



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**

**ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

**TITULO:**

*“Elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de miel de abeja apís melífera con envasado al vacío, en la Provincia de Loja”*

Tesis previa a la obtención del Grado de Ingeniera en Administración de Empresas

**AUTORA:**

*Aimé Elizabeth Cueva Cueva*

**DIRECTOR DE TESIS:**

*Ing. Patricio Cuenca Ruíz M.A.E*

**LOJA - ECUADOR  
2017**

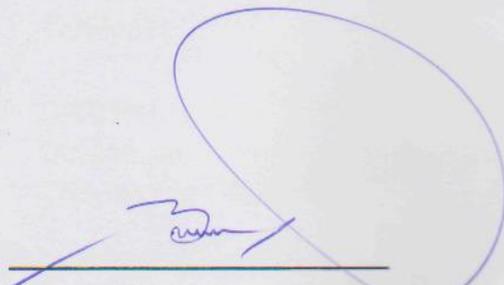
## CERTIFICACIÓN

Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz  
**DIRECTOR DE TESIS**

### CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación denominado **“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA APÍSMELÍFERA CON ENVASADO AL VACIO, EN LA PROVINCIA DE LOJA”**, autoría de la Srta. Aimé Elizabeth Cueva Cueva, previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, ha sido realizado bajo mi supervisión, luego de haber cumplido con las sugerencias y observaciones realizadas, autorizo su presentación ante el tribunal respectivo

Loja, septiembre 29 del 2016



Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz  
**DIRECTOR DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, Aime Elizabeth Cueva Cueva, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el repositorio Institucional- Biblioteca Virtual.

**Autora:** Aime Elizabeth Cueva Cueva

**Firma:** 

**Cédula:** 1104661085

**Fecha:** Loja, Enero del 2017.

**Autora:** Aime Elizabeth Cueva Cueva

**Cédula:** 1104661085

**Dirección:** Cda. Dada, Avenida Manuel Roca 29-73 y José de Artigas.

**Correo Electrónico:** aec2326@gmail.com

**Teléfono:** 3103422 / 0627008718

**DATOS COMPLEMENTARIOS:**

**Director de Tesis:** Ing. Piedad Cevallos Ruiz MAE

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DE LA AUTORA, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Aime Elizabeth Cueva Cueva, declaro ser autora de la tesis titulada: **“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA APÍ MELÍFERA CON ENVASADO AL VACIO, EN LA PROVINCIA DE LOJA”**. Como requisito para optar al Grado de: Ingeniera en Administración de Empresas: autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

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

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 09 días del mes de enero del 2017. Firma la autora

**Firma:** 

**Autora:** Aime Elizabeth Cueva Cueva

**Cédula:** 1104661085

**Dirección:** Cdla. Daniel Álvarez, Manuel Rosas 20-73 y José de Artigas.

**Correo Electrónico:** aimec\_2306@hotmail.com

**Teléfono:** 3103422 / 0987006018

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**Director de Tesis:** Ing. Patricio Cuenca Ruíz MAE.

**Tribunal de Grado:** Ing. Oscar Aníbal Gómez C. Mg. Sc. (Presidente)

Ing. Cesar Augusto Neira Hinostroza Mg. Sc. (Miembro)

Ing. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid MAE. (Miembro)

## **DEDICATORIA**

La presente tesis está dedicada a Dios y a un ser muy especial que ahora está en el cielo mi Tía Juliana, quienes han sido mi guía espiritual, los cuales me brindaron la fortaleza necesaria para superar las dificultades con perseverancia y humildad, permitiéndome continuar adelante cumpliendo mis metas propuestas.

A mi madre quien supo apoyarme y alentarme en esta etapa de mi vida.

A mis hermanas y cuñados quienes me han inculcado buenos sentimientos, hábitos y valores, han sido siempre el pilar fundamental en mi vida, estuvieron presentes apoyándome en todas las formas posibles para salir adelante en mis estudios.

A una persona muy especial la Sra. Lucila Josefina González, quien siempre ha estado presente brindándome su apoyo, muchas de las veces poniéndose en el papel de madre para mí.

A toda mi familia y amigos/as, porque me han sabido brindar su apoyo en los buenos y malos momentos.

**Aimé Elizabeth Cueva Cueva**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Nacional de Loja por brindarme la oportunidad de cursar y culminar mis estudios superiores, así como también a los diferentes docentes quienes brindaron sus conocimientos y su apoyo desinteresado para seguir adelante día a día.

Al Ing. Cesar Neira por su ayuda profesional brindada durante toda esta etapa y por ser esa mano amiga que supo darme un consejo para que continúe con la frente muy en alto cumpliendo mis metas

A mi Director de tesis Ing. Patricio Cuenca Ruíz, por haberme brindado sus conocimientos profesionales y haber tenido mucha paciencia para guiarme durante el desarrollo de la tesis.

A mi madre y a mis hermanas por todo el amor, la dedicación, la paciencia manifestada en este largo camino y por la confianza que supieron depositar en mi para lograr este triunfo.

Gracias a todas las personas que me supieron apoyar de una u otra manera para lograr que este sueño se haga realidad.

**a. TITULO.**

**“ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA APÍ MELÍFERA CON ENVASADO AL VACIO, EN LA PROVINCIA DE LOJA”**

## **b. RESUMÈN**

El presente trabajo de investigación se desarrolló en la provincia de Loja, teniendo como propósito principal presentar una propuesta para implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de abeja Apis Melífera, debido a que este producto es una excelente alternativa para el cuidado de la salud y nutrición en las familias por su alto contenido de propiedades medicinales y/o curativas.

Se cumplió con los objetivos propuestos de determinar la factibilidad del proyecto, para ello se utilizó diferentes métodos, técnicas y procedimientos que nos permitieron cumplir con cada uno de los estudios del proyecto.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se tomó en cuenta el último censo poblacional realizado en el 2010, por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos), la provincia de Loja cuenta con una población de 448.966 habitantes, con una tasa de crecimiento poblacional del 1,15 %, aplicando la fórmula de proyección se obtuvo que para el año 2016 existe un total de 480.849 habitantes, por este un producto de consumo familiar, se procedió a dividir la población del año 2016, para el numero promedio por familia que es de 4 personas, obteniendo un total de 120.212 familias, valor con el cual se determinó el tamaño de la muestra que es de 383 encuestas en la provincia de Loja.

Posteriormente se estableció el estudio de mercado, la demanda potencial para el primer año es de 93.339 familias que consumen miel de abeja, la demanda real de 49.527 familias que consumirían nuestro producto, la demanda efectiva

de 36.193 que estarían dispuestas a consumir nuestro producto y la demanda futura que se la determinó multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio que es de 7.222 gramos anuales por familia, obtuvimos 261.399.788 gramos de miel de a abeja.

La oferta se la determinó mediante una entrevista realizada a las principales comercializadoras de la ciudad de Loja, obteniendo que se comercializan 6.881.625 gramos anuales de miel de abeja, con esto se determinó que la demanda insatisfecha es de 254.518.163 gramos de miel de abeja.

Para el estudio técnico se estableció que la capacidad instalada es de 15.000 unidades anuales de 500 gramos, la capacidad utilizada es la misma debido a que no se considera tiempos, ni jornadas de trabajo establecidos mediante estatutos de ley, con ello se determina el tamaño y localización de la empresa, así como también las condiciones para la producción. Se realiza la especificación de los factores de localización, macro localización, micro localización, diseño y distribución de la planta, flujograma de procesos de producción, por lo cual se puede anotar que la empresa se ubica en la provincia de Loja, cantón Zapotillo, sector La Tamayo, debido a las condiciones climáticas adecuadas que presenta el lugar.

El estudio financiero se analizó el monto inicial de la inversión total que es de \$ 61.506,65 dólares, correspondiente a las inversiones en activos fijos, diferidos y circulante, la misma que será financiada el 67,42 % como capital propio y el 32,58 % que son \$ 20.0000 como crédito facilitado por la Cooperativa de ahorro y crédito JEP, con una tasa de interés del 11,20 %.

En la evaluación financiera se calculó el Valor Actual Neto (VAN), obteniendo \$ 64.967,25 dólares, valor que indica que el proyecto es factible ejecutarlo, La Tasa Interna de Retorno (TIR), es del 42,43 %, la cual es mayor que el costo de oportunidad del capital, lo que hace recomendable la implementación del proyecto, la Relación Beneficio Costo (RBC = 1,55), expresa que por cada dólar invertido el proyecto genera una ganancia de \$ 0,55 centavos de dólar, si el proyecto es ejecutado de acuerdo a los lineamientos planteados, el tiempo en que recupera la inversión es en dos años, este periodo es inferior al periodo de vida útil del proyecto, consecuentemente el proyecto es viable, así mismo el análisis de sensibilidad determinó que sus valores son menores a 1, es decir que el proyecto permite un incremento en sus costos del 25, 80 % (0,99) y una disminución en sus ingresos del 16,64 % (0,99). Por lo tanto, los indicadores económicos determinan que el proyecto es viable.

Una vez realizados los estudios respectivos del presente proyecto se determinó las conclusiones y recomendaciones, de acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación del proyecto.

La bibliografía se seleccionó de diferentes fuentes de información como libros e internet, los anexos son el respaldo para el entendimiento de la investigación y finalmente el índice que permite comprender el contenido de la presente tesis.

## **ABSTRACT**

This research was conducted in the province of Loja, with the main aim presenting a proposal to implement a company dedicated to the production and marketing of honey bee *Apis Melliferous*, because this product is an excellent alternative care health and nutrition in families for its high content of medicinal properties and / or curative.

It complied with the objectives proposed to determine the feasibility of the project, for this purpose we used different methods, techniques and procedures that allowed us to meet with each of the studies of the project.

For the development of research work it has taken into account the last population census conducted in 2010 by the INEC (National Institute of Statistics and Censuses), the province of Loja has a population of 448,966 inhabitants, with a growth rate population of 1.15%, applying the formula was obtained projection that by 2016 there is a total of 480.849 inhabitants, this product family consumption, we proceeded to divide the population in 2016, for the average number per family which is 4, obtaining a total of 120.212 families, value at which the sample size is 383 surveys in the province of Loja was determined.

Later the market study is established, the potential demand for the first year is 93.339 families who consume honey, the actual demand for 49.527 families who consume our product, effective demand of 36.193 would be willing to consume our product and future demand that the effective demand determined

by multiplying the average consumption is 7.222 grams a year per family, obtained 261.399.788 grams of honey to bee.

The offer is the determined by an interview with the main trading city of Loja, obtaining that 6.881.625 grams a year of honey, with this it was determined that the unmet demand is 254.518.163 grams of honey sold.

For the technical study states that the installed capacity is 15.000 units per year of 500 grams, capacity utilization is the same because it is not considered times or days of work established by statute law, thus the size and location is determined company as well as the conditions for production. the specification of location factors, macro location, micro location, design and plant layout, flow chart of processes of production, which can be noted that the company is located in the province of Loja, canton Zapotillo sector it performed the Tamayo, due to climatic conditions suitable presents the place.

The financial study that analyzes the initial amount of the total investment is \$ 61.506.65, corresponding to investments in fixed assets, deferred and current, the same that will be funded the 67,42% as equity and 32, 58% are credit \$ 20.0000 as provided by the credit union JEP, with an interest rate of 11,20%.

In the financial evaluation Net (NPV) Present value was calculated, earning \$ 64.967.25 dollars, value indicating that the project is feasible is run, Internal Rate of Return (IRR) is 42, 43%, the which is greater than the opportunity cost

of capital, which makes recommended project implementation, Benefit Cost Ratio (RBC = 1,55) states that for every dollar invested the project generates a profit of \$ 0.55 cents, if the project is implemented according to the guidelines set forth, time in recovering the investment is in two years, this period is less than the useful life of the project, therefore the project is viable, also the sensitivity analysis determined that their values are less than 1, ie the project It allows an increase in costs of 25, 80% (0.99) and a decrease in revenue of 16,64% (0.99). Therefore, economic indicators determine that the project is viable.

Once the respective studies of this project made the conclusions and recommendations, according to the results of the research project was determined.

The literature is selected from different information sources such as books and internet, the annexes are supported for understanding research and finally the index to understanding the content of this thesis.

### **c. INTRODUCCIÓN**

El proyecto de factibilidad para la implementación de una “empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de abeja Apis Melífera, se realizó con la finalidad de contribuir al desarrollo socio económico de la provincia de Loja.

Al ser un producto de consumo familiar, natural y nutritivo, el cual es obtenido mediante la cosecha de colmenas, esta actividad es conocida como apicultura, esta es muy lucrativa y realizada casi en todo el mundo, es una actividad que puede incluirse dentro del concepto de micro emprendimiento, es por ello que se realiza el presente proyecto.

El contenido de la presente investigación está estructurado de acuerdo a las normas generales para la graduación, establecidas por la Universidad Nacional de Loja, se realiza una descripción general de cada una de las partes de las que se compone el presente proyecto de investigación, por lo tanto, la presente tesis contiene lo siguiente:

El tema que es el título de la investigación, se continua con un resumen donde se detalla los valores de la investigación, el Abstract que es el resumen del proyecto en inglés, la introducción que es un breve resumen del proyecto, la revisión de literatura en la cual constan los datos teóricos como: el marco referencial, el marco conceptual con sus respectivas referencias bibliográficas, la metodología que describe los métodos, técnicas y procedimientos utilizados para la recolección y procesamiento de información.

Los materiales y métodos que fueron necesarios para el proceso investigativo, entre los métodos tenemos: el método inductivo, deductivo y estadístico, las

técnicas como: la entrevista, la observación, estos procedimientos sirvieron en el transcurso de la investigación.

Los resultados se presentan con la tabulación de las encuestas mediante el procedimiento estadístico para analizar la demanda y la oferta, permitiendo establecer la demanda insatisfecha y el plan de comercialización.

El estudio técnico determinó la localización, tamaño y distribución de la planta, así también como los requerimientos operativos para iniciar sus operaciones.

La organización legal y administrativa de la empresa, se realizó aplicando los respectivos principios para constituir la empresa, organización legal, estructura organizativa, manual de funciones, así también se determinó la razón social de empresa como compañía limitada, la cual contara con un código de ética el cual está enmarcado ante el instituto de consejeros y administradores.

El estudio financiero, en el cual se hace constar la inversión total del proyecto, el financiamiento, el presupuesto de costos, la clasificación de los costos, el análisis de los costos, el punto de equilibrio, los estados financieros y el flujo de caja.

La evaluación financiera se la realizó para determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto, para ello se utilizó los siguientes indicadores económicos: el Valor Actual Neto (VAN), La Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC), y por último el Análisis de Sensibilidad con el Incremento en los Costos y Disminución en los Ingresos.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA**

### **1. Antecedentes**

#### **1.1 La Apicultura**

La apicultura es una actividad que se da desde inicios de la humanidad, el hombre fue quien la descubrió, la palabra apicultura proviene del latín Apis (abeja) y Cultura (cultivo), es decir, “la ciencia que se dedica al cultivo de las abejas o a la cría de abejas”. Las abejas mantenían sus colonias en un tronco hueco, en donde, el hombre para poder cosechar la miel prendía fogatas cerca de ellas, ya sea para ahuyentarlas o matarlas, al inicio solamente se utilizaba la miel, pero posteriormente fue conociendo los demás derivados que estas ofrecían como son: la cera, propóleos, jalea real, el polen y la apitoxina o veneno de abeja.

Las abejas son básicamente avispas que recogían polen y néctar, fue hace unos 100 millones de años cuando estas iniciaron a divergirse de las verdaderas avispas predadoras, su evolución está ligada a la aparición de las plantas con flores y a su progresión, mediante la cual han obtenido aptitudes especiales para reconocer formas, olores y colores de las flores. (<http://datateca.unad.edu.co/contenidos/origendelasabejas>)

La apicultura se inició durante la época del Mesolítico, alrededor de 7.000 años antes de Cristo, en el continente europeo, extendiéndose con los años a los demás continentes del mundo, esta actividad se da en el clima cálido, es decir solo en zonas tropicales, mas no en polares.

Los primeros apicultores en el mundo fueron: Aristomaco de Soles y Filiseo de Tasos, utilizaban pequeñas colmenas para que las abejas enjambraran con

rapidez, pero en la edad media fue cuando se ideó la forma de protección para manipular las colmenas sin que se perjudique a los insectos, aunque se ignoraba el funcionamiento de las colmenas.

Con el paso del tiempo han surgido varias modificaciones para facilitar la extracción de la miel, las principales son: las hojas de cera estampada, la extracción de miel centrifuga, el escape de abejas o excluidor de reinas.

## **1.2 Entorno industrial en el Ecuador**

### **Reseña Histórica**

A pesar de la gran vegetación que existe en el Ecuador, la apicultura ecuatoriana es una actividad muy restringida, es decir, se posee poco conocimiento de la misma, lo que se sabe es que desde la antigüedad en el país se cultivan razas criollas y mestizas, debido a que las abejas melíferas que se explotan en el país, son originarias de Europa y fueron introducidas por los colonizadores. Al parecer los primeros apicultores en el Ecuador fueron los Hermanos Cristianos de “La Salle”, que eran quienes consagraban gran parte de su tiempo a la explotación de la miel como un producto natural para el consumo interno de sus conventos y el excedente que quedaba era para la venta al público.

