, según los barrios y ciudadelas de la ciudad de Alamor.

Tabulación de las encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Alamor

Tabla 3

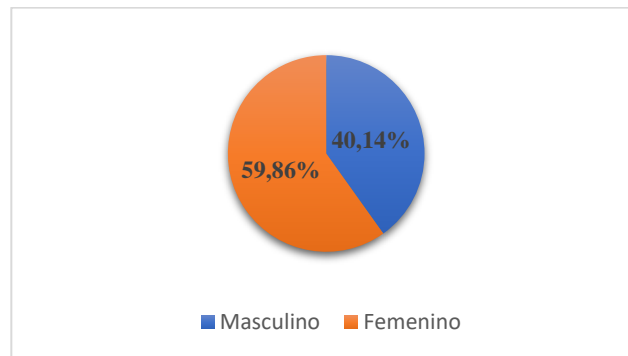
Género de los Encuestados

<i>Alternativas</i>	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	118	40,14%
Femenino	176	59,86%
Total	294	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla la cantidad de personas pertenecientes a determinado género en la encuesta aplicada.

Figura 2

Género de los Encuestados



Interpretación. De acuerdo a los datos obtenidos el 59,86% de las personas encuestadas son de género femenino y un 40,14% de género masculino, lo que indica que se aplicó la encuesta en mayor cantidad a mujeres.

Tabla 4

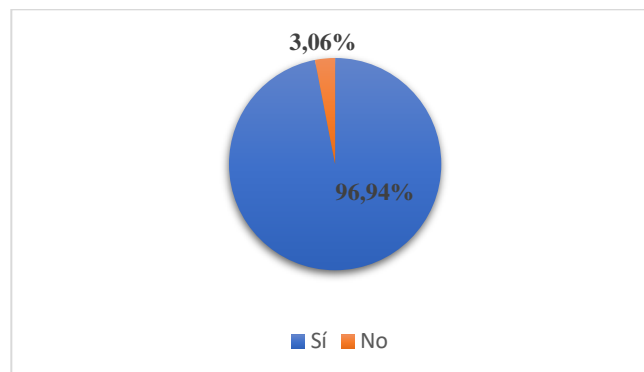
Cantidad de Personas que Consumen Miel de Abejas Meliponas

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Sí	285	96,94%
No	9	3,06%
Total	294	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla a las personas encuestadas que consumen la miel de abejas meliponas en la ciudad de Alamor.

Figura 3

Cantidad de Personas que Consumen Miel de Abejas Meliponas



Interpretación. La actual figura muestra que un 96,94% de personas consumen miel de abejas meliponas y un 3,06% no la consumen, esto indica que existe una gran demanda de miel de abeja melipona en la ciudad de Alamor.

Tabla 5

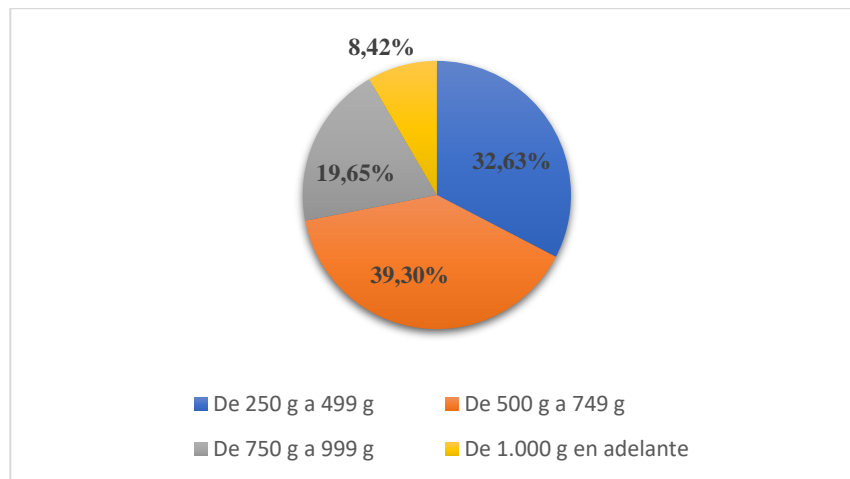
Consumo Mensual de Miel de Abejas Meliponas en la Ciudad de Alamor

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
De 250 g. a 499 g.	93	32,63%
De 500 g. a 749 g.	112	39,30%
De 750 g. a 999 g.	56	19,65%
De 1000 g. en adelante	24	8,42%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla la demanda de miel mensual que existe dentro de la ciudad de Alamor.

Figura 4

Consumo Mensual de Miel de Abejas Meliponas en la ciudad de Alamor



Interpretación. La actual figura muestra el consumo mensual de miel en la ciudad de Alamor, un 39,30% de personas encuestadas consumen de 500 g. a 749 g. por su parte un 32,63% consumen de 250 g. a 499 g. seguido de un 19,65% que consumen de 750 g. a 999 g. y finalmente un 8,42% consume de 1.000 g. en adelante, estos datos sugieren que la media de consumo de miel de abeja melipona al mes es de 500 g. a 749 g. información muy relevante para determinar la capacidad del producto que se ofrece.

Tabla 6

Opciones donde se Adquiere la Miel

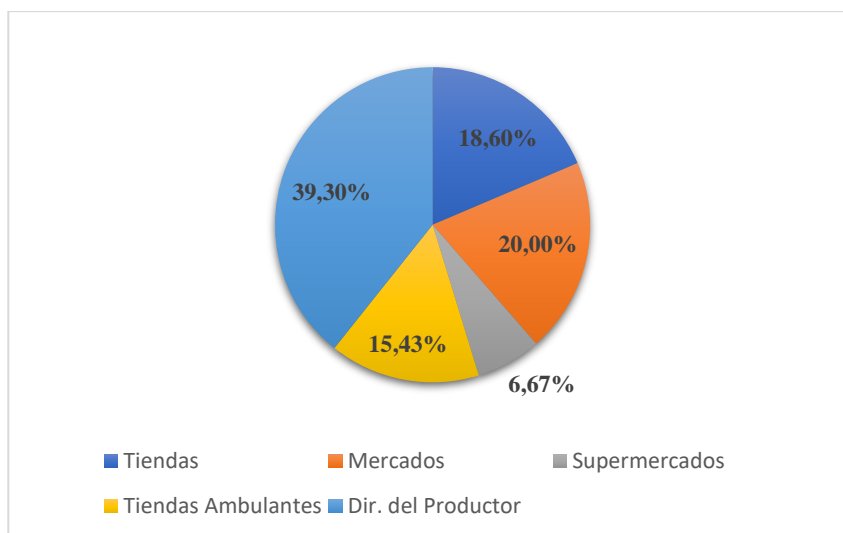
Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	53	18,60%
Mercados	57	20,00%
Supermercados	19	6,67%
Tiendas Ambulantes	44	15,43%

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Directamente del Productor	112	39,30%
Total	285	100%

Nota. La tabla anterior detalla las opciones donde la ciudadanía habitualmente adquieren la miel de abejas meliponas.

Figura 5

Opciones donde se Adquiere la Miel



Interpretación. La actual figura muestra la preferencia de la ciudadanía almoreña a la hora de comprar miel, el 39,30% de los encuestados la adquieren en tiendas, el 20% en mercados, el 18,60% directamente del productor, el 15,43% en tiendas ambulantes y para finalizar el 6,67% en supermercados. Esto indica que las personas en su mayoría eligen comprar el producto en las tiendas, mercados o directamente con el productor, aspecto que indica que no se adquiere un producto tratado adecuadamente ni en una presentación agradable.

Tabla 7

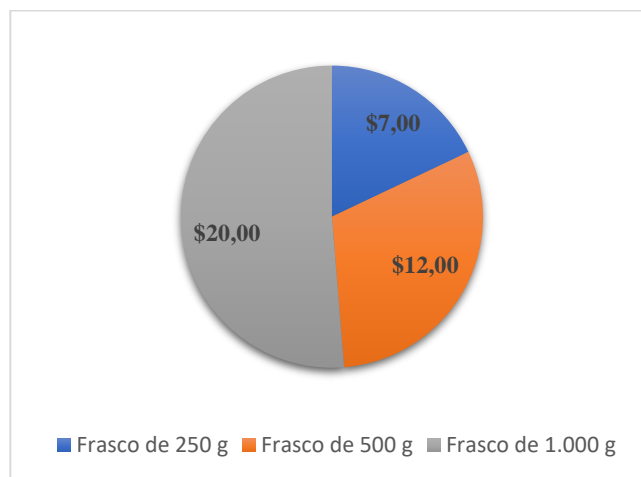
Precios habituales de la Miel

Alternativas	Variables	Precio Estimado
Frasco de 250 g.	\$ 5,00 - \$ 9,00	\$ 7,00
Frasco de 500 g.	\$ 10,00 - \$ 14,00	\$ 12,00
Frasco de 1.000 g.	\$ 15,00 - \$ 25,00	\$ 20,00

Nota. En la tabla anterior se detalla el estimado de los precios que generalmente la ciudadanía almorense suele pagar por las distintas presentaciones de la miel de melipona.

Figura 6

Precios habituales de la Miel



Interpretación. La figura muestra algunos de los precios aproximados de las tres presentaciones más habituales de miel en la ciudad de Alamor, la primera presentación es un frasco de 1.000 g. que habitualmente se adquiere por un valor de \$20,00; seguido de la presentación de 500 g. que se encuentra al precio de \$12,00 y finalmente la presentación de 250 g. que tiene tradicionalmente el valor de \$7,00. De acuerdo a estos datos se determina que la capacidad de los frascos de miel es un factor determinante a la hora de la compra de miel de esta variedad de abeja, además de ello la información obtenida indica que la forma en la que se expone el producto al público establecerá el precio del mismo. Con el análisis de estos datos se puede considerar un precio aproximado con el que ofertaríamos nuestro producto al mercado.

Tabla 8

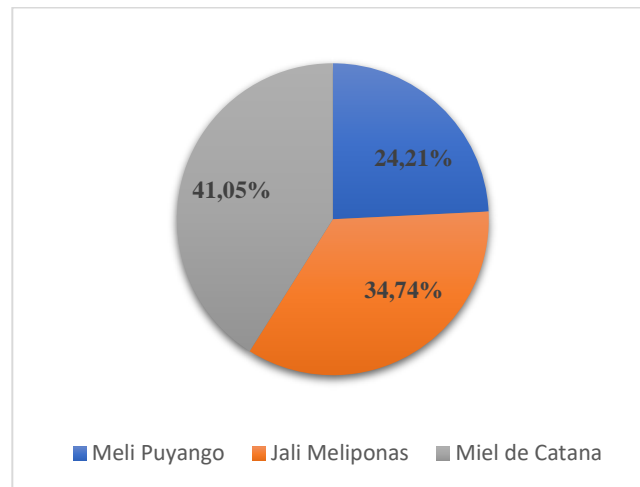
Marcas de Miel de Abejas disponibles en el Mercado de Alamor

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Meli Puyango	69	24,21%
Jali Meliponas	99	34,74%
Miel de Catana	117	41,05%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se indican las marcas de miel de abeja meliponas que existen en la ciudad de Alamor y el nivel de aceptación que posee cada una.

Figura 7

Marcas de Miel de Abejas disponibles en el Mercado de Alamor



Interpretación. De acuerdo a los datos obtenidos podemos identificar tres marcas de miel de abeja de meliponas, de las cuales un 41,05% de la ciudadanía Alamoreña contestó que consumen “Miel de Catana”, el 34,74% “Jali Puyango” y un 24,21% “Meli Puyango”. Mediante esta pregunta se pudo determinar que existen pocas empresas dedicadas a la comercialización de este producto lo que abre una oportunidad de mercado para la creación y constitución de nuevos emprendimientos como el que se plantea.

Tabla 9

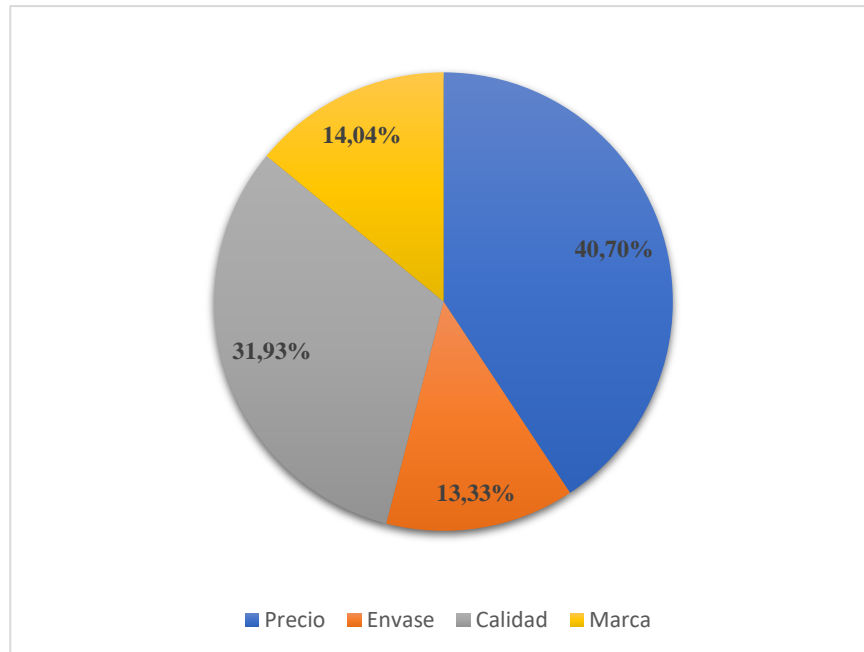
Aspectos que se Valoran a la Hora de Comparar Miel

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Precio	116	40,70%
Envase	38	13,33%
Calidad	91	31,93%
Marca	40	14,04%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla cuáles son los aspectos que más considera la población a la hora de adquirir la miel de meliponas.

Figura 8

Aspectos que se Valoran a la Hora de Comparar Miel



Interpretación. De acuerdo a los datos obtenidos un 40,70% de la ciudadanía alamoreña compra la miel por su precio; el 31,93% la adquiere por su calidad; el 14,04% lo hace por su marca y finalmente el 13,33% lo hace por su envase. Esto es un claro indicador de que los factores que más influyen a la hora de que el público decida que miel comprar será ofertar un adecuado precio y un producto de calidad, es decir, se debe garantizar la satisfacción del cliente y hacer que perciba la diferencia del resto de la competencia. La calidad es sin duda un requisito indispensable a la hora de negociar con el cliente, no es ni más ni menos que el reflejo que tienen los clientes al sentir una necesidad.

Tabla 10

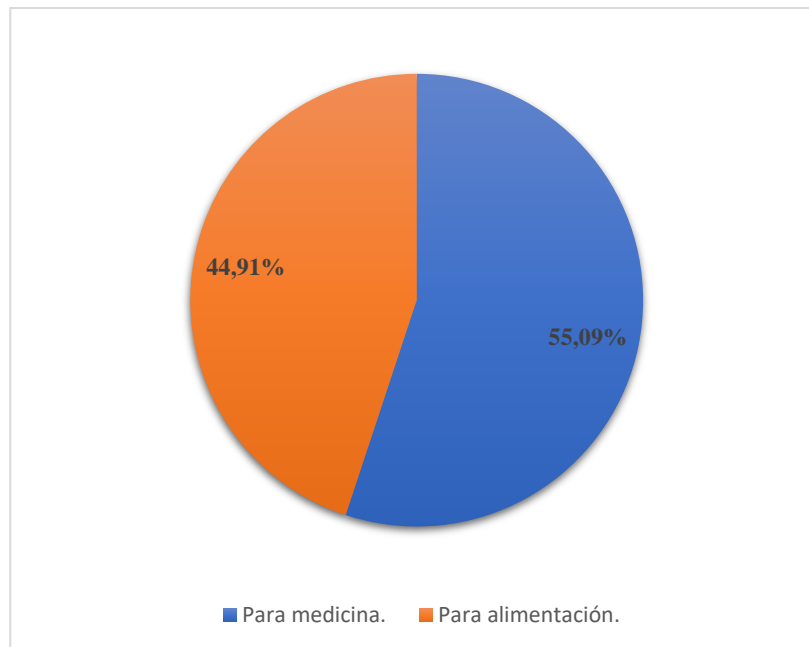
Principal uso que se le da a la Miel

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Para medicina.	157	55,09%
Para alimentación.	128	44,91%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla cuáles son los usos más frecuentes que se le da a la miel.

Figura 9

Principal uso que se le da a la Miel



Interpretación. La figura indica que un 55,09% de la muestra objeto de estudio compran la miel de abeja de la especie meliponas para medicina y un 44,91% la adquiriría para alimentación. Estos datos reflejan que la que la miel además de usarse como endulzante natural, mayoritariamente se emplea para medicina, esto por sus propiedades antiinflamatorias, antioxidantes y antibióticas. Las personas suelen usar la miel por vía oral para tratar la tos y, en forma tópica, para tratar quemaduras y favorecer la curación de las heridas.

Tabla 11

Preferencia de Promociones a la Hora de Adquirir la Miel

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos.	177	62,11%
Promoción en cantidad.	108	37,89%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla los principales usos que se le da a la miel en la ciudad de Alamor.

Figura 10

Preferencia de Promociones a la Hora de Adquirir la Miel



Interpretación. En base a los datos obtenidos de las encuestas aplicadas tenemos que un 62,11% de la ciudadanía alamoreña prefiere obtener descuentos a la hora de adquirir el producto y un 37,89% opta por conseguir promociones en cantidad. Esto sugiere que a la hora de ofertar nuestro producto ofrezcamos descuentos de tal forma que se obtenga la preferencia en el mercado.

Tabla 12

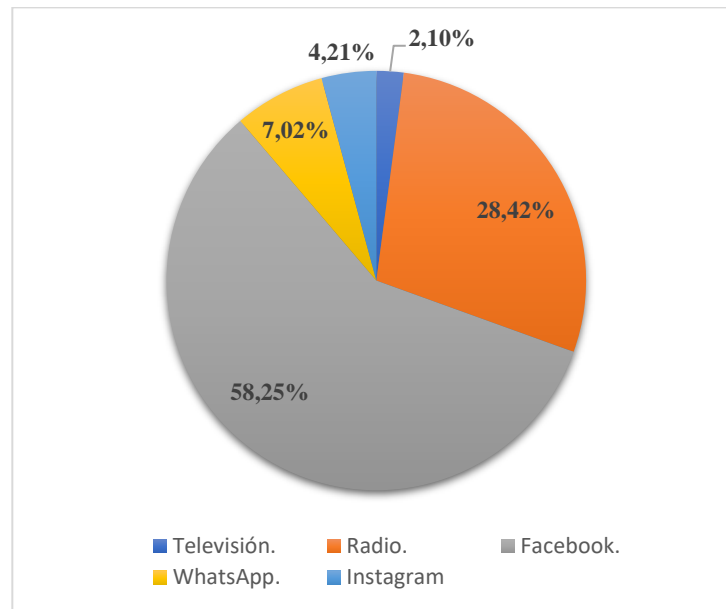
Medios de comunicación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Televisión.	6	2,10%
Radio.	81	28,42%
Facebook.	166	58,25%
WhatsApp.	20	7,02%
Instagram	12	4,21%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se detallan los medios de comunicación mayormente empleados en la ciudad de Alamor y su frecuencia.

Figura 11

Medios de Comunicación



Interpretación. De acuerdo a los datos recopilados el 58,25% de la muestra objeto de estudio emplea la red social Facebook para informarse; el 28,42% usa la radio; un 7,02% utiliza la red social WhatsApp; el 4,21% usa la red social Instagram y el 2,10% emplea la televisión, esto muestra que para hacer conocer el producto que se pretende crear podemos apoyarnos de la red social Facebook y la radio, información muy importante al momento de lanzar el producto y establecer estrategias de publicidad y promoción.

Tabla 13

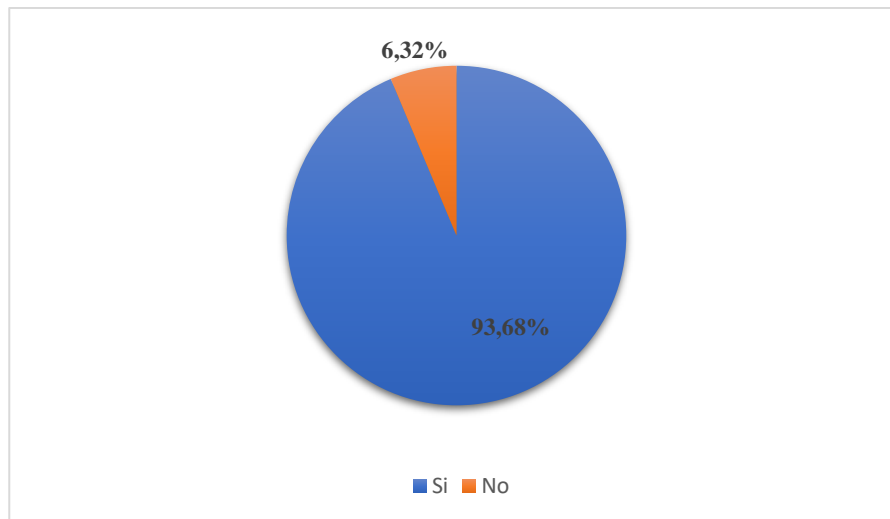
Aceptación

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	267	93,68%
No	18	6,32%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla el nivel de aceptación que tiene el nuevo producto a ofertar.

Figura 12

Aceptación



Interpretación. La figura detalla los datos obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta, en donde un 93,68% de las personas han constatado que si apoyarían a la idea de negocio y un 6,32% contestaron que no consumirían el producto. Esto refleja que se cuenta con una gran acogida en la ciudad y sería pertinente establecer la empresa.

Tabla 14

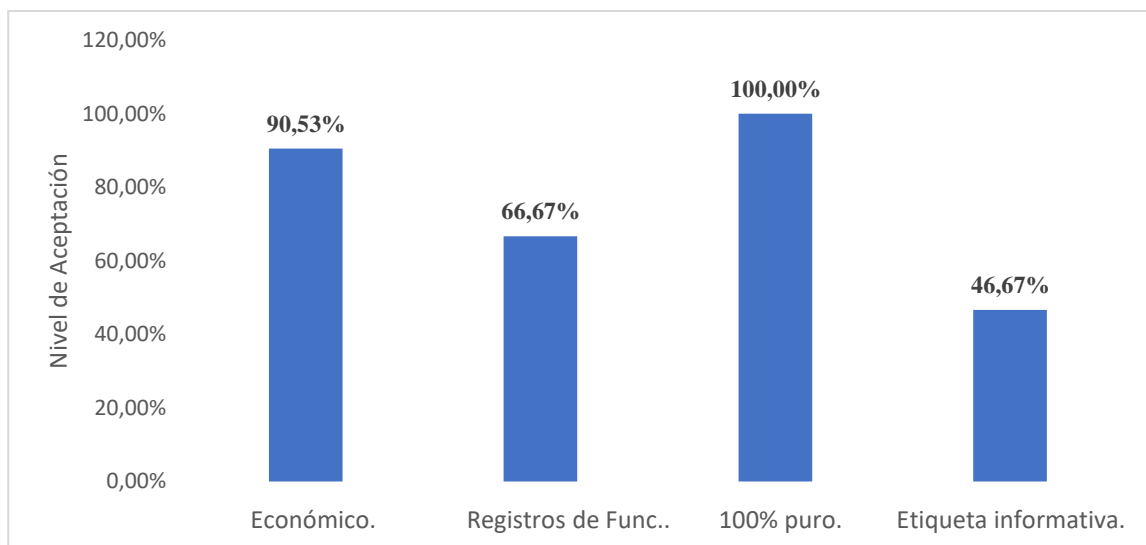
Expectativas del Producto

Alternativas	Frecuencia	Nivel de Aceptación
Que sea económico.	258	90,53%
Que cuente con los debidos registros de funcionamiento.	190	66,67%
Que sea 100% puro.	285	100%
Que el producto cuente con una etiqueta informativa.	133	46,67%

Nota. En la tabla anterior se detalla el nivel de aceptación de las expectativas del producto a ofertar.

Figura 13

Expectativas del Producto la Empresa



Interpretación. La figura detalla el nivel de aceptación que tienen algunas de las alternativas que propondrá la empresa para ofertar un producto de calidad, la ciudadanía alamoreña expresó su total acogida a la oferta de que el envasado sea 100% puro, un 90,53% de las personas opto por que el producto sea económico, mientras que un 66,67% elige que el producto cuente con los debidos registros de funcionamiento, finalmente un 46,67% de las personas prefiere que el producto cuente con una etiqueta informativa. Estos datos son sumamente necesarios para ofrecer calidad en la empresa.

Tabla 15

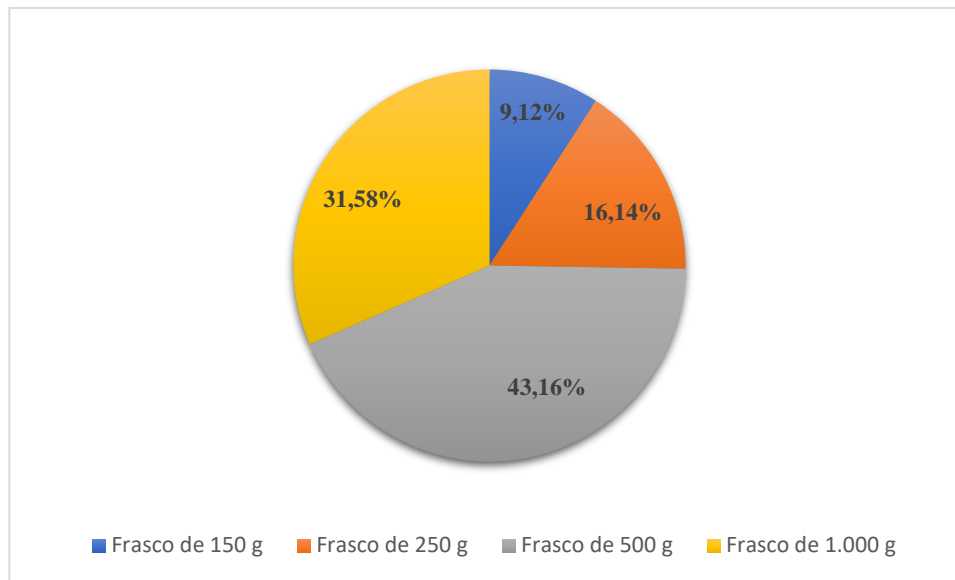
Presentaciones de Miel que Interesa Adquirir

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Frasco de 150 g.	26	9,12%
Frasco de 250 g.	46	16,14%
Frasco de 500 g.	123	43,16%
Frasco de 1.000 g.	90	31,58%
Total	285	100%

Nota. En la tabla anterior se detalla el nivel de aceptación que tienen las diferentes presentaciones de miel de abeja melipona.

Figura 14

Presentaciones de Miel que Interesa Adquirir



Interpretación. En base a los datos obtenidos la mayoría de las personas tienen preferencia en adquirir la presentación de miel de 500 g. ya que cuenta con una aceptación del 43,16%; en segundo lugar, se encuentra el frasco de 1.000 g. que tiene una aprobación del 31,58%, le sigue el frasco de 250 g. con una aceptación de 16,14%; y para finalizar tenemos al frasco de 150 g. con una tolerancia de 9,12%. En base a ello se opta por comercializar la miel de abeja melipona en presentaciones de 500 gramos ya que es la opción que más acogida muestra.

Análisis de la Demanda

La demanda permite conocer información trascendental a la hora de crear una empresa, para determinar este aspecto es necesario analizar el consumo existente actual y prever las cantidades de miel que se venderá a lo largo de la vida del proyecto. Para la realización del presente estudio se realizaron 294 encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Alamor.

Consumo Promedio Anual

El consumo promedio es una referencia con la que se puede comparar el gasto de miel actual con lo que se ha venido consumiendo y se determina si la demanda actual es mayor, menor o similar. Para realizar el cálculo del consumo promedio anual nos basamos en la pregunta número tres de la encuesta aplicada a la ciudadanía alamoreña, incógnita que hace referencia al consumo de miel por familias mensualmente, la siguiente tabla muestra los cálculos correspondientes:

Tabla 16

Determinación del Punto Medio de Consumo Mensual

Alternativas	Punto Medio
De 250 g. a 499 g.	375 g.
De 500 g. a 749 g.	625 g.
De 750 g. a 999 g.	875 g.
De 1.000 g. en adelante	1.000 g.

Nota. La tabla muestra el punto medio de las alternativas de consumo mensual de miel en Alamor, los datos fueron obtenidos de la tabla 5.

Para realizar el cálculo del punto medio de consumo entre las opciones se procedió a sumar los dos extremos de la alternativa y posteriormente se dividió el resultado para dos, así con las primeras tres alternativas y para la última se tomó en consideración únicamente la alternativa de 1.000 g.

Tabla 17

Consumo Promedio Anual de Miel de Abejas Meliponas en la Ciudad de Alamor

Cantidad	Frecuencia	Consumo Promedio Mensual	Consumo Promedio Anual
375 g.	93	34.875 g.	418.500 g.
625 g.	112	70.000 g.	840.000 g.
875 g.	56	49.000 g.	588.000 g.
1.000 g.	24	24.000 g.	288.000 g.
Total	285	177.875 g.	2.134.500 g.

Nota. La tabla muestra el cálculo del consumo promedio de miel de abeja melipona de la ciudadanía alamoreña de acuerdo al punto medio de las presentaciones más habituales en el mercado, datos tomados de la tabla 16 y 5.

Para calcular el consumo promedio general se aplicó la media ponderada:

$$x = \frac{\sum f(Xm)}{f}$$

$$x = \frac{2.134.500}{285}$$

$$x = 7.490 \text{ g.}$$

El consumo promedio de miel de abeja melipona por familia es de 7.490 gramos anuales.

Demanda Potencial

La demanda potencial es toda la miel que se podría vender en un futuro en la ciudad de Alamor, en base en esta información, la empresa debe preparar los recursos necesarios para cumplir con los requisitos.

Proyección de la Demanda Potencial

Para el cálculo de la demanda potencial se toma en cuenta la totalidad de las familias Alamoreñas, multiplicado por el 100% de aceptación, además de la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Alamor, que es de 0,74% según el INEC 2010. En tanto al cálculo de la demanda potencial anual en gramos de miel de abeja melipona se empleará el consumo promedio anual en la ciudad de Alamor, obtenido anteriormente.

Tabla 18

Proyección de la Demanda Potencial por Familias

Periodo	Población por Familias	Nivel de Aceptación	Demandantes Potenciales	Consumo Promedio Anual	Demanda Potencial
0	1.236		1.236		9.257.640 g.
1	1.245		1.245		9.325.050 g.
2	1.254	100%	1.254	7.490 g	9.392.460 g.
3	1.263		1.263		9.459.870 g.
4	1.273		1.273		9.534.770 g.
5	1.282		1.282		9.602.180 g.

Nota. La tabla detalla la proyección de la demanda potencial por familias para los cinco periodos de vida del proyecto tomando en cuenta el 100% de nivel de aceptación, tomando en cuenta los datos del consumo promedio anual.

Demanda Real

Para realizar el cálculo de la demanda real se emplea la segunda pregunta de la encuesta aplicada. Para determinar este importante dato se multiplica la demanda potencial por el porcentaje de aceptación de la pregunta mencionada con anterioridad.

Tabla 19

Proyección de la Demanda Real por Familias

Periodo	Demandantes Potenciales	Nivel de Aceptación	Demandantes Reales	Consumo Promedio	Demanda Real
0	1.236		1.198		8.974.356 g.

Periodo	Demandantes Potenciales		Demandantes Reales		Demanda Real
1	1.245		1.207		9.039.703 g.
2	1.254	96,94%	1.216	7.490 g	9.105.051 g.
3	1.263		1.224		9.170.398 g.
4	1.273		1.234		9.243.006 g.
5	1.282		1.243		9.308.353 g.

Nota. La tabla indica la proyección de la demanda real por familias para los cinco años de vida del proyecto, el cálculo se los realizó tomando en cuenta la información de las tablas 4, 18 y los datos del consumo promedio anual.

Demanda Efectiva

Para realizar el cálculo de la demanda efectiva se multiplica el porcentaje de aceptación de la pregunta número once de la encuesta aplicada a la muestra objeto de estudio de acuerdo al nivel de aceptación para la implementación de una empresa comercializadora de miel de abeja melipona en la ciudad de Alamor por la demanda real reflejada en la tabla 19.

Tabla 20

Proyección de la Demanda Efectiva por Familias

Periodo	Demandantes Reales	Nivel de Aceptación	Demandantes Efectivos	Consumo Promedio	Demanda Efectiva por Familias
0	1.198		1.122		8.405.925 g.
1	1.207	93,68%	1.131	7.490 g	8.469.075 g.
2	1.216		1.139		8.532.225 g.
3	1.224		1.147		8.588.358 g.
4	1.234		1.156		8.658.524 g.
5	1.243		1.164		8.721.674 g.

Nota. La tabla indica la proyección de la demanda efectiva por familias para los siguientes cinco años de vida del proyecto, información tomada de las tablas 13, 19 y los datos del consumo promedio anual.

Estudio de la Oferta

Es considerada como la cantidad de bienes que una empresa o negocio pone a disposición para la venta en un mercado, para realizar la proyección de la oferta en necesario tomar en cuenta

la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Alamor, que como se ha mencionado con anterioridad según el censo poblacional del INEC 2010 es de 0,74%.

Análisis de la Oferta

Para realizar esta fase, es importante tener conocimiento previo sobre las empresas o negocios dedicados a la comercialización de la miel de abeja de las meliponas que existen en la ciudad de Alamor, esto con la finalidad de conocer la competencia de mercado que existe y determinar algunos aspectos que podemos corregir. A más de ello podemos determinar algunos aspectos que nos sirvan como ventaja sobre las demás compañías dedicadas a la misma actividad. Para la realización de esta fase se toma en cuenta la entrevista aplicada a las principales empresas que se dedican a la venta de miel de las meliponas en la ciudad de Alamor, con ella se obtuvo información sumamente necesaria, como las ventas mensuales en gramos, dato que se multiplicó por los doce meses del año y se obtuvo las ventas anuales en gramos.

Resultados de la Entrevista Aplicada a los Principales Comercializadores de Miel de Abeja Melipona en la Ciudad de Alamor

La entrevista fue aplicada a los principales ofertantes de miel de abeja de las meliponas en la ciudad de Alamor, misma que permitió obtener datos sumamente necesarios acerca de la comercialización de este tipo de miel, habitualmente conocida en el sector como “miel de catana”. Esta información se revela en las siguientes tablas:

Tabla 21

Cantidades de Miel Vendida por los Principales Ofertantes de la Ciudad de Alamor

Principales Comercializadoras de Miel de Abeja de Meliponas en la Ciudad de Alamor							
Marca	Dirección	Envase	Presentación	PVP	Envases Vendidos al Mes	Ventas Mensuales	Ventas Anuales
Meli Puyango	Alamor, Puyango, Loja.	Vidrio	250 g.	\$9	5	1.250 g.	15.000 g.
			400 g.	\$12	3	1.200 g.	14.400 g.
			600 g.	\$15	6	3.600 g.	43.200 g.
Jali Melipona	Vicentino, Puyango, Loja.	Vidrio	250 g.	\$10	2	500 g.	6.000 g.
			500 g.	\$15	3	1.500 g.	18.000 g.

Principales Comercializadoras de Miel de Abeja de Meliponas en la Ciudad de Alamor							
Miel de Catana	Arenal, Puyango, Loja.	Vidrio	400 g.	\$15	1	400 g.	4.800 g.
			600 g.	\$20	2	1.200 g.	14.400 g.
Total					22	9.650 g.	115.800 g.

Nota. La actual tabla muestra las ventas anuales de miel de meliponas por parte de las principales empresas de la ciudad de Alamor, la información fue obtenida de la entrevista aplicada a los directivos de las comercializadoras de la ciudad, anexo 3.

Para realizar los cálculos de la tabla que antecede se multiplicó la cantidad de gramos de cada presentación por la cantidad de unidades vendida de forma mensual, obteniendo así la cantidad en gramos vendida al mes, posteriormente se multiplicó este dato por doce meses que tiene el año. Mismo procedimiento se realizó en cada una de las presentaciones que los ofertantes ofrecen, posteriormente se realizó el sumatorio total en gramos.

Tabla 22

Oferta de Miel de Melipona en la Ciudad de Alamor

Oferta	Ventas Mensuales	Ventas Anuales
Principales comercializadores de miel de abeja meliponas en Alamor	9. 650 g.	115.800 g.
Total	9. 650 g.	115.800 g.

Nota. La tabla muestra el total de ventas mensuales y anuales de la miel de abejas de meliponas en la ciudad de Alamor, información tomada de la tabla 21.

Tabla 23

Ventas de Miel por los Comercializadores en los Últimos Cinco Años

Años	Ventas Anuales	Incremento Porcentual
2018	104.200 g.	
2019	106.900 g.	2,59%
2020	109.200 g.	2,15%
2021	110.700 g.	1,37%

Años	Ventas Anuales	Incremento Porcentual
2022	115.800 g.	4,61%
Total		10,72%
Promedio del Incremento Porcentual		2,68%

Nota. La tabla refleja el incremento porcentual de las ventas de miel de abeja melipona de Alamor en los últimos cinco años, información tomada de la entrevista aplicada a los comercializadores de miel de melipona de la ciudad, anexo 3.

Para realizar estos cálculos se resta las ventas del año anterior por las del año actual, posteriormente se lo divide para el valor de las ventas del año anterior y por último se multiplica por 100% para obtener el valor en porcentaje, así con cada uno de los periodos. Por su parte para obtener el promedio del incremento porcentual se procedió a sumar los porcentajes del incremento porcentual anual y se divide para los cuatro periodos correspondientes.

Proyección de la Oferta

En base a los datos obtenidos con anterioridad se procede a proyectar la oferta para los próximos cinco años de vida del proyecto, para calcular el porcentaje de incremento de los comercializadores se obtuvo información de los últimos cinco años en tanto a ventas y se calculó el incremento porcentual total dando como resultado un 2,68% de crecimiento anual.

Tabla 24

Proyección de la Oferta

Periodo	Oferta	Incremento en Ventas	Total Oferta Proyectada
0	115.800 g.		
1	118.903 g.	2,68%	122.090 ml.
2	122.090 g.	2,68%	125.362 ml.
3	125.362 g.	2,68%	128.722 ml.
4	128.722 g.	2,68%	132.172 ml.
5	132.172 g.	2,68%	135.714 ml.

Nota. La actual tabla detalla la proyección de la oferta durante los siguientes cinco periodos de vida del proyecto de factibilidad, datos tomados de las tablas 22 y 23.

Para realizar estas proyecciones se parte de la oferta actual, se la multiplica por el incremento promedio porcentual y obtenemos la oferta para los próximos cinco años, por otra

parte, para obtener el total de la oferta proyectada, se multiplica la oferta del año correspondiente por el porcentaje de incremento en ventas.

Demanda Insatisfecha

Es la cantidad de bienes que es probable que el mercado no de abasto a satisfacer, para calcularlo se necesitan los datos obtenidos de la oferta y la demanda efectiva, en este caso la demanda supera ampliamente a la oferta existente y como resultado de ello tenemos que existe una demanda insatisfecha. El cálculo de la demanda insatisfecha se lo desarrolla con la siguiente fórmula:

$$\text{Demanda Insatisfecha} = \text{Demanda Efectiva} - \text{Oferta}$$

Tabla 25

Demanda Insatisfecha

Periodo	Demanda Efectiva	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
0	8.405.925 g.		
1	8.469.075 g.	122.090 g.	8.346.985 g.
2	8.532.225 g.	125.362 g.	8.406.862 g.
3	8.588.358 g.	128.722 g.	8.459.636 g.
4	8.658.524 g.	132.172 g.	8.526.352 g.
5	8.721.674 g.	135.714 g.	8.585.960 g.

Nota. La actual tabla detalla el cálculo de la demanda insatisfecha del mercado, para los cinco años de vida del proyecto de factibilidad, los datos son obtenidos de las tablas 20 y 24.

Estrategias de Mercadotecnia

Las estrategias de mercadotecnia que se emplearon para potenciar la comercialización de miel de abeja de meliponas fueron las siguientes:

- Realizar un logo que represente a la empresa.
- Crear una imagen atractiva de la empresa, para ello se estableció etiquetas informativas del producto.
- Difundir información relevante sobre el producto ofertado a través de los medios de comunicación más empleados en la ciudad de Alamor.
- Facilitar las ventas virtuales mediante redes sociales.
- Ofreciendo productos a domicilio.

Descripción de la Empresa

Figura 15

Logo



Nota. La figura muestra el logo de la empresa.

Figura 16

Etiquetas de la Empresa




Nota. La figura detalla las etiquetas que utilizarán los productos de la empresa MELI SUR una vez estén listos para la venta.

Productos

El producto que se va a ofrecer es miel de abejas meliponas, se pretende entregar al público un bien que responda a las expectativas del consumidor, lo que requiere un programa exhaustivo de control de calidad que incluya el establecimiento de normas para los componentes de calidad (conformidad, fiabilidad, durabilidad, idoneidad para el uso, estética y percepción de la calidad). Algunas características de los productos se detallan a continuación:

Tabla 26

Producto Ofertado

Miel de Abejas Meliponas		
Imagen	Presentación	Descripción
	Frasco de 500 g.	Frasco de vidrio con capacidad de 500 g. de miel de abeja melipona con tapa metálica, sellada y etiquetada con las especificaciones de la empresa.

Nota. La actual tabla muestra el producto que ofertará el negocio para la venta al público.

Plaza

La empresa “MELI SUR”, contará con sus instalaciones y ofrecerá sus productos en el barrio Alto de la Cruz, parroquia Ciano, cantón Puyango, provincia de Loja; ubicación que se estableció por la facilidad que brinda el sector a la hora de conseguir la materia prima. Para este proyecto la comercialización se realizará de dos formas: de manera directa con la clientela que acuda a la empresa a adquirir el producto y mediante la venta a domicilio bajo pedidos para quienes cancelen su respectivo valor adicional.

Precio

Para determinar el precio del producto se debe tomar en cuenta los costos que implican producir el bien y los gastos que incurren en la obtención y la venta de la miel. Este aspecto es fundamental ya que el precio es un factor determinante a la hora de comercializar el producto. Para establecer el importe del bien es necesario considerar algunos factores como:

- Costos de producción.
- Gastos administrativos y de ventas.
- Costo de publicidad y promoción.
- Precio de referencia de la competencia.

Es importante mencionar que la determinación del precio exacto se desarrollará posteriormente, una vez se tenga a disposición los costos y los gastos que conlleva sacar a la venta

el bien, pero con base en los datos analizados de la encuesta se prevé vender el frasco de 500 g. en un precio no superior a los \$ 16,00.

Publicidad



La empresa MELI SUR, utilizará los siguientes medios de comunicación, que son los más elegidos para informarse de acuerdo a la muestra objeto de estudio que se le aplicó la encuesta, para la difusión de información que permita hacer conocido el nuevo producto:

Radio Satelital. Transmisión de anuncios publicitarios que contengan información importante sobre el nuevo producto, mismas que se transmitirán siete veces por semana en horarios estratégicos donde se cuente con mayor audiencia y tendrán un valor de 1,50 dólares, esta actividad se procurará realizar durante los primeros seis meses de la puesta en marcha de la compañía.

Modelo de Publicidad Radial. Para dar a conocer datos relevantes sobre el producto a ofertar se acudirá a Radio Integración 103.3 FM con la siguiente cuña radial:

Figura 17

Modelo de la Cuña Radial

	CUÑA RADIAL	
Emisora: Radio Integración 103.3 FM		
Nombre del Programa: Radio-Revista Buenos días		
Dirección o Conducción: Erwin Bravo y Fernando Gómez		
Audiencia: Ciudadanía Alamoreña		
Duración: 30 Segundos		
Comercial		
¿Estás buscando miel de abejas meliponas o la tradicionalmente conocida miel de catana en la ciudad de Alamor? ¡No busques más! Ya llegó a la ciudad la mejor miel, 100% pura y a los mejores precios; compra en "Meli Sur" empresa del señor Jonathan Sánchez. Nos encontramos instalados en el barrio Alto de la Cruz de la parroquia Ciano, a cien metros de la escuela "Ciudad de Quito", atendemos de lunes a domingo de 08h00 a 12h00 y de 13h00 a 18h00, además contamos con servicio de entrega a domicilio para las personas de la ciudad de Alamor. Para mayor información comunícate al 0993337457 o visítanos en nuestras redes sociales como @MELISUR. ¡TE ESPERAMOS!		

Nota. La tabla muestra la publicidad que se realizara a través de Radio integración 103.3 FM

Redes Sociales. Para promocionar el nuevo producto se empleará Facebook y WhatsApp, que son las dos redes sociales que tuvieron mayor acogida dentro de la encuesta aplicada a la ciudadana alamoreña, en estos medios se creará una cuenta por cada red social donde constantemente se publicará novedades sobre el producto, promociones y/o descuentos.

Facebook. La publicidad en este medio inicia con la creación de una cuenta a nombre de la empresa comercializadora de miel de abeja melipona “MELI SUR”, mediante la cual se procederá a realizar publicaciones informando sobre novedades de los productos que se ofertará, horarios de atención, ubicación de la empresa, como se muestra continuación:

Figura 18

Modelo Publicitario en Facebook



Nota. La actual figura muestra el modelo publicitario que se empleará mediante la red social Facebook.

WhatsApp. Para comenzar con la publicidad mediante este medio digital primero se crea una cuenta a nombre de la empresa comercializadora de miel de abeja melipona “MELI SUR” y se procede a configurarla como empresa para de esta forma ofrecer un catálogo con los productos que se ofertará, el horario de comercialización, dirección y algunas otras especificaciones, con ello se podrá tener un mayor alcance.

Figura 19

Modelo Publicitario en WhatsApp



Nota. La figura muestra el modelo de la publicidad que se realizará a través de WhatsApp.

Estudio Técnico

El estudio técnico permite desarrollar y analizar diversas opciones tecnológicas para elaborar el producto o servicio deseado y comprobar la viabilidad de cada opción. Dentro de esta etapa se determinará la estructura de la empresa, tanto física como administrativa, esto para mejorar las distintas áreas y aumentar la eficacia de las operaciones empresariales.

Tamaño del Proyecto

Hace referencia al tamaño óptimo de la planta, para conocerlo es necesario saber con precisión qué procedimientos de comercialización se seguirán y qué tecnologías se emplearán. Para elegir el mejor tamaño de la planta y las tecnologías apropiadas, se deben tener en cuenta los siguientes factores: capacidad instalada y capacidad utilizada.

Capacidad Instalada

Para calcular la capacidad instalada es necesario conocer los siguientes aspectos:

- Se dispone de 1 hectárea de terreno, donde 200 m^2 serán destinados para la construcción de la planta y los 9.800 m^2 para la distribución de los enjambres.
- Cada enjambre puede ser cosechado dos veces al año, en cada recolecta produce alrededor de 2.000 gramos de miel.

Tomando en cuenta estos datos se determina que la capacidad de la empresa será de 400 enjambres, cada uno produce 4.000 gramos de miel al año, lo que equivale a una producción total de 1.600.000 gramos de miel al año, que permite ofrecer 3.200 frascos de miel de abeja melipona de 500 g. al año. A continuación, se detalla el plan productivo de la empresa:

Tabla 27

Capacidad Instalada del Proyecto

Periodos	Enjambres	Gramos por Cosecha	Cosechas al Año	Cosecha Anual en Gramos	Producción en Frascos de 500 g.
1	400	2.000 g.	2	1.600.000 g.	3.200
2	400	2.000 g.	2	1.600.000 g.	3.200
3	400	2.000 g.	2	1.600.000 g.	3.200
4	400	2.000 g.	2	1.600.000 g.	3.200
5	400	2.000 g.	2	1.600.000 g.	3.200

Nota. La tabla muestra la capacidad que tendrá la empresa durante los cinco años de vida del proyecto.

Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento con el que se va a trabajar durante la vida del proyecto, en los cinco años la empresa podrá producir un máximo de 3.200 frascos de 500 g. pero con la finalidad de evitar la sobreexplotación de las abejas, proveer su adecuado mantenimiento y asegurar que la producción de la empresa se mantenga constante mientras dure del proyecto debido se optó por trabajar con el 95% de la capacidad de producción. A continuación, se detalla los datos reales de producción en base al porcentaje de capacidad utilizada:

Tabla 28

Capacidad Utilizada

Periodos	Cosecha Anual	Porcentaje Empleado	Capacidad de Producción Anual	Producción en Frascos de 500 g
1	1.600.000 g.		1.520.000 g.	3.040
2	1.600.000 g.		1.520.000 g.	3.040
3	1.600.000 g.	95%	1.520.000 g.	3.040
4	1.600.000 g.		1.520.000 g.	3.040
5	1.600.000 g.		1.520.000 g.	3.040

Nota. La tabla indica el cálculo de la capacidad que será utilizada durante los años de vida del proyecto, se empleó los datos de la tabla.

Participación del Mercado

En base a la demanda insatisfecha en la ciudad de Alamor a continuación, se muestra como la empresa actuará durante los próximos cinco años:

Tabla 29

Participación del Mercado

Periodo	Demanda Insatisfecha	Oferta de la Empresa	Porcentaje que se Cubrirá
1	8.346.985 g.	1.520.000 g.	18,21%
2	8.406.862 g.	1.520.000 g.	18,08%
3	8.459.636 g.	1.520.000 g.	17,97%
4	8.526.352 g.	1.520.000 g.	17,83%
5	8.585.960 g.	1.520.000 g.	17,70%

Nota. La tabla detalla la participación que tendrá la empresa para tratar de cubrir la demanda insatisfecha de miel existente en la ciudad de Alamor, datos tomados de las tablas 25 y 28.