El Estado, al parecer no ha tenido ninguna injerencia relevante a través de la historia apícola. El incipiente desarrollo más bien obedece a la iniciativa privada, que lastimosamente se ha estancado a un nivel elemental y en estos últimos veinte años se puede hablar de una apicultura artesanal, la cual se encuentra sujeta a las limitaciones provocadas por: la tala indiscriminada de los

bosques, al uso irracional de pesticidas, ausencia de organismos de asesoría técnica, la falta de investigación, entre otras causas. Es posible que estas sean algunas de las principales condiciones por la cuales no se desarrolla en forma sostenida el sector apícola.

### **1. 3 Entorno macroeconómico**

- **Mundial**

El inicio de las importaciones de miel de abeja, son porque que esta se constituye como un producto natural más saludable que otros edulcorantes industriales, a finales de 1970 se incrementan las importaciones a nivel mundial, debido al consumo de productos naturales y dietéticos.

Según la FAO, que es la organización de las Naciones Unidas para la agricultura y la alimentación, la comercialización de miel de abeja, en el mundo, es una actividad rentable, debido a que la producción mundial de miel es de 1.200.000 toneladas, donde el 33% de la producción es objeto de intercambios comerciales.

Los principales países productores de miel son: China, Argentina, México, Canadá Hungría, Australia y los exportadores son: China, Argentina, Turquía, Estados Unidos, México, entre otros

- **Nacional**

En Ecuador la apicultura se conoce muy poco, lo que se sabe es que antes de la colonización existían otras clases de abeja, como son las Meliponas conocidas como abejas sin aguijón, las cuales eran cultivadas por los indígenas

y mestizos, es decir estas abejas no pertenecían al grupo de las melíferas, pero si eran sujetas a su explotación.

Las abejas melíferas de raza italiana, fueron traídas al país por los españoles durante la colonización, permitiendo así la explotación de miel de abeja *Apis melífera*, pero a pesar de la variedad de mieles existentes, es poco el esfuerzo por parte de la empresa pública y privada, para formar una producción alentadora de miles de abejas. Hasta ahora, en el Ecuador no se conoce que existen aranceles gravados, que certifiquen el inicio de las exportaciones. Paradójicamente, Ecuador importa mieles, debido a que éste es un lugar perfecto para dicha producción. (<http://agronegocioecuador/miel-de-abeja>)

- **Local.**

Según información obtenida en el MAGAP (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca) y AGROCALIDAD (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro), en la provincia de Loja, existen 190 apicultores, los cuales realizan esta actividad de manera empírica, en el 2015 se ha obtenido una producción de 2.181 litros, se espera que esta producción para el 2016 se incremente en un 20%.

#### **1.4 LA ABEJA APÍ MELÍFERA**

La abeja *Apis Melífera*, es un insecto perteneciente al género *Apis*, de la especie *Melífera*, fue introducida por los colonizadores desde Asia, África y Europa, su clasificación se dio en 1758 por Carlos Linneo, (Taxónomo y Zoólogo sueco), este tipo de abeja es una abeja doméstica, de la especie

himenóptero apócrito, se halla en zonas tropicales, tiene el cuerpo recubierto de pequeños pelos y al igual que en sus patas recogen el polen y el néctar de las flores para alimentarse a sí misma y a sus larvas, vive en numerosas sociedades, ya sea en el hueco de un árbol, donde ellas mismas construyen su nido o en casas de madera (Colmenas), que son elaboradas por el hombre. En las colmenas habitan la reina, las obreras (hembras) y los zánganos (machos), cada una de ellas posee su función especial y desarrollan un tipo de trabajo diferente en la colonia. (Sánchez Reyes, 2003)

Las características principales de la abeja Apis Melifera son:

- Longitud aproximada de 12 mm la obrera, 18 mm la reina 16 mm el zángano
- Se pueden agrupar en colonias de hasta 50.000 individuos.
- Periodo de desarrollo: para la reina 16 días, y para las obreras 21 días y para el zángano 23 días.
- Longevidad: Pocas semanas las obreras, 5 años la reina.
- Distribución: Cosmopolita.
- Alimentación: herbívora
- Cuerpo rayado de negro y amarillo recubierto de pelos amarillos.
- Sus enemigos son: los avispones, mamíferos y abejarucos.

(<http://www.botanical-online.com/animales/abeja>)

Internamente en una colonia de abejas encontramos:

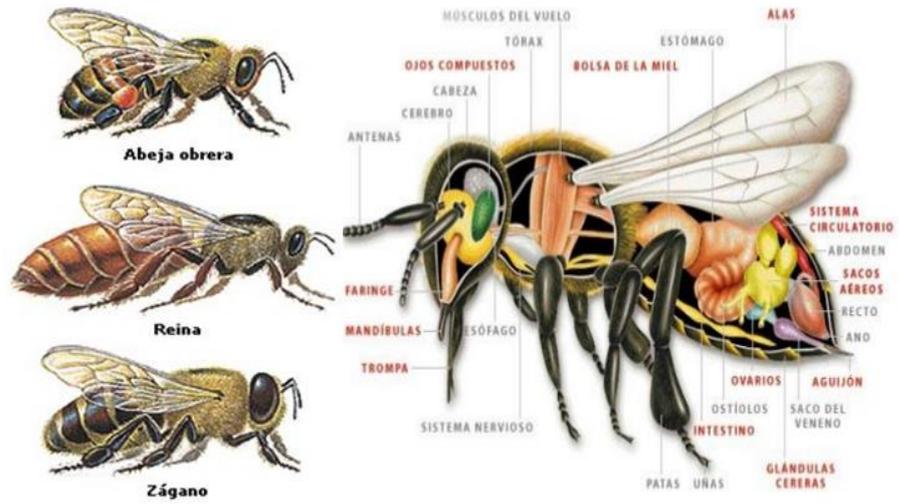
- **La Reina.** - nace en unas celdillas llamadas “realeras”, las cuales son mayores que las normales, son las encargadas de poner huevos,

depositando un huevo en cada celda, pueden ser suplantadas de forma natural entre los dos o tres años. La abeja reina no abandona la colmena, solamente lo hace durante los de fecundación o si se produce un nuevo enjambre para dar lugar a una nueva colonia, son criadas en celada verticales y se alimentan únicamente de jalea real de jalea real, liberan feromonas para regular las actividades de la colmena, modificando el comportamiento de las obreras para que alimenten a otras larvas como obreras y no como reinas.

- **Los Zánganos.** - emergen de huevos sin fecundizar, son los que fecundan a la reina, ayudan a mantener el calor de la colmena y a repartir el néctar y no poseen aguijón.
- **Las Obreras.** - nacen de la Reina, su vida varía de acuerdo al cambio de estaciones, son infértiles y separan la cera utilizada para construir los panales, se alimentan de jalea real al igual que la reina, para sus tareas se dividen en cuatro grupos, los cuales son:
  - Las cereras, hacen y retocan las celdillas
  - Las alimentadoras, se encargan de dar de comer a las larvas y a las reinas.
  - Las limpiadoras, se encargan de limpiar la colmena
  - Las guardianas, la protección, recolección del néctar, polen de las flores y también recogen agua.

El aguijón que poseen las obreras les sirve para defenderse, ya que este sirve para inyectar veneno que es producido por sus glándulas abdominales, una vez clavado este aguijón estas mueren.

## GRÁFICO N° 1



Fuente: Biología de Comportamiento de la Apis Melífera, Linnaeus (1758)

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 La Empresa

(Chiavenato, 2014), Es una organización social por ser una asociación de personas para la explotación de un negocio y que tiene por fin un determinado objetivo, que puede ser el lucro o la atención de una necesidad social.

#### 2.1.1 Tipos de Empresa

Los criterios más habituales para establecer una tipología de la empresa, son:

##### 2.1.1.1 Según el Sector de Actividad:

- **Empresas del Sector Primario:** denominado también extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza y pesca, extracción de áridos, aguas minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** se refiere a aquellas empresas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como: la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.
- **Empresas del Sector Terciario o Servicios:** incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como: de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restantes, etc.

## **2.2 PROYECTOS DE INVERSIÓN.**

(Baca, 2010), Es un plan que, si se le asigna determinado monto distinto; tecnología y de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad.

### **2.2.1 Tipos de Proyecto.**

- **Proyecto de Inversión Privado.** - Es realizado por un empresario particular para satisfacer sus objetivos. Los beneficios que la espera del proyecto, son los resultados del valor de la venta de los productos (bienes o servicios), que generara el proyecto.
- **Proyecto de Inversión Pública o Social.** - Busca cumplir con objetivos sociales a través de metas gubernamentales o alternativas, empleadas por programas de apoyo. Los terminas evolutivos estarán referidos al término de las metas bajo criterios de tiempo o alcances poblacionales.

### **2.2.2 Características de un proyecto de inversión:**

- Es un suceso único
- Se forma de actividades específicas.
- Está limitado a un presupuesto.
- Utiliza múltiples recursos.
- Tiene un ciclo de vida, con inicio y fin.

### **2.2.3 CICLO DE LOS PROYECTOS.**

(Baca, 2010), El ciclo de un proyecto pasa por distintas etapas que se refieren a la progresión lógica de su avance. Estas etapas son:

- ✓ Pre inversión; Inversión y Operación.

- **Etapa de pre inversión.**

Es la fase preliminar para la ejecución de un proyecto que permite, mediante elaboración de estudios, demostrar las bondades técnicas, económicas-financieras, institucionales y sociales de éste, en caso de llevarse a cabo. En la etapa de preparación y evaluación de un proyecto, o etapa de análisis de pre inversión, se deben realizar estudios de mercado, técnicos, económicos y financieros.

Conviene abordarlos sucesivamente en orden, determinado por la cantidad y la calidad de la información disponible, por la profundidad del análisis realizado, y por el grado de confianza de los estudios mencionados. Las fases para esta etapa de pre inversión son:

- ✓ Generación y análisis de la idea del proyecto,
- ✓ Estudio del nivel de perfil,
- ✓ Estudio de pre factibilidad
- ✓ Estudio de factibilidad.

- **Etapa de inversión.**

Es el conjunto de estudios detallados para la construcción, montaje y puesta en marcha. La etapa de estudios definitivos, no solo incluye aspectos técnicos del proyecto sino también actividades financieras, jurídicas y administrativas.

- **Etapa De Operación**

Es la etapa en que el proyecto entra en producción, iniciándose la corriente de ingresos generados por la venta del bien o servicio resultado de las operaciones, los que deben cubrir satisfactoriamente a los costos y gastos en que sea necesario incurrir. Esta etapa se inicia cuando la empresa entra a producir hasta el momento en que termine la vida útil del proyecto, periodo en el que se hará el análisis de evaluación de los resultados obtenidos.

#### **2.2.4 Evaluación del Proyecto**

(Baca, 2010), Son las actividades encaminadas a la toma de decisiones acerca de invertir en un proyecto.

Áreas en las que aplica la metodología de la evaluación de proyecto:

- Instalación de una planta totalmente nueva.
- Elaboración de un nuevo producto de una planta ya existente.
- Ampliación de la capacidad instalada o creación de sucursales.
- Sustitución de maquinaria por obsolescencia o capacidad insuficiente.

#### **2.3 ESTUDIO DE MERCADO**

(Baca, 2010), “El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Cuyo objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado, tomando en cuenta el riesgo”.

### 2.3.1 Segmentación de Mercado

(Córdoba Padilla, 2006), es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o un servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

Todos los mercados están compuestos de segmentos y estos a su vez están formados usualmente por sub segmentos.

#### 2.3.1.1 Tipos de Segmentación

- **Segmentación geográfica.** - requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como: naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.
- **Segmentación demográfica.** - es la división en grupos basados en variables demográficas como: la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las principales razones por las que se utiliza esta segmentación es que las necesidades, deseos y tasas de uso están a menudo en estrecha relación con las variables demográficas.
- **Segmentación pictográfica.** - en esta segmentación los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.
- **Segmentación por conducta.** - aquí los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas.

Para poder realizar el análisis del mercado se deben de reconocer cuatro variables fundamentales:

- Demanda
- Oferta
- Precio
- Comercialización

### **2.3.2 DEMANDA.**

(Córdoba Padilla, 2006), “La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado)”.

#### **2.3.2.1 Análisis de la demanda**

(Córdoba Padilla, 2006), La determinación de la demanda es uno de los puntos críticos en el estudio de viabilidad económica–financiera de un proyecto. Esta relevancia se ha demostrado a través de los resultados obtenidos en el cálculo de la rentabilidad con una marcada incertidumbre; de ahí la importancia que tiene el análisis de sensibilidad de la rentabilidad ante variaciones en los nichos de demanda.

- **Demanda Potencial:** (Córdoba Padilla, 2006), Se llama Demanda Potencial a la Demanda que existe en el Mercado para el consumo de diversos productos y que, por diversos factores, no ha llegado a cubrir las necesidades del Consumidor. Ejemplo: Los niños deberían consumir una determinada cantidad de leche diaria. Entonces existe una Demanda Potencial de un sector del Mercado, pero por los bajos

ingresos de una parte de la Población no es posible cubrir esa Demanda potencial.

- **Demanda Efectiva:** (Córdoba Padilla, 2006), Se halla constituida por el segmento de Demandantes que tienen las condiciones materiales necesarias para consumir un determinado producto.
- **Demanda Insatisfecha:** (Córdoba Padilla, 2006), Se presenta cuando la producción o cantidad de bienes o servicios ofrecidos no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.” Para la determinación de la demanda insatisfecha del proyecto se procedió a restar la oferta menos la demanda potencial.

### **2.3.3 OFERTA**

(Córdoba Padilla, 2006), “La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un periodo de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

#### **2.3.3.1 Análisis de la oferta**

(Baca, 2010), El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la

producción, etc. La investigación de campo que se haga deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrollara el proyecto.

#### **2.3.3.1.1 Tipos de Oferta**

- (Baca, 2010), **Oferta competitiva o de mercado libre** En ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- **Oferta oligopólica (del griego oligos, poco)** Se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acapara da una gran cantidad de materia prima para su industria. Tratar de penetrar en ese tipo de mercados no solo es riesgoso, sino que en ocasiones hasta resulta imposible.
- **Oferta monopólica** Es en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina o posee más de 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

#### **2.3.4 EL PRECIO**

(Córdoba Padilla, 2006), Al precio se lo define como “la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien” El precio es el regulador entre la oferta y la demanda, salvo cuando existe protección (aranceles, impuestos). El estudio de precios tiene gran importancia e incidencia en el estudio de mercado, ya que de la fijación del precio y de sus posibles variaciones dependerá el éxito del producto o servicio a ofrecer.

#### **2.3.5 LA DISTRIBUCION**

(Baca, 2010), “Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia. La distribución está determinada por la capacidad financiera del proyecto, ubicación del consumidor o usuario, tipo de producto y factores diversos (legislación, convenios, tradiciones). En la distribución del producto se tiene en cuenta: posición en el mercado, área de influencia, regionalización, variedad de oferta, sistemas de ventas y comportamientos.

- **Canales de Distribución**

(Baca, 2010), “Es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, determinándose en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago

a transacción, además un intercambio de información.” Los canales de distribución son todos los medios de los cuales se vale la mercadotecnia para hacer llegar los productos hasta el consumidor en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. El sistema de distribución afecta los volúmenes de venta, aprovechamiento del mercado y acumulación de inventario.

La distribución establece el medio por el que el producto pasará del productor al consumidor final, relación en la que pueden aparecer los intermediarios y que es necesario precisar, así:

- Relación directa entre el productor y consumidor, eliminándose la intermediación, común en proyectos pequeños.
- Productor – detallista – consumidor, usual en proyectos medianos.
- Productor – mayorista – minorista – consumidor, relación que se da en proyectos grandes.
- Productor – agente intermediario – mayorista-minorista-consumidor, esquema utilizado por las grandes empresas que solamente se dedican a la producción, encargando la comercialización a empresas filiales o asociadas.

**Nota:**

(<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>, 2016), **Inflación:** Según información obtenida del INEC, la inflación en el 2015 fue del 3,38% y la inflación mensual en el mes febrero del 2016 fue del 3,09 %, para el año 2016 el estado espera que esta esté por encima del 3%, a pesar del bajo precio que posee el petróleo.

### 2.3.6 ESTRATEGIAS DE MARKETING

(Kotler Philip, 2013), Son acciones que se realizan para dar a conocer un nuevo producto en el mercado, incrementar ventas, etc.

- **Precio**

(Kotler Philip, 2013), El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o un servicio. En términos generales, es la suma de todos los valores a los que renuncian los clientes para obtener los beneficios de tener o utilizar un producto o un servicio.

- **Plaza**

(Kotler Philip, 2013), Plaza es aquella que incluye las actividades de la empresa encaminadas a que el producto esté disponible para los clientes meta.

**Actividades de la plaza:** Canales, ubicaciones, transporte, inventario, etc.

- **Producto**

(Stanton, 2007), Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

- **Promoción**

(Kotler Philip, 2013), Se refiere a las actividades que comunican los méritos del producto y persuaden los clientes meta a comprarlo.