Figura 22

Mapa de la Parroquia Ciano



Nota. La imagen indica la ubicación de la parroquia Ciano dentro del cantón Puyango.

Micro Localización

Factores para la Localización de la Empresa

Factor	Requerimiento
Servicios Básicos	Disponibilidad de energía eléctrica, agua potable, telefonía y acceso a internet.
Talento Humano	La comunidad cuenta con mano de obra calificada y no calificada para la meliponicultura.
Materia Prima	En el sector y en las comunidades aledañas existe gran cantidad de enjambres que se pueden comprar.
Transporte	El barrio cuenta con una vía principal y secundaria en buenas condiciones.
Clima	El sector cuenta con las condiciones climáticas idóneas para el correcto desarrollo apícola.
Regulaciones Legales	Facilidad para tramitar las autorizaciones necesarias como: permiso de la municipalidad, bomberos, SRI, Ministerio de salud.

Ubicación de la Empresa

La empresa “MELI SUR” estará ubicada en el barrio Alto de la Cruz, a 100 metros de la escuela “Ciudad de Quito”, en un terreno perteneciente al propietario, es importante destacar que se cuenta con una infraestructura que será de utilidad para establecer la administración de la

organización, una vez se realice las adecuaciones correspondientes. Se eligió este sector debido a la facilidad que brinda a la hora de distribuir los enjambres, además cuenta con buenas condiciones de flora para que las abejas produzcan miel.

Figura 23

Mapa de la Ubicación del Local



Nota. La figura muestra la ubicación de la empresa “Meli Sur” en el barrio Alto de la Cruz, imagen tomada de google earts.

Ingeniería del Proyecto






En esta sección del estudio técnico, la ingeniería del proyecto se enfoca en resolver todo lo concerniente a la instalación y operatividad de la empresa, tiene como objetivo dar solución a todo lo relacionado con el establecimiento y la puesta en marcha de la empresa, indicando el proceso operativo, definición de la maquinaria, características, tamaño, precios, distribución de equipos y el diseño apropiado de dicha empresa.

Componente Tecnológico

La tecnología utilizada está representada por la maquinaria, los equipos y las herramientas necesarios para la cosecha y envase de la miel, a continuación, se describen con mayor detalle algunas de las características principales de los bienes en cuestión:

Tabla 30

Determinación de la Maquinaria






Cantidad	Imagen	Denominación	Capacidad	Marca	Modelo
2		Refractómetro de Miel	145x40mm	H&Co	58-90 TRIPLE ESCALA
1		Lavadora de Cristalería Automática de Laboratorio	817 x 869 - 919 x 698 mm (32,2 x 34,2-36,2 x 27,5")	BIOBASE	BK-LW420
1		Tanques de Acero Inoxidable	70L/ 90L		Manual
1		Máquina de Llenado de Miel de Pesaje.	Pesa hasta desde 100 g. hasta 5 KI	BM89	Automático/ Manual
1		Etiquetadora Manual con Bastidor de Acero	30 etiquetas por minuto	HOLT	HOLT- 66706-BR- 31036





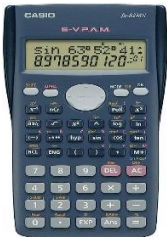


Nota. La tabla indica la maquinaria que requiere la empresa MELI SUR para su normal funcionamiento.

Tabla 31





Determinación del Equipo

Cantidad	Imagen	Denominación	Descripción
Muebles y Enseres			
1		Archivador	Organizador de archivos o documentos de tres niveles, hecho de madera y de color café.
1		Silla de Escritorio	Elaborada a base de acero, contrachapado de bajas emisiones E0, espuma, polipropileno y tejido de color negro.
1		Escritorio	Escritorio andalucía hecho de madera, de tres Cajones, color café.
5		Silla	Silla de Espera, respaldo y asiento tapizado en tela a elección, con estructura de metal en color negro
2		Mesa de Trabajo	Mesa de trabajo de dos niveles, todo en acero inoxidable calidad 304 mate.

Cantidad	Imagen	Denominación	Descripción
Otros Enseres			
400		Cajones para Abejas Meliponas	Cajas para enjambres de elaboración artesanal, hechas de madera.
Equipo de Cómputo			
1		Computadora de Escritorio HP	HP Elite Intel Core i5 de 3,1 GHz, 8 GB de RAM, disco duro de 1 TB, DVDRW, monitor LCD de 19 pulgadas, teclado, mouse, USB WiFi, Windows 10.
1		Impresora	Epson EcoTank L4260 Inkjet, color negro con Wi-Fi.
Suministros de Oficina			
3		Cuadernos	Cuaderno profesional Scribe clásico raya 100 hojas.
1		Caja de Esferos	Esferos Bic punta fina, 24 unidades, 8 de color rojo, 8 de color azul y 8 de color negro.

Cantidad	Imagen	Denominación	Descripción
2		Papel Bond	Resma de 500 hojas, marca: ASOVEPAC. Tamaño: A4, 75g. Color: Blanco
1		Grapadora	Marca RAJA manual, capacidad para 20 hojas, compatible con grapas 24/6 y 26/6, negra.
1		Perforadora	Marca Artesco M-73, color negro.
2		Archivadores	Archivador de Palanca L/ancho Oficio Artesco, color negro.
1		Calculadora	Casio FX-82MS-SC-MH Calculadora Científica, 240 Funciones, color gris oscuro.
2		Goma	Goma Artesco líquida blanca, 8 ONZ.
2		Tijeras	Tijera escolar en acero inoxidable punta redondeada, 14cm de longitud.


Cantidad	Imagen	Denominación	Descripción
Materiales de Aseo			
2		Tachos para Basura	Tacho marca Palmi color negro.
3		Escobas	Escoba JUMBO con palo de madera.
3		Trapeadores	Trapeadores tipo mechudo de algodón.
2		Recogedor	Recogedor de Basura – Kantati
5		Paquete de Fundas	Funda para basura industrial, marca: Estrella siempre limpio, de 10 unidades por paquete.
2		Caja de Guantes	Caja de 100 unidades, 100 % nitrilo – 5.5 milímetros de grosor –proporcionan protección contra alergias, azul.






Cantidad	Imagen	Denominación	Descripción
Material para Cosecha			
2		Overol	Hecho a base de tela de mezclilla, elástico en puños y tobillos con bolsas para herramientas.
2		Velo	Hecho de gabardina con malla de poliéster, unitalla.
4		Guantes	Hecho en mezclilla, grueso y resistente, con un largo de puño de 25 cm y un largo total de 44 cm, unitalla.
4		Botas	De caucho, caña alta y en color blanco.

Nota. La tabla muestra el equipo que requiere la empresa MELI SUR para la recolección de la miel de los enjambres.

Tabla 32

Determinación de las Herramientas

Cantidad	Imagen	Denominación	Capacidad
2		Cuchillos	Marca: Yecho, con longitud de 11 Pulgadas y mango de madera.

Cantidad	Imagen	Denominación	Capacidad
2		Espátula	Longitud de 21cm, fabricada en acero inoxidable y mango de madera. Cómoda y de fácil manejo.
2		Colador/ Cernidero de Acero Inoxidable	Hecho en acero inoxidable, con dimensión de 18 cm.
2		Cepillo de Madera	Hecho de madera, con dimensiones de 5"L x 3,5"W x 14"H pulgadas.
2		Balde Dispensador	Fabricado a base de plástico, con gancho metálico y grifo dispensador. Tienen capacidad para 20 litros.
2.720		Frascos	Envase de cristal con celdillas grabadas en los costados, con capacidad para 500 g y tapa metálica roscable.

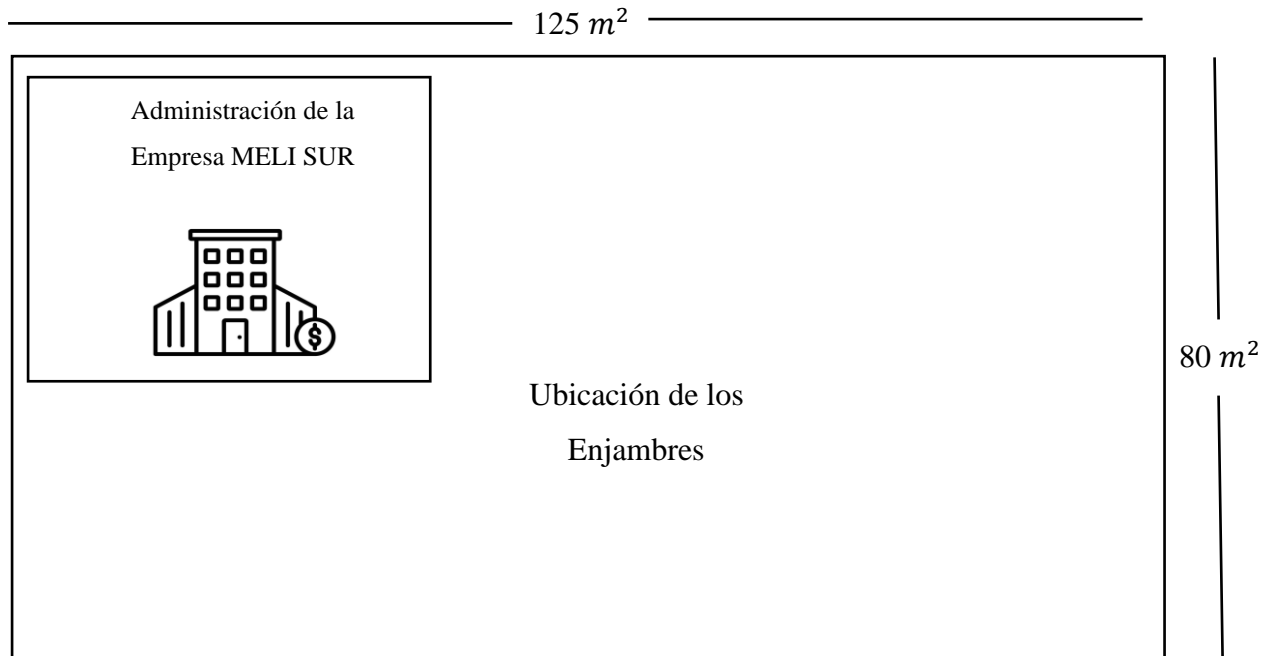
Nota. La tabla indica las herramientas que se necesita en el proceso de envasado de la miel.

Infraestructura Física

Es el área o espacio físico de la empresa MELI SUR Cía. Ltda. En este caso será un espacio de una hectárea distribuida de la siguiente manera:

Figura 24

Distribución del Terreno



Nota. La figura muestra la distribución del terreno de la empresa MELI SUR.

Figura 25

Distribución de las Áreas en Administración



Nota. La imagen refleja las áreas físicas con las que contará la empresa MELI SUR.

Proveedores

A continuación, los principales proveedores de la empresa:

Tabla 33

Proveedores de Enjambres

Proveedores	Cantidad	Bien que se Adquiere
Sr. Arcelio Bustamante	60	Casa de abejas meliponas
Sr. Hernán Bustamante	80	Casa de abejas meliponas
Sr. Jorge Elizalde	25	Casa de abejas meliponas
Sr. Ángel Freire	50	Casa de abejas meliponas
Sr. Luis Girón	40	Casa de abejas meliponas
Sr. Segundo Granda	70	Casa de abejas meliponas
Sr. Wilman Sánchez	25	Casa de abejas meliponas
Sr. Darwin Robles	50	Casa de abejas meliponas
Total	400	Casas de Abejas Meliponas

Nota. La tabla muestra los proveedores de enjambres de abejas que tendrá la empresa.

Tabla 34

Proveedor de Frascos

Proveedor	Cantidad	Bien que se Adquiere
Importadora Decorcake	2.720	Frascos de Vidrio de 500 g.
Total	2.720	Frascos de Vidrio de 500 g.

Nota. La tabla muestra el proveedor de frascos de vidrio para el envasado de la miel.

Tabla 35

Proveedor de Etiquetas

Proveedor	Cantidad	Bien que se Adquiere
Sr. Roger Gonzalo	2.720	Etiquetas
Total	2.720	Etiquetas

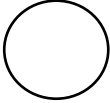
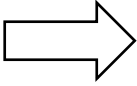


Nota. La tabla muestra el proveedor de etiquetas informativas para los frascos de miel.

Flujogramas de Procesos

Son las actividades que se realiza dentro de la producción de miel y los tiempos que conllevan dichas acciones.

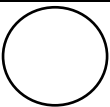
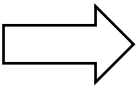










Flujograma del Proceso de Compra de Bienes

Es importante detallar las acciones que se realizan para obtener los insumos necesarios:

Proceso	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Encargado	Tiempo
						
Toma de decisión para la compra de enjambres.			●		Administrador	3 horas
Análisis del mercado de enjambres.				●	Administrador	1 semana
Selección de los mejores proveedores.				●	Administrador	3 días
Compra de los enjambres.			●		Administrador	1 día
Revisión de la calidad de los enjambres.				●	Administrador	8 horas
Transporte de los bienes adquiridos.	●				Obrero	2 horas
Recepción del material.				●	Obrero	2 horas
Adecuación de los enjambres dentro del área de la empresa.	●				Obrero	8 horas
Pago de los bienes adquiridos.			●		Administración	1 hora
Total del Proceso						12 días

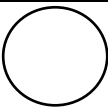
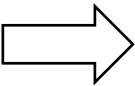












Flujograma del Tratamiento de las Meliponas

Este flujograma trata sobre los pasos que se siguen desde la compra de los enjambres hasta el momento en el que los mismos están listos para ser cosechados.

Proceso	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Encargado	Tiempo
						
Colocación de los enjambres en las casas de madera.					Administrador Obrero	1 día
Ubicación de las casas en el terreno de la empresa.					Administrador Obrero	3 días
Control de plagas y enfermedades en las abejas.					Obrero	1 semana
Inspección de campo					Obrero	1 semana
Control de plagas y enfermedades en las abejas.					Obrero	1 semana
Inspección de campo					Obrero	1 semana
Análisis del deterioro de las casas de las meliponas					Administrador Obrero	1 semana
Ajustes a las casas de las meliponas					Obrero	1 semana
Total del Proceso						6 sem. y 4 días

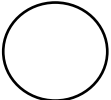
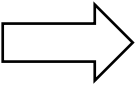
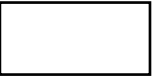










Flujograma de Cosecha y Envasado de la Miel

A continuación, el proceso que atraviesa la miel de meliponas desde la cosecha hasta el envase:

Proceso	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Encargado	Tiempo
						
Revisión de los niveles de miel de los enjambres.					Administrador Obrero	3 días
Preparación de materiales para la cosecha de la miel.					Administrador	1 horas
Cosecha de la miel en el terreno de la empresa.					Administrador Obrero	8 horas
Transporte de la miel a las instalaciones.					Obrero	1 hora
Recepción de la miel en los contenedores de la empresa.					Obrero	1 hora
Control de calidad de la miel.					Administrador Obrero	2 horas
Adecuación de los frascos contenedores de miel.					Obrero	1 horas
Pesaje y envase de la miel					Obrero	3 días
Etiquetado					Obrero	8 horas
Almacenamiento					Obrero	2 horas
Total del Proceso						7 días

Flujograma del Proceso de Venta

Para realizar la venta de la miel es necesario tener conocimiento previo sobre el mercado y el proceso de comercialización de la miel, esto con la finalidad de obtener ventajas por sobre la competencia existente.

Proceso	Operación	Transporte	Inspección	Demora	Departamento	Tiempo
						
Llegada del cliente a la empresa					Cliente	1 min
Promoción del producto que se oferta					Vendedor	3 min
Análisis de la compra					Cliente	2 min
Venta del producto					Vendedor	1 min
Cobro y realización de la factura del producto					Vendedor	3 min
Entrega del producto					Vendedor	2 min
Total del Proceso						12 min

Estudio Organizacional

Enfoque Estratégico Organizacional

Misión

Somos una empresa dedicada a la comercialización de miel pura de abejas meliponas, que ofrece al mercado un producto de la más estricta calidad, 100% natural y que beneficia a la salud. La empresa trabaja para mejorar y optimizar el sistema de la apicultura en el sector a través de la incorporación de nuevas técnicas, todo ello con la finalidad de fortalecer la cultura de consumo de la miel y demás productos de esta variedad de abejas en la sociedad.

Visión

Ser una empresa líder y referente en el sector de la comercialización de la miel de abeja de la especie melipona, constituyéndose en una compañía seria y exitosa, ofreciendo miel pura de alta calidad posicionándose en los principales mercados a nivel cantonal, provincial y nacional.

Valores

- **Respeto:** Para con el mercado ofreciendo un producto 100% puro y con la naturaleza brindando nuevas alternativas para la explotación amigable del medio ambiente.

- **Responsabilidad:** A la hora de ofrecer nuestro producto al mercado, generar confianza debido al cumplimiento tanto en tiempo como en forma.
- **Honestidad:** En el actuar, controlar pensamientos y comportamientos desleales, pero sobre todo ser coherente en el accionar diario.
- **Innovación:** A la hora de impulsar nuevos modelos de negocio, ofrecer mejores servicios y optimizar los procesos de producción y comercialización.

Estructura Organizacional

Establecer una estructura organizacional permitirá a la empresa realizar mejor las tareas necesarias para alcanzar los resultados deseados. Sin una estructura organizativa, no está claro cómo se va a conseguir los objetivos planteados.

Niveles Jerárquicos de Autoridad

La empresa MELI SUR contará con la siguiente organización jerárquica

Jerarquía	Descripción
Nivel Ejecutivo	La empresa contará con un administrador que se encargará del correcto funcionamiento de la misma.
Nivel Operativo	Hace referencia a la plaza ocupada por el personal en ventas y al obrero encargado de planta.
Nivel Asesor	La empresa acudirá a servicios profesionales de asesoría en caso de necesitarlo.

Selección del Personal

Para dar inicio a la comercialización del producto que se oferta es necesario contar con personal encargado de actividades como administración general y ventas.

Tabla 36

Selección de Personal

Área	Personal Encargado
Administración	1
Ventas	1
Obras	1
Total	3

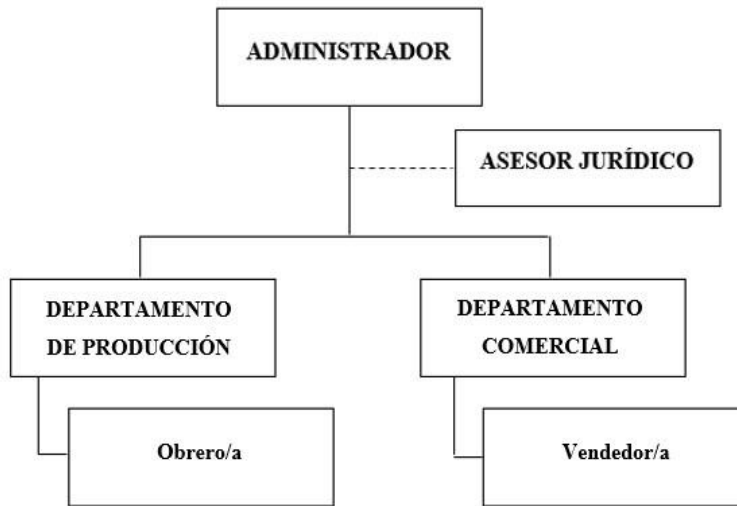
Nota. La tabla muestra el total de empleados que dispondrá la empresa.

Organigrama Estructural

Es la representación gráfica de la estructura de la organización en lo general, sirve para identificar las conexiones y flujos entre las unidades administrativas u operativas de la empresa.

Figura 26

Organigrama estructural de la Empresa MELI SUR




Nota. La figura muestra la estructura organizacional de la empresa MELI SUR.

Manual de Funciones


El manual de funciones cumple el trabajo de definir las responsabilidades institucionales de los empleados de la empresa MELI SUR, como a continuación se detalla:

Manual de Funciones del Administrador de la Empresa

	Manual de Funciones de la Empresa MELI SUR Cía. Ltda.
Identificación del Puesto	
Código: 001	
Cargo/ Función: Administrador	
Naturaleza del Trabajo Dirigir, organizar y controlar la planeación estratégica de la organización.	
Funciones Esenciales Fijar los objetivos de la empresa a corto y largo plazo, desarrollo de estrategias para alcanzarlos, mejorar la productividad de los empleados, optimizar los recursos disponibles de la empresa, evaluar continuamente el rendimiento del equipo de trabajo, dar solución a deficiencias posibles deficiencias de la empresa, realizar inspecciones no programadas a las distintas áreas de la compañía.	

<p>Requisitos Mínimos</p> <p>Se requiere de un profesional especializado en administración de empresas o un ingeniero de agroindustrias que cuente con experiencia en el liderazgo de organizaciones o compañías.</p>
<p>Experiencia</p> <p>El profesional a optar por el cargo debe tener como mínimo un año de experiencia en puestos similares</p>


Manual de Funciones del Vendedor de la Empresa

 <p style="text-align: center;">Manual de Funciones de la Empresa MELI SUR Cía. Ltda.</p>
Identificación del Puesto
Código: 002
Cargo/ Función: Vendedor
Jefe Inmediato: Administrador
<p>Naturaleza del Trabajo</p> <p>Gestionar/ controlar las operaciones de las ventas.</p>
<p>Funciones Esenciales</p> <p>Vender mercancías pedidas por los clientes, lo que incluye aceptar pagos en efectivo, bancarios o con tarjeta de crédito y emitir facturas. Mantener registros diarios y preparar informes de ventas utilizando los sistemas informáticos de la empresa. Facilitar las ventas asesorando a los clientes sobre el producto y las promociones disponibles. Utilizar el sistema informático de la empresa para garantizar que las compras se realizan de acuerdo con las necesidades del cliente.</p>
<p>Requisitos Mínimos</p> <p>Tener experiencia en ventas, ser mayor a los 18 años, que posea título de bachiller en cualquier rama, se requiere de una persona proactiva, que cuide su imagen personal y con conocimientos básicos de atención al cliente.</p>
<p>Experiencia</p> <p>Que tenga mínimo un año de experiencia en el puesto solicitado.</p>

Manual de Funciones del Obrero de la Empresa

	Manual de Funciones de la Empresa MELI SUR Cía. Ltda.
Identificación del Puesto	
Código: 003	
Cargo/ Función: Obrero	
Jefe Inmediato: Administrador	
Naturaleza del Trabajo Encargado de la labor manual que se realiza en los meliponarios.	
Funciones Esenciales A su cargo tendrá las tareas de: Realizar un seguimiento semanal de todas las casas de meliponas; comprobar el estado de las abejas; gestionar los materiales y herramientas utilizados en la explotación de miel; llevar a cabo las demás tareas generales de producción; ejecutar informes mensuales sobre el estado de las abejas al administrador de la planta, Envasar y etiquetar el producto.	
Requisitos Mínimos Ser técnico en meliponicultura y/o apicultura, que tenga conocimientos en el manejo de esta variedad de abejas	
Experiencia Contar con mínimo un año de experiencia en el cuidado y manejo de las abejas meliponas.	

Manual de Funciones del Obrero de la Empresa

	Manual de Funciones de la Empresa MELI SUR Cía. Ltda.
Identificación del Puesto	
Código: 004	
Cargo/ Función: Asesor Jurídico	
Jefe Inmediato: Administrador	

<p>Naturaleza del Trabajo</p> <p>Encargado de representar y asesorar en materia legal al administrador de la empresa.</p>
<p>Funciones Esenciales</p> <p>A su cargo tendrá las tareas de: Asesorar oportunamente a la administración sobre materias legislativas que puedan afectar a la empresa; participar en la elaboración y revisión de proyectos de reglamentos, resoluciones, instructivos y circulares sobre derecho; elaborar y revisar todos los actos jurídicos que deba suscribir la empresa; implementar oportuna y eficazmente estrategias para optimizar la gestión.</p>
<p>Requisitos Mínimos</p> <p>Poseer un título o doctorado en derecho y tener conocimiento sobre el puesto de asesor jurídico en otras empresas.</p>
<p>Experiencia</p> <p>Contar con mínimo un año de experiencia sobre distintas cuestiones jurídicas (derecho laboral, asociaciones, finanzas corporativas, etc.)</p>

Estructura Legal

La empresa comercializadora de miel de abeja melipona “MELI SUR” no tiene obstáculos legales para su instalación y correcto funcionamiento, ya que se trata de una empresa comercial que evita procesos relacionados a la contaminación del ambiente o similares. La normativa que rige sobre la conformación de la empresa como persona natural para realizar actividades de comercialización de miel de abejas son:

- Constitución de la República del Ecuador.
- Ley de Régimen Tributario Interno.
- Ley de Seguridad Social. Reglamento para aplicación.
- Código de Trabajo
- Código Tributario
- Ordenanzas Municipales.

Requisitos para la obtención del RUC

Este trámite es habilitado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) y permite a las personas naturales realizar la inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC), mediante la presentación de los requisitos correspondientes en las diferentes ventanillas habilitadas al

ciudadano a nivel nacional o a través de la página web institucional. A continuación, los requisitos para realizar dicha gestión:

Requisitos (básicos) para realizar el trámite a través del canal presencial:

- Cédula de identidad (Presentación física o digital)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Requisitos alternativos para el canal presencial:

- Pasaporte ordinario (Presentación)
- Certificado de presentación (Presentación)
- Certificado de exención (Presentación)
- Licencia de conducir (Presentación)

Requisitos para realizar el trámite en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea

Requisitos para ingresar el trámite a través del Portal SRI en línea:

- Número de identificación del contribuyente
- Clave de acceso a servicios en línea
- Solicitud de inscripción de RUC naturales
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

Obtención del RUC

Se realiza el trámite legal en el SRI donde se hace constar que el negocio estará a cargo de una Persona Natural No Obligada a Llevar Contabilidad, por lo que el número de RUC se obtiene mediante el número de cédula del propietario agregando tres dígitos al final (001), quedando de la siguiente forma: 1105479776001 perteneciente al Sr. Jonathan Leonardo Sánchez Bustamante. La denominación del negocio será “MELI SUR”. En tanto a las declaraciones anuales la empresa estará obligada a cancelar el valor de 60 dólares mientras no sobrepase la base de 20.000 dólares.

Permiso de Funcionamiento

Algunos de los requisitos generales que el Municipio de Puyango solicita para otorgar permiso de funcionamiento para locales comerciales son los siguientes:

- Formulario con la dirección exacta del negocio.
- Formulario de permiso de funcionamiento.
- Copia de la cédula de identidad.
- Pago de patente municipal, activo totales.
- Permiso al cuerpo de bomberos.
- Certificado de la Policlínica Municipal o permiso de la Jefatura Provincial de Salud.

Pago de Patentes Municipales

Es necesario obtener la patente como Persona Natural por lo que se realiza el trámite en el Municipio de Puyango, para lo que se requiere lo siguiente:

- Copia de la escritura protocolizada de constitución de la persona jurídica.
- Copia del Nombramiento del representante legal.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Certificado del uso de suelo otorgado por el Director de Planificación
- Copia de la declaración del Impuesto a la Renta.
- Copia del pago de la tasa bomberos

Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso de funcionamiento por parte de los bomberos del cantón Puyango es necesario cumplir los siguientes requisitos:

- Solicitud de inspección de local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC.
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (Si la actividad aplica).
- Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo para los siguientes establecimientos: Centros de tolerancia, cantinas, bares, karaokes, discotecas, licorerías, distribuidoras de gas, bodegas de combustible, estaciones de servicios – gasolineras, asaderos, carpinterías, granjas agrícolas, fábricas en general, y otros establecimientos que se encuentren regulados en el PD y OT.
- Copia del pago que realiza en ventanilla de los Bomberos.

Requisitos para Obtener Registro Sanitario en la ARCSA

Requisitos Obligatorios:

- Nombre del producto;

- Descripción del producto;
- Uso y/o destino del producto;
- Presentación comercial; y,

Cuando aplique:

- Justificación donde se evidencie el uso como materia prima
- Número CAS;
- Fórmula de composición cualitativa y cuantitativa del producto terminado (en caso de contener sustancias limitadas por algún nivel máximo aplicable, indicar el contenido cuantitativo de dichas sustancias);
- Periodo de vida útil;

El o los documentos que contengan la información antes detallada, serán emitidos o elaborados únicamente por el fabricante del producto.

Procedimiento para Obtener Registro Sanitario en la ARCSA

El solicitante deberá ingresar, únicamente por medio de la Ventanilla Única Ecuatoriana, la Solicitud para el Certificado de Requerimiento o No Registro Sanitario/Notificación Sanitaria, para su análisis y emisión por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria–ARCSA, siguiendo el proceso detallado a continuación:

- Llenar la solicitud del Certificado de Requerimiento o No del Registro Sanitario/Notificación Sanitaria para Productos Sujetos a Control y Vigilancia Sanitaria.
- A la Solicitud se deberá adjuntar (Archivos Escaneados en Formato PDF), documentación con los requerimientos antes detallados.

Estudio Económico y Financiero

Inversiones

Son la acción de destinar determinado monto de dinero en la compra o adquisición de productos necesarios para la comercialización del producto que se oferta, las inversiones se distribuyen en tres tipos que son: fija, diferida y capital de trabajo.

Inversiones Fijas

Son adquisiciones de activos fijos que hace la empresa a lo largo de un periodo de tiempo determinado, para lograr un correcto desarrollo de sus principales actividades.

Maquinaria y Equipo. Son los bienes que necesita adquirir la empresa.

Tabla 37

Presupuesto de Maquinaria y Equipo



Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Presupuesto de Maquinaria y Equipo

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Refractómetro de Miel Triple Escala 58-90	2	\$ 22	\$ 44
Lavadora de Cristalería Automática de Laboratorio, BIOBASE. BK-LW420.	1	\$ 1.050	\$ 1.050
Tanque de Acero Inoxidable con capacidad para 70 Litros	1	\$ 651	\$ 651
Máquina de Pesaje de Miel de, BM89.	1	\$ 770	\$ 770
Etiquetadora Manual con Bastidor de Acero, marca HOLT	1	\$ 280	\$ 280
Cajones para Abejas Meliponas	400	\$ 30	\$ 12.000
Total			\$ 14.795

Nota. La tabla describe los precios de la maquinaria y equipos que requiere la empresa MELI SUR para desarrollar sus funciones normalmente, precios tomados de Mercado Libre.

Depreciación de Maquinaria y Equipo. Los bienes con los que la empresa realiza sus actividades tienden a deteriorarse con el paso del tiempo debido a que tienen una vida útil, por lo que es importante calcular su depreciación y así determinar si en un futuro es necesario cambiarlos.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{14.795 - 1.479,50}{10}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{13.315,50}{10}$$

$$\text{Depreciación} = 1.331,55$$

Tabla 38

Depreciación de la Maquinaria y Equipo



Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Tabla de Depreciaciones

Método Empleado: Depreciación Lineal

Costo de los Bienes: 14.795

Valor Residual (10%): 1.479,50

Periodo en Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			14.795,00
1	1.331,55	1.479,50	13.463,45
2	1.331,55	2.811,05	12.131,90
3	1.331,55	4.142,60	10.800,35
4	1.331,55	5.474,15	9.468,80
5	1.331,55	6.805,70	8.137,25
6	1.331,55	8.137,25	6.805,70
7	1.331,55	9.468,80	5.474,15
8	1.331,55	10.800,35	4.142,60
9	1.331,55	12.131,90	2.811,05
10	1.331,55	13.463,45	1.479,50

Nota. La tabla indica el cálculo de la depreciación de la totalidad de maquinaria y equipos requeridos por la empresa.

Muebles y Enseres. Son los bienes que se emplearan en las adecuaciones de la empresa.

Tabla 39

Presupuesto de Muebles y Enseres



Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Presupuesto de Muebles y Enseres			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Administración			
Archivador	1	\$ 80	\$ 80
Silla de Escritorio	1	\$ 150	\$ 150
Escritorio	1	\$ 170	\$ 170
Sillas de Espera	5	\$ 45	\$ 225
Bodega			
Mesas de Trabajo	2	\$ 170	\$ 340
Total			\$ 965

Nota. La tabla describe los precios de los muebles y enseres que requiere la empresa MELI SUR para desarrollar sus funciones normalmente, precios tomados de Mercado Libre.

Depreciación de Muebles y Enseres. Todos los bienes detallados con anterioridad poseen una vida útil, es por ello necesario calcular su depreciación y así determinar si en un futuro se necesitaría cambiarlos.

$$Depreciación = \frac{Valor Actual - Valor Residual}{Años de Vida Útil}$$

$$Depreciación = \frac{965 - 96,50}{10}$$

$$Depreciación = \frac{868,50}{10}$$

$$Depreciación = 86,85$$

Tabla 40

Depreciación de los Muebles y Enseres



Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Tabla de Depreciaciones

Método Empleado: Depreciación Lineal

Costo de los Bienes: 965

Valor Residual (10%): 96,50

Periodo en Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			965,00
1	86,85	96,50	878,15
2	86,85	183,35	791,30
3	86,85	270,20	704,45
4	86,85	357,05	617,60
5	86,85	443,90	530,75
6	86,85	530,75	443,90
7	86,85	617,60	357,05
8	86,85	704,45	270,20
9	86,85	791,30	183,35
10	86,85	878,15	96,50

Nota. La tabla indica el cálculo de la depreciación de la totalidad de muebles y enseres requeridos por la empresa.

Equipos de Cómputo. Son adquiridos para realizar trámites de la administración y para llevar un control de las ventas.

Tabla 41

Presupuesto de Equipos de Cómputo



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Presupuesto de Equipos de Cómputo			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora de Escritorio HP Elite Intel Core i5 de 3,1 GHz, 8 GB de RAM.	1	\$ 450	\$ 450
Impresora EPSON EcoTank L4260 Inkjet con Wi-Fi	1	\$ 330	\$ 330
Total			\$ 780

Nota. La tabla describe los precios de los equipos de cómputo que requiere la empresa MELI SUR para desarrollar sus funciones normalmente, precios tomados de Mercado Libre.

Depreciación de Equipo de Cómputo. Esta clase de artefactos tiende a perder valor conforme se trabaje con ellos, es por eso importante estimar su depreciación para determinar si necesitaremos cambiarlos.

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Valor Actual} - \text{Valor Residual}}{\text{Años de Vida Útil}}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{780 - 257,40}{3}$$

$$\text{Depreciación} = \frac{522,60}{3}$$

$$\text{Depreciación} = 174,20$$

Tabla 42

Depreciación del Equipo de Cómputo



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Tabla de Depreciaciones

Método Empleado: Depreciación Lineal

Costo de los Bienes: 780

Valor Residual (33%): 257,40

Periodo en Años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			780,00
1	174,20	257,40	605,80
2	174,20	431,60	431,60
3	174,20	605,80	257,40

Nota. La tabla indica el cálculo de la depreciación de la totalidad del equipo de cómputo requerido por la empresa.

Resumen de la Inversión en Activos Fijos.

Tabla 43

Resumen de las Inversiones en Activos Fijos



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Resumen de las Inversiones en Activos Fijos

Concepto	Valor Total
Maquinaria y Equipo	\$ 14.795
Muebles y Enseres	\$ 965
Equipo de Cómputo	\$ 780
Total	\$ 16.540

Nota. La tabla refleja el resultado total en dólares de la inversión que se necesita hacer en activos fijos, datos tomados de las tablas 38, 40 y 42.

Resumen de las Depreciación en Activos Fijos

Tabla 44

Resumen de las Depreciaciones en Activos Fijos



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Resumen de la Depreciaciones de los Activos Fijos

Activo	Valor	Porc. Anual	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Maquinaria y Equipo	14.795	10%	1.479,50	10	1.331,55	110,96
Muebles y Enseres	965	10%	96,50	10	86,85	7,24
Equipo de Cómputo	780	33%	257,40	3	174,20	14,52

Nota. La tabla refleja el resumen de depreciaciones en activos fijos, los datos son tomados de las tablas 39, 41 y 43.

Inversiones Diferidas

En este apartado se realiza el cálculo económico de los gastos e inversiones previas entre las cuales se detalla las siguientes:

Tabla 45

Activos Diferidos



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Activos Diferidos

Concepto	Valor Total
Estudios Preliminares	\$ 300,00
Adecuaciones de Infraestructura	\$ 5.000,00

Concepto	Valor Total
Adquisición de enjambres de abejas melipona	\$ 12.000,00
Software contable Imperium	\$ 600,00
Registro de Marca	\$ 270,00
Patente Municipal	\$ 50,00
Registro Sanitario	\$ 400,00
Total	\$ 18.620,00

Nota. La tabla indica los valores económicos de los permisos, adecuaciones y licencias que requiere el proyecto para poder entrar en funcionamiento, los montos son considerados de acuerdo a las instituciones donde se tiene que obtener dichos trámites, para obtener el valor de la adquisición de los enjambres de abejas meliponas ver anexo 4.

Amortización de Activos Diferidos

El cálculo de la amortización de los activos diferidos se lo realiza mediante la siguiente fórmula:


$$A = \frac{T.D.A}{Vida Útil}$$

$$A = \frac{18.620,00}{5 años}$$

$$A = \$ 3.724,00$$

Tabla 46

Amortización General de Activos Diferidos

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR			
Amortización General de Activos Diferidos			
Años	Valor del Activo Diferido	Amortización	Valor Total
1	\$18.620,00	\$3.724,00	\$14.896,00
2	\$14.896,00	\$3.724,00	\$11.172,00
3	\$11.172,00	\$3.724,00	\$7.448,00
4	\$7.448,00	\$3.724,00	\$3.724,00

Años	Valor del Activo Diferido	Amortización	Valor Total
5	\$3.724,00	\$3.724,00	\$0,00

Nota. La tabla muestra la disminución que sufrirán los activos diferidos del proyecto de factibilidad.

Capital de Trabajo

Costos

Remuneración al Personal del Departamento Productivo. Salario del empleado de la empresa por la prestación de sus servicios.

Tabla 47

Salario del Obrero



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Salario de Obrero

Concepto	Empleado	Salario Mensual	Salario Anual
Salario del encargado del Dpto. productivo	1	\$ 482,48	\$ 5.789,70
Total		\$ 482,48	\$ 5.789,70

Nota. La tabla refleja el salario a pagar al personal encargado del departamento de producción durante el primer año de labores, cálculos detallados en el anexo 6.

Insumos. Elementos que indirectamente son necesarios para vender el producto.

Tabla 48

Presupuesto de Insumos



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Presupuesto de Insumos

Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Semestral	Valor Anual
Frascos de vidrio, capacidad de 500 g.	1.520	Unidades	\$ 0,50	\$ 760,00	\$ 1.520,00
Etiquetas informativas	1.520	Unidades	\$ 0,25	\$ 380,00	\$ 760,00

Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Semestral	Valor Anual
Cartón	100	Unidades	\$ 0,75	\$ 75,00	\$ 150,00
Cinta de embalaje	4	Unidades	\$ 1,50	\$ 6,00	\$ 12,00
Total				\$ 1.221,00	\$ 2.442,00

Nota. La tabla detalla el presupuesto que requerirán los insumos para la venta del producto ofertado, datos tomados de los proveedores.

Materiales de Corta Duración. Aquellos elementos que implican un gasto para la empresa, pero que son de gran necesidad para realizar las actividades normales de la empresa.

Tabla 49

Presupuesto para Materiales de Corta Duración

Concepto	Valor	Cantidad	Total Anual
	Unitario	Anual	
Overol de tela mezclilla	\$ 35,00	1	\$ 35,00
Velo de gabardina-malla de poliéster	\$ 17,00	1	\$ 17,00
Par de guantes hechos de mezclilla	\$ 7,50	1	\$ 7,50
Par de botas de caucho color blanco	\$ 12,00	1	\$ 12,00
Cuchillo marca YECHO	\$ 10,80	2	\$ 21,60
Espátula de acero inoxidable	\$ 8,00	2	\$ 16,00
Colador/ cernidero de acero inoxidable	\$ 7,00	2	\$ 14,00
Cepillo de madera para apicultura	\$ 9,75	2	\$ 19,50
Balde dispensador hecho de plástico, capacidad para 20 litros	\$ 12,20	2	\$ 24,40
Total			\$ 167,00

Nota. La tabla describe el presupuesto destinado para los materiales de corta duración que requiere la empresa MELI SUR para desarrollar sus funciones normalmente, precios tomados de Mercado Libre.

Gastos Administrativos

Remuneración al Personal Administrativo. Es el salario que se pagará al administrador de la empresa por realizar sus funciones.

Tabla 50

Salario del Administrador


			
Empresa Comercializadora de			
Miel de Abeja Melipona MELI SUR			
Salarios del Administrador			
Concepto	Empleados	Salario Mensual	Salario Anual
Salario del administrador	1	\$ 779,13	\$ 9.349,50
Total		\$ 779,13	\$ 9.349,50

Nota. La tabla muestra el salario a pagar al administrador de la empresa durante el primer año de labores, cálculos detallados en anexo 7.

Suministros de Oficina. Objeto o útiles que se utilizará dentro de las labores administrativas de la empresa.

Tabla 51

Presupuesto de Suministros de Oficina

				
Empresa Comercializadora de				
Miel de Abeja Melipona MELI SUR				
Presupuesto de Suministros de Oficina				
Concepto	Valor Unitario	Cantidad Semestral	Total Semestral	Total Anual
Cuadernos profesionales Scribe clásico, 100 hojas	\$ 3,00	3	\$ 9,00	\$ 18,00
Caja de esferos Bic de 24 unidades	\$ 6,50	1	\$ 6,50	\$ 13,00

Concepto	Valor Unitario	Cantidad Semestral	Total Semestral	Total Anual
Resmas de papel bond de 500 hojas, marca ASOVEPAC, tamaño A4	\$ 3,50	2	\$ 7,00	\$ 14,00
Grapadora marca RAJA	\$ 12,25	1	\$ 12,25	\$ 24,50
Perforadora marca ARTESCO M-73	\$ 4,00	1	\$ 4,00	\$ 8,00
Archivador de palanca L/ancho, marca ARTESCO, tamaño oficina	\$ 2,50	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Calculadora Científica Casio FX-82MS-SC-MH	\$ 13,50	1	\$ 13,50	\$ 27,00
Goma líquida blanca ARTESCO 8 Onz	\$ 1,05	2	\$ 2,10	\$ 4,20
Tijera escolar de acero inoxidable, punta redondeada	\$0,75	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Total			\$ 60,85	\$ 121,70

Nota. La tabla describe el presupuesto destinado a los suministros de oficina que requiere la empresa MELI SUR para desarrollar sus funciones normalmente, precios tomados de Mercado Libre.

Suministros de Limpieza. Son los bienes adquiridos para cumplir con las funciones de limpieza de la empresa.

Tabla 52

Presupuesto de Suministros de Limpieza

Concepto	Valor	Cantidad	Total	Total
	Unitario	Semestral	Semestral	Anual
Tachos para basura maraca Palmi	\$ 5,00	2	\$ 10,00	\$ 20,00

Concepto	Valor Unitario	Cantidad Semestral	Total Semestral	Total Anual
Escoba JUMBO con palo de madera	\$ 4,00	3	\$ 8,00	\$ 16,00
Trapeadores tipo mechudo de algodón	\$ 4,50	3	\$ 13,50	\$ 27,00
Recogedor de basura-Kantati	\$ 2,00	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Paquete de fundas para basura de 10 unidades	\$ 0,50	5	\$ 2,50	\$ 5,00
Caja de guates de 100 unidades	\$ 15,30	1	\$ 15,30	\$ 30,60
Deja Detergente en Polvo 5 kg.	\$ 15,50	1	\$ 15,50	\$ 31,00
Desinfectante lavanda Fabuloso 500 ml.	\$ 1,50	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Gel antibacterial para manos litro	\$ 2,75	2	\$ 5,50	\$ 11,00
Total			77,30	\$ 154,60

Nota. La tabla describe el presupuesto destinado a los suministros de limpieza que requiere la empresa MELI SUR para desarrollar sus funciones normalmente, precios tomados de Mercado Libre.

Servicios Básicos. Valores correspondientes a los pagos de electricidad, agua e internet que se utilizará en la empresa.

Tabla 53

Presupuesto de Servicios Básicos



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Presupuesto de Servicios Básicos					
Concepto	Cantidad	Unidad de Medida	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Electricidad	75	Kw/h	\$ 0,10	\$ 7,50	\$ 90,00
Agua	20	m ³	\$ 0,10	\$ 2,00	\$ 24,00
Internet	1	Mps	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Total				\$ 29,50	\$ 354,00

Nota. La tabla presenta el presupuesto destinando para el pago de los servicios básico en la empresa MELI SUR, precios tomados de la empresa EERSSA, Junta de Agua Potable del barrio Alto de la Cruz y CONECTATE.

Mantenimiento y Reparación. Son las inversiones que se hará en el equipo de la empresa que sufra deterioro durante la realización de sus funciones.

Tabla 54

Presupuesto de Mantenimiento y Reparación

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR				
Presupuesto de Mantenimiento y Reparación				
Concepto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Mantenimiento Equipo de Cómputo	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
Total			\$ 35,00	\$ 420,00


Nota. La tabla describe el presupuesto destinado al mantenimiento y reparación de los equipos de la empresa, precios referenciales tomados de TONERS.

Gastos de Distribución y Ventas

Remuneración del Personal del Departamento Comercial. Salario del empleado de la empresa por la prestación de sus servicios.

Tabla 55

Salario del Personal del Departamento Comercial


 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR			
Salarios del Personal			
Concepto	Empleado	Salario Mensual	Salario Anual
Salario del encargado del Dpto. comercial	1	\$ 482,48	\$ 5.789,70
Total		\$ 482,48	\$ 5.789,70

Nota. La tabla refleja el salario a pagar al personal encargado del departamento comercial durante el primer año de labores, cálculos detallados en el anexo 8.

Publicidad. Este gasto es necesario para hacer conocer el producto en todos los sitios de la ciudad de Alamor, a continuación, se presenta el siguiente presupuesto:

Tabla 56

Presupuesto para Publicidad

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR				
Presupuesto de Publicidad				
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Cuña radial	28	\$ 1,50	\$ 42,00	\$ 504,00
Volantes publicitarias	100	0,15	\$ 15,00	\$ 180,00
Total			\$ 57,00	\$ 684,00

Nota. La tabla describe el presupuesto destinado a la publicidad de la empresa.

Otros Gastos de Venta. Son aquellos gastos que están ligados a las actividades normales que realice la empresa.

Tabla 57

Presupuesto de Otros Gastos de Venta

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR				
Presupuesto de Otros Gastos de Venta				
Concepto	Valor Unitario	Cantidad Semestral	Total Semestral	Total Anual
Transporte	\$ 10	5	\$ 50,00	\$ 100,00
Total Presupuesto			\$ 50,00	\$ 100,00

Nota. La tabla refleja el cálculo de otros gastos que ocurren durante la venta del producto que oferta la empresa.

Resumen de Activos Circulantes o Capital de Trabajo. Una vez concluido con los presupuestos para la composición del capital de trabajo se procede a realizar el resumen correspondiente.

Tabla 58

Resumen de Capital de Trabajo

	
Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR	
Resumen de Capital de Trabajo	
Descripción	Valor Semestral
COSTOS	
Salario del departamento de producción	\$ 2.894,85
Insumos	\$ 1.221,00
Materiales de corta duración	\$ 167,00
Total de Costos	\$ 4.282,85
GASTOS	
Gastos Administrativos	
Remuneración al personal administrativo	\$ 4.674,75
Suministros de oficina	\$ 60,85
Suministros de limpieza	\$ 77,30
Servicios Básicos	\$ 177,00
Mantenimiento y Reparación	\$ 210,00
Total Gastos Administrativos	\$ 5.199,90
Gasto de Distribución y Venta	
Salario del personal del departamento comercial	\$ 2.894,85
Publicidad	\$ 342,00
Otros gastos de venta	\$ 50,00
Total Gastos de Distribución y Ventas	\$ 3.286,85
TOTAL	\$12.769,60


Nota. La tabla describe el resumen del capital de trabajo, información tomada de las tablas de la 48 a la 58.

Resumen Total de Inversiones

Se realiza un cuadro resumen con todas las inversiones que requiere la creación de la empresa MELI SUR.

Tabla 59

Resumen Total de Inversiones

	Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR
Resumen Total de Inversiones	
Descripción	Valor Total
Activos Fijos	\$ 16.540,00
Activos Diferidos	\$ 18.620,00
Capital de Trabajo	\$ 12.769,60
Total	\$ 47.929,60

Nota. La tabla describe el resumen total de las inversiones que deberá realizar la empresa MELI SUR, datos tomados de las tablas 43, 45 y 58.

Financiamiento

Para poner en marcha el proyecto es necesario acudir al financiamiento, ya que mediante este método se podrá obtener recursos económicos que permitan cubrir todas las inversiones que se requiere, para el actual caso hace falta un monto de \$47.929,60 que se pretende conseguir mediante fuentes internas y externas.

Fuentes Internas


Hace referencia al capital propio, es decir que para esta parte del proyecto el gerente de la empresa aportará con un porcentaje de la inversión total, que para este caso será un 37,41% que en términos monetarios es 17.929,60 dólares.