**Actividades de la promoción:** publicidad, ventas personales, promoción de ventas, etc.

## 2.4 ESTUDIO TÉCNICO

(Córdoba Padilla, 2006), El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿cuánto, ¿dónde, ¿cómo y con qué producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea éste un bien o un servicio.

**Definición.** - (Córdoba Padilla, 2006), El estudio técnico, junto con los de mercado y comercialización constituyen la fuente de información más importante para determinar la viabilidad económica. Su objetivo consiste en analizar y evaluar diversas opciones y alternativas técnicas con el objeto de seleccionar la garantía para que el proyecto sea competitivo.

### 2.4.1 El Tamaño del Proyecto

(Córdoba Padilla, 2006), Es la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

#### 2.4.1.1 Capacidad

(Córdoba Padilla, 2006), Después de definida la unidad de medida del tamaño del proyecto, se establece la cantidad de producción o de prestación de servicio por unidad de tiempo.

- **Capacidad instalada,** (Córdoba Padilla, 2006), Es la capacidad que tiene una empresa para producir en un tiempo determinado,

aprovechando al máximo el rendimiento de la planta instalada. Además, determina el volumen de producción que efectivamente pueda hacer o producir la maquinaria.

- **Capacidad real o utilizada**, (Córdoba Padilla, 2006), Define los niveles de producción efectiva que alcanza la maquinaria en función de unidades de tiempo tomando en cuenta todas las limitaciones que pueda existir en la realización del proceso productivo que hace o utiliza la empresa.

#### **2.4.2 La Localización del Proyecto**

(Córdoba Padilla, 2006), La localización es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes; de hecho, algunas empresas sólo la toman una vez en su historia. La decisión de localización no sólo afecta a empresas de nueva creación, sino también a las que ya están funcionando.

- **Factores determinantes de la localización**

(Córdoba Padilla, 2006), Si bien es cierto que la localización consiste en la ubicación del proyecto, existen factores que al final pueden influir en la decisión final, así tenemos:

- La política tributaria del gobierno
- La existencia de vías de comunicación (terrestre, aérea o marítima)
- La existencia de infraestructura urbana (agua, desagüe, luz y teléfono)
- La existencia de mercados insatisfechos y potenciales

- Disposiciones municipales
- Mano de obra disponible
- Costo del transporte
- Existencia de universidades, institutos, colegios

#### **2.4.2.1 Macro localización**

(Córdoba Padilla, 2006), La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente.

**Definición.** - Es la zona probable de la localización relacionada con la ubicación de la empresa dentro de un mercado local frente a la posible incidencia regional nacional e internacional.

#### **2.4.2.2 Micro localización.**

(Córdoba Padilla, 2006), La micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La micro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.

**Definición.** - Una vez elegida la localidad se debe seleccionar la zona más adecuada para determinar la ubicación concreta exacta del proyecto teniendo en cuenta factores demográficos-económicos.

### **2.4.3 Ingeniería del Proyecto**

(Córdoba Padilla, 2006), El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

### **2.4.4 Proceso de producción.**

(Córdoba Padilla, 2006), Es una serie de insumos que se transforman con la participación de tecnología, mano de obra, maquinaria, métodos de procedimiento de operación. Además, es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto indicando sus características: estado, color, peso, empaque, forma, y ciclo de vida.

- **Diagrama de Flujos.** - (Córdoba Padilla, 2006), Representación gráfica realizada para la definición, análisis o solución de un problema, en la cual se utiliza símbolos para representar las operaciones, los datos, los flujos, los equipos, y otras variables.
- **Flujograma de proceso:** Es una herramienta que permite describir detalladamente cada actividad requerida en donde se determinan los tiempos y los movimientos que consta el proceso de producción.
- **Descripción de requerimientos:**

Son equipos, maquinaria, herramientas, mano de obra y materia prima

### **Descripción de la maquinaria**

Son las maquinarias, equipos y herramientas necesarias para el buen funcionamiento de la empresa.

### **Descripción de la obra física de la planta.**

Se relaciona con la parte física de la empresa; determina las áreas específicas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa tomando en cuenta con el asesoramiento de los profesionales para la construcción.

## **2.5 ESTRUCTURA ORGANICA EMPRESARIAL**

### **2.5.1 Estudio Administrativo**

(Torres, 2008), El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto.

**Concepto.** - Es la estructura administrativa de la empresa la cual está fundamentada con reglamento y normas, todos relacionados con la actividad empresarial, industrial y de producción, con el fin de cumplir sus objetivos.

#### **2.5.1.1 Estructura Legal**

(Córdoba Padilla, 2006), Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley.

**Concepto.** - Son todas las leyes que deben tomarse en cuenta para la libre operación de la empresa, fundamentándose en la constitución pública del

estado, ley de compañías código de trabajo, y además leyes conexas, así como reglamentos, normas relacionadas con la actividad empresarial de producción.

#### **2.5.1.1.1 Razón Social.**

Es el nombre bajo el cual la empresa operara el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.

#### **2.5.1.1.2 Objeto Social.**

Es la actividad a la que se va dedicar la sociedad constituyéndose el objetivo fundamental de la empresa.

#### **2.5.1.1.3 Capital Social.**

Es el monto de capital con el cual se constituye la empresa, conformado con aportaciones de los socios y créditos empresariales.

#### **2.5.1.1.4 Tiempo de duración.**

Es el plazo de duración que va tener la empresa, poniendo desde la fecha de inscripción en el registro mercantil

#### **Domicilio.**

Es el lugar donde se encuentra ubicado la empresa señalando la ciudad, provincia de manera que pueda ser fácilmente localizada por sus clientes u otra persona natural o jurídica.

## **2.5.2 Estudio Administrativo Legal**

(ROBBINS, 2010), Es la parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, es la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente Talento Humano sea manejado eficientemente.

La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

### **2.5.2.1 Niveles Jerárquicos**

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme a lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo-Directivo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomarán el nombre de junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo la cual se hayan constituido. Es órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la Presidencia.

- **Nivel Ejecutivo**

Está conformado por el gerente administrador, el cual será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión. su función es cumplir y hacer cumplir los objetivos metas y planes propuestos y establecidos.

- **Nivel Asesor**

(Córdoba Padilla, 2006), Representa el asesor jurídico quien aconseja informa, orienta las decisiones legales y demás áreas que tengan que ver con la entidad a la cual estén asesorando. Este nivel está integrado por expertos que tienen que tienen amplio dominio de determinada técnica. Este nivel no tiene autoridad de mando, sino autoridad funcional, por lo tanto, no toma decisiones ni ordena los consejos, recomendaciones, asesoría, informes y más instrumentos que nacen de este nivel, para ser transformados en ordenes requieren necesariamente la decisión del jefe con mando directivo.

- **Nivel de apoyo- auxiliar**

el nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidades y eficiencia.

- **Nivel Operativo**

este nivel es responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa. es el ejecutor material de las ordenes emanadas por los órganos legislativo y directivo

### 2.5.2.2 Organigrama

(Córdoba Padilla, 2006), El organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad.

**Concepto.** - Es la representación gráfica de la estructura organizada de la empresa que permite obtener de una idea uniforme acerca de una organización donde desempeña un papel informativo y de análisis estructural.

- **Organigrama Estructural.** - Es una representación gráfica de la estructura administrativa de la empresa con el cual se conoce y visualiza los niveles de autoridad de la organización.
- **Organigrama Funcional.** - Detalla la relación de autoridad y dependencia de cada una de las unidades administrativas y sus funciones básicas.
- **Organigrama Posicional.** - Es la distribución específica de las jerarquías de puesto desempeñados por el personal directivo, ejecutivo y operacional de una empresa.

### 2.5.2.3 Manual de Funciones

(Córdoba Padilla, 2006), El manual de funciones se constituye en un documento legal, por el cual se define la naturaleza de los cargos, tareas, típicas o funciones, responsabilidades como servidor público, requisitos para acceder al cargo y la forma de contratación.

**Concepto.** - Es la descripción detallada de todos los puestos que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada trabajador va cumplir.

## **2.6 ESTUDIO FINANCIERO**

(Baca, 2010), Es un método que permite analizar las consecuencias financieras de las decisiones de un negocio. Para esto es necesario aplicar técnicas que permitan recolectar la información relevante para llevar a cabo distintas mediciones y sacar conclusiones.

### **2.6.1 Inversión Inicial**

(Baca, 2010), Comprende la adquisición de todos los activos fijos o intangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa.

- **Activos Fijos**

(Ortiz, 2009), “Para el funcionamiento de toda entidad, necesitamos de Activos Fijos que son aquellos bienes que están al servicio o para producir bienes de la empresa, es decir no están destinados a la venta, tienen una duración mayor a un año y son físicamente tangibles”.

Son los bienes de propiedad de la empresa como: terrenos, edificios, maquinaria, equipos, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama “fijo” porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que con ello ocasione problemas a sus actividades productivas a diferencia del activo corriente.

- **Activos Diferidos**

(Baca, 2010), Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso de tiempo se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc.

- **Capital de Trabajo**

(Cartier, 2010), El capital de trabajo sería igual al importe del activo corriente, que son aquellos activos susceptibles de convertirse en dinero en efectivo en un periodo inferior a un año, este punto de vista nos hace apreciar al capital de trabajo con carácter cualitativo.

### **2.6.2 Depreciación**

(Baca, 2010), Se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos.

### **2.6.3 Amortización**

(Baca, 2010), Es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero, es el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

### **2.6.4 Valor Residual**

(Sapag Chain, 2011), Es el valor final de un activo, una vez que haya perdido su valor tras haber sido utilizado durante unos años de vida determinados.

#### **2.6.4 Financiamiento**

(Baca, 2010), Es el mecanismo por medio del cual una persona o empresa, obtienen recursos para un proyecto específico que pueden ser bienes y servicios, pagar proveedores, etc. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.

- **Fuente interna**

(De Soto, 2011), Son aquellas que provienen de los accionistas de la empresa, es decir, son las nuevas aportaciones que los accionistas dan a la organización.

- **Fuente Externa**

(De Soto, 2011), Las deudas de una empresa son fuente de financiamiento que permite adquirir bienes de capital, inventarios, pago de nóminas, entre otros, Sin embargo, dicho financiamiento debe ser analizado cuidadosamente, pues compromete los recursos de la empresa a corto y largo plazo, según sea el caso.

#### **2.6.5 Presupuesto Preformado o Proyectado**

(López, 2015), En cualquier proyecto es fundamental el elaborar los presupuestos de costos e ingresos para la vida útil del proyecto ya que constituye la información básica para elaborar las herramientas o estados financieros que permiten realizar la evaluación financiera que es el punto en donde se determina la factibilidad o no de un proyecto.

## **2.6.6 Estado de Pérdidas y Ganancias**

(Baca, 2010), Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio, mediante la comparación de ingresos y egresos.

## **2.6.7 Análisis de los Costos**

### **2.6.7.1 Costos**

(Rojas Medina, 2007), Se entiende por costo la suma de las erogaciones en que incurre una persona para la adquisición de un bien o un servicio, con la intención de que genere un ingreso en el futuro.

(Cartier, 2010), El análisis de los costos es el proceso de identificación de los recursos necesarios para llevar a cabo la labor o proyecto del voluntario. Este análisis determina la calidad y cantidad de recursos necesarios. Entre otros factores, analiza el costo del proyecto en términos de dinero.

#### **2.6.7.1.1 Costo Total de Producción**

(Rojas Medina, 2007), Son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final.

- **Materia Prima Directa**

(Rojas Medina, 2007), Son todos los materiales que pueden identificarse cuantitativamente dentro del producto y cuyo aporte es considerable.

- **Mano de Obra Directa**

(Rojas Medina, 2007), Es la remuneración en salario o en especie, que se ofrece al personal que interviene directamente para la transformación de la

materia en un producto final.

#### **2.6.7.1.2 Costos Indirectos de Fabricación**

(Rojas Medina, 2007), Denominados también carga fabril, gastos generales de fábrica o gastos de fabricación. Son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y que son distintos a material directo y mano de obra directa.

#### **2.6.7.1.3 Costos de Administración**

(Rojas Medina, 2007), Son los que se originan en el área administrativa.

#### **2.6.7.1.4 Costos de Distribución o Ventas**

(Rojas Medina, 2007), Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final.

#### **2.6.7.2 Costos Fijos**

(Rojas Medina, 2007), Son aquellos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, sin importar si cambia el volumen de ventas de producción, como por ejemplo la depreciación por medio de línea recta, arrendamiento de la planta, sueldo de jefe de producción.

#### **2.6.7.3 Costos Variables**

(Rojas Medina, 2007), Son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado.

#### **2.6.7.4 Punto de Equilibrio**

(Baca, 2010), Es una herramienta financiera que permite a la empresa determinar el momento en el cual sus ventas cubrirán exactamente los costos,

además permitirá dar a conocer si la empresa está ganando o perdiendo, dependiendo si el cliente adquiere o no el producto elaborado.

**Formula:**

$$PEQ(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{PV - CVU}$$

- **En función de las ventas**

Este punto es de gran importancia, ya que es una herramienta que permite determinar el volumen de ventas que la empresa debe realizar con el fin de no perder y así la empresa pueda tener un capital económico estable, adecuado a sus necesidades.

- **En función de la capacidad instalada**

Es de gran importancia, porque de ella depende cuanta cantidad de producto se puede elaborar, dependiendo del nivel de capacidad que tenga la maquinaria de la empresa.

- **En función de la producción**

Aquí la empresa debe tomar en cuenta cuantas unidades debe producir con el fin de adquirir la materia prima directa necesaria para realizar el producto y así no producir más de lo debido, con el objetivo de que no exista un desequilibrio económico dentro de la empresa.

### **2.6.7.5 Flujo de Caja**

(Baca, 2010), Consiste en un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año por año. Estos se obtienen de los estudios técnicos de mercado, administrativo, Por lo tanto, el flujo de caja puede

considerarse como una síntesis de todos los estudios realizados como parte de la etapa de pre-inversión o como parte de la etapa de ejecución.

## 2.7 EVALUACION FINANCIERA

(Baca, 2010), La evaluación financiera pretende medir objetivamente ciertas magnitudes cuantitativas resultantes del estudio del proyecto que dan origen a operaciones matemáticas que permiten obtener diferentes coeficientes de evaluación, donde el inversionista puede evaluar la utilidad de su inversión a través de indicadores como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

### 2.7.1 Valor Actual Neto (VPN)

(Lopez, 2015), Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto para determinar, luego de descontar la inversión inicial nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo el proyecto será viable

#### Fórmula para el cálculo de VAN

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

- **V<sub>t</sub>** Representa los flujos de caja en cada periodo t
- **I<sub>0</sub>** Es e valor de desembolso inicial de la inversión
- **n** Es el número de periodos considerado.

### 2.7.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

(Baca, 2010), Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial

#### Fórmula para calcular a TIR

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

- **F<sub>t</sub>** Es el flujo de caja en el periodo t
- **n** Es el número de periodos
- **I** Es el valor de la inversión inicial

### 2.7.3 Relación Beneficio Costo (RBC)

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

#### Fórmula para calcular el (Relación Beneficio Costo)

$$B/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{V_i}{(1+i)^i}}{\sum_{i=0}^n \frac{C_i}{(1+i)^i}}$$

- **B/C** Relación Beneficio Costo
- **V<sub>i</sub>** Valor de la Producción
- **C<sub>i</sub>** Egresos (i= 0,2,3,4, n)
- **i** Tasa de descuento

#### 2.7.4 Periodo de Recuperación de La Inversión

(Sapag Chain, 2011), El periodo de recuperación de un proyecto de inversión tiene por objeto medir en cuanto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

**Fórmula para calcular el PRC**  $S=C (1+i)^n$

- **S** Es el monto que obtendremos en determinado periodo
- **C** Es e valor de flujo
- **i** Es a tasa de interés
- **n** Es el número de periodos

#### 2.7.5 Análisis De Sensibilidad

(Baca, 2010), Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto afecta la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto.

**Fórmula para calcular el Análisis de Sensibilidad**

$$VPN = VAN = \sum_0^n \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

- **VPN** Valor Presente Neto
- **VAN** Valor Actual Neto
- **FNE** Flujo Neto de Efectivo
- **i** Tasa de interés a la que se descuentan los flujos de efectivo
- **n** Corresponde al año en que se genera el flujo de efectivo de que se trate.

## **e. MATERIALES Y METODOS**

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó materiales y métodos, los cuales sirvieron para el análisis e interpretación de la información, para así cumplir con los objetivos propuestos en el mismo. A continuación, estos se describen:

### **1. Materiales**

Los materiales fueron utilizados en la realización de la tesis estos son: Material de escritorio, fichas bibliográficas, libros, hojas INEN A4, bolígrafos, lápices, borrador, copias, material de impresión, calculadoras, computadora, cámara Fotográfica y flash Memory

### **2. MÉTODOS**

Los métodos son el camino o la manera de alcanzar un objetivo, durante el desarrollo del trabajo de investigación se utilizaron los siguientes métodos:

**2.2 Método Inductivo:** Éste método fue de gran ayuda durante el estudio de mercado porque nos ayudó a conocer cuál es la demanda efectiva para nuestro proyecto mediante la aplicación de las encuestas correspondientes.

**2.2 Método Deductivo:** Mediante la utilización de este método se conoció cual es la oferta existente en el mercado, permitiendo así el desarrollo del estudio de mercado.

**2.3 Método Estadístico:** este método nos ayudó para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación, permitiendo realizar la recopilación, elaboración e interpretación de datos numéricos de la encuesta

aplicada a las familias de la provincia de Loja, estos datos también se representaron en gráficos estadísticos.

### **3. TÉCNICAS**

Las técnicas de investigación utilizadas en el desarrollo del presente trabajo de investigación, contribuyeron para determinar algunos parámetros dentro del estudio de campo, estas técnicas se detallan a continuación:

- 1. La Observación:** Sirvió para poder observar cómo es el comportamiento de la competencia en el mercado, para con que ello la nueva empresa pueda ofrecer un mejor servicio.
- 2. Encuestas:** Para la realización del estudio de mercado se aplicaron 383 encuestas a las familias de la provincia de Loja, para conocer el posicionamiento que tendrá la nueva empresa en el mercado.
- 3. Entrevistas:** Se aplicó para determinar cuáles son las ventajas y desventajas que presentan cada una de las empresas que comercializan miel de abeja dentro del mercado local y sobre todo conocer cuál es la ventaja competitiva dentro de determinado mercado.

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

### CUADRO N° 1

#### POBLACIÓN POR CANTONES DE LA PROVINCIA DE LOJA (2010)

<b>Cantones</b>	<b>Población</b>
Loja	214.855
Calvas	28.185
Catamayo	30.638
Célica	14.468
Chaguarpamba	7.161
Espíndola	14.799
Gonzanama	12.716
Macara	19.018
Paltas	23.801
Puyango	15.513
Saraguro	30.183
Sozoranga	7.465
Zapotillo	12.312
Pindal	8.645
Quilanga	4.337
Olmedo	4.870
<b>Totales</b>	<b>448.966</b>

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

La población que se tomó como referencia es la población de la provincia de Loja, la cual según el último censo poblacional publicado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es de 448.966 habitantes, con una tasa de crecimiento del 1,15 %, obteniendo una población de 480.849 habitantes y considerando que son 4 miembros por familia nos da un total 120.212 familias en la provincia de Loja.

La fórmula para la proyección de la muestra es:

$$Pf = Pa (1+i)n$$

## CUADRO N° 2

### PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN POR CANTONES

Cantones	Población 2010	Tasa de Crecimiento Poblacional	2011	2012	2013	2014	2015	2016
LOJA	214.855	1,15 %	217.326	219.825	222.353	224.910	227.497	230.113
CALVAS	28.185	1,15 %	28.509	28.837	29.169	29.504	29.843	30.187
CATAMAYO	30.638	1,15 %	30.990	31.347	31.707	32.072	32.441	32.814
CELICA	14.468	1,15 %	14.634	14.803	14.973	15.145	15.319	15.495
CHAGUARPAMBA	7.161	1,15 %	7.243	7.327	7.411	7.496	7.582	7.670
ESPINDOLA	14.799	1,15 %	14.969	15.141	15.315	15.492	15.670	15.850
GONZANAMA	12.716	1,15 %	12.862	13.010	13.160	13.311	13.464	13.619
MACARA	19.018	1,15 %	19.237	19.458	19.682	19.908	20.137	20.369
PALTAS	23.801	1,15 %	24.075	24.352	24.632	24.915	25.201	25.491
PUYANGO	15.513	1,15 %	15.691	15.872	16.054	16.239	16.426	16.615
SARAGURO	30.183	1,15 %	30.530	30.881	31.236	31.596	31.959	32.326
SOZORANGA	7.465	1,15 %	7.551	7.638	7.726	7.814	7.904	7.995
ZAPOTILLO	12.312	1,15 %	12.454	12.597	12.742	12.888	13.036	13.186
PINDAL	8.645	1,15 %	8.744	8.845	8.947	9.050	9.154	9.259
QUILANGA	4.337	1,15 %	4.387	4.437	4.488	4.540	4.592	4.645
OLMEDO	4.870	1,15 %	4.926	4.983	5.040	5.098	5.157	5.216
<b>Totales</b>	<b>448.966</b>		<b>454.129</b>	<b>459.352</b>	<b>464.634</b>	<b>469.977</b>	<b>475.382</b>	<b>480.849</b>

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 3**  
**POBLACIÓN POR FAMILIAS**

Años	Población habitantes	Población familias
0	480.849	120.212
1	486.379	121.595
2	491.972	122.993
3	497.630	124.407
4	503.353	125.838
5	509.141	127.285

Fuente: Cuadro N° 2

Elaboración: La Autora

**TAMAÑO DE LA MUESTRA.** - en el estudio se trabajó con el 5% como margen de error estadístico aplicado a las familias que corresponderá a la población de la provincia de Loja.

Una vez proyectada la población, se procedió a realizar el cálculo del tamaño de la muestra, mediante la siguiente formula:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = Distribución normalizada.

Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

E = margen de error deseado

p = proporción de aceptación deseada para el producto

q = Proporción de rechazo

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5)(120212)}{(0,05)^2 (120212 - 1) + (1,96)^2(0,05)(0,05)}$$

$$n = \frac{3.8416(0,25)(120.212)}{(0,0025)(120.212) + (38.416)(0,25)}$$

$$n = \frac{115.452}{300.53 + 0,9604}$$

$$n = \frac{115.452}{301,49}$$

$n = 383$  Esto significa que debemos aplicar 383 encuestas en la provincia de Loja.

## **DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA**

Para la distribución de la muestra, se multiplicaron las familias por el tamaño de la muestra y se dividió para el total de las familias proyectadas. En el siguiente cuadro se indica la distribución de la muestra.

#### CUADRO N° 4

#### DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR CANTONES

Cantones	Población 2016	Familias	Tamaño de la Muestra	%	# Encuestas
Loja	230.113	57.528	383	47,86	183
Calvas	30.187	7.547	383	6,28	24
Catamayo	32.814	8.203	383	6,82	26
Célica	15.495	3.874	383	3,22	12
Chaguarpamba	7.670	1.917	383	1,59	6
Espíndola	15.850	3.962	383	3,30	13
Gonzanama	13.619	3.405	383	2,83	11
Macara	20.369	5.092	383	4,24	16
Paltas	25.491	6.373	383	5,30	20
Puyango	16.615	4.154	383	3,46	13
Saraguro	32.326	8.082	383	6,72	26
Sozoranga	7.995	1.999	383	1,66	6
Zapotillo	13.186	3.297	383	2,74	11
Pindal	9.259	2.315	383	1,93	7
Quilanga	4.645	1.161	383	0,97	4
Olmedo	5.216	1.304	383	1,08	4
<b>Totales</b>	<b>480.849</b>	<b>120.212</b>		<b>100</b>	<b>383</b>

Fuente: Cuadro N° 2 y Anexo N° 1

Elaboración: La Autora

**NOTA:** La información de los resultados se encuentra condensada a la distribución de la muestra, aquí se detalla las preguntas que nos permitieron determinar las demandas, así como también el cuadro del comportamiento en el mercado de los cantones más representativos. (Anexo N° 3)

## f. RESULTADOS

La información utilizada para cualquier estudio debe ser concreta, es por ello que se la debe obtener de fuentes primarias. Los resultados de la investigación de mercado se presentan a continuación:

### RESULTADOS DE LA ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA PROVINCIA DE LOJA

El modelo de la encuesta se presenta en el Anexo N° 2

#### PREGUNTA N° 1 ¿Cuál es el ingreso mensual en su familia?

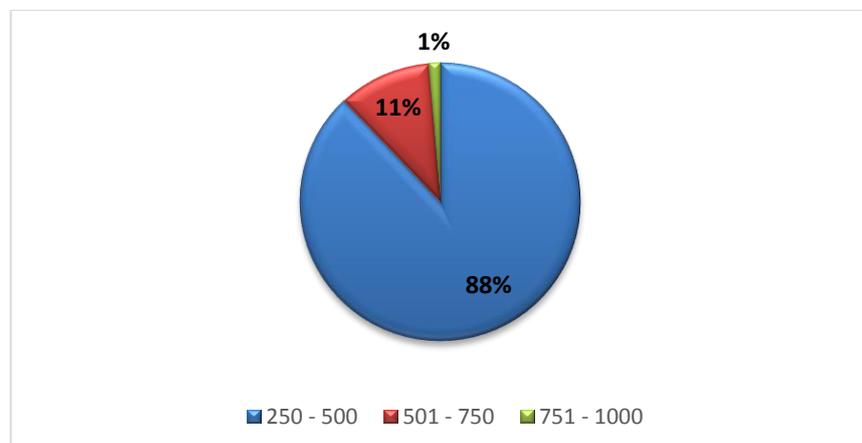
CUADRO N° 5

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
250 – 500	337	88%
501 – 750	41	11%
751 – 1000	5	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 2



**Análisis e Interpretación:** El gráfico N° 3 muestra que: el 88 % (337) tiene un ingreso entre los 250 a 500 dólares; mientras que el 11 % (41) con ingresos de 501 a 750 dólares y un 1 % (5) con ingresos de 751 a 1000.

Con esto se puede conocer que la mayoría de las familias de la provincia de Loja mantiene un promedio de ingreso mensual no mayor a 500 dólares.

**PREGUNTA N° 2 ¿En la dieta alimenticia de su familia consumen miel de abeja?**

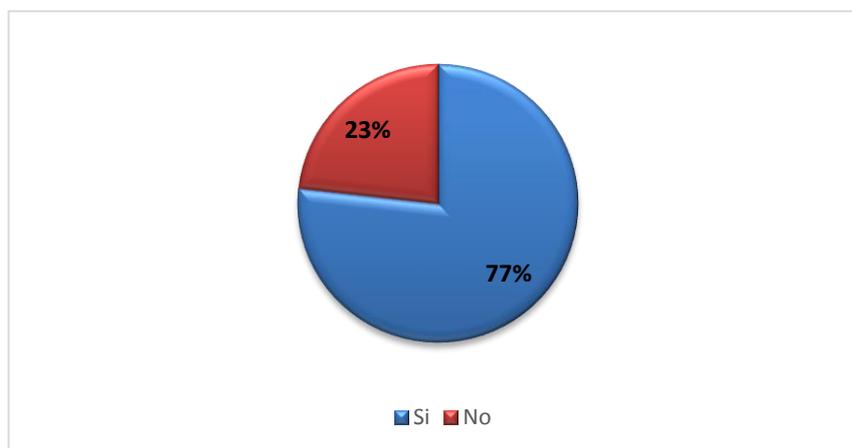
**CUADRO N° 6**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	294	77%
No	89	23%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 3**



**Análisis e Interpretación:** En el gráfico N° 5 se muestra que: el 77 % (294) de las familias consume miel de abeja y el 23 % (89) contestó que no lo hace.

Por lo tanto, se identifica un mercado amplio ya que la mayoría de la población si consume miel de abeja.

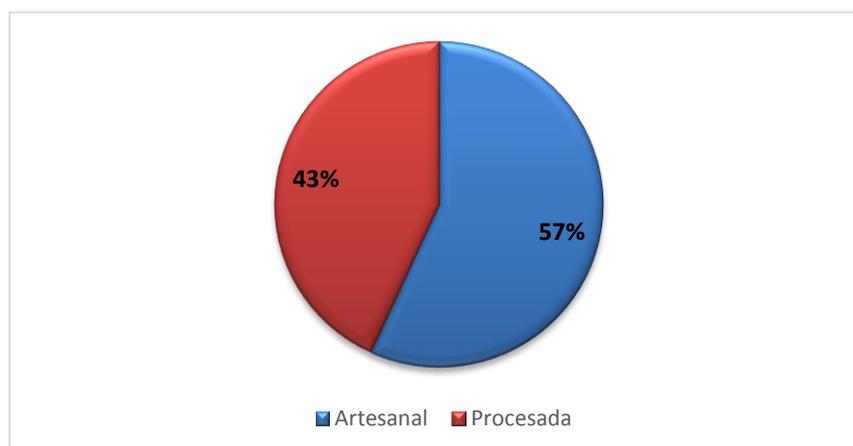
### PREGUNTA N° 3 ¿La miel de abeja que consume es?

CUADRO N° 7

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	167	57%
Procesada	127	43%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 4



**Análisis e Interpretación:** El gráfico N° 5 indica que: el 57 % (167) de las familias consume miel de abeja artesanal y un 43 % (127) miel de abeja procesada.

Según la encuesta la mayoría de las familias de la provincia de Loja, prefiere la miel de abeja artesanal.

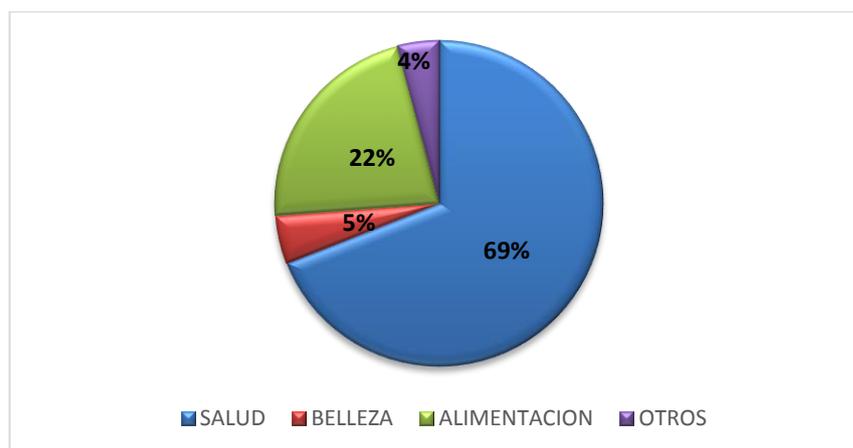
#### PREGUNTA N° 4 ¿Señale porque motivo utiliza la miel de abeja?

CUADRO N° 8

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Salud	203	69%
Belleza	14	5%
Alimentación	65	22%
Otros	13	4%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
**Elaboración:** La Autora

GRÁFICO N° 5



**Análisis e interpretación:** El gráfico N° 6 muestra que: el 69 % (69) de las familias utiliza la miel por salud, el 22 % (65) por alimentación, el 5 % (14) por belleza y un 4% (13) lo utiliza por otros motivos.

Por lo tanto, la encuesta indica que la mayoría de las familias utiliza la miel de abeja por salud y es que esto se debe a que posee múltiples propiedades medicinales.

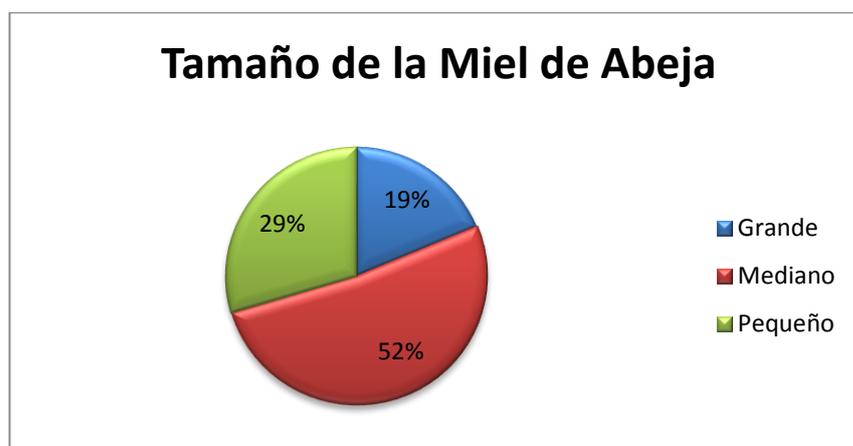
**PREGUNTA N° 5** Al momento de adquirir la miel de abeja, ¿cuál es el tamaño del envase que prefiere?

**CUADRO N° 9**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Grande	55	19%
Mediano	152	52%
Pequeño	87	29%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 6**



**Análisis e interpretación:** En el gráfico N° 7 se puede observar que: el 19 % (55) adquirieren la miel de abeja en frascos grandes, el 52% (152) prefieren el tamaño mediano, y el 29 % (87) en tamaño pequeño.

Estos resultados nos indican la venta en un solo tamaño de presentación mediana.