Fuentes Externas

Es el capital adquirido mediante préstamos a instituciones bancarias, en este caso se recurrirá a esta opción para cubrir el 62,59% de la inversión del proyecto que equivale a 30.000,00 dólares, con la finalidad de cubrir este monto se solicitará el préstamo al Banco de Pichincha, ya que ofrece un crédito local comercial que tiene el 11,26% de interés anual a un plazo desde los 3 hasta los 10 años, que resulta beneficioso para la empresa.

Tabla 60

Resumen Total de Inversiones

 <p style="text-align: center;">Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR</p>		
Resumen Total de Inversiones		
Descripción	Monto	Porcentaje
Fuentes Externas	\$ 30.000,00	62,59%
Fuentes Internas	\$ 17.929,60	37,41%
Total	\$ 47.929,60	100%


Nota. La actual tabla describe la distribución del financiamiento del préstamo realizado a Banco Pichincha para 5 años con una tasa de interés 11,26%.

Gastos Financieros

Son los intereses que generará el préstamo bancario a largo plazo.

Tabla 61

Tabla de Amortización del Crédito

 <p style="text-align: center;">Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR</p>						
Crédito Local Comercial						
Capital: \$ 30.000,00		Fórmula: $I = C * i$		Interés por Cuota: \$ 337,80		
Plazo: 5 Años		Se pagará el préstamo en cuotas Semestrales: 10 Cuotas.				
Interés: 11,26%		El interés para las 10 cuotas será de 1,126%.				
Tabla de Amortización						
Smst.	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Capital Anual	Interés Anual
0				\$30.000,00		
1	\$3.337,80	\$337,80	\$3.000,00	\$27.000,00		
2	\$3.304,02	\$304,02	\$3.000,00	\$24.000,00	\$6.000,00	\$641,82
3	\$3.270,24	\$270,24	\$3.000,00	\$21.000,00		

Smst.	Cuota	Interés	Amortización	Saldo	Capital Anual	Interés Anual
4	\$3.236,46	\$236,46	\$3.000,00	\$18.000,00	\$6.000,00	\$506,70
5	\$3.202,68	\$202,68	\$3.000,00	\$15.000,00		
6	\$3.168,90	\$168,90	\$3.000,00	\$12.000,00	\$6.000,00	\$371,58
7	\$3.135,12	\$135,12	\$3.000,00	\$9.000,00		
8	\$3.101,34	\$101,34	\$3.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$236,46
9	\$3.067,56	\$67,56	\$3.000,00	\$3.000,00		
10	\$3.033,78	\$33,78	\$3.000,00	\$0,00	\$6.000,00	\$101,34
Total		\$1.857,90	\$30.000,00		\$30.000,00	\$1.857,90

Nota. La tabla muestra el cálculo de la amortización del préstamo para los cinco años de duración.

Presupuestos de Ingresos

Es la cantidad de productos que se espera poner a la venta a la hora de que la empresa comience las labores de comercialización.

Tabla 62

Presupuesto de Ingresos



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Presupuesto de Ingresos

Producto	Valor Unitario	Cantidad Semestral	Valor Semestral	Valor Anual
Frasco de miel de abeja melipona de 500 g.	\$ 16,00	1.520	\$ 24.320,00	\$ 48.640,00


Nota. La tabla indica el cálculo de los ingresos que espera percibir a empresa MELI SUR en el transcurso de un año.

Proyección de Ingresos por Ventas

Para realizar la proyección de las ventas se tomará en cuenta el precio de mercado y queda a disposición de la empresa la variación de los costos durante los cinco años de vida del proyecto.

Tabla 63


Presupuesto de Ingresos

		Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR			
Presupuesto de Ingresos por Ventas					
Año	Producto	Valor Unitario	Cantidad Semestral	Valor Semestral	Valor Anual
1	Fascos de miel de abeja melipona de 500 g.	\$ 16,00	1.520	\$ 24.320,00	\$ 48.640,00
2	Fascos de miel de abeja melipona de 500 g.	\$ 16,00	1.520	\$ 24.320,00	\$ 48.640,00
3	Fascos de miel de abeja melipona de 500 g.	\$ 18,00	1.520	\$ 27.360,00	\$ 54.720,00
4	Fascos de miel de abeja melipona de 500 g.	\$ 18,00	1.520	\$ 27.360,00	\$ 54.720,00
5	Fascos de miel de abeja melipona de 500 g.	\$ 20,00	1.520	\$ 30.400,00	\$ 60.800,00

Nota. La tabla indica el cálculo de los ingresos que espera percibir a empresa MELI SUR durante los 5 años de vida del proyecto, importante mencionar que el valor unitario del producto aumenta en base al alza de precios de los costos y gastos.

Tabla 64

Proyección de Ingresos

		Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR				
Proyección de los Ingresos						
Denominación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ingresos por ventas	\$ 48.640,00	\$ 48.640,00	\$ 54.720,00	\$ 54.720,00	\$ 60.800,00	

Nota. La tabla muestra la proyección de ingresos de la empresa, datos tomados de la tabla 63.

Presupuesto de Egresos

Es el cálculo anticipado de las salidas de capital de la organización, el dinero que emplean los costos y gastos para realizar las actividades normales de la empresa. En tanto a las proyecciones de los salarios se los realizara en base a los aumentos de sueldos que han existido en los últimos cinco años. Para las depreciaciones y amortizaciones no se realizan proyecciones porque únicamente se trabajará con el valor residual obtenido para los cinco años de funcionamiento de la empresa.

Tabla 65

Promedio de Inflación

Porcentaje Promedio de Inflación	
2018	0,27%
2019	-0,07%
2020	- 0,93%
2021	1,94%
2022	3,64%
Total	4,85%
Promedio Total	0,97%

Nota. La tabla muestra la variación de la inflación en el país durante los últimos cinco años, datos tomados del INEC.

Para realizar la proyección de los costos y los gastos de los próximos años se toma en cuenta los valores proyectados previamente y se lo multiplica por el porcentaje promedio de inflación en el país, que es de 0,97%.

Tabla 66

Promedio de los Salarios

Año	Valor del Salario	Incremento Porcentual
2018	386,00	2,93%
2019	394,00	2,07%
2020	400,00	1,52%
2021	400,00	0,00%
2022	425,00	6,25%
Total		12,77%
Promedio Total		2,55%

Nota. La tabla indica el crecimiento porcentual de los salarios mínimos en el Ecuador en el periodo que comprende 2018-2022, datos tomados del INEC.

Tabla 67

Proyección de Sueldos del Administrador



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Proyección del Rol de Pagos del Administrador

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo del personal administrativo	\$9.349,50	\$10.345,25	\$10.597,58	\$10.856,35	\$11.121,71

Nota. La tabla indica la proyección del salario del administrador durante los cinco años de vida de la empresa, datos tomados del anexo 9.

Tabla 68

Proyección de Sueldos del Vendedor



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Proyección del Rol de Pagos del Vendedor

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo del personal de Ventas	\$ 5.449,50	\$ 6.387,15	\$ 6.538,55	\$ 6.693,81	\$ 6.853,03

Nota. La tabla indica la proyección del salario del vendedor durante los cinco años de vida de la empresa, datos tomados del anexo 10.

Tabla 69

Proyección de Sueldos del Obrero



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Proyección del Rol de Pagos del Obrero

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo del personal de producción	\$5.789,70	\$ 6.387,15	\$ 6.538,55	\$ 6.693,81	\$ 6.853,03

Nota. La tabla indica la proyección del salario del obrero durante los cinco años de vida de la empresa, datos tomados del anexo 11.

Tabla 70

Presupuesto de Egresos



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Presupuesto Proyectado de Egresos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS					
Sueldo del personal de producción	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03
Insumos	\$2.442,00	\$2.465,69	\$2.489,60	\$2.513,75	\$2.538,14
Materiales de corta duración	\$167,00	\$168,62	\$170,26	\$171,91	\$173,57
Depreciación de maquinaria y equipo	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55
TOTAL DE COSTOS	\$9.730,25	\$10.353,01	\$10.529,96	\$10.711,02	\$10.896,29
GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Sueldo del personal administrativo	\$9.349,50	\$10.345,25	\$10.597,58	\$10.856,35	\$11.121,71
Mantenimiento y reparaciones	\$420,00	\$424,07	\$428,19	\$432,34	\$436,53
Suministros de limpieza	\$154,60	\$156,10	\$157,61	\$159,14	\$160,69
Suministros de oficina	\$121,70	\$122,88	\$124,07	\$125,28	\$126,49
Servicios básicos	\$354,00	\$357,43	\$360,90	\$364,40	\$367,94
Amortización del activo diferido	\$3.724,00	\$3.724,00	\$3.724,00	\$3.724,00	\$3.724,00
Depreciación de muebles y enseres	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85
Depreciación de equipo de cómputo	\$174,20	\$174,20	\$174,20	\$174,20	\$174,20
Total Gastos Administrativos	\$14.384,85	\$15.390,79	\$15.653,41	\$15.922,56	\$16.198,41
GASTOS DE VENTAS					
Sueldo del personal de Ventas	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03
Publicidad	\$684,00	\$690,63	\$697,33	\$704,10	\$710,93
Otros gastos de ventas	\$100,00	\$100,97	\$101,95	\$102,94	\$103,94
Total Gastos de Ventas	\$6.573,70	\$7.178,76	\$7.337,83	\$7.500,84	\$7.667,89
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	\$641,82	\$506,70	\$371,58	\$236,46	\$101,34
Total Gastos Financieros	\$641,82	\$506,70	\$371,58	\$236,46	\$101,34
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	\$21.600,37	\$23.076,25	\$23.362,82	\$23.659,86	\$23.967,64
TOTAL DEL PRESUPUESTO DE EGRESOS	\$31.330,62	\$33.429,26	\$33.892,78	\$34.370,88	\$34.863,92

Nota. La tabla muestra la proyección de los presupuestos de costos y gastos que la empresa necesitará cubrir durante los cinco años de vida del proyecto.

Estados Financieros Proyectados


Son los documentos que indican el flujo económico de la empresa durante un periodo de tiempo previamente planificado.

Estado de Pérdida y Ganancias Proyectado

Este estado permite conocer los ingresos y egresos de la empresa durante los cinco años de vida del proyecto, lo que ayuda a establecer la pérdida o utilidad del ejercicio mediante la comparación de valores.

Tabla 71

Estado de Resultado de Pérdida y Ganancias

					
Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR					
Estado de Pérdidas y Ganancias					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas Netas	\$48.640,00	\$48.640,00	\$54.720,00	\$54.720,00	\$60.800,00
TOTAL DE INGRESOS	\$48.640,00	\$48.640,00	\$54.720,00	\$54.720,00	\$60.800,00
COSTOS					
Sueldo del personal de producción	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03
Insumos	\$2.442,00	\$2.465,69	\$2.489,60	\$2.513,75	\$2.538,14
Materiales de corta duración	\$167,00	\$168,62	\$170,26	\$171,91	\$173,57
Depreciación de maquinaria y Equipo	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55
Total de Costos	\$9.730,25	\$10.353,01	\$ 10.529,96	\$ 10.711,02	\$ 10.896,29
GASTOS					
Gastos Administrativos					
Sueldo del personal administrativo	\$9.349,50	\$10.345,25	\$10.597,58	\$10.856,35	\$11.121,71
Mantenimiento y reparaciones	\$420,00	\$424,07	\$428,19	\$432,34	\$436,53
Suministros de limpieza	\$154,60	\$156,10	\$157,61	\$159,14	\$160,69
Suministros de oficina	\$121,70	\$122,88	\$124,07	\$125,28	\$126,49
Servicios básicos	\$354,00	\$357,43	\$360,90	\$364,40	\$367,94
Amortización del activo diferido	\$3.724	\$3.724	\$3.724	\$3.724	\$3.724
Depreciación de muebles y enseres	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85
Depreciación de equipo de cómputo	\$174,20	\$174,20	\$174,20	\$174,20	\$174,20
Total Gastos Administrativos	\$ 14.384,85	\$15.390,79	\$15.653,41	\$15.922,56	\$16.198,41

Gastos de Ventas					
Sueldo del personal de Ventas	\$5.789,70	\$6.387,15	\$6.538,55	\$6.693,81	\$6.853,03
Publicidad	\$684,00	\$690,63	\$697,33	\$704,10	\$710,93
Otros gastos de ventas	\$100,00	\$100,97	\$101,95	\$102,94	\$103,94
Total Gastos de Ventas	\$6.573,70	\$7.178,76	\$7.337,83	\$7.500,84	\$7.667,89
Gastos Financieros					
Interés del préstamo	\$641,82	\$506,70	\$371,58	\$236,46	\$101,34
Total Gastos Financieros	\$641,82	\$506,70	\$371,58	\$236,46	\$101,34
Total de Gastos	\$ 21.600,37	\$23.076,25	\$23.362,82	\$23.659,86	\$23.967,64
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	\$ 31.330,62	\$33.429,26	\$33.892,78	\$34.370,88	\$34.863,92
UTILIDAD OPERACIONAL	\$17.309,38	\$15.210,74	\$20.827,22	\$20.349,12	\$25.936,08
Utilidad a trabajadores 15%	\$2.596,41	\$2.281,61	\$3.124,08	\$3.052,37	\$3.890,41
UTILIDAD LÍQUIDA DEL EJERCICIO	\$14.712,97	\$12.929,13	\$17.703,14	\$17.296,75	\$22.045,66


Nota. La actual tabla detalla el estado de resultados proyectado para los cinco años de vida del proyecto.

Clasificación de los Costos y Gastos

Son los valores de los bienes o servicios que requiere la empresa para realizar las distintas actividades a las que se dedica. Existen dos clasificaciones, los fijos y los variables.

Tabla 72

Clasificación de los Costos y Gastos

Detalle	 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR Clasificación de los Costos y Gastos									
	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
COSTOS										
Sueldo del personal de producción	\$5.789,70		\$6.387,15		\$6.538,55		\$6.693,81		\$6.853,03	
Insumos		\$2.442,00		2465,6874		\$2.489,60		\$2.513,75		\$2.538,14
Materiales de corta duración		\$167,00		\$168,62		\$170,26		\$171,91		\$173,57
Depreciación de maquinaria y Equipo	\$1.331,55		\$1.331,55		\$1.331,55		\$1.331,55		\$1.331,55	
Total Costos	\$7.121,25	\$2.609,00	\$7.718,70	\$2.634,31	\$7.870,10	\$2.659,86	\$8.025,36	\$2.685,66	\$8.184,58	\$2.711,71
GASTOS										
Gastos Administrativos										
Sueldos y salarios	\$9.349,50		\$10.345,25		\$10.597,58		\$10.856,35		\$11.121,71	
Mantenimiento y reparaciones	\$420,00		\$424,07		\$428,19		\$432,34		\$436,53	
Suministros de limpieza	\$154,60		\$156,10		\$157,61		\$159,14		\$160,69	
Suministros de oficina	\$121,70		\$122,88		\$124,07		\$125,28		\$126,49	
Servicios básicos	\$354,00		\$357,43		\$360,90		\$364,40		\$367,94	
Amortización del activo diferido	\$3.724,00		\$3.724,00		\$3.724,00		\$3.724,00		\$3.724,00	
Depreciación de muebles y enseres	\$86,85		\$86,85		\$86,85		\$86,85		\$86,85	
Depreciación de equipo de cómputo	\$174,20		\$174,20		\$174,20		\$174,20		\$174,20	
Total Gastos Administrativos	\$15.653,40	\$0,00	\$15.922,56	\$0,00	\$16.198,41	\$0,00				

GASTOS DE VENTAS										
Sueldo del personal de Ventas	\$5.789,70		\$6.387,15		\$6.538,55		\$6.693,81		\$6.853,03	
Publicidad	\$684,00		\$690,63		\$697,33		\$704,10		\$710,93	
Otros gastos de ventas		\$100,00		\$100,97		\$101,95		\$102,94		\$103,94
Total Gasto de Venta	\$6.473,70	\$100,00	\$7.077,79	\$100,97	\$7.235,88	\$101,95	\$7.397,91	\$102,94	\$7.563,95	\$103,94
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del préstamo	641,82		506,7		371,58		236,46		101,34	
Total Gastos Financieros	\$641,82	\$0,00	\$506,70	\$0,00	\$371,58	\$0,00	\$236,46	\$0,00	\$101,34	\$0,00
TOTAL GASTOS	\$21.500,37	\$100,00	\$22.975,28	\$100,97	\$23.260,87	\$101,95	\$23.556,93	\$102,94	\$23.863,70	\$103,94
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	\$28.621,62	\$2.709,00	\$30.693,98	\$2.735,28	\$31.130,97	\$2.761,81	\$31.582,29	\$2.788,60	\$32.048,28	\$2.815,65
TOTAL PRESUPUESTO	\$31.330,62		\$33.429,26		\$33.892,78		\$34.370,88		\$34.863,93	


Nota. La actual tabla como se distribuye los costos y gastos que incurrirá la empresa durante los cinco años de vida del proyecto.

Flujo de Caja Proyectado

Estado financiero que sirve para tener mayor visibilidad de las entradas y salidas del efectivo en un periodo de tiempo determinado.

Tabla 73

Flujo de Caja Projectado

						
Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR						
Flujo de Caja Projectado						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES OPERATIVAS						
Ventas netas		\$48.640,00	\$48.640,00	\$54.720,00	\$54.720,00	\$60.800,00
Sueldo del personal de producción		-\$5.789,70	-\$6.387,15	-\$6.538,55	-\$6.693,81	-\$6.853,03
Sueldo del personal administrativo		-\$9.349,50	-\$10.345,25	-\$10.597,58	-\$10.856,35	-\$11.121,71
Sueldo del personal de ventas		-\$5.789,70	-\$6.387,15	-\$6.538,55	-\$6.693,81	-\$6.853,03
Mantenimiento y reparaciones		-\$420,00	-\$424,07	-\$428,19	-\$432,34	-\$436,53
Suministros de limpieza		-\$154,60	-\$156,10	-\$157,61	-\$159,14	-\$160,69
Suministros de oficina		-\$121,70	-\$122,88	-\$124,07	-\$125,28	-\$126,49
Servicios básicos		-\$354,00	-\$357,43	-\$360,90	-\$364,40	-\$367,94
Publicidad		-\$684,00	-\$690,63	-\$697,33	-\$704,10	-\$710,93
Insumos		-\$2.442,00	-\$2.465,69	-\$2.489,60	-\$2.513,75	-\$2.538,14
Materiales de corta duración		-\$167,00	-\$168,62	-\$170,26	-\$171,91	-\$173,57
Otros gastos de ventas		-\$100,00	-\$100,97	-\$101,95	-\$102,94	-\$103,94
Amortización del activo diferido		-\$3.724,00	-\$3.724,00	-\$3.724,00	-\$3.724,00	-\$3.724,00
Depreciación de maquinaria y equipo		-\$1.331,55	-\$1.331,55	-\$1.331,55	-\$1.331,55	-\$1.331,55
Depreciación de muebles y enseres		-\$86,85	-\$86,85	-\$86,85	-\$86,85	-\$86,85
Depreciación de equipo de computo		-\$174,20	-\$174,20	-\$174,20	-\$174,20	-\$174,20
Utilidad a trabajadores 15%		-\$2.596,41	-\$2.281,61	-\$3.124,08	-\$3.052,37	-\$3.890,41
Utilidad	\$0,00	\$15.354,79	\$13.435,83	\$18.074,72	\$17.533,21	\$22.147,00
Amortización del activo diferido		\$3.724,00	\$3.724,00	\$3.724,00	\$3.724,00	\$3.724,00
Depreciación de maquinaria y equipo		\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55	\$1.331,55
Depreciación de muebles y enseres		\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85	\$86,85
Depreciación de equipo de computo		\$174,20	\$174,20	\$174,20	\$174,20	\$174,20
Total Flujo de Caja Operativo	\$0,00	\$20.671,39	\$18.752,43	\$23.391,32	\$22.849,81	\$27.463,60
2.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
Activos Fijos		-\$16.540,00				
Activos Diferidos		-\$18.620,00				
Capital de Trabajo		-\$12.769,60				
Total Flujo de Caja de Inversión	-\$47.929,60	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

3.- FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO

Capital propio	\$17.929,60					
Préstamo bancario	\$30.000,00					
Amortización del préstamo bancario		-\$6.000,00	-\$6.000,00	-\$6.000,00	-\$6.000,00	-\$6.000,00
Intereses del préstamo bancario		-\$641,82	-\$506,70	-\$371,58	-\$236,46	-\$101,34
Total Flujo de Caja de Financiamiento	\$47.929,60	-\$6.641,82	-\$6.506,70	-\$6.371,58	-\$6.236,46	-\$6.101,34
FLUJO DE CAJA PROYECTADO	\$0,00	\$14.029,57	\$12.245,73	\$17.019,74	\$16.613,35	\$21.362,26

Nota. La tabla muestra el flujo de caja proyectado de la empresa para los cinco años de duración del proyecto.

Evaluación Financiera

Esta sección muestra a la empresa la capacidad que posee el proyecto, refleja datos reales que permiten a la dirigencia tomar decisiones a fin de mejorar su desempeño. Antes de proceder con el cálculo del VAN es necesario obtener el dato del costo de capital promedio ponderado, valor sumamente importante para trabajar en el procesamiento de datos de los indicadores financieros.

Tabla 74

Costo de Capital Promedio Ponderado



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Costo de Capital Promedio Ponderado

Fuente de Capital	Ponderación	Costo	Costo Ponderado
Préstamo a Largo Plazo	0,6259	11,26%	7,05%
Capital Personal	0,3741	7,13%	2,67%
Totales	1,00	18,39%	9,72%
Costo de Capital Ponderado			9,72%
Riesgo			4,03%
Costo de Capital + Riesgo			13,75%

Nota. La tabla muestra el cálculo del costo de capital promedio ponderado, dato necesario para obtener el factor de actualización, datos tomados de la tabla 60.

Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador muestra la pérdida o los beneficios que espera obtener la empresa durante la duración del proyecto, para proceder a realizar el cálculo del VAN se necesita conocer el promedio ponderado del costo del capital o WACC, dato obtenido en la tabla 87. Con esta información se procede a realizar los debidos cálculos:

Cálculo del Factor de Actualización

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

Donde:

i: Promedio entre el interés del préstamo a banco de Pichincha y la tasa pasiva de aportación de capital.

N: Número de años de vida del proyecto.

Cálculo:

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

$$FA = \frac{1}{(1 + 13,75\%)^1}$$

$$FA = \frac{1}{(1 + 0,1375)^1}$$

$$FA = \frac{1}{(1,1375)^1}$$

$$FA = \frac{1}{1,1375}$$

$$FA = 0,87912$$

El mismo procedimiento se realiza con los demás años de vida del proyecto.

Cálculo del Valor Actualizado


Para determinar el valor actualizado se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{Valor Actualizado} = \text{Flujo de Caja} \times \text{Factor de Actualización}$$

En la siguiente tabla se detalla el cálculo del valor actualizado:

Tabla 75

Valor Actualizado

			
Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR			
Valor Actualizado			
Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización (13,75%)	Valor Actualizado
1	\$14.029,57	0,87912	\$12.333,69
2	\$12.245,73	0,77285	\$9.464,15
3	\$17.019,74	0,67943	\$11.563,75
4	\$16.613,35	0,59730	\$9.923,20
5	\$21.362,26	0,52510	\$11.217,35
Total Valor Actualizado			\$54.502,14

Nota. La tabla refleja el cálculo del valor actualizado del proyecto de factibilidad, datos tomados de la tabla 73.

Una vez obtenidos los datos necesarios se procede a determinar el VAN, para ello se aplica la siguiente fórmula:

$$VAN = \text{Sumatoria del Valor Actualizado} - \text{Inversión Inicial}$$

$$VAN = \$54.502,14 - \$47.929,60$$

$$VAN = \$6.572,54$$

Análisis: Partiendo de los datos que arrojó el cálculo del Valor Actual Neto, donde se obtiene un valor positivo mayor a cero, se determina que el estudio de factibilidad es económicamente rentable.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es una medida de rentabilidad que se utiliza para evaluar la viabilidad de un proyecto de inversión. En términos simples, la TIR es el porcentaje de ganancia que se espera obtener de una inversión en un período de tiempo determinado.

Tabla 76

Tasa Interna de Retorno



Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Tasa Interna de Retorno					
Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización Menor (18%)	Valor Actualizado	Factor de Actualización Mayor (19%)	Valor Actualizado
1	\$14.029,57	0,84746	\$11.889,47	0,84034	\$11.789,56
2	\$12.245,73	0,71818	\$8.794,69	0,70616	\$8.647,50
3	\$17.019,74	0,60863	\$10.358,74	0,59342	\$10.099,78
4	\$16.613,35	0,51579	\$8.568,98	0,49867	\$8.284,56
5	\$21.362,26	0,43711	\$9.337,64	0,41905	\$8.951,84
Total Valor Actualizado			\$48.949,52		\$47.773,24
Inversión Inicial			-\$47.929,60		-\$47.929,60
Valor Actual Neto			\$1.019,92		\$-156,36

Nota. La tabla refleja el cálculo de la Tasa Interna de Retorno, datos que serán de utilidad para obtener la nueva TIR de la empresa.

$$TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas \times \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor}$$

$$TIR = 18,00 + 1 \times \frac{\$1.019,92}{\$1.019,92 - (\$ - 156,36)}$$

$$TIR = 18,00 + 1 \times \frac{\$1.019,92}{\$1.176,28}$$

$$TIR = 18,00 + 1 \times 0,86707438$$

$$TIR = 18,00 + 0,86707438$$

$$TIR = 18,87\%$$


Análisis: La Tasa Interna de Retorno del actual proyecto es de 18,87%, porcentaje que es mayor al costo de capital promedio ponderado de 13,75%, lo que indica que durante la operatividad del proyecto se obtiene beneficios y que el mismo es rentable.