**PREGUNTA N° 6** Indique ¿Cuál es el precio que paga por la miel de abeja?

**CUADRO N° 10**

Descripción	Frecuencia	Xm	F.Xm	Porcentaje
5,00 - 9,99	87	7,495	652,07	30%
10,00 - 14,99	152	12,495	1.899,24	52%
15,00 - 20,00	55	17,495	962,23	19%
<b>Total</b>	<b>294</b>		<b>3.513,53</b>	<b>100%</b>
<b>PRECIO PROMEDIO</b>			<b>11,95</b>	

**Fuente:** Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
**Elaboración:** La Autora

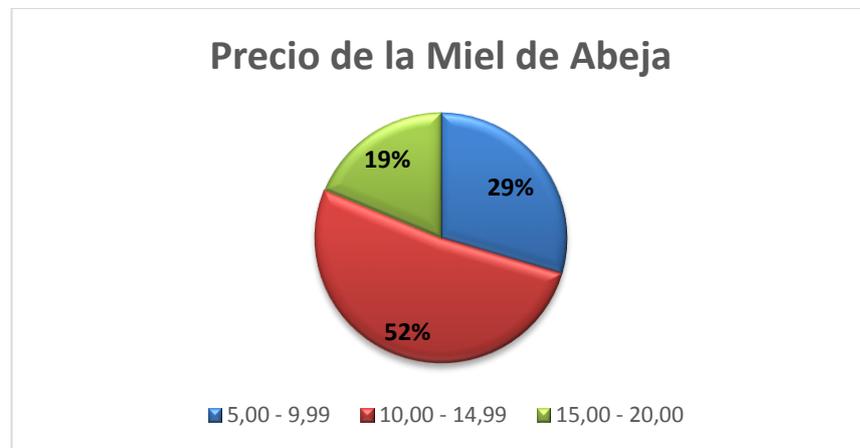
Para determinar el precio promedio de la miel de abeja se utilizó la siguiente formula:

$$\text{Precio Promedio la de Miel de abeja} = \frac{\sum(F \cdot X_m)}{n}$$

$$\text{Precio Promedio la de Miel de abeja} = \frac{3.513,53}{294}$$

$$\text{Precio Promedio la de Miel de abeja} = 11,95$$

## GRÁFICO N° 7



El precio promedio que pagan las familias de la provincia de Loja por la miel de abeja es de \$ 11,95 por frasco. Lo que se constituye en un referente para establecer el precio del producto que expenderá la nueva empresa.

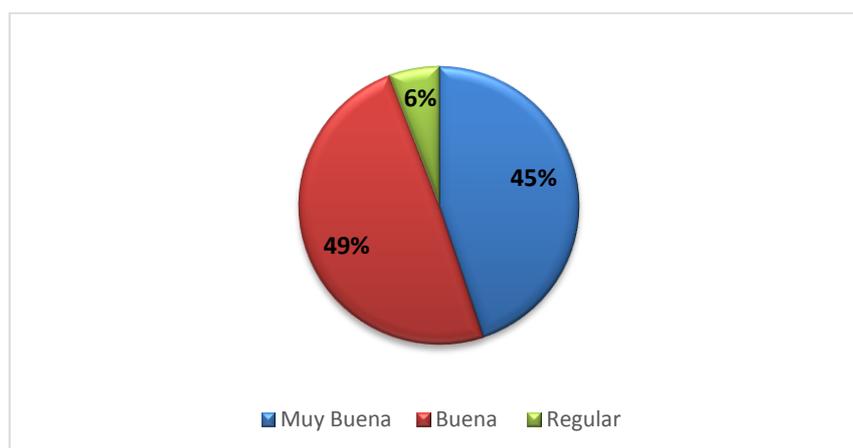
**PREGUNTA N° 7 ¿La calidad de la miel de abeja que usted consume es?**

**CUADRO N° 11**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Buena	132	45%
Buena	145	49%
Regular	17	6%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 8**



**Análisis e interpretación:** En el gráfico N° 9 se puede apreciar que: el 45 % (132) de las familias de la provincia de Loja, consideran que la miel de abeja que adquieren es de muy buena calidad, el 49 % (145) que es buena y el 6 % (17) que es regular.

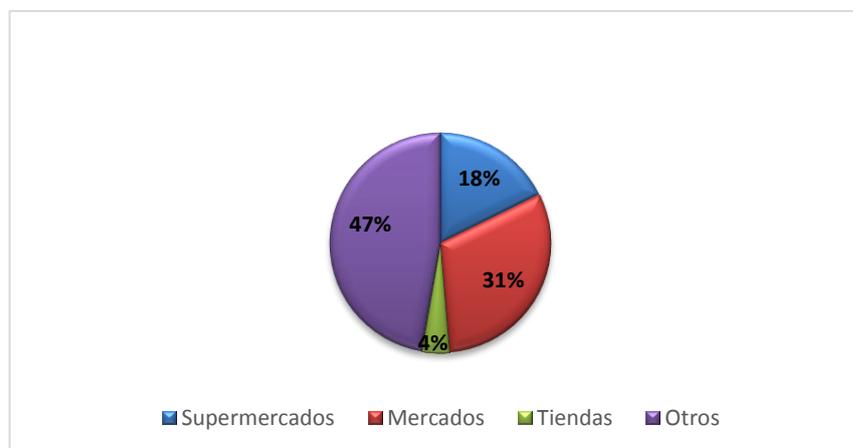
## PREGUNTA N° 8 ¿Dónde acostumbra a comprar la miel de abeja?

CUADRO N° 12

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	52	18%
Mercados	91	31%
Tiendas	12	4%
Otros	139	47%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
**Elaboración:** La Autora

GRÁFICO N° 9



**Análisis e interpretación:** El gráfico N° 8 indica que: el 18 % (52) compra la miel de abeja en supermercados, el 31 % (91) lo hace en Mercados, el 4 % (12) en tiendas y el 47% (139) prefieren comprar en otros lugares como por ejemplo directamente al apicultor.

## PREGUNTA N° 9 ¿Con que frecuencia utiliza la miel de abeja?

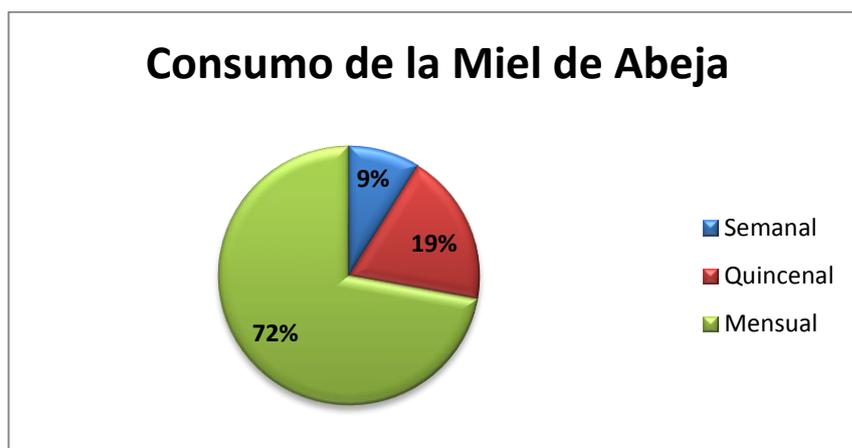
CUADRO N° 13

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	26	9%
Quincenal	56	19%
Mensual	212	72%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 10



**Análisis e interpretación:** En el gráfico N° 11 se observa que de las 294 personas que si consumen miel de abeja: el 9 % (26) semanalmente, el 19 % (56) quincenal y el 72 % (212) lo hace mensual.

Esta información servirá como referencia para saber la frecuencia del consumo de miel de abeja que tienen las familias de la provincia de Loja.

## PREGUNTA N° 10 ¿Qué cantidad consume semanalmente?

### CUADRO N° 14

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
300 gramos	126	43%
400 gramos	135	46%
800 gramos	33	11%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

Elaboración: La Autora

**Análisis:** El cuadro N°13 muestra datos del consumo de miel de abeja por familia: El 43% (126) consume una cucharada diaria, el 46% (135) dos cucharadas, el 11 % (33) tres cucharadas y el 17% 51 consume más de 4 cucharadas.

### CUADRO N° 15

CONSUMO SEMANAL					
Detalle	Frecuencia	Medida de consumo	Consumo total	Semanas al año	Consumo al año
300 gramos	11	300	3.300	52	171.600
400 gramos	13	400	5.200	52	270.400
800 gramos	2	800	1.600	52	83.200
<b>Total</b>	<b>26</b>		<b>Total</b>		<b>525.200</b>

Fuente: Cuadro N° 13 y Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 16**

<b>CONSUMO QUINCENAL</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Medida de consumo</b>	<b>Consumo total</b>	<b>quincenas al año</b>	<b>Consumo al año</b>
<b>300 gramos</b>	25	<b>300</b>	7.500	26	195.000
<b>400 gramos</b>	27	<b>400</b>	10.800	26	280.800
<b>800 gramos</b>	4	<b>800</b>	3.200	26	83.200
<b>Total</b>	<b>56</b>		<b>Total</b>		<b>559.000</b>

**Fuente:** Cuadro N° 13 y Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

**Elaboración:** La Autora

**CUADRO N° 17**

<b>CONSUMO MENSUAL</b>					
<b>Detalle</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Medida de consumo</b>	<b>Consumo total</b>	<b>meses al año</b>	<b>Consumo al año</b>
<b>300 gramos</b>	90	<b>300</b>	27.000	12	324.000
<b>400 gramos</b>	95	<b>400</b>	38.000	12	456.000
<b>800 gramos</b>	27	<b>800</b>	21.600	12	259.200
<b>Total</b>	<b>212</b>		<b>Total</b>		<b>1.039.200</b>

**Fuente:** Cuadro N° 13 y Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

**Elaboración:** La Autora

**CUADRO N° 18**

<b>CONSUMO DE MIEL DE ABEJA</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Total</b>
Consumo total al año (gramos)	2.123.400
Familias que consumen miel de abeja	294
Consumo promedio por familia al año (gramos)	<b>7.222</b>

**Fuente:** Cuadros N° 14, 15 y 16

**Elaboración:** La Autora

Para determinar el consumo promedio por familia se tomó los datos que se obtuvieron de las preguntas N° 9 que se refería a la frecuencia de consumo y la pregunta N°10 que es la cantidad que consumen las familias.

El consumo de miel de abeja al año de las familias de la provincia de Loja se lo estableció de la siguiente manera: quienes consumen semanalmente lo hacen 525.200 gramos al año, los de manera quincenal 559.000 gramos al año y de forma mensual 1039.200 gramos al año, sumando dichas cantidades nos da un consumo de 2.213.400 gramos anuales, este resultado dividido para las 294 familias que consumen miel de abeja, da un consumo promedio de 7.222 gramos al año por familia en la provincia de Loja.

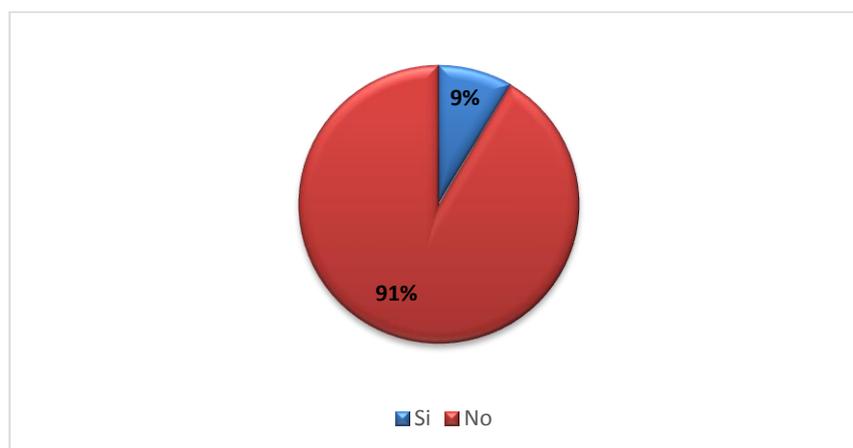
### PREGUNTA N° 11 ¿Conoce usted la miel de abeja Apis Melífera?

CUADRO N° 19

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	9%
No	269	91%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 11



**Análisis e interpretación:** En el gráfico N° 12 se observa que: el 9 % (25) de las familias encuestadas tienen conocimiento de la miel de abeja Apis Melífera y el 91 % (269) no posee conocimiento alguno de la misma.

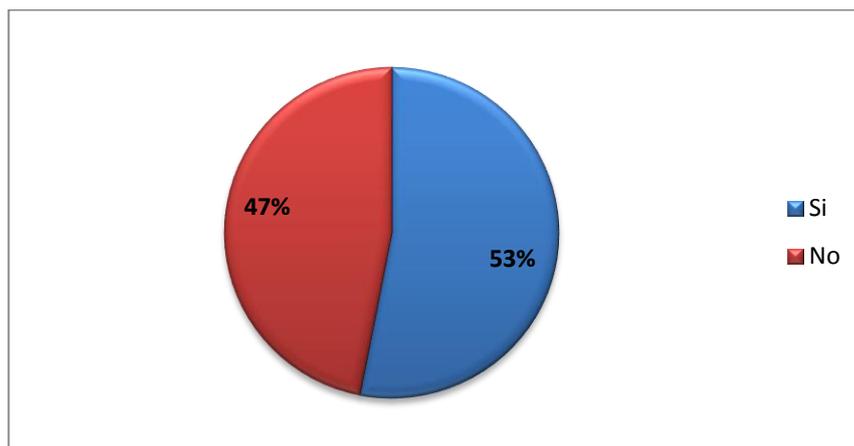
## PREGUNTA N° 12 ¿Le gustaría adquirir miel de abeja Apis Melífera?

CUADRO N° 20

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	156	53%
No	138	47%
<b>Total</b>	<b>294</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 12



**Análisis e interpretación:** El gráfico 13 indica que: al 53 % (156) le gustaría adquirir miel de abeja Apis melífera y el 47 % (138) no le gustaría.

### PREGUNTA N° 13 ¿Cuál de las siguientes presentaciones prefiere?

CUADRO N° 21

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Envase de vidrio	102	65%
Envase plástico	54	35%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja

Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 13



**Análisis e interpretación:** En el gráfico 13 se observa que: el 65 % (102) prefiere el envase de vidrio y el 35 % (54) que sea en envase de plástico.

Esto nos indica que la mayoría de los encuestados prefieren los envases de vidrio para la presentación.

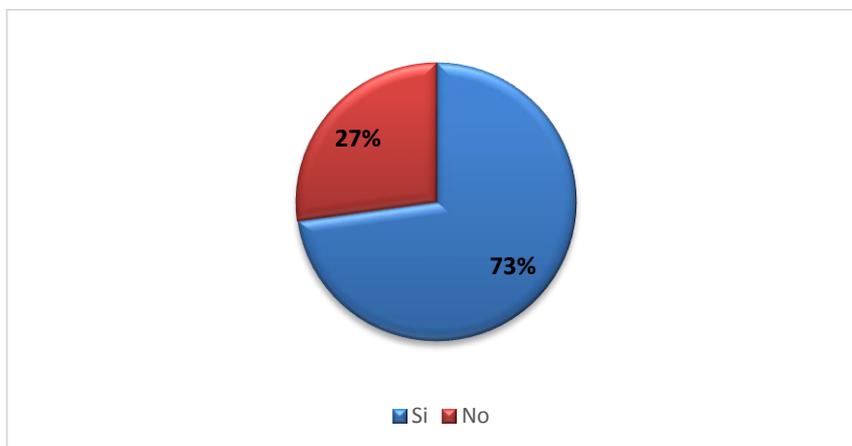
**PREGUNTA N° 14 ¿Si una empresa ofreciera miel de abeja Apís Melífera, bajo estrictos controles de calidad y 100 % natural, usted estaría dispuesto adquirirlo?**

**CUADRO N° 22**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	114	73%
No	42	27%
<b>Total</b>	<b>156</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a las familias de la provincia de Loja  
**Elaboración:** La Autora

**GRÁFICO N° 14**



**Análisis e interpretación:** El gráfico 14 indica que: el 73 % (114) de los encuestados contestaron que si estarían dispuestos a adquirir nuestro producto el cual estará garantizado bajo estrictos controles de calidad y el 27 % (42) no lo comprarían.

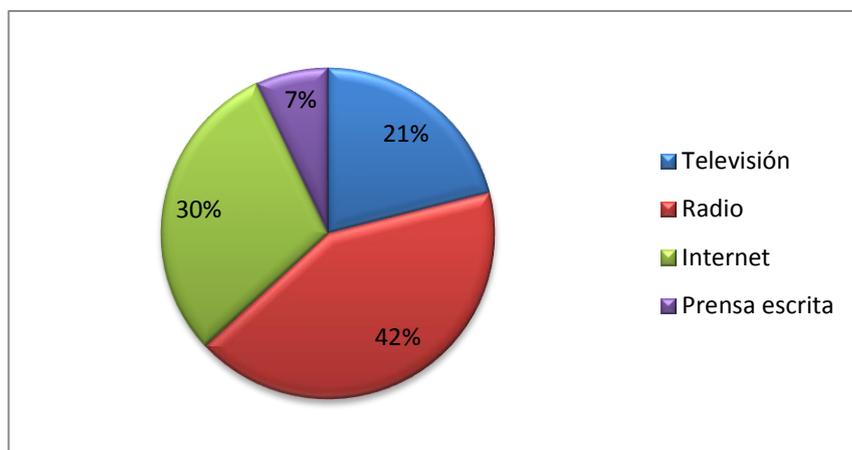
**PREGUNTA N° 15 ¿Qué medio de comunicación o red social utiliza con frecuencia?**

**CUADRO N° 23**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	24	21%
Radio	48	42%
Internet	34	30%
Prensa escrita	8	7%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la provincia de Loja  
Elaboración: La Autora

**GRÁFICO N° 15**



**Análisis e interpretación:** El gráfico 15 indica que de todos los encuestados, el 21 % (24) usa la televisión por sus programaciones, el 42 % (48) les gusta escuchar la radio, el 30 % (34) corresponde al internet y un 7 % (8) la prensa escrita.

## **g. DISCUSIÓN**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El estudio de mercado es el estudio de la demanda y la oferta, mientras que el mercado es apreciado como el lugar en el cual convergen la demanda y la oferta para llevar a cabo intercambios comerciales de bienes y/o servicios en donde su valor está determinado por el precio.

### **ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

La demanda es la cantidad de producto que requiere el mercado para la satisfacción de una necesidad, especificándose en un precio determinado.

El análisis de la demanda permite que la empresa ingrese con éxito en el mercado para realizar sus operaciones comerciales.

Conociendo que no existe información estadística y económica acerca de la producción de miel de abeja, se han combinado técnicas de investigación de campo e información obtenida de fuentes secundarias, las cuales proporcionan una idea de la demanda actual que existe en el mercado.

Para el desarrollo del presente proyecto se realizaron 383 encuestas, aplicadas a las familias en la provincia de Loja.

**CUADRO N° 24**  
**DEMANDA POTENCIAL**

<b>Años</b>	<b>Población</b>	<b>% Consumo de Miel de Abeja (Artesanal)</b>	<b>Demanda Potencial</b>
0	120.212	77%	92.278
1	121.595	77%	93.339
2	122.993	77%	94.412
3	124.407	77%	95.498
4	125.838	77%	96.596
5	127.285	77%	97.707

**Fuente:** Cuadro N° 3 y Pregunta N° 2

**Elaboración:** La Autora

La Demanda potencial se encuentra constituida por la cantidad de bienes y/o servicios que se puede utilizar o consumir en el mercado.

Para conocer la demanda potencial se tomó la población de familias de la provincia de Loja, la cual se encuentra proyectada para los cinco años de vida útil del proyecto (Cuadro N° 3) y el 77% fue obtenido de los datos de la pregunta N° 2 (Cuadro N° 6) de las encuestas aplicadas a las familias, procediendo de la siguiente manera:

La población por familias de la provincia de Loja para el año 1 es de 121.595 y se la multiplico por el 77% que es el porcentaje que consume miel de abeja artesanal, dando como resultado la cantidad de 93.339 familias. Para los siguientes años se realiza el mismo procedimiento.

## CUADRO N° 25

### DEMANDA REAL

Años	Demanda Potencial	% Consumo Miel de Abeja A. M.	Demanda Real
0	92.278	53%	48.964
1	93.339	53%	49.527
2	94.412	53%	50.096
3	95.498	53%	50.672
4	96.596	53%	51.255
5	97.707	53%	51.845

**Fuente:** Cuadro N° 24 y Pregunta N° 12

**Elaboración:** La Autora

La demanda real es la que se encuentra constituida por la cantidad de bienes y/o servicios que consumen o que están dispuestos a utilizar actual mente en el mercado.

Por lo tanto, se consideró a los posibles clientes que consumen el producto, los datos de la demanda potencial se obtuvieron del cuadro N° 24 y de la pregunta N° 12 de las encuestas aplicadas a las familias de la provincia de Loja.

Para obtener la demanda real se tomó los datos del primer año de la demanda potencial que es 93.339 y se multiplico por el porcentaje de familias que estarían dispuestos a consumir miel de abeja que es del 53 %, dando como resultado para el primer año la cantidad de 49.527 familias que consumirían nuestro producto. Para los años siguientes se realiza el mismo procedimiento.

**CUADRO N° 26**  
**DEMANDA EFECTIVA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Real</b>	<b>% Consumo Miel de Abeja</b>	<b>Demanda Efectiva</b>
0	48.964	73%	35.781
1	49.527	73%	36.193
2	50.096	73%	36.609
3	50.672	73%	37.030
4	51.255	73%	37.456
5	51.845	73%	37.886

**Fuente:** Cuadro N° 25 y Pregunta N° 14

**Elaboración:** La Autora

La demanda efectiva es el conjunto de bienes y/o servicios que son requeridos por el mercado.

Para obtener la demanda efectiva de este proyecto se tomó los datos de la demanda real cuadro N° 25 y los datos de la pregunta N° 14 de las encuestas realizadas a las familias de la provincia de Loja.

Se tomó los datos del primer año que son de 49.527 y se los multiplico por el porcentaje de familias que respondieron positivamente que es del 73 %, dando como resultado 36.193 familias que estarían dispuestas a comprar nuestro producto.

**CUADRO N° 27**  
**DEMANDA FUTURA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Consumo x</b>	<b>Demanda futura (g)</b>
0	35.781	7.222	258.427.868
1	36.193	7.222	261.399.788
2	36.609	7.222	264.405.886
3	37.030	7.222	267.446.554
4	37.456	7.222	270.522.189
5	37.886	7.222	273.633.194

**Fuente:** Cuadro N° 26 y Preguntas N° 9 Y 10

**Elaboración:** La Autora

La demanda futura es la estimación de la cantidad de bienes o servicios que se necesita en el mercado.

Para conocer la demanda futura se tomó los datos de la demanda efectiva cuadro N° 26 y los datos del consumo promedio de miel de abeja de las familias de la provincia de Loja cuadro N° 18.

Para determinar la demanda futura se tomó los datos del primer año de la demanda efectiva que son de 36.193 y se lo multiplico por el consumo promedio que es de 7.222 gramos anuales, obteniendo así 261.399.788 gramos de miel de abeja.

## **ANÁLISIS DE LA OFERTA**

La oferta es la cantidad de producto que las empresas ofrecen en el mercado para su venta en un determinado lapso de tiempo y espacio.

Para determinar la oferta se realizó una entrevista a los principales centros comerciales o supermercados de la ciudad de Loja por ser este el mercado más amplio para la comercialización del producto, la información que se ha logrado obtener es de suma importancia, debido a que nos permite conocer algunas características de la competencia, la procedencia de la miel de abeja que comercializan y las ventas mensuales, determinando así las ventas anuales que ellos realizan.

En el siguiente cuadro se muestra los principales oferentes de miel de abeja en la ciudad de Loja.

**CUADRO N° 28**

**PRINCIPALES OFERENTES DE MIEL DE ABEJA**

<b>Supermercado</b>	<b>Marca</b>	<b>Procedencia</b>	<b>Envase</b>	<b>presentación (g)</b>	<b>P.V.P (\$)</b>	<b>Ventas Mensual Unidades</b>	<b>Total (g)</b>
SUPERMAXI	Schullo	Pichincha	Vidrio	600	7,70	30	18.000
SUPERMAXI	Schullo	Pichincha	Vidrio	330	6,70	45	14.850
SUPERMAXI	La Mega Miel	Pichincha	Vidrio	320	5,80	30	9.600
SUPERMAXI	Grand Mother	Pichincha	Vidrio	300	6,90	15	4.500
AKI	Aki	Pichincha	Plástico	330	3,99	20	6.600
AKI	Schullo	Pichincha	Vidrio	330	6,81	35	11.550
AKI	Grand Mother	Pichincha	Vidrio	300	6,63	20	6.000
AKI	La Mega Miel	Pichincha	Vidrio	320	5,75	25	8.000
ROMAR	Miel Rosita	Loja	Vidrio	800	8,35	25	20.000
ROMAR	Abejita Longeva	Loja	Vidrio	300	5,30	25	7.500
ROMAR	Schullo	Pichincha	Vidrio	330	6,25	35	11.550
ZERIMAR	Abejita Longeva	Loja	Vidrio	600	7,50	25	15.000
ZERIMAR	Miel Rosita	Loja	Vidrio	800	7,88	30	24.000
ZERIMAR	Miel Rosita	Loja	Vidrio	400	4,80	35	14.000
ZERIMAR	Schullo	Pichincha	Vidrio	330	6,90	45	14.850
TIA	Abejita Longeva	Loja	Vidrio	300	4,10	35	10.500
TIA	Ecomiel	Santa Elena	Plástico	300	3,75	25	7.500
YEROVI	Kris Miel	Pichincha	Vidrio	650	8,95	25	16.250
YEROVI	Kris Miel	Pichincha	Vidrio	300	4,25	45	13.500
YEROVI	Miel Rosita	Loja	Vidrio	800	7,25	55	44.000
YEROVI	Miel Rosita	Loja	Vidrio	400	4,48	50	20.000
API-LOJA	Miel Rosita	Loja	Vidrio	800	3,50	180	144.000
API-LOJA	Miel Rosita	Loja	Vidrio	400	7,00	170	68.000
<b>Total de Ventas en Gramos</b>							<b>6.117.000</b>

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

La información obtenida de la competencia muestra que se comercializa 6.117.000 gramos anuales de miel de abeja en la ciudad de Loja y que la mayoría es proveniente de la provincia de Pichincha, esto representa costos de transporte el cual se ve reflejado en el costo del producto.

### **PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

Para la proyección de la oferta se tomó en consideración el crecimiento de locales que ofrecen la comercialización de miel de abeja en la ciudad de Loja, por ser este el lugar de mayor expendio del producto. Estos datos fueron obtenidos del

Según los datos obtenidos en el Servicio de Rentas Internas (SRI Loja), existen nueve oferentes de los cuales ocho inician sus actividades entre los años 1999 y 2009, mientras que en el 2016 lo realiza solamente un local.

Para determinar la tasa de crecimiento por número de locales se aplicó la siguiente formula:

$$TC = \frac{T_{\text{Actual}} - T_{\text{Anterior}}}{T_{\text{Anterior}}}$$

$$TC = \frac{9 - 8}{8}$$

$$TC = 0,125$$

El cálculo para la proyección se determinó en base a la siguiente formula:

$$C_n = C_o (1 + i)^n$$

Dónde:

Cn = Consumo del año n

Co = Consumo del año 0

i = Tasa de crecimiento

n = Número de años

La proyección de la oferta sería:

$$Cn = 6.117.000(1 + 0,125)^1$$

$$Cn = 6.881.625$$

#### CUADRO N° 29

#### PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Años	% de crecimiento (12,50%)	Ventas
0	0,125	6.117.000
1	0,125	6.881.625
2	0,125	7.741.828
3	0,125	8.709.557
4	0,125	9.798.251
5	0,125	11.023.033

**Fuente:** Cuadro N° 28 y Datos SRI Loja.

**Elaboración:** La Autora

Para obtener la proyección de la oferta se tomó los datos del promedio total anual en gramos de miel de abeja en el primer año, que son 6.881.625 cuadro N°28, y se los proyecta con la tasa de crecimiento por número de locales que es de 12,50 %, dando como resultado 7.741.828 gramos para el segundo año, se realiza el mismo procedimiento para los siguientes años.

### CUADRO N° 30

#### PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

Años	Demanda futura (g)	Oferta Ventas (g)	Demanda Insatisfecha (g)
0	258.427.868	6.117.000	252.310.868
1	261.399.788	6.881.625	254.518.163
2	264.405.886	7.741.828	256.664.058
3	267.446.554	8.709.557	258.736.997
4	270.522.189	9.798.251	260.723.938
5	273.633.194	11.023.033	262.610.162

**Fuente:** Cuadro N° 27, N° 29 y Datos SRI Loja.

**Elaboración:** La Autora

La demanda insatisfecha se obtiene con los datos de los cuadros N° 27 y 29, se toma los datos del primer año y se los resta dando como resultado para el primer año una demanda insatisfecha de 254.518.163 gramos de miel de abeja, se realiza el mismo procedimiento para los siguientes años.

## **PLAN DE COMERCIALIZACIÓN**

Dentro de la comercialización se desarrollan estrategias necesarias de mercadeo, las cuales están orientadas a la satisfacción de necesidades de los clientes.

El plan de comercialización para la empresa se determinó en función de los siguientes aspectos fundamentales:

- ✓ Producto
- ✓ Precio
- ✓ Plaza
- ✓ Promoción

### **Nombre de la empresa**

Empresa de miel de abeja Apis Melífera “MIEL DEL BOSQUE “

**Producto.** – Nuestra empresa pretende ofrecer al mercado miel de abeja Apis Melífera, es un producto natural, el cual será cosechado y envasado de forma técnica, evitando que se pierdan las propiedades que esta posee, para así brindar un producto de calidad a la sociedad, el producto se ofrecerá en envases de vidrio, presentación de 500 gramos que permita la satisfacción de necesidades de los consumidores.

Características de la miel:

- De fácil digestión
- Cicatrizante
- Propiedades antibacteriales y antisépticas para la piel, intestino, sistema respiratorio, etc.
- Contiene: vitaminas C, B1, B2, B3, B5, B6, etc., sales minerales y enzimas.

El producto será vendido en una presentación de acuerdo a la norma INEN 1572, esta norma establece los requisitos que debe cumplir la miel de abeja para consumo humano, directo, por ser un producto natural.

- **Envase** de 500 gramos, se escoge este envase porque tiene una preferencia en un 52 %, el envase es una botella de vidrio, con tapa "twist off" metálica, y sello de seguridad de plástico transparente

### GRÁFICO N° 16 PRESENTACIÓN DEL ENVASE



**500 g**

**Fuente: CEDRI CIA. LTDA, Guayaquil**

- **Etiqueta** será en papel adhesivo colocada en la parte frontal del envase, en la misma se registrará los datos más importantes del producto como son: Nombre del producto, contenido neto, ingredientes, valor energético, porción por cucharada, minerales,

vitaminas, fecha de elaboración y de expedición, norma INEN código de barras y procedencia.

- **Slogan**, es una frase expresiva, fácil de recordar, que hace referencia al producto, el mismo se muestra en la parte inferior de la etiqueta, mencionado de la siguiente manera: “Tu mejor fuente de energía”

### GRÁFICO N° 17

#### ETIQUETA DEL ENVASE

<b>Información Nutricional:</b> Contenido Neto 500 g  Porción x cucharada 27,5 g <b>Grasa</b> 0 g <b>Valor Energético:</b> 200 Cal. <b>Minerales:</b> Calcio, Fosforo, Hierro, Magnesio, Sodio y Potasio <b>Vitaminas:</b> Ácido Ascórbico, Tiamina, Riboflamina y Niacina.		<b>Ingredientes:</b> Miel de Abeja Apis Melífera 100 % Natural.  Mantener en un lugar fresco y seco.  <b>Fecha Elab:</b>  <b>Fecha de Exp:</b>  <b>Norma INEN:</b> 1572
--	---	---

**Elaboración:** La Autora

**Precio.** – la determinación del precio de venta al público del producto se lo realizará de acuerdo a los costos operacionales y de producción que nos permita cubrir los gastos en los que se ha incurrido, teniendo en cuenta que el precio se encuentre dentro del margen de la competencia.

**Distribución de la Plaza.** - es el proceso que lleva a cabo el productor para hacer llegar el producto al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

La distribución se la realizará en la provincia de Loja, principalmente en los cantones que representan mayor porcentaje de participación en el mercado como lo es el cantón Loja, en sitios que son más concurridos por los consumidores como: supermercados, micro mercados, mercados y tiendas de barrio, debido a que son considerados lugares de expendio masivo y variado.

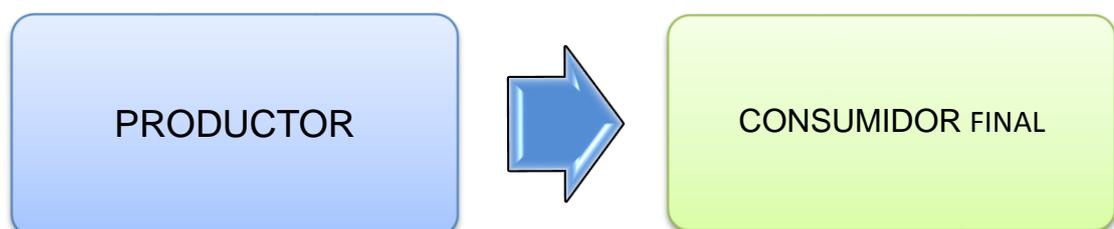
Para la distribución se va a considerar los siguientes canales de comercialización:

- del Productor al intermediario y al consumidor final.

#### DIAGRAMA DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



- del Productor al consumidor final.



**Publicidad.** - Antes de iniciar con la comercialización del producto se realizará un plan de mercadeo:

- Realizar exposiciones del producto en fechas festivas especialmente en los principales cantones de la provincia de Loja como son: Loja, Catamayo, Saraguro, Calvas y Paltas.
- Se creará un blog que estará vinculado a las redes sociales y mediante el cual se realizará la publicidad de la empresa “Miel del Bosque”
- Se realizará publicidad en la radio Zapotillo, la cual tiene cobertura para toda la provincia de Loja.

**Mensaje que se comunicara:**

Segmento de salud

“Consume Miel del Bosque, la mejor fuente de Energía para ti y tu familia”.

Características del lugar donde se produce (Flora).

Cierre (Dirección y teléfonos)

**Duración:** 1 mes

**CUADRO N° 31**

**PUBLICIDAD**

<b>Cantidad</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor total</b>
105	Cuña Radial	1,20	126,00
1	Diseño de la Pagina Web		200,00
<b>Total Anual</b>			<b>1712,00</b>
<b>Total Mensual</b>			<b>142,67</b>

**Fuente:** Radio Zapotillo

**Elaboración:** La Autora

## **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico tiene por objetivo analizar la localización de la planta, realizar la ingeniería básica del producto y de los procesos que van a formar parte de la producción y comercialización, con la finalidad de establecer las condiciones ideales para que la nueva unidad productiva se desarrolle con eficiencia.