Relación Beneficio – Costo

Este indicador financiero representa la relación coste-beneficio global para el periodo de vida del proyecto. Es la relación entre los beneficios totales que se espera recibir y los costes totales propuestos en efectivo.

Tabla 77

Relación Beneficio - Costo

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR					
Relación Beneficio – Costo					
Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	\$48.640,00	\$31.330,62	0,87912	\$42.760,44	\$27.543,40
2	\$48.640,00	\$33.429,26	0,77285	\$37.591,60	\$25.835,92
3	\$54.720,00	\$33.892,78	0,67943	\$37.178,50	\$23.027,83
4	\$54.720,00	\$34.370,88	0,59730	\$32.684,40	\$20.529,82
5	\$60.800,00	\$34.863,92	0,52510	\$31.926,15	\$18.307,09
Total				\$182.141,08	\$115.244,06

Nota. La tabla refleja la actualización de los ingresos y egresos del proyecto, esto con la finalidad de obtener los datos necesarios para calcular la relación beneficio-costos, datos tomados de las tablas 70, 71 y 75.

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{\$182.141,08}{\$115.244,06}$$

$$RBC = 1,58$$


Análisis: Mediante los datos obtenidos a través de la aplicación de la fórmula de la relación beneficio-costos podemos definir que la empresa por cada dólar que invierte en el proyecto obtendrá un beneficio de 0,58 centavos de dólar.

Periodo de Recuperación del Capital

Este indicador revela el plazo en el que se espera recuperar el capital invertido, para ello se emplea los datos del flujo de caja y el valor de la inversión.

Tabla 78

Periodo de Recuperación del Capital

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR				
Periodo de Recuperación del Capital				
Años	Flujo Neto	Factor de Actualización	Flujo Actualizado	Saldo Acumulado
1	\$14.029,57	0,87912	\$12.333,69	\$12.333,69
2	\$12.245,73	0,77285	\$9.464,15	\$21.797,85
3	\$17.019,74	0,67943	\$11.563,75	\$33.361,59
4	\$16.613,35	0,59730	\$9.923,20	\$43.284,79
5	\$21.362,26	0,52510	\$11.217,35	\$54.502,14
Total	\$81.270,65		\$54.502,14	

Nota. La tabla refleja los datos que serán requeridos para aplicar la fórmula que determinará el periodo de recuperación del capital, datos tomados de las tablas 73 y 75.

$$PRC = \text{Año antes que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión Inicial} - \text{Flujo acumulado del año previo a superar la inversión}}{\text{Flujo de efectivo del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 4 + \frac{\$47.929,60 - \$43.284,79}{\$21.362,26}$$

$$PRC = 4 + \frac{\$4.644,81}{\$21.362,26}$$

$$PRC = 4 + 0,21743064$$

$$PRC = 4,22$$

$$PRC = 4 = 4 \text{ Años}$$

$$PRC = 0,22 \times 12 = 2 \text{ Meses}$$

$$PRC = 0,64 \times 30 = 8 \text{ Días}$$

Análisis. Tras la aplicación de la fórmula se determinó que la inversión se recuperará en 4 años, 2 meses y 8 días, lo que indica que a partir de este plazo se generará ganancias netas para la empresa.

Análisis de Sensibilidad

Este indicador sirve para examinar los cambios que se producen en las variables como el incremento de costos y la disminución de ingresos.

Tabla 79

Análisis de Sensibilidad con una Disminución en los Ingresos del 9%



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Análisis de Sensibilidad con Disminución de los Ingresos

Años	Ingreso Total	Ingreso Total Disminuido (9%)	Costo Original	Flujo de Efectivo Neto	Factor de Actualización (11%)	VAN Menor	Factor de Actualización (18%)	VAN Mayor
1	\$48.640,00	\$44.262,40	\$31.330,62	\$12.931,78	0,90090	\$11.650,25	0,84746	\$10.959,14
2	\$48.640,00	\$44.262,40	\$33.429,26	\$10.833,14	0,81162	\$8.792,42	0,71818	\$7.780,19
3	\$54.720,00	\$49.795,20	\$33.892,78	\$15.902,42	0,73119	\$11.627,71	0,60863	\$9.678,70
4	\$54.720,00	\$49.795,20	\$34.370,88	\$15.424,32	0,65873	\$10.160,48	0,51579	\$7.955,69
5	\$60.800,00	\$55.328,00	\$34.863,92	\$20.464,08	0,59345	\$12.144,43	0,43711	\$8.945,04
Total		\$243.443,20				\$54.375,29		\$45.318,76
Inversión Inicial						-\$47.929,60		-\$47.929,60
Valor Actual Neto						\$6.445,69		\$-2.610,84

Nota. La tabla ilustra el cálculo del análisis de sensibilidad con una disminución de los ingresos del 9%, datos tomados de las tablas 70 y 75.

1. Determinación de la Nueva TIR

$$TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas \times \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor}$$

$$TIR = 11,00 + 7 \times \frac{\$6.445,69}{\$6.445,69 - (\$ - 2.610,84)}$$

$$TIR = 11,00 + 7 \times \frac{\$6.445,69}{\$9.056,53}$$

$$TIR = 11,00 + 7 \times 0,7117173$$

$$TIR = 11,00 + 4,9820214$$

$$TIR = 15,98\%$$

2. Diferencia entre las TIR

$$DT = TIR \text{ del Proyecto} - Nueva TIR$$

$$DT = 18,87\% - 15,98\%$$

$$DT = 2,89\%$$

3. Porcentaje de Variación

$$PV = \frac{Diferencia de las TIR}{TIR del proyecto} \times 100$$

$$PV = \frac{2,89\%}{18,87\%} \times 100$$

$$PV = 0,1529147 \times 100$$

$$PV = 15,29\%$$

4. Sensibilidad

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje de Variación}{Nueva TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{15,29\%}{15,98\%}$$

$$Sensibilidad = 0,96\%$$

Análisis. Al aplicar las fórmulas para calcular la sensibilidad se obtiene un valor de 0,96 dato que es menor a 1, lo que confirma que el proyecto es rentable. En otras palabras, el plan para la creación de la Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR demuestra ser eficaz ya que no se ve afectada por una disminución en los ingresos del 9%.

Tabla 80

Análisis de Sensibilidad con un Incremento en los Costos del 13,95%



Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Análisis de Sensibilidad con Incremento en los Costos

Años	Costo Total	Costo Total Aumentado (13,95%)	Ingreso Original	Flujo de Efectivo Neto	Factor de Actualización (15,25%)	VAN Menor	Factor de Actualización (16,40%)	VAN Mayor
1	\$31.330,62	\$35.701,24	\$48.640,00	\$12.938,76	0,86768	\$11.226,69	0,85911	\$11.115,77
2	\$33.429,26	\$38.092,64	\$48.640,00	\$10.547,36	0,75287	\$7.940,76	0,73806	\$7.784,63
3	\$33.892,78	\$38.620,83	\$54.720,00	\$16.099,17	0,65325	\$10.516,73	0,63408	\$10.208,09
4	\$34.370,88	\$39.165,62	\$54.720,00	\$15.554,38	0,56681	\$8.816,35	0,54474	\$8.473,07
5	\$34.863,92	\$39.727,44	\$60.800,00	\$21.072,56	0,49181	\$10.363,65	0,46799	\$9.861,71
Total		\$191.307,77				\$48.864,18		\$47.443,28
Inversión Inicial						-\$47.929,60		-\$47.929,60
Valor Actual Neto						\$934,58		\$-486,32

Nota. La tabla ilustra el cálculo del análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 13,95%, datos tomados de las tablas 70 y 75.

1. Determinación de la Nueva TIR

$$TIR = Tasa Menor + Diferencia de Tasas \times \frac{VAN Menor}{VAN Menor - VAN Mayor}$$

$$TIR = 15,25 + 1,15 \times \frac{\$934,58}{\$934,58 - (\$ - 486,32)}$$

$$TIR = 15,25 + 1,15 \times \frac{\$934,58}{\$1.420,90}$$

$$TIR = 15,25 + 1,15 \times 0,65777348$$

$$TIR = 15,25 + 0,756395$$

$$TIR = 16,01\%$$

2. Diferencia entre las TIR

$$DT = TIR \text{ del Proyecto} - Nueva TIR$$

$$DT = 18,87\% - 16,01\%$$

$$DT = 2,86\%$$

3. Porcentaje de Variación

$$PV = \frac{Diferencia de las TIR}{TIR del proyecto} \times 100$$

$$PV = \frac{2,86\%}{18,87\%} \times 100$$

$$PV = 0,1516228 \times 100$$

$$PV = 15,16\%$$

5. Sensibilidad

$$Sensibilidad = \frac{Porcentaje de Variación}{Nueva TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{15,16\%}{16,01\%}$$

$$Sensibilidad = 0,95\%$$


Análisis. Al aplicar las fórmulas para calcular la sensibilidad se obtiene un valor de 0,95 dato que es menor a 1, lo que confirma que el proyecto es rentable. En otras palabras, el plan para la creación de la Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR demuestra ser eficaz ya que no se ve afectado por un incremento en los costos del 13,95%.

Punto de Equilibrio

Es un instrumento que sirve para delimitar el momento en el que la empresa cubre los gastos que tiene durante determinado periodo, en pocas palabras determina cuando la compañía logra vender lo mismo que gasta. A continuación, se presenta el cálculo de del punto de equilibrio durante los cinco años de vida del proyecto:

Tabla 81

Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 1

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR	
Datos	
Concepto	Valor
Costo Variable	\$ 2.709,00
Costo Fijo	\$ 28.621,62
Ingresos Totales	\$48.640,00

Nota. La tabla indica los valores que se requiere para realizar el cálculo del punto de equilibrio, datos tomados de las tablas 64 y 73.

Aplicación de las Fórmulas

Costo Total:

$$CT = CV + CF$$

$$CT = \$ 2.709,00 + \$28.621,62$$

$$CT = \$31.330,62$$

Capacidad Instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$28.621,62}{\$48.640,00 - \$2.709,00} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$28.621,62}{\$45.931,00} \times 100\%$$

$$PEC = 0,6231 \times 100\%$$

$$PEC = 62,31\%$$

En Función de las Ventas:

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{cv}{v}}$$

$$PEV = \frac{\$ 28.621,62}{1 - \frac{\$ 2.709,00}{\$ 48.640,00}}$$


$$PEV = \frac{\$28.621,62}{1 - 0,0557}$$

$$PEV = \frac{\$28.621,62}{0,9443}$$

$$PEV = \$ 30.309,72$$

Tabla 82

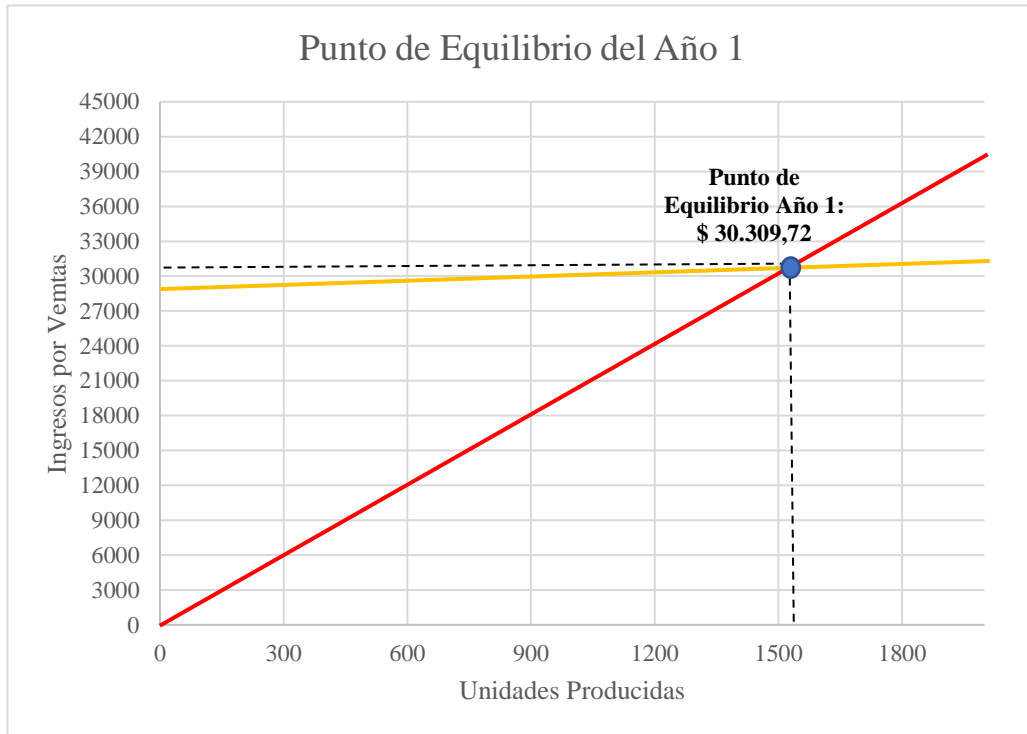
Resultados del Punto de Equilibrio Año 1

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR	
Resultados	
Concepto	Valor
Costo Total	\$ 31.330,62
P. E. Capacidad Instalada	62,31%
P. E. de Ventas	\$ 30.309,72

Nota. La tabla muestra un resumen de los cálculos del punto de equilibrio del primer año de funcionamiento de la empresa.

Figura 27


Punto de Equilibrio Año 1



Nota. La actual figura indica el punto de equilibrio de la empresa comercializadora de miel de abeja melipona MELI SUR en el primer año de funciones.

Tabla 83

Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 2

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR	
Datos	
Concepto	Valor
Costo Variable	\$ 2.735,28
Costo Fijo	\$ 30.693,98
Ingresos Totales	\$ 48.640,00

Nota. La tabla indica los valores que se requiere para realizar el cálculo del punto de equilibrio, datos tomados de las tablas 64 y 73.

Aplicación de las Fórmulas

Costo Total:

$$CT = CV + CF$$

$$CT = \$ 2.735,28 + \$ 30.693,98$$

$$CT = \$ 33.429,26$$

Capacidad Instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$ 30.693,98}{\$ 48.640,00 - \$ 2.735,28} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$30.693,98}{\$45.904,72} \times 100\%$$

$$PEC = 0,6686 \times 100\%$$

$$PEC = 66,86\%$$

En Función de las Ventas:

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{cv}{v}}$$

$$PEV = \frac{\$30.693,98}{1 - \frac{\$ 2.735,28}{\$ 48.640,00}}$$

$$PEV = \frac{\$30.693,98}{1 - 0,0562}$$

$$PEV = \frac{\$30.693,98}{0,9438}$$

$$PEV = \$ 32.522,91$$

Tabla 84

Resultados del Punto de Equilibrio Año 2



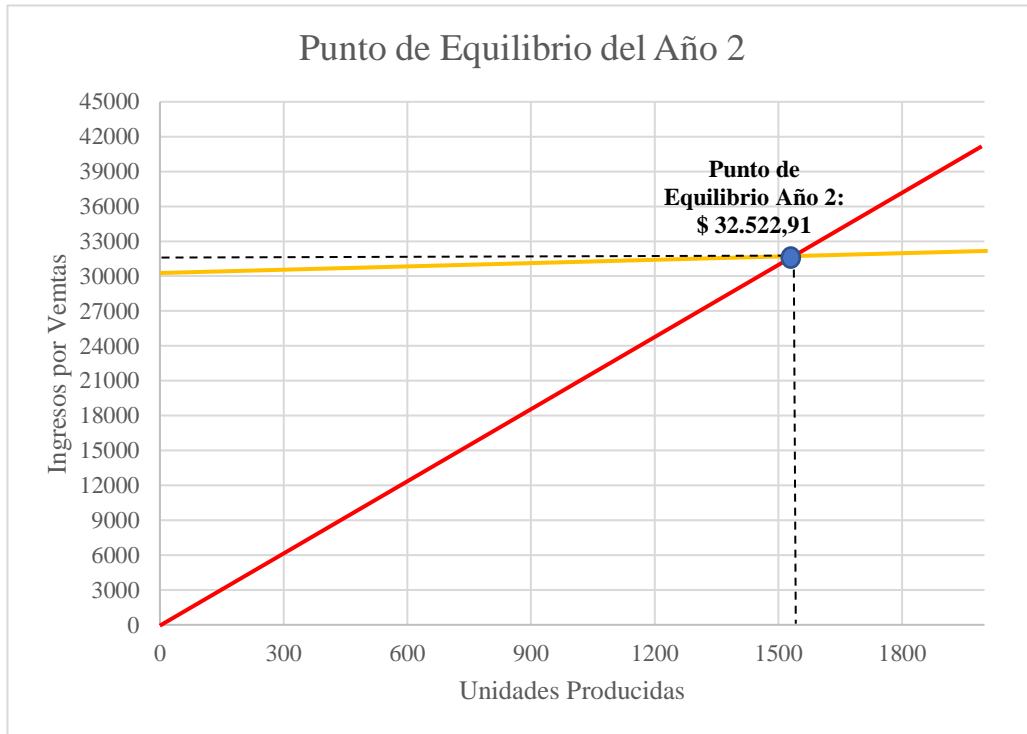
**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Resultados	
Concepto	Valor
Costo Total	\$ 33.429,26
P. E. Capacidad Instalada	66,86%
P. E. de Ventas	\$ 32.522,91

Nota. La tabla muestra un resumen de los cálculos del punto de equilibrio del segundo año de funcionamiento de la empresa.

Figura 28


Punto de Equilibrio Año 2



Nota. La actual figura indica el punto de equilibrio de la empresa comercializadora de miel de abeja melipona MELI SUR en el segundo año de funciones.

Tabla 85

Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 3

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR	
Datos	
Concepto	Valor
Costo Variable	\$ 2.761,81
Costo Fijo	\$ 31.130,97
Ingresos Totales	\$ 54.720,00

Nota. La tabla indica los valores que se requiere para realizar el cálculo del punto de equilibrio, datos tomados de las tablas 64 y 73.

Aplicación de las Fórmulas

Costo Total:

$$CT = CV + CF$$

$$CT = \$ 2.761,81 + \$31.130,97$$

$$CT = \$ 33.892,78$$

Capacidad Instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$31.130,97}{\$54.720,00 - \$2.761,81} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$31.130,97}{\$51.958,19} \times 100\%$$

$$PEC = 0,5992 \times 100\%$$

$$PEC = 59,92\%$$

En Función de las Ventas:

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{cv}{v}}$$

$$PEV = \frac{\$31.130,97}{1 - \frac{\$2.761,81}{\$54.720,00}}$$


$$PEV = \frac{\$31.130,97}{1 - 0,0505}$$

$$PEV = \frac{\$31.130,97}{0,9495}$$

$$PEV = \$ 32.785,72$$

Tabla 86

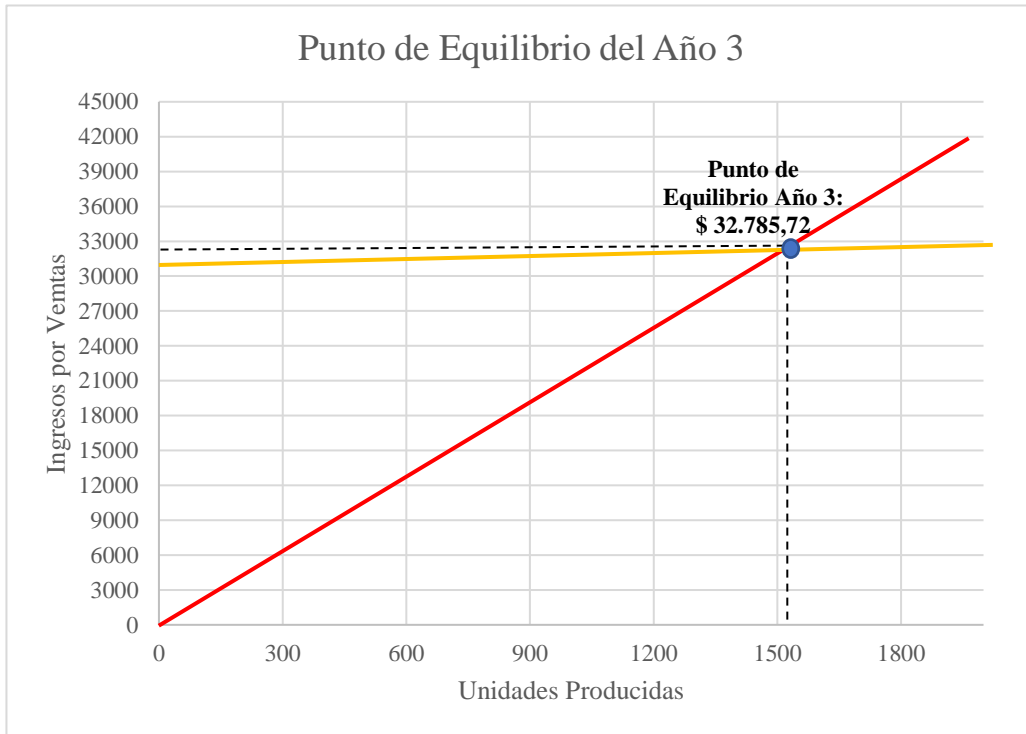
Resultados del Punto de Equilibrio Año 3

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR	
Resultados	
Concepto	Valor
Costo Total	\$ 33.892,78
P. E. Capacidad Instalada	59,92%
P. E. de Ventas	\$ 32.785,72

Nota. La tabla muestra un resumen de los cálculos del punto de equilibrio del tercer año de funcionamiento de la empresa.

Figura 29


Punto de Equilibrio Año 3



Nota. La actual figura indica el punto de equilibrio de la empresa comercializadora de miel de abeja melipona MELI SUR en el tercer año de funciones.

Tabla 87

Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 4

 <p>Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR</p>	
Datos	
Concepto	Valor
Costo Variable	\$ 2.788,60
Costo Fijo	\$ 31.582,29
Ingresos Totales	\$ 54.720,00

Nota. La tabla indica los valores que se requiere para realizar el cálculo del punto de equilibrio, datos tomados de las tablas 64 y 73.

Aplicación de las Fórmulas

Costo Total:

$$CT = CV + CF$$

$$CT = \$2.788,60 + \$31.582,29$$

$$CT = \$ 34.370,88$$

Capacidad Instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$31.582,29}{\$54.720,00 - \$2.788,60} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$31.582,29}{\$51.931,40} \times 100\%$$

$$PEC = 0,6082 \times 100\%$$

$$PEC = 60,82\%$$

En Función de las Ventas:

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{cv}{v}}$$

$$PEV = \frac{\$31.582,29}{1 - \frac{\$2.788,60}{\$54.720,00}}$$


$$PEV = \frac{\$31.582,29}{1 - 0,0510}$$

$$PEV = \frac{\$31.582,29}{0,9490}$$

$$PEV = \$ 33.278,18$$

Tabla 88

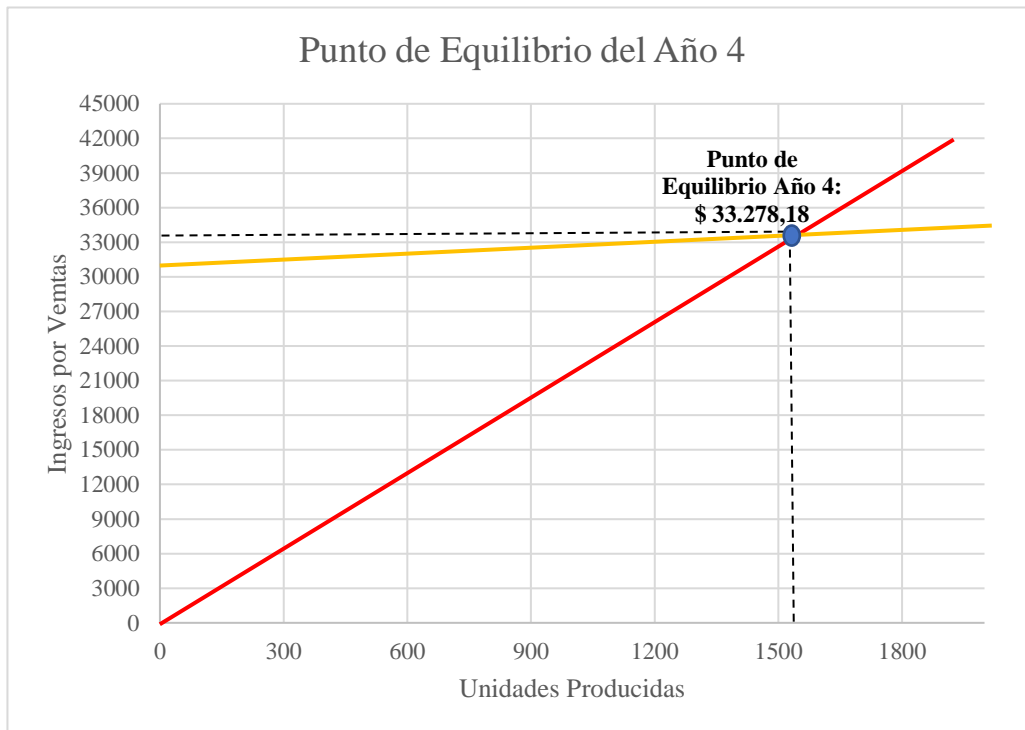
Resultados del Punto de Equilibrio Año 4

 Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR	
Resultados	
Concepto	Valor
Costo Total	\$ 34.370,88
P. E. Capacidad Instalada	60,82%
P. E. de Ventas	\$ 33.278,18

Nota. La tabla muestra un resumen de los cálculos del punto de equilibrio del cuarto año de funcionamiento de la empresa.