### **Localización**

Determinar la localización de la empresa comprende el conocimiento de varios factores que se debe considerar para la ubicación de los apiarios, el proceso de producción, el tamaño de la producción, el proceso de producción, el tamaño de la producción, el centro de acopio y procesamiento.

#### ➤ **Macro Localización**

La empresa MIEL DEL BOSQUE, estará ubicada al sur del Ecuador, provincia de Loja, cantón Zapotillo, lugar ideal para realizar sus operaciones de producción, envasado, comercialización distribución y ventas.

La ubicación ha sido determinada en dicho lugar debido a los siguientes factores:

- se caracteriza por su clima tropical apto para la actividad apícola.
- Comunicación y transporte.
- Disponibilidad de la Mano de Obra, Materia Prima y Servicios Básicos.

Estos factores se han determinado de acuerdo a la actividad de la empresa, los cuales se describen a continuación:

- Disponibilidad de servicios Básicos. - El cantón zapotillo cuenta con agua potable, luz Eléctrica y servicio de telefonía fija e internet.

- Comunicación y Transporte. - Se tomó en cuenta las vías de acceso, la disponibilidad de transporte, para el ingreso y salida de materia prima, mano de obra y además su ubicación es en una zona no muy poblada para evitar accidentes.
- Disponibilidad de Mano de Obra. - Se cuenta con fuerza laboral calificada para el desarrollo de actividades en este tipo de trabajo.
- Disponibilidad de Materia Prima. – Existe abundante flora melífera, este es un factor importante debido a que las abejas se alimentan del néctar de las flores.
- La distancia en la que se ubicarán los apiarios serán a 300 metros como mínimo para: viviendas, vías públicas y criaderos de animales.
- Se colocarán 9 apiarios: 8 con 14 colmenas cada uno y uno con 13, en total 125 colmenas, así se evitará la saturación.
- Se contará con seguridad necesaria para evitar el robo de colmenas.

### GRÁFICO N° 18

#### MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA



Fuente: Google Maps

### **Micro localización**

Es el estudio que se realiza con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la Empresa, ya que este sitio es el que permite cumplir con los objetivos propuestos.

La empresa MIEL DEL BOSQUE, estará ubicada a 10 minutos del cantón Zapotillo, en el sector La Tamayo, posee una temperatura anual de 27 grados centígrados en verano y en invierno de 30°C, lo cual indica una flora abundante y un clima óptimo.

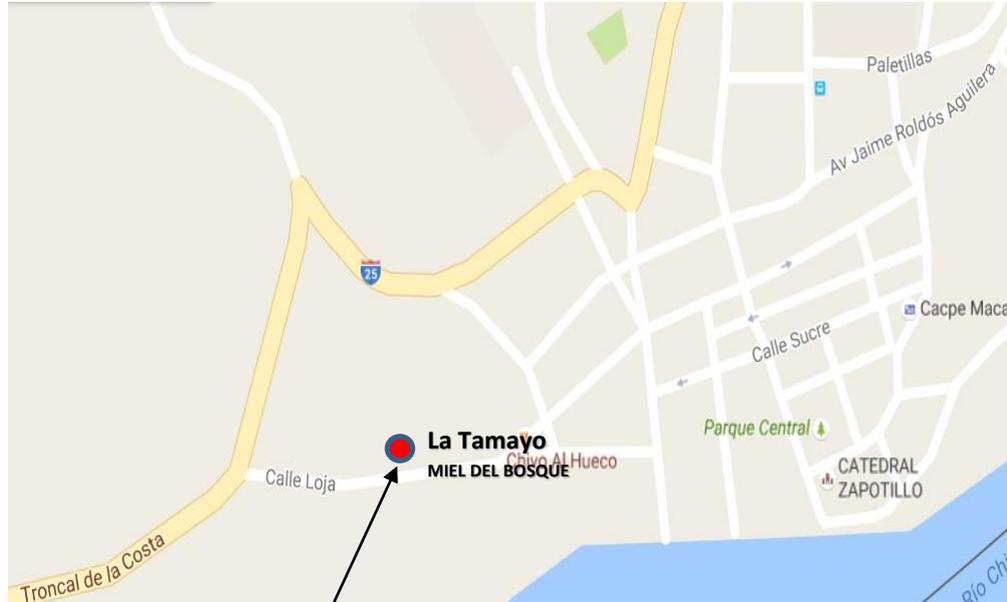
Para la ubicación de los apiarios se ha elegido un terreno de una hectárea (10.000 m<sup>2</sup>), el cual se encuentra rodeado de abundante floración, disponibilidad de aguas no contaminadas, zonas alejadas de viviendas y de criaderos de animales tales como: pollos, cerdos, entre otros que sean generadores de contaminación alguna.

En el siguiente cuadro se muestra la dirección exacta de la empresa:

**CUADRO N° 32**

<b>DIRECCIÓN</b>	<b>CAPACIDAD DE COLMENAS</b>
Cantón Zapotillo Sector: La Tamayo	125

**GRÁFICO N° 19**  
**MAPA DE ZAPOTILLO**



**Fuente:** Google Maps

**Terreno para la empresa**



**Fuente:** Investigación Directa

## CRITERIOS DE SELECCION DE ALTERNATIVAS

Los factores tomados en cuenta para la selección de la localización son los siguientes:

- ✓ Disponibilidad de servicios básicos. – el sector para la localización de la planta cuenta con servicios básicos tales como: energía eléctrica, agua potable, telefonía fija e internet.
- ✓ Factores ambientales. - la implementación de la nueva empresa no afecta al medio ambiente, debido a que no existen desechos que puedan hacerlo.

Así mismo el sector cuenta con pequeños valles, cuencas de ríos, arroyos, esto es un aspecto positivo para la alimentación de las abejas debido a que ellas beben agua de ríos, del rocío de las plantas y arroyos.

- ✓ Comunicación y vías de acceso. - La comunicación en el sector es amplia posee cobertura de operadoras como: Claro, movistar, Cnt y twenty.

El sector posee una de las mejores redes viales, se puede llegar con facilidad y sin demoras a los posibles clientes.

- ✓ La materia prima será producida directamente, en lo que se refiere a la obtención de los insumos no son de dificultad debido a que los proveedores están dispuestos a trasladar el producto a su lugar de destino.

## Tamaño de la planta

El tamaño de la planta, también se la conoce como capacidad instalada de producción de la misma, la cual se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo.

Para establecer la capacidad del proyecto se considera lo siguiente:

- Información base de la demanda insatisfecha, la cual está proyectada para los cinco años de vida del proyecto.
- Disposición de un terreno de 10.000 m<sup>2</sup> (1 Hectárea), 9.770m<sup>2</sup> son para la distribución de las colmenas y los 230 m<sup>2</sup> son para la construcción de la planta.
- La cosecha de las colmenas se la realiza 4 veces al año, es decir cada 3 meses, una colmena rinde 15.000 gramos de miel, dando un total de 60.000 gramos al año por colmena.
- Los 60.000 gramos multiplicados por las 125 colmenas que serán cosechadas, da un total de 7.500.000 gramos al año y esto dividido para 500 debido a que el producto será vendido en esta medida, da un total 15.000 unidades al año.

### CUADRO N° 33

#### CALCULO DE LA CAPACIDAD INSTALADA

4 Cosecha/año	X	15.000	60.000g/año
<b>60.000 g.</b>	X	125 Colmenas	7.500.000 g/año
<b>7.500.000 g.</b>	/	500	15.000 U/año

Fuente: Asesoramiento técnico (MAGAP).

Elaboración: La Autora

➤ **Capacidad Instalada**

La planta puede soportar una capacidad instalada de 125 colmenas, con una producción de 7.500.000 gramos anuales, que equivale a 15.000 unidades de 500 gramos producidas al año.

**CUADRO N° 34**

**CAPACIDAD INSTALADA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>N° Colmenas</b>	<b>Colmena 60.000 gramos</b>	<b>Unidades Producidas 500 g</b>
0	252.310.868	125	7.500.000	15.000
1	254.518.163	125	7.500.000	15.000
2	256.664.058	125	7.500.000	15.000
3	258.736.997	125	7.500.000	15.000
4	260.723.938	125	7.500.000	15.000
5	262.610.162	125	7.500.000	15.000

**Fuente:** Cuadro N° 30 y N° 33

**Elaboración:** La Autora

➤ **Capacidad Utilizada**

La capacidad utilizada para el proyecto será la misma de la capacidad instalada, debido a que no se considera lo siguiente: tiempos, ni jornadas de trabajo establecidos mediante estatutos de ley.

## CUADRO N° 35

### CAPACIDAD UTILIZADA

Años	Demanda Insatisfecha	N° Colmenas	Colmena 60.000 gramos	Unidades Producidas 500 g
0	252.310.868	125	7.500.000	15.000
1	254.518.163	125	7.500.000	15.000
2	256.664.058	125	7.500.000	15.000
3	258.736.997	125	7.500.000	15.000
4	260.723.938	125	7.500.000	15.000
5	262.610.162	125	7.500.000	15.000

Fuente: Cuadro N° 34

Elaboración: La Autora

## CUADRO N° 36

### PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Años	Demanda Insatisfecha	Gramos por año	%
0	252.310.868	7.500.000	2,97%
1	254.518.163	7.500.000	2,95%
2	256.664.058	7.500.000	2,92%
3	258.736.997	7.500.000	2,90%
4	260.723.938	7.500.000	2,88%
5	262.610.162	7.500.000	2,86%

Fuente: Cuadro N° 35

Elaboración: La Autora

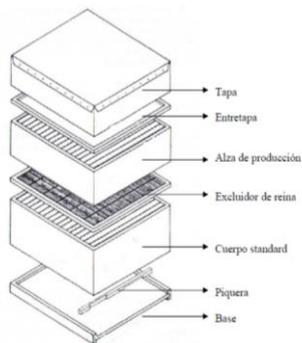
Para determinar la participación en el mercado se dividió la demanda insatisfecha para la capacidad instalada, obteniendo como resultado que para el año uno se abarca el 2,95 % de la demanda insatisfecha.

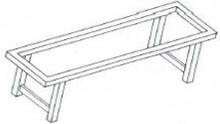
- La capacidad financiera para el presente proyecto será utilizada de manera interna y externa, aprovechando los beneficios que presta el estado para los emprendimientos en el país.
- Las disponibilidades de los insumos para el presente proyecto en su mayoría serán obtenidos dentro del país, no existe inconveniente en su transportación, para la contratación de personal es de forma paulatina tomando en cuenta la producción que se requiere de personal que tenga conocimientos en apicultura.
- Para la transportación de materia prima y la entrega de los productos terminados, no existen dificultades, debido a que las vías de acceso se encuentran en buen estado.

## Descripción del proceso productivo de miel de abeja Apis Melífera

CUADRO N° 37

MATERIA PRIMA y MATERIALES		
	DETALLE	CARACTERISTICAS
MATERIA DIRECTA	PRIMA Colmena tipo Standard	<p><b>Base:</b> Medidas: 41 x 55,5 x 6 cm, tabla incrustada de 2 cm de ancho por 2 cm de alto.</p> <p><b>Guarda piquera:</b> (listón de 2 cm de ancho por 2 cm de alto Abertura: de 10 cm en un lado (abeja pequeña) y de 5 cm en el otro (desarrollada).</p> <p><b>Cuerpo standard:</b> Medidas de 41 x51x 24,5 cm (madera 2cm grosor). Riel: forma un canal con borde en extremos.</p> <p><b>Cámara cría:</b> constituida por 10 marcos.</p> <p><b>Marco Standard:</b> Tejido de alambre con lamina de cera estampada.</p> <p><b>Cabezal:</b> de 2cm de grosor por 48,3 cm de largo. Piezas laterales de 23,5 cm de alto, es plano de 3,6 cm de ancho, con 4 orificios para hojalillos metálicos, pieza inferior listón delgado de 1 cm de ancho por 45 cm de largo.</p> <p><b>Alza de Producción:</b> 8 marcos.</p> <p><b>Entre tapa:</b> Va sobre el alza de producción. Marco de madera incrustado, tiene en el centro una tabla triplex, tiene un orificio en el</p>



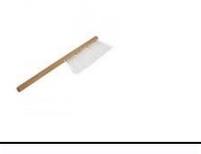
			<p>centro con una ranura en la entre tapa.</p> <p><b>Tapa:</b> Marco de 1,5 cm más largo en dimensiones a lo largo y ancho, protege la colmena del sol, viento y lluvia.</p> <p><b>Excluidor de reinas:</b> Malla plástica incrustada en un marco de madera, sirve para mantener a la reina y el zángano en la cámara de cría.</p>
	<b>Caballote</b>		<b>Caballetes para colmena:</b> Medidas 40 cm de ancho, 120 cm de largo y 40 cm de alto, protegen a las abejas de depredadores, tierra y humedad.
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	<b>Cera Estampada</b>		Conocida como galleta, sirve para que las abejas construyan sus propias celdas, son láminas de 5,4 mm
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>	<b>Envase</b>		Envase de vidrio capacidad de 500 g. Con tapa metálica con cierre "twist of" (envasado al vacío).
	<b>Sello de Seguridad</b>		Transparente, diámetro de 4cm x 2 cm

**Fuente:** Almacenes del país.

**Elaboración:** La Autora

CUADRO N° 38

MAQUINARIA Y EQUIPO, HERRAMIENTAS E INDUMENTARIA		
	DETALLE	CARACTERISTICAS
MAQUINARIA	Centrifugadora de 4 Marcos	 <p>Extractor inox.4 cuadros 48x17 manual con juego de patas diámetro 460 mm. Engranaje de acero. Patas acero. Manubrio movable a mano o automático, no causa daños al panal.</p>
	Mesa de Desoperculación	 <p>Bandeja de acero inoxidable que va sostenida a una estructura metálica, evita el desperdicio de la miel y cera, ya que posee una malla donde se recolectan los opérculos y se cierra la miel.</p>
	Incrustador de Cera	 <p>Transformador de 220 v a 12v y 50w, con 2 conectores, sirve para colocar la cera estampada en los alambres, debe quedar totalmente fijada.</p>
	Tanque Galvanizado	 <p>Capacidad 85 litros, sirve para colocar la miel que sale de la centrifuga, tiene una canilla para extraer la miel y ubicar en los envases para su consumo.</p>
HERRAMIENTAS	Ahumador	 <p>Se compone de un fuelle y un cilindro lleno de trapos, a los cuales se prende fuego para tranquilizar las abejas, permitiendo trabajar con tranquilidad en el apirio.</p>

<b>Palanca</b>		Es de acero inoxidable, posee un lado doblado y el otro plano sirve para: levantar la entre tapa, quitar la cera de los marcos, mover los marcos, mover los pisos de la colmena y limpiarla.
<b>Des operculado</b>		Es un peine con agujas que sirve para retirar las tapas de cera en las celdas operculadas, sin dañar el panal.
<b>Cepillo</b>		Sirve para desprender las abejas de los panales, debe ser de cerdas largas y suaves como las de caballo.
<b>Cuchillo Des operculado</b>		Posee la punta alzada, ideal para des opercular. El cuchillo este calentado a baño María y entonces se pasa por el cuadro cortando la cera. Es conveniente utilizar dos cuchillos, (mientras utilizamos uno dejamos el otro sumergido en el agua caliente)
<b>Cernidora Doble</b>		Sirve para cernir la miel que sale de la centrifuga.
<b>Bandeja Metálica</b>		Sirven de fondo de los cajones de las colmenas para depositar los panales cosechados y llevarlos a sitio de extracción, evitan el acceso de abejas reacias al momento de la cosecha.

	<b>Pinza de Traslarve</b>		Punta de plástico, sirve para trasladar larvas a otras celdas y atrapar la reina.
	<b>Alimentadores</b>		Depósito hermético con uno o más orificios. Sirven para brindar alimento a las abejas
<b>INDUMENTARIA</b>	<b>Overol</b>		Debe ser de color blanco con elástico en los puños y bolsillos, preferiblemente alto en el cuello, no debe tener más aberturas, para evitar picaduras de las abejas agresivas.
	<b>Casco con Velo</b>		Acoplado de un sombrero y velo ancho de tul color negro que va hasta la altura del cuello, para evitar las picaduras de las abejas en el rostro.
	<b>Guantes</b>		De preferencia de color blanco, son los más indicados para esta actividad.
	<b>Botas</b>		Botas de caña alta pueden ser ajustados al overol para mayor protección.

**Fuente:** Almacenes del país.

**Elaboración:** La Autora

## **Mano de obra**

### **1 técnico Apícola**

Capacitado para realizar las actividades dentro de los apiarios, desde la preparación de las colmenas hasta la extracción de la miel, realizará el control e indicará sobre posibles enfermedades o plagas que se presenten en la población de abejas.

Que posea experiencia mínima de 2 años en el ejercicio de esta actividad.