Figura 30

Punto de Equilibrio Año 4



Nota. La actual figura indica el punto de equilibrio de la empresa comercializadora de miel de abeja melipona MELI SUR en el cuarto año de funciones.

Tabla 89

Datos para Calcular el Punto de Equilibrio Año 5



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

Datos

Concepto	Valor
Costo Variable	\$ 2.815,65
Costo Fijo	\$ 32.048,28
Ingresos Totales	\$ 60.800,00

Nota. La tabla indica los valores que se requiere para realizar el cálculo del punto de equilibrio, datos tomados de las tablas 64 y 73.

Aplicación de las Fórmulas

Costo Total:

$$CT = CV + CF$$

$$CT = \$ 2.815,65 + \$ 32.048,28$$

$$CT = \$ 34.863,93$$

Capacidad Instalada:

$$PEC = \frac{CF}{VT - CV} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$32.048,28}{\$ 60.800,00 - \$ 2.815,65} \times 100\%$$

$$PEC = \frac{\$32.048,28}{\$57.984,35} \times 100\%$$

$$PEC = 0,5527 \times 100\%$$

$$PEC = 55,27\%$$

En Función de las Ventas:

$$PEV = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

$$PEV = \frac{\$32.048,28}{1 - \frac{\$2.815,65}{\$60.800,00}}$$

$$PEV = \frac{\$32.048,28}{1 - 0,0463}$$

$$PEV = \frac{\$32.048,28}{0,9537}$$

$$PEV = \$ 33.604,50$$

Tabla 90

Resultados del Punto de Equilibrio Año 5



**Empresa Comercializadora de
Miel de Abeja Melipona MELI SUR**

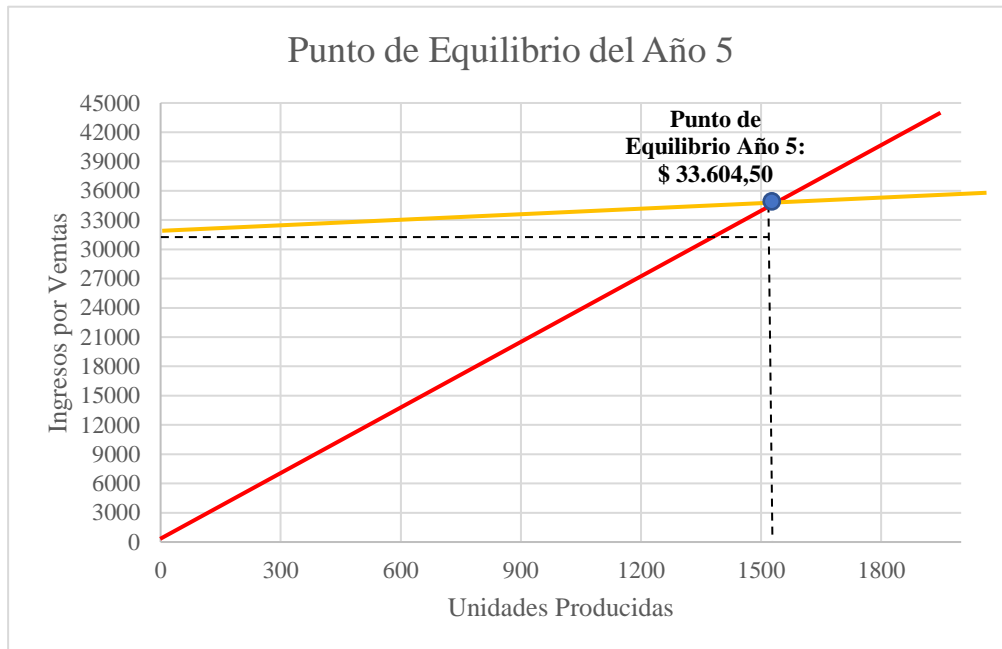
Resultados

Concepto	Valor
Costo Total	\$ 34.863,93
P. E. Capacidad Instalada	55,27%
P. E. de Ventas	\$ 33.604,50

Nota. La tabla muestra un resumen de los cálculos del punto de equilibrio del quinto año de funcionamiento de la empresa.

Figura 31

Punto de Equilibrio Año 5



Nota. La actual figura indica el punto de equilibrio de la empresa comercializadora de miel de abeja melipona MELI SUR en el quinto año de funciones.

7. Discusión

Mediante la realización de un diagnóstico preliminar en la ciudad de Alamor del cantón Puyango, se identificó la demanda de miel de abeja melipona entre la población y la poca cantidad de empresas dedicadas a la comercialización de este producto dentro del sector, en base a ello, se plantea ejecutar un estudio de factibilidad que implique una cuantificación clara de los beneficios y costos que involucra poner en marcha la empresa, el objetivo es asegurar una rentabilidad económica beneficiosa para la empresa, recopilando toda la información necesaria para llevar a cabo esta actividad comercial. El proyecto se divide en varias etapas por consiguiente se espera realizar un estudio de viabilidad que describa cada una de las fases del plan y a la vez permita tomar decisiones basadas en cálculos precisos y lo más ajustados posible a la realidad.

En base a lo expuesto se realizó un estudio de factibilidad que permita determinar la puesta en marcha de la empresa comercializadora de miel de abeja de meliponas MELI SUR ya que ayuda a prever si la idea de negocio será exitosa y si cubrirá las necesidades de los demandantes; a partir de este análisis, se recopiló la información necesaria para garantizar unos resultados económicos. Los cálculos se basan en datos y proyecciones para los años del proyecto y se programan a un futuro inmediato, esta información se refleja en diversas partes del estudio de viabilidad desarrollados, empezando por un estudio de mercado para determinar la demanda insatisfecha existente para el proyecto propuesto en el presente año, se considera para el estudio una muestra de 294 familias; en cuanto al punto de equilibrio se define como el nivel mínimo de ventas y capacidad que debe utilizarse en un proyecto para evitar pérdidas, se analizaron los años 1 al 5, en el cual se obtuvo que para el año 1 la empresa deberá obtener 30.309,72 dólares en ventas que le permita cubrir los costos ocasionados, mientras que en función de su capacidad deberá trabajar con el 62,31% de la empresa para poder establecerse en un punto de equilibrio, para el año 5 de operaciones la empresa deberá generar ventas mínimas de 33.604,50 dólares que le permitan cubrir sus gastos; mientras que en función de su capacidad deberá operar con el 55,27% de la empresa que le permita mantenerse en un punto neutro de operaciones.

En tanto a la evaluación financiera, al analizar el Valor Actual Neto (VAN), se obtuvo un valor positivo de 6.572,54 dólares; así mismo la Tasa Interna de Retorno (TIR) se estableció en 18,87%, lo que demuestra que la tasa de rendimiento del proyecto es superior a la tasa de oportunidad; por su parte la Relación Beneficio-Costo luego de sus resultados se obtuvo un valor positivo de 1,58 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido habrá 58 centavos de dólar

como utilidad; con respecto al Periodo de Recuperación del Capital se evidenció que el proyecto a ejecutar recuperará la inversión de 47.929,60 dólares en un tiempo de 4 años, 2 meses y 8 días, periodo considerado como aceptable, finalmente, el análisis de sensibilidad del proyecto demostró que el mismo soporta un incremento de costos de hasta el 13,95%, con una sensibilidad de 0,95%; por otra parte, también es necesario conocer hasta cuanto podría tolerar el proyecto una disminución de los ingresos percibidos durante desarrollo de sus actividades comerciales, a raíz de ello, se obtuvo que el proyecto soporta una disminución de ingresos de hasta el 9%, con una sensibilidad de 0,96%; a razón de los dos últimos indicadores se determina que el proyecto no es sensible al ser menor a 1, y por lo cual es factible su ejecución.

8. Conclusiones

Una vez culminado el actual estudio de factibilidad elaborado con la finalidad de determinar si la creación de una empresa comercializadora de miel de abeja melipona en la ciudad de Alamor será rentable o no, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Mediante el estudio de mercado y el análisis de la demanda ante la futura implementación del proyecto determino que se tendrá una buena aceptación de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, en donde se determinó la demanda real del 96,94%, y demanda efectiva del 93,68% que corresponde a las personas que van a adquirir el producto ofertado por la empresa.
- El Estudio Técnico permitió establecer que la empresa MELI SUR se encontrará ubicada en el barrio Alto de la Cruz, de la parroquia Ciano, del cantón Puyango, de la provincia de Loja; además ayudó a medir la capacidad de producción con la que la empresa contará, que será de 3.040 frascos de 500 gramos de miel de abeja melipona anuales, cantidad que representan el 18,21% de participación en el mercado para el primer año, es importante destacar que la empresa utilizará el 95% de la capacidad utilizada, con el fin de garantizar un producto final de calidad.
- Con el Estudio Económico Financiero se fijó la inversión requerida para el proyecto que es de 47.929,60 dólares, cantidad que será financiada con capital propio en un 37,41% lo que equivale a 17.929,60 dólares; y el capital externo con un préstamo bancario que representa un 62,59% de la inversión, lo que en valores monetarios son 30.000,00 dólares financiados en el Banco Pichincha a una tasa de interés del 11,26% a cinco años plazo con pagos semestrales. Con la elaboración del presupuesto de ingresos y egresos se desarrolló el presupuesto de costos que tendrá el proyecto que refleja un valor de 31.330,62 dólares, por su parte la estimación de los ingresos dejó un saldo en utilidades por un valor de 14.712,97 dólares para el primer año de operaciones, valores con que se utilizó en la determinación del punto de equilibrio una vez cuantificados los costos fijos y variables, con ello se obtuvo que para el primer año la empresa deberá obtener 30.309,72 dólares en ventas para que se puedan cubrir los costos ocasionados, mientras que en función de su capacidad deberá trabajar con el 62,31 %.

- Por su parte la Evaluación Financiera refleja al analizar el Valor Actual Neto (VAN), se obtuvo un valor positivo de 6.572,54 dólares; así mismo la Tasa Interna de Retorno (TIR) se estableció en 18,87%; por su parte para la Relación Beneficio-Costo luego de sus resultados se obtuvo un valor positivo de 1,58 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido habrá 58 centavos de dólar como utilidad; con respecto al Periodo de Recuperación del Capital se evidenció que el proyecto a ejecutar recuperará la inversión de 47.929,60 dólares en un tiempo de 4 años, 2 meses y 8 días, periodo considerado como aceptable, finalmente, el análisis de sensibilidad del proyecto demostró que el mismo soporta un incremento de costos de hasta el 13,95%, con una sensibilidad de 0,95% y una disminución de ingresos de hasta el 9,00%, con una sensibilidad de 0,96%. Por todos los resultados obtenidos en el transcurso de este estudio se concluye que el proyecto es factible para su ejecución.

9. Recomendaciones

Una vez culminado el estudio de factibilidad y en base a las conclusiones descritas con anterioridad se recomienda tomar en cuenta lo siguiente:

- En base a la información proporcionada por el estudio de mercado, que para el caso indica que el negocio es rentable, se sugiere crear campañas de marketing que permitan a la empresa tener mayor cobertura.
- Desarrollar los presupuestos al momento de poner en marcha las actividades de la empresa de acuerdo a lo establecido en el estudio económico – financiero, además considerar los posibles incrementos de los costos en base al análisis de sensibilidad que se realiza previo a la ejecución del proyecto.
- Adquirir todos los activos establecidos en el estudio técnico y procurar que se utilicen los recursos ya asignados para su inversión inicial, ya que esto permitirá que las actividades comerciales de la empresa se lleven a cabo con normalidad.
- Guiarse en los resultados obtenidos de los indicadores financieros aplicados, a fin de tener una idea de la salud de la empresa y medir el éxito económico. Para culminar, a los interesados en el emprendimiento y creación de empresas, tomar como referencia el actual estudio y hacer uso a su conveniencia.

10. Bibliografía

- Aguilera Díaz, Anailys. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Cofin Habana*, 11(2), 322-343.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612017000200022&lng=es&tlng=es.
- Álvez Marín, A., & Vielma, B. (2018). *Estudio legal empírico sobre el uso del Derecho Comparado por parte del Tribunal Constitucional de Chile*. *Rev. derecho (Valdivia)* vol.31no.2. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-09502018000200155&script=sci_arttext
- Arboleda Castro, M. (2021, abril). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Departamento de Economía – Universidad Icesi.
[https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntes Economia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf](https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntes%20Economia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf)
- Arroyo, P., & Vásquez, R. (2017). *Ingeniería Económica: ¿Cómo medir la Rentabilidad de un Proyecto?* Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Atucha, A. J., & Gualdoni, P. (2018, abril). *El FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS*. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales - Universidad Nacional de Mar del Plata. <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>
- Baca, G. (2018, 31 octubre). *Estudio Técnico ¿De qué se trata?* Proyectos UNTREF.
<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/estudio-t%C3%A9cnico-de-que-se-trata>
- Baque, L., Viteri, D., Álvarez, L., & Izquierdo, A. (2020). Plan de Negocio: Paa emprendimientos de los actores y organizaciones de economía popular y solidaria. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 120-125. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-120.pdf>
- Barona Zuluaga, B., Rivera Godoy, JA, & Garizado Román, PA (2017). Inversión y financiación en empresas innovadoras del sector servicios en Colombia. *Revista Finanzas y Política Económica*, 9 (2), 345-372.

- Betancourt Expósito, L., Sablón Cossío, N., Bofill Placeres, A., Acevedo Urquiaga, A., Acevedo Suárez, J., & Acosta Iglesias, D. (2021). Metodología para el estudio de la demanda colaborativa en una cadena comercial. *Ingeniería Industrial*, 42(3), 120-132. Epub 20 de octubre de 2021.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000300120&lng=es&tlng=es.
- Bocher, N. (2019, octubre). *Importancia del Estudio Legal*. untref.wixsite.com.
<https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/importancia-del-estudio-legal>
- Brito Gaona, L. F., & Iglesias, E. (2017). *Inversión privada, gasto público y presión tributaria en América Latina*. Estudios de Economía vol.44 no.2.
https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-52862017000200131
- Cabrera De Palacio, M. D. (2018, mayo). *La contabilidad de costos en la producción de bienes y servicios. Revisión bibliográfica actualizada (2010-2018)*. o Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad, vol. 6, núm. 9.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5518/551857283010/551857283010.pdf>
- Capa Benítez, L., García Saltos, M. & Herrera Freire. (2019). Consideraciones a los tipos de coste de la producción para la responsabilidad social empresarial. *Revista Universidad y Sociedad*, 11(5), 368-372. Epub 02 de diciembre de 2019.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000500368&lng=es&tlng=es.
- Cárdenas Arias, B., Guamán Ochoa, M., Siguenza Guzman, L., & Segarra, L. (2020, enero). *Integración de información de costos para la toma de decisiones en industrias de ensamblaje*. Revista Economía y Política, núm. 31, 2020 Universidad de Cuenca, Ecuador. <https://www.redalyc.org/journal/5711/571162102014/571162102014.pdf>
- Casanova Villalba, C. I., Núñez Liberio, R. V., Navarrete Zambrano, C. M., & Proaño González, E. A. (2021). *Gestión y costos de producción: Balances y perspectivas*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVII, núm. 1, 2021 Universidad del Zulia, Venezuela.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28065533025/28065533025.pdf>

- Castro Borunda, ZI, (2017). EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN PARA PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS CON UNA ESTRATEGIA DE PROYECCIÓN FINANCIERA. *Ra Ximhai*, 13 (3), 15-40.
- Castro Fajardo, H. (2018). *Proyectos de Inversión 1,2,3: de la Teoría a la Práctica. Una Guía para los No Expertos*. Primera Edición. Auditoreseditores S.A.S.
https://www.google.com.ec/books/edition/Proyectos_de_inversi%C3%B3n_1_2_3_de_la_teor/NZdPDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=proyectos+de+inversion&printsec=frontcover
- Castro Gamero, D. L. (2019, marzo). *Las fuentes de financiamiento y su repercusión en el crecimiento empresarial de las Mypes en Lima Norte*. Universidad de Piura.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4188/TSP_AEL_021.pdf?sequence=1&isAllowe=y
- Cedeño Troya, F., & Townsend Valencia, J. (2021). Evaluación de la inversión en tic como factor de competitividad de las empresas Pymes del cantón Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 452-462.
- Charles Leija, H., Sánchez Rodríguez, R., & Ramírez Jaramillo, A. (2020). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, UNA REFLEXIÓN PARA LAS PYMES AGROINDUSTRIALES DE MÉXICO*. Ciencias Administrativas, núm. 16. Universidad Nacional de La Plata, Argentina.
<https://www.redalyc.org/journal/5116/511662681008/511662681008.pdf>
- Clavijo, C. (enero de 2023). *Cómo calcular el periodo de recuperación de tu inversión*. HubSpot.es. <https://blog.hubspot.es/sales/periodo-recuperacion-inversion>
- Delfín, F., & Acosta, M. (2016). Importancia y análisis del desarrollo empresarial. *Pensamiento y Gestión* (40), 184-202. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n40/n40a08.pdf>
- Díaz de León, V., Rodríguez, A., & Rubio Esparza, I. (2019). Las fuentes de financiamiento y la administración como herramienta para afrontar los problemas y dificultades que enfrentan las microempresas en México. *En-Contexto*, 7(núm. 10).
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/5518/551859777003/551859777003.pdf>

- Diccionario de la Real Academia Española. (2023). Country B. *Empresa*.
<https://dle.rae.es/empresa>
- Duvergel Cobas, Y. y Argota Vega, L.E. (2017). *Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos*. 3C Tecnología: glosas de innovación aplicadas a la pyme, 6(4), 46-63. DOI.
<https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/12/Art4-1.pdf>
- Echeverría Ríos, O. M., Martínez Hernández, M., & López Hernández, I. (2021). *Precio en mercadotecnia: Una revisión bibliográfica desde la percepción en Latinoamérica*. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, vol. 10, núm. 29, 2021. Universidad Autónoma del Estado de México.
<https://www.redalyc.org/journal/6379/637968300004/html/>
- Equipo Editorial ETECÉ. (5 de agosto de 2021). *Empresa*. Concepto.de. Argentina.
<https://concepto.de/empresa/>
- Fajardo Ortiz, M., & Soto González, C. (2018). *Gestión Financiera Empresarial* (Primera edición en español). Editorial UTMACH.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14357/1/Cap.5%20Criterios%20de%20evaluaci%C3%B3n%20financiera.pdf>
- Fernández H., SR, Díaz M., LE, Rodríguez Ch., WJ, & Martínez M, L. Á. (2019). Influencia de latecnología e información para el rendimiento de las Mipymes colombianas. *Actualidad Contable Rostros*, 22 (38), 25-45.
- Flores Romero, M., Guerrero Dávalos, C. & González Santoyo, F. (2020). *Localización de empresas usando lógica difusa: Estrategia para su posicionamiento*.
<https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2019.1924>
- Frederick, D. (2021). *Ingresos*. Enciclopedia Económica. Obtenido de
<https://enciclopediaeconomica.com/ingresos/>
- Gaona Chininin, O. (2020). *Plan de negocios de un restaurante temático orientado al deporte para la atención de la demanda, Chiclayo 2018*. Universidad César Vallejo.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/43951>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Ciano. (2023). *Datos de la Parroquia*.
<http://ciano.gob.ec/>
- Gonzaga Añazco, S., Alaña Castillo, T., & Yáñez Sarmiento, M. (2018). Estrategias para la fijación de precios de productos de consumo masivo en la provincia de El Oro. *Revista Universidad y Sociedad*, 10(2), 221-227. Epub 02 de febrero de 2018.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202018000200221&lng=es&tlng=es.
- Ibarra, M., González, L., & Demuner, M. (2017). Competitividad empresarial de las pequeñas y mediana empresas manufactureras de Baja California. *Estudios Fronterizos*, 18(35), 107-130. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/estfro/v18n35/2395-9134-estfro-18-35-00107.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Censo de Población y Vivienda 2010*.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Encuesta “Condiciones de vida IV Ronda” 2015*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Jiménez Nieto, L. (2019). *Dirección y Comercialización*. Primera Edición. Paraninfo, SA.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=83yJDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=que+es+la+comercializacion+&ots=l3yPGQFz48&sig=tO4Wmh-_NRXDpWnY_DOWEHXDawI#v=onepage&q&f=true
- Kuster, C. (2021, junio). *RENTABILIDAD Y PUNTO DE LAS EMPRESAS COMERCIALES URUGUAYAS: EQUILIBRIO DE EVIDENCIA EMPÍRICA*. Revista del Instituto Internacional de Costos 19, 37-58 / ISSN 2718-8507.
- López Alcántara, M. & Gómez Agundiz, X. (2019). *Presupuestos*. Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. Primera Edición. Ciudad de México.
<https://www.google.com.ec/books/edition/Presupuestos/cmYtEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1>

- Meleán Romero, R., & Torres, F. (2021). *Gestión de costos en las cadenas productivas: reflexionessobre su génesis*. Retos vol.11 no.21. Cuenca. Obtenido de http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000100131
- Méndez Lozano, R. (2020). *Formulación y evaluación de Proyectos. Enfoque para Emprendedores*. Décima Edición. ECOE Ediciones. https://www.google.com.ec/books/edition/Formulaci%C3%B3n_y_evaluaci%C3%B3n_de_proyectos/MBwuEAAAQBAJ?hl=es&gbpv=1
- Mercado Libre. (2023). *Mercado Libre Ecuador envíos gratis en el día*. <https://www.mercadolibre.com.ec/>
- Mondragón Puerto, D. (2018). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Fundación Universitaria del Área Andina. Bogotá D.C. <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1>
- Mujica Sequera, R. (2022, julio). *Diferencia entre Método, Metodología y Técnicas de Investigación*. Blog Docentes. <https://blog.docentes20.com/2022/07/%E2%9C%8D-diferencia-entre-metodo-metodologia-y-tecnica-de-investigacion-docentes-2-0/>
- Nogueira Rivera, D., Medina León, A., Hernández Nariño, A., Comas Rodríguez, R., & Medina Nogueira, D. (2017). Análisis económico-financiero: talón de Aquiles de la organización. Caso de aplicación. *Ingeniería Industrial*, XXXVIII (1), 106-115.
- O’Farril Rodríguez, I. & Feria Marrero, I. (2019). Los proyectos de inversión, una vía para el desarrollo sostenible. *Cofin Habana*, 13(1). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612019000100010#:~:text=Un%20proyecto%20de%20inversi%C3%B3n%20constituye,materiales%2C%20tecnol%C3%B3gicos%2C%20entre%20otros.
- Omaña Guerrero, L. (2019). *La investigación en los estudios organizacionales: Negocios de familia*. Sapienza Organizacional, vol. 6, núm. 11. Universidad de los Andes, Venezuela. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553066143007/553066143007.pdf>

- Oporta Duarte, S. L., Torres Rosales, D. I., & Castillo López, M. M. (2018). *Marketing Estratégico*[Repositorio.unan.edu.ni]. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua. <https://repositorio.unan.edu.ni/8579/1/18820.pdf>
- Pacheco Coello, C. E. & Pérez Brito, G. J. (2018). *El Proyecto de Inversión como Estrategia Gerencial* (Segunda Edición) [Sextil Online, S.A. de C.V./ Ink it 2018]. <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RcRXDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP4&dq=objetivo+de+un+proyecto+de+inversi%C3%B3n+&ots=9g4fpFs8Hk&sig=8fv-jLga0bvF2k3UBYggTNvY27s#v=onepage&q&f=true>
- París, J. (2020). La adaptación versus la estandarización visto desde el paradigma de marketing esencial. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 10(20), 195-217. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v10n20/1390-6291-Retos-10-20-00195.pdf>
- Pasaca, M. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecuador: Graficplus.
- Peña Paneque, Z. (2019). Calculo del punto de equilibrio, herramienta para la toma de decisiones. Sucursal 6971 BANDEC. Holguín, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana. <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/10/toma-decisiones-bandec.html>
- Pérez Castañeda, S. S., Cruz Ramírez, D., & Quiroz Salas, L. G. (2019). Análisis de sensibilidad de indicadores financieros en la evaluación de inversiones en Mipymes. https://www.uaeh.edu.mx/investigacion/productos/5508/analisis_de_sensibilidad.pdf
- Perez Herrera, L. (2020, diciembre). Métodos de Valoración de Inversiones (II): Valor Actual Neto, VAN. Guía Financiación Empresarial. <https://guiafinem.com/metodos-valoracion-inversiones-ii-valor-actual-neto-van/>
- Peujio Fozap, F. M., & Domínguez Blancas, C. S. (2019, abril). *Los procesos de inversión en activos como determinantes de la estructura financiera de las grandes empresas mexicanas, 2000-2016: Un enfoque por sectores*. Anál. econ. vol.34 no.85 Ciudad de México. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-66552019000100009
- Pistone, L. (2020, 3 noviembre). *El Estudio Financiero de un Proyecto*. Proyectos UNTREF. <https://proyectosuntref.wixsite.com/proyectos/post/el-estudio-financiero-de-un-proyecto>

- Piza Burgos, N., Amaiquema Márquez, F., & Beltrán Baquerizo, G. (2019). Métodos y técnicas en la investigación cualitativa. Algunas precisiones necesarias. *Conrado*, 15(70), 455-459. Epub 02 de diciembre de 2019.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500455&lng=es&tlng=pt.
- Rincón Soto, C. A., Sánchez Mayorga, X., & Cardona Restrepo, L. M. (2019, septiembre). *Clasificación teórica de los costos*. Revista EAN, núm. 87, pp. 193-206, 2019. UniversidadEAN. <https://www.redalyc.org/journal/206/20663246011/html/>
- Rodríguez, J. (noviembre de 2022). *Qué es la factibilidad de un proyecto, cómo se estudia y ejemplos*. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-factibilidad>
- Rodrigues, N. (2022, abril). Qué son los Precios de Venta y Pasos para Definirlos. *Hubspot*. <https://blog.hubspot.es/sales/precios-de-venta>
- Rodríguez, N. (febrero de 2023). *Cómo realizar un análisis de costo-beneficio (con ejemplos)*. HubSpot.es.
[https://blog.hubspot.es/sales/analisiscostobeneficio#:~:text=manejo%20de%20recursos.,F%C3%B3rmula%20del%20an%C3%A1lisis%20de%20costo%2Dbeneficio,\(VAC\)%20o%20costos%20totales](https://blog.hubspot.es/sales/analisiscostobeneficio#:~:text=manejo%20de%20recursos.,F%C3%B3rmula%20del%20an%C3%A1lisis%20de%20costo%2Dbeneficio,(VAC)%20o%20costos%20totales).
- Rojas, L., Bejarano, L., & Marín, C. (2016). Análisis de las estructuras de gestión del servicio en empresas del sector de servicios. *AD-minister* (29), 121-146. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3223/322348399006.pdf>
- Rojo Gutiérrez, M. A., Bonilla Jurado, D. M., & Masaquiza Caiza, C. S. (2018). El desarrollo de nuevos productos y su impacto en la producción: caso de estudio BH Consultores. *Universidad y Sociedad*, 10(1), 134-142.
- Roldán, P. N. (2022). Infraestructura. *Economipedia*.
<https://economipedia.com/definiciones/infraestructura.html>
- Seco, M. (2023). *¿Para qué sirve un plan de inversión? Objetivos del plan de inversión*. Emprendepyme. <https://emprendepyme.net/para-que-sirve-un-plan-de-inversion.html>

- Seguel, N. (2023). FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSION. *ResearchGate*.
https://www.researchgate.net/publication/329253742_FORMULACION_Y_EVALUACION_DE_PROYECTOS_DE_INVERSION
- Serrano, F. G. (2020). *Proyectos de Inversión* (Segunda Edición).
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zJctEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=importancia+de+los+proyectos+de+inversion+&ots=_sSeuSauMD&sig=9Ggz2zfA60y27RPPnRUtGbgqDI#v=onepage&q&f=true
- Subía Veloz, R., Barzaga Sablón, O., & Nevares Barberán, V. (2018). El financiamiento de las medianas empresas en la provincia Manabí, Ecuador. *Ciencias Holguín*, 24(núm. 1, 2018).<https://www.redalyc.org/journal/1815/181553863006/181553863006.pdf>
- Taco, D., & Gutiérrez, M. (2018, septiembre). Valoración de inversiones en proyectos no convencionales - Tasa interna de retorno versus Tasa interna de retorno modificada. *INNOVA Research Journal* 2018, Vol 3, No. 9, 126-133. ISSN 2477-9024.
- Tapias, D. (2018). *Proyectos*. Escuela Politécnica Superior. Universidad Autónoma de Madrid, España. http://arantxa.ii.uam.es/~proyectos/teoria/C3_Tipos%20de%20proyectos.pdf
- Thompson, Ivan. (abril de 2019). *El Estudio de Mercado*. Country Blocked.
<https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>
- Torres, R., Cruz, K., & Carmona, M. (2021). Fuentes de oferta y demanda del mercado informal de divisas en Cuba. *Estudios del Desarrollo Social*, 10(1), 1-18. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322022000100015
- Trucco, I., Locher, M., & Alfaro, E. (2020). Mercado y sociedad: Análisis comparado de tres programas de investigación socioeconómica. *Economía e Sociedade*, 29(1), 149-178. doi: <https://doi.org/10.1590/1982-3533.2020v29n1art06>
- Velasteguí, L., Vanga, M., & Velasteguí, J. (2019). *CONJUNTO HABITACIONAL DE INTERÉS SOCIAL PARA EL BA-RRIO SAN ANTONIO EN RIOBAMBA. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD*. Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Nacional de Chimborazo.
<https://www.redalyc.org/journal/5717/571763649004/571763649004.pdf>

- Velázquez, A. (2019, 7 marzo). *Estudio de factibilidad del mercado: Qué es, ventajas y cómo realizarlo*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/>
- Vera, M., Indacochea, A., Reyes, S., & Veloz, F. (2021). Estudio técnico y operacional en una asociación de productores de sal del Ecuador, Manta 2020. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 8(2). Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v8nspe2/2007-7890-dilemas-8-spe2-00018.pdf>
- Viñán Villagrán, J., Puente Riofrío, M., Ávalos Reyes, J. & Córdova Prócel, J. (2018). *ProyectosDe Inversión: Un Enfoque Práctico*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. <http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoque%20pra%C%81ctico.pdf>
- Westreicher, G. (2020, abril). *Financiación o financiamiento*. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/financiacion-o-financiamiento.html>

11. Anexos

Anexo 1

Proyecto De Integración Curricular

A. TÍTULO

Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Miel de Abeja de la Especie Melipona en la Parroquia Ciano del Cantón Puyango y su Comercialización en la Ciudad de Alamor de la Provincia de Loja.

B. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La producción y comercialización de miel en el mundo es cada vez es más habitual, a esta actividad se la denomina como apicultura, esta labor tiene una gran importancia tanto socioeconómica como ecológica, ya que es considerada como una de las principales actividades generadoras de dinero en países como China, Turquía y Argentina. La apicultura está estrechamente relacionada con el campo agropecuario debido a que las abejas necesitan del néctar de la flor de los cultivos para producir miel, por lo tanto, los agricultores pueden aprovechar la apicultura como una forma de explotación agropecuaria y obtener un beneficio.

Nuestro país reúne condiciones únicas e ideales para una producción de miel de calidad, debido a la presencia de una amplia gama de climas en diferentes sectores, entre ellos se encuentra zonas que poseen climas tropicales los cuales son idóneos para la existencia de las meliponas, otro aspecto importante que favorece es la abundante flora que existe en Ecuador, motivo por el cual ha sido reconocido mundialmente por la calidad y el aroma de sus flores, factor primordial para la generación del néctar que utilizan las abejas. A pesar de todos estos beneficios los estándares de comercialización de miel son insuficientes para satisfacer la creciente demanda de productos apícolas, por falta de interés a nivel nacional en su industrialización y comercialización.

La desatención del gobierno en cuanto a la meliponicultura genera interés de buscar nuevos mecanismos que permitan la industrialización de la producción de miel de abejas meliponas, dando la base principal para la idea de emprendimiento motivada en primer lugar por la gran capacidad de producción de miel en Ecuador y para aprovechar esta oportunidad presente en nuestro medio, impulsando el cambio de la matriz productiva en nuestro territorio. Las meliponas son un tipo de abeja muy especial, cuya principal característica es que no tienen aguijón,

lo que las hace muy dóciles porque son fáciles y seguras de tratar, su miel contiene importantes propiedades medicinales para combatir diversas enfermedades.

La provincia de Loja, el cantón Puyango específicamente la parroquia Ciano se considera hábitat de la abeja melipona, la cual produce miel natural y orgánica de un exquisito sabor. Sin embargo, se requiere de empresas altamente competitivas y capacitadas con apoyo tecnológico necesario que provean de tecnología para explotar e insertar este producto en los mercados, con la finalidad de ofertar miel de calidad y maximizar los niveles productivos para satisfacer la demanda existente.

En el sector cada año surgen nuevos emprendimientos con respecto a la meliponicultura, pero lamentablemente estos proyectos solo quedan en ideas de negocio que tienden a fracasar, las razones más comunes de estos declines comerciales son la falta de estudio técnico, estudio financiero y la evaluación financiera que permiten determinar la viabilidad antes de crear una empresa. También influye la inexistencia de una planificación económica, financiera y del recurso humano, lo que genera grandes ineficiencias en la creación de estrategias y en la detección de oportunidades y fortalezas, debido a la carencia de una base preliminar donde se fijen los objetivos empresariales, expectativas o ideas concretas de lo que se va a realizar.

Por otra parte, existe mucha desinformación con respecto al manejo y las operaciones que conlleva la producción de miel de las abejas meliponas, estas consecuencias se producen por el poco interés en el desarrollo del negocio, la desinformación y la falta de innovación en los procesos de comercialización. A todo esto, se suma la falta de apoyo institucional por parte de las autoridades de la localidad y también afecta la poca accesibilidad a créditos bancarios por la carencia del cumplimiento en los abundantes requerimientos que exigen las entidades bancarias, lo cual dificulta que las personas de la parroquia materialicen sus ideas de negocio.

Sin embargo, con la realización de este proyecto de factibilidad se pretende mostrar, que es posible concretar un emprendimiento siempre y cuando cumpla con todos los estudios técnicos necesarios como son el tamaño y localización, ingeniería del proyecto y diseño organizacional de la futura empresa. El objetivo es ofertar un producto que pueda ser comercializado a gran escala, que permita crear puestos de trabajo para las personas de la parroquia en estudio, optimizando la economía de los productores y mejorando la nutrición y la salud de la población. A más de ello,

con este tipo de emprendimientos se busca demostrar que existen alternativas diferentes para contribuir a la sociedad de forma sana y aprovechando los recursos de la localidad.

Formulación

En función a lo planteado es conveniente delimitar el problema objeto del proyecto de factibilidad de la siguiente forma:

¿Qué tan factible es la creación de una empresa de miel de abeja de la especie melipona en la parroquia Ciano del cantón Puyango?

Sistematización

Teniendo en cuenta la problemática planteada del proyecto se realiza la siguiente sistematización:

- ¿Cómo influye la realización de un estudio de mercado de la miel de meliponas en la determinación de la oferta y la demanda en el cantón Puyango?
- ¿Cómo incide la elaboración de un estudio técnico sobre la comercialización de miel de abeja melipona en la determinación del tamaño, localización, ingeniería del proyecto y establecer la estructura organizacional de la empresa?
- ¿Cómo influye la elaboración de un estudio técnico financiero para determinar las inversiones, costos de industrialización, precios de venta, presupuestos proyectados y flujos de caja?
- ¿Cómo incide la aplicación de herramientas de evaluación financiera en la determinación del valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de capital (PRC), relación beneficio costo (RBC) y análisis de sensibilidad?

C. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Determinar la factibilidad de la creación de una empresa de miel de abeja de la especie melipona en la parroquia Ciano del cantón Puyango y su comercialización en la ciudad de Alamor de la Provincia de Loja con el fin de establecer la viabilidad técnica, económica y financiera.

Objetivos Específicos

- Realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto a ofertar en la ciudad de Alamor del cantón Puyango.
- Ejecutar el estudio técnico para determinar el tamaño, localización, ingeniería del proyecto y establecer la estructura organizacional de la empresa.
- Desarrollar el estudio económico-financiero para establecer la inversión total del proyecto, costos de producción, precios de venta, presupuestos proyectados y flujo de caja.
- Aplicar las herramientas de evaluación financiera para determinar el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de capital (PRC), Relación Beneficio Costo (B/C) y análisis de sensibilidad.

Anexo 2

Encuesta Aplicada a la Muestra Objeto de Estudio



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA **FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA** **CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

Encuesta Aplicada a la Muestra Objeto de Estudio

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted para solicitarle comedidamente se digne a contestar la siguiente encuesta que tiene por objetivo determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de miel de abeja de la especie melipona en la parroquia Ciano del cantón Puyango, la información es de carácter confidencial para lo cual en la encuesta no solicitamos el nombre sino únicamente sus respuestas, mismas que me permitirán tomar la decisión sobre la inversión en el proyecto.

1. Marque con un visto de acuerdo al género correspondiente.

- a. Masculino. ()
- b. Femenino. ()

2. ¿Consumen usted o en su familia miel de abeja obtenida de la especie de las meliponas? Marque con un visto. Si su respuesta es negativa se agradece su colaboración, en caso de ser positiva continúe con la encuesta por favor.

- a. Sí. ()
- b. No. ()

3. Seleccione la cantidad de miel que usted y su familia consumen mensualmente.

- a. De 250g. a 499g. ()
- b. De 500g. a 749g. ()
- c. De 750g. a 1000g. ()
- d. De 1000g. en adelante. ()

4. Marque con un visto en las opciones que regularmente compra la miel.

- a. Tiendas. ()
- b. Mercados. ()
- c. Supermercados. ()
- d. Vendedores Ambulantes. ()
- e. Directamente del Productor. ()

5. Regularmente, ¿qué precios acostumbra pagar por las siguientes presentaciones de miel de abeja de melipona?

- a. Frasco de 250 g. (\$.....)
- b. Frasco de 500 g. (\$.....)
- c. Frasco de 1.000 g. (\$.....)

6. Indique cuál es la marca de miel que usted adquiere frecuentemente

.....

7. A la hora de comprar la miel, ¿Qué es lo que usted más valoraría?

- a. Precio. ()
- b. Envase. ()
- c. Calidad. ()
- d. Marca. ()

8. Marque con un visto cuál es el principal uso que le da a la miel

- a. Para medicina. ()
- b. Para alimentación. ()

9. Marque con un visto las opciones que considere pertinente. A la hora de adquirir la miel de abeja en los diferentes lugares de expendio le ofrecen:

a. Descuentos. ()

b. Promoción en cantidad. ()

10. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted normalmente frecuenta para informarse? Seleccione sus respuestas.

a. Televisión. ()

b. Radio. ()

c. Facebook. ()

d. WhatsApp. ()

e. Instagram. ()

11. Si se implementa una empresa comercializadora de miel de abeja de la especie melipona en la parroquia Ciano, ¿usted estaría dispuesto a adquirir el producto?

a. Sí. ()

b. No. ()

12. ¿Qué es lo que esperaría de la nueva empresa cuando se lance al mercado el producto? Seleccione su respuesta.

a. Que sea económico. ()

b. Que cuente con los debidos registros de funcionamiento. ()

c. Que sea 100% puro. ()

d. Que el producto cuente con una etiqueta informativa. ()

13. Señale con un visto la presentación de miel que interesaría interesado en adquirir.

- a. Frasco de 150 g. ()
- b. Frasco de 250 g. ()
- c. Frasco de 500 g. ()
- d. Frasco de 1.000 g. ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 3

Entrevista Aplicada a los Principales Comercializadores de Miel de Abeja Melipona en la Ciudad de Alamor



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

Entrevista Aplicada a los Principales Comercializadores de Miel de Abeja Melipona en la Ciudad de Alamor

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja me dirijo a usted para solicitarle comedidamente se digne a contestar las siguientes preguntas que tienen por objetivo determinar la oferta y la demanda de miel de abeja melipona que existe actualmente en la ciudad de Alamor, la información es de carácter confidencial y sus respuestas me permitirán identificar si existe un mercado donde pueda vender el producto que pretendo comercializar.

- 1. ¿Cuál es la marca de su empresa comercializadora de miel?**
- 2. ¿Dónde se encuentra ubicada su empresa?**
- 3. ¿Qué tipo de envase utiliza para la venta de la miel?**
- 4. ¿Qué presentaciones de miel de abeja tiene usted a disposición del mercado?**
- 5. ¿Qué precios tienen las distintas presentaciones de miel de abeja que usted oferta?**
- 6. ¿Qué cantidad de envases vende usted habitualmente al mes?**
- 7. ¿Qué cantidad de envases ha vendido su empresa en los últimos 5 años?**

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 4

Presupuesto para la Compra de Enjambres



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Presupuesto para la Compra de Enjambres

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Enjambres de abejas melipona	400	\$ 30,00	\$ 12.000,00
Total			\$ 12.000,00

Nota. La tabla muestra el cálculo del valor monetario necesario para adquirir los enjambres de melipona necesarios para el actual proyecto.

Anexo 5

Resumen de Propiedad Planta y Equipo



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Resumen de Propiedad Planta y Equipo

Concepto	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 14.795,00
(-) Depreciación acumulada de Maquinaria y Equipo	- 1.331,55
Muebles y Enseres	\$ 965,00
(-) Depreciación acumulada de Muebles y Enseres	- 86,85
Equipo de Cómputo	\$ 780,00
(-) Depreciación acumulada de Equipo de Cómputo	- 174,20
Activos Diferidos	\$ 6.620,00
Total	\$ 21.567,40

Nota. La tabla revela un resumen de la propiedad, planta y equipo de la empresa, datos tomados de las tablas 53, 54 y 55.

Anexo 6

Rol de Pagos del Bodeguero



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Rol de Pagos del Bodeguero

Rubro	Porcentaje	Total
INGRESOS		
Salario Básico Unificado		\$ 450,00
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	\$ 0,00
Total de Ingresos		\$ 525
DEDUCCIONES		
Aporte Individual	9,45%	\$ 42,53
Total de Egresos		\$ 42,53
TOTAL SALARIO MENSUAL		\$ 482,48
TOTAL A PAGAR AL AÑO		\$ 5.789,70

Nota. La tabla refleja el cálculo del salario a pagar al bodeguero durante el primer año de labores, importante destacar que los fondos de reserva no se abonan hasta después de un año de labores.

Anexo 7

Rol de Pagos del Administrador



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Rol de Pagos del Administrador

Rubro	Porcentaje	Total
INGRESOS		
Salario		\$ 750,00
Décimo Tercer Sueldo		\$ 62,50
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	\$ 0,00
Total de Ingresos		\$ 850
DEDUCCIONES		
Aporte Individual	9,45%	\$ 70,88
Total de Egresos		\$ 70,88
TOTAL SALARIO MENSUAL		\$ 779,13
TOTAL A PAGAR AL AÑO		\$ 9.349,50

Nota. La tabla refleja el cálculo del salario a pagar al administrador de la empresa durante el primer año de labores, importante destacar que los fondos de reserva no se abonan hasta después de un año de labores.

Anexo 8

Rol de Pagos del Vendedor



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Rol de Pagos del Vendedor

Rubro	Porcentaje	Total
INGRESOS		
Salario Básico Unificado		\$ 450
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	\$ 0,00
Total de Ingresos		\$ 525
DEDUCCIONES		
Aporte Individual	9,45%	\$ 42,53
Total de Egresos		\$ 42,53
TOTAL SALARIO MENSUAL		\$ 482,48
TOTAL A PAGAR AL AÑO		\$ 5.789,70

Nota. La tabla refleja el cálculo del salario a pagar al vendedor de la empresa durante el primer año de labores, importante destacar que los fondos de reserva no se abonan hasta después de un año de labores.

Anexo 9

Proyección de Sueldos del Administrador



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Proyección del Rol de Pagos del Administrador

Rubro	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Salario		\$ 750,00	\$ 769,13	\$ 788,74	\$ 808,85	\$ 829,48
Décimo Tercer Sueldo		\$ 62,50	\$ 64,09	\$ 65,73	\$ 67,40	\$ 69,12
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	-	\$ 64,07	\$ 65,70	\$ 67,38	\$ 69,10
Total de Ingresos		\$ 850,00	\$ 934,79	\$ 957,67	\$ 981,13	\$1.005,19
Deducciones						
Aporte Individual	9,45%	\$ 70,88	\$ 72,68	\$ 74,54	\$ 76,44	\$ 78,39
Total Deducciones		\$ 70,88	\$ 72,68	\$ 74,54	\$ 76,44	\$ 78,39
Líquido a Pagar Mensual		\$ 779,13	\$ 862,10	\$ 883,13	\$ 904,70	\$ 926,81
Líquido a Pagar Anual		\$9.349,50	\$10.345,25	\$10.597,58	\$10.856,35	\$11.121,71

Nota. La tabla indica la proyección del salario del administrador durante los cinco años de vida de la empresa.

Anexo 10

Proyección de Sueldos del Vendedor



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Proyección del Rol de Pagos del Vendedor

Rubro	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Salario		\$ 450,00	\$ 461,48	\$ 473,24	\$ 485,31	\$497,69
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50	\$ 38,46	\$ 39,44	\$ 40,44	\$ 41,47
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50	\$ 37,50	\$37,50	\$ 37,50	\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	-	\$ 38,44	\$ 39,42	\$ 40,43	\$ 41,46
Total de Ingresos		\$ 525,00	\$ 575,87	\$ 589,60	\$ 603,68	\$ 618,12
Deducciones						
Aporte Individual	9,45%	\$ 70,88	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Total Deducciones		\$ 70,88	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Líquido a Pagar Mensual		\$ 454,13	\$ 532,26	\$ 544,88	\$ 557,82	\$ 571,09
Líquido a Pagar Anual		\$ 5.449,50	\$ 6.387,15	\$ 6.538,55	\$ 6.693,81	\$ 6.853,03

Nota. La tabla indica la proyección del salario del vendedor durante los cinco años de vida de la empresa.

Anexo 11

Proyección de Sueldos del Obrero



Empresa Comercializadora de Miel de Abeja Melipona MELI SUR

Proyección del Rol de Pagos del Obrero

Rubro	%	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos						
Salario		\$ 450,00	\$ 461,48	\$ 473,24	\$ 485,31	\$497,69
Décimo Tercer Sueldo		\$ 37,50	\$ 38,46	\$ 39,44	\$ 40,44	\$ 41,47
Décimo Cuarto Sueldo		\$ 37,50	\$ 37,50	\$37,50	\$ 37,50	\$ 37,50
Fondos de Reserva	8,33%	-	\$ 38,44	\$ 39,42	\$ 40,43	\$ 41,46
Total de Ingresos		\$ 525,00	\$ 575,87	\$ 589,60	\$ 603,68	\$ 618,12
Deducciones						
Aporte Individual	9,45%	\$42,53	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Total Deducciones		\$42,53	\$ 43,61	\$ 44,72	\$ 45,86	\$ 47,03
Líquido a Pagar Mensual		\$482,48	\$ 532,26	\$ 544,88	\$ 557,82	\$ 571,09
Líquido a Pagar Anual		\$5.789,70	\$ 6.387,15	\$ 6.538,55	\$ 6.693,81	\$ 6.853,03

Nota. La tabla indica la proyección del salario del obrero durante los cinco años de vida de la empresa.

Anexo 12

Certificado de Inglés

Loja, 25 de enero de 2024

Mgtr.

Edgar M. Castillo C.

**MAGÍSTER EN PEDAGOGÍA PARA LA ENSEÑANZA DEL IDIOMA INGLÉS
COMO LENGUA EXTRANJERA**

Certifica. -

Haber traducido de español a inglés el resumen del trabajo de integración curricular:
**Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa de Miel de Abeja de la Especie
Melipona en la Parroquia Ciano del Cantón Puyango y su Comercialización en la Ciudad
de Alamor de la Provincia de Loja**, de la autoría del estudiante Jonathan Leonardo Sánchez
Bustamante, C.I.: 1105479776.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, pudiendo el interesado hacer uso
del presente documento cuando lo considere conveniente.



Edgar M. Castillo C.

EFL TEACHER

Nro. Reg. Senescyt: 1031-07-785748