### **1 Obrero**

Capacitado para contribuir en las distintas actividades que se realicen en los apiarios.

Que posea experiencia mínima en la actividad de 1 año.

## Ingeniería del proyecto

### 1. Ciclo reproductivo de las abejas

La reina es la única hembra reproductiva, es la madre de los zánganos, las obreras y futuras reinas, su capacidad diaria de poner huevos es de 1.500, el peso de cada uno es igual al de la reina.

Existen cinco fases dentro del ciclo reproductivo de las abejas:

- El vuelo nupcial. – Es cuando la reina sale de la colmena y esta es persigida por los zánganos de la colmena o de otras colonias, la altura de su vuelo asciende a 4 km, quedando solo uno, el cual fecundará a la reina para toda la vida.
- Partenogénesis. - Si la reina no es fecundada en los primeros quince días, dan nacimiento solo a zánganos, esto produciría la desaparición de la colmena, es entonces cuando debe intervenir el apicultor dándole una nueva reina.

Las abejas obreras llevan a la reina al centro del panal y esta va colocando los huevos en forma espiral.

- Eclosión y metamorfosis. - a los tres días nacen pequeñas larvas blancas, son alimentadas por las obreras durante seis días; luego las larvas hilan un capullo y las obreras cierran las celdillas, después de doce días eclosionan.
- Fase de Pupa. – La abeja adulta sale de la celdilla tres semanas después de la puesta, mientras que los adultos se preparan para salir al exterior de la colmena.

## **Inspección de las colmenas**

una colmena está constituida por diez cuadros (marcos), es ahumada a través de la piquera para tranquilizar a las abejas y poder levantar suavemente la tapa para revisar los cuadros que no exista exceso de zánganos.

## **Época de cosecha**

La época de cosecha por lo general es cuando finaliza el invierno e inicia el verano en los meses de: junio, julio, agosto y septiembre. Siempre se debe dejar reserva para la época de escasez.

## **Proceso productivo de la miel de abeja**

Primero. - Se construirán los panales que sirvan de hogar para las abejas y del cual se puede extraer la miel con facilidad. Consiste en una caja de madera donde se introducen una serie de placas con marco de madera y cera en forma de celdas.

Segundo. - Se introduce un grupo de abejas para que comiencen con sus tareas frecuentes, la miel es elaborada por las abejas a partir del néctar de las flores, lo depositan en las celdillas de los panales que luego serán sellado para su almacenamiento.

Tercero. - cada celdilla es cerrada herméticamente con cera para evitar que se absorba el agua del medio y la fermente.

## **Extracción**

Para la extracción de la miel el apicultor debe utilizar la indumentaria adecuada la cual protege su cuerpo y el ahumador con el cual esparce humo a las abejas para que estas se aturden facilitando la extracción.

Los panales se depositan en la centrifugadora una vez que son desoperculados, es decir, se retiran los cuadros de las alzas, cepillando las abejas que están sobre ellos. La miel sale de las celdas de los panales estampándose contra las paredes de la máquina.

Aspectos a tomar en cuenta para la extracción de la miel:

- La temperatura no debe exceder los 30 °C
- En caso de que existan cuadros con cabezales rotos, se debe sustituir con nuevos de lámina de cera estampada.
- Realizar la extracción el mismo día de la cosecha.

## **Calentamiento**

El calentamiento se realiza a baño maría para inhibir las levaduras y enzimas que naturalmente posee la miel y así poder evitar la cristalización de la misma. Se lo debe realizar a 30 minutos por cada 100.000 gramos. A 40°C

No se debe sobrepasar el tiempo, caso contrario la miel perdería sus propiedades nutritivas.

La capacidad del proyecto es de 60.000 gramos por lo tanto se lo debe realizar en 18 minutos a 40°C.

### **Filtrado**

Se realiza el filtrado luego del calentamiento para eliminar las partículas más finas, ofreciendo un producto de calidad al consumidor.

### **Maduración de la miel**

Se coloca la miel en el tanque galvanizado por cinco días para mantenerla fluida, una vez concluido este periodo, se procede a realizar el envasado de la miel.

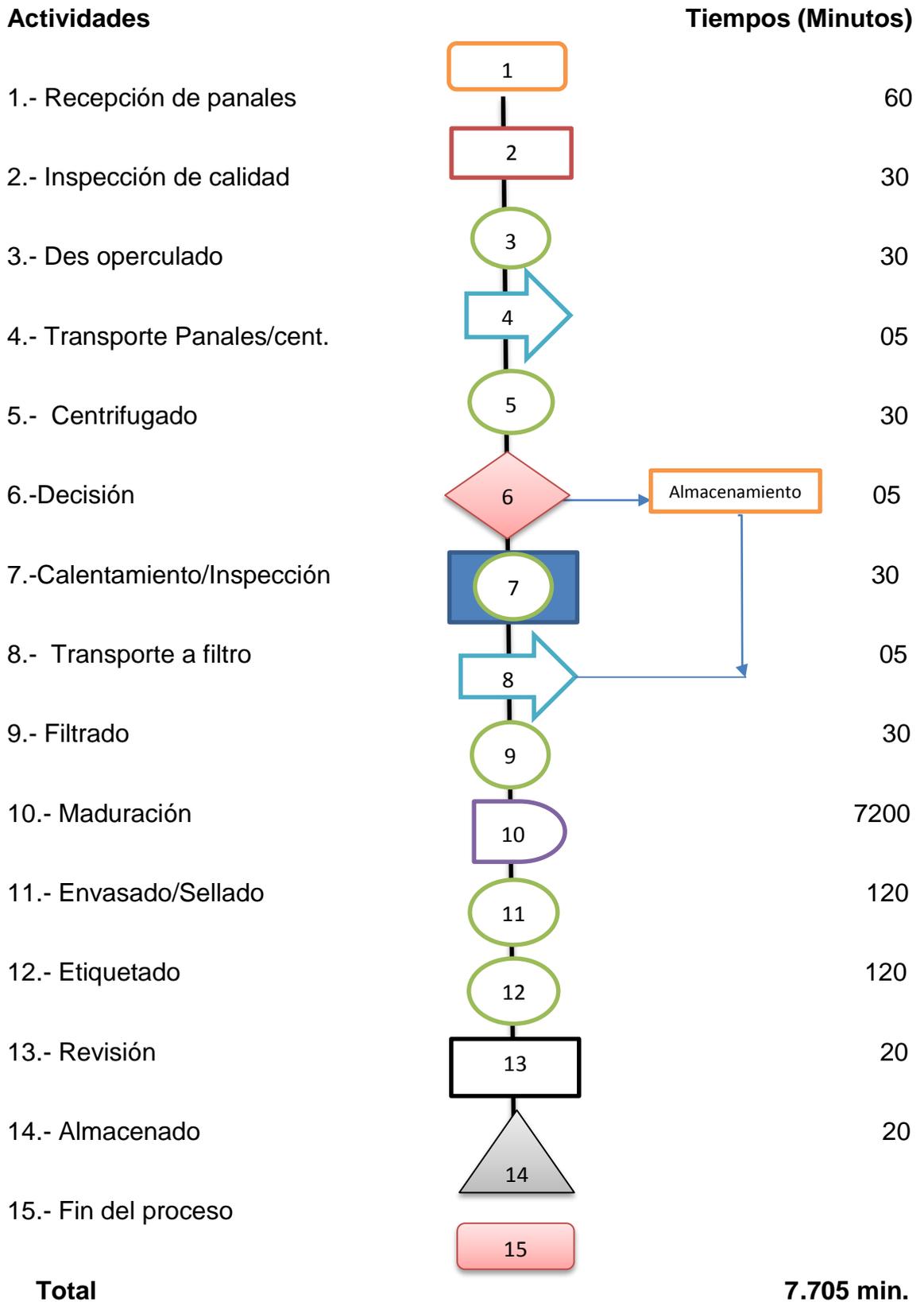
### **Envasado y etiquetado**

La miel es colocada en envases de 500 g, con sellado tipo "Twist off" o envasado al vacío, se colocarán las etiquetas adhesivas e impreso la fecha de elaboración, de expedición y el P.V.P.

### **Almacenamiento**

Una vez envasado y etiquetado el producto será almacenado para la distribución a los principales supermercados, mercados y tiendas de la ciudad de Loja.

### Diagrama de Miel de Abeja Apis Melífera (120.000 g/ 2 colmenas)



## Infraestructura Física

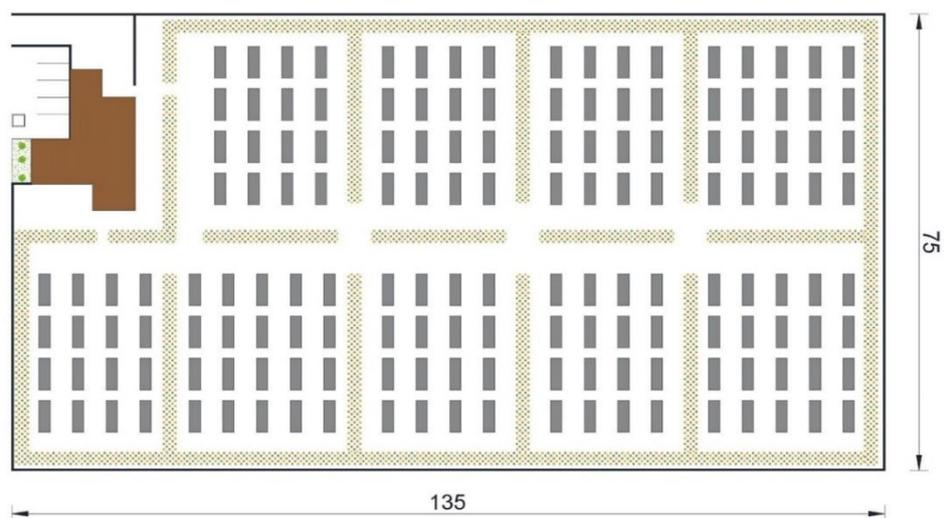
El área física para la nueva empresa se la determinó de acuerdo a sus necesidades con la finalidad de que se logre la integración de todas las actividades que en ella se realicen.

La empresa Miel del Bosque tendrá un espacio físico de 10.000 m<sup>2</sup>, los cuales estarán distribuidos de la siguiente manera:

1. Apiarios 9770 m<sup>2</sup>. - Es el espacio en el cual irán colocadas las colmenas.
2. Planta Productora 230 m<sup>2</sup>.- Es el espacio en el que se realizarán las actividades de la unidad productiva.

**Grafico N° 20**

### ÁREA FÍSICA



#### Leyenda:

	FLORA APÍCOLA
	APIARIOS
	PLANTA

## Distribución de la Planta

La distribución de la planta se consigue el mejor funcionamiento de las instalaciones, es fundamental porque determina la eficiencia y en ocasiones la estabilidad de la empresa.

Las áreas de la planta son:

### CUADRO N° 39

#### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Area	Espacio Físico
Administrativa	49 m <sup>2</sup>
Producción	70 m <sup>2</sup>
Almacenamiento	30 m <sup>2</sup>
Bodega	20m <sup>2</sup>
Parqueadero	21m <sup>2</sup>
Mantenimiento y talleres	20m <sup>2</sup>
Carga y transporte	20m <sup>2</sup>

**Fuente:** Asesoramiento Profesional

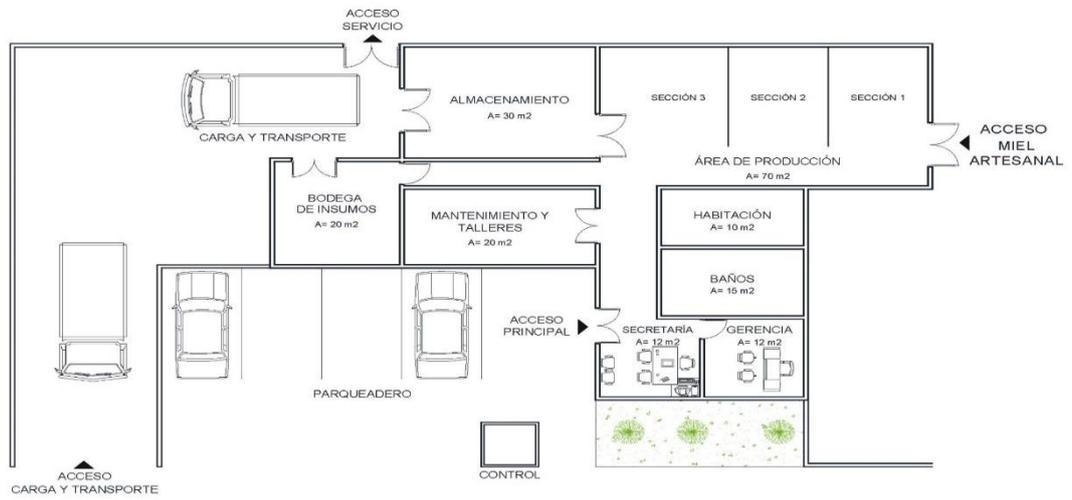
**Elaboración:** La Autora

Todas las áreas están interrelacionadas entre sí para con ello proporcionar un producto de excelente calidad.

El plano de distribución de la planta se lo muestra en el siguiente gráfico:

## GRÁFICO N° 21

### Distribución de la Planta



Elaboración: Arq. Omar Moncada.

## **ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

### **a. Organización Legal de la Empresa**

La empresa productora y comercializadora de miel de abeja Apis Melífera "MIEL DEL BOSQUE" mediante un análisis respectivo, se constituirá como una empresa con personería jurídica con razón social de Compañía Limitada, se fundamenta en La Ley de Compañías vigente en el país, tomando en cuenta el Art. 92, el cual estipula lo siguiente:

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

### **REQUISITOS LEGALES PARA LA COSTITUCIÓN DE LA EMPRESA**

Los requisitos para la constitución de la empresa “MIEL DEL BOSQUE” Cía Ltda., son los siguientes:

- a) Número de socios. – La compañía estará constituida por tres socios como mínimo o con un máximo de quince personas, y si durante su existencia jurídica a exceder el numero deberá transformase en otra clase de compañía o disolverse.
- b) La razón social. – Para este tipo de compañía el nombre debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objetivo para la cual se forma, incluyendo el texto de Compañía Limitada o su abreviatura Cía. Ltda.
- c) Responsabilidades de los socios. - En una compañía de responsabilidad limitada, los socios corresponden solo hasta por el valor de sus participaciones sociales.
- d) Capital. - La empresa estará conformada por cuatro socios, los cuales, en base a la necesidad de la inversión del proyecto, establecerá el

monto de \$ 10.376,66 dólares por cada socio de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

- e)** Plazo de duración. - El tiempo por el cual se constituye la empresa es cinco años de vida empresarial que constara a partir de la fecha de inscripción del contrato en el registro mercantil y autorizado por la Superintendencia de Compañías.
- f)** Domicilio. - El domicilio de la empresa será en la provincia de Loja, cantón Zapotillo, Sector La Tamayo Av. Loja.
- g)** Derecho del socio. - Los derechos de los socios son los siguientes
  - Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía
  - Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
  - No se puede obligar a incrementar su participación social.
  - Puede pedir la revocatoria de la designación de gerente
  - Puede convocar a junta general en base a lo dispuesto por la Ley de Compañías.
- h)** Obligaciones de los socios. – Son las siguientes:
  - Pagar a la empresa la participación suscrita.
  - Cumplir con los deberes impuestos por el contrato social.
  - No entrometerse en los asuntos administrativos de la compañía.

El trámite para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada es de aproximadamente 60 días calendario.

## **b. Código de Ética para la Empresa “MIEL DEL BOSQUE”**

La empresa “MIEL DEL BOSQUE”, se enmarca en el presente Código del Instituto de Consejeros y Administradores (ICA), el cual asume las siguientes asunciones básicas:

- La Ética de accionistas, propietarios, administradores y directivos es imprescindible para que la empresa del siglo XXI pueda cumplir adecuadamente sus fines, en la medida en que constituye el requisito necesario para garantizar y equilibrar los derechos e intereses de todos los grupos de interés por ella afectados: empleados, clientes, accionistas, proveedores y socios de negocio y sociedad en general.
- La Ética presupone el cumplimiento riguroso, en y por la empresa, de la legislación que en cada caso sea aplicable, así como de los Estatutos Sociales y Reglamentos de funcionamiento interno de la sociedad, en caso de existir.
- La Ética en la empresa requiere que los accionistas y propietarios se constituyan en garantes del cumplimiento de las obligaciones de administradores y directivos.
- Aun cuando el presente Código nace con la pretensión de ser aplicable de manera general a todas las empresas, debe ser entendido también como un marco general y básico susceptible de ser adaptado a las peculiaridades de cada una, de manera que contemple la aplicación de principios de ética y desarrollo sostenible en línea con la actividad específica de la empresa.

- Idealmente, corresponde al Consejo de Administración la formulación del Código Ético de la empresa y a la Junta General de Accionistas su aprobación. Sí, no obstante, el propio Consejo procediera además a su aprobación, debería ser sometido a la ratificación de la Junta.

**PARA LOS ACCIONISTAS.** - En el ejercicio de sus derechos de propiedad, deben:

- Configurar la empresa como un instrumento al servicio de la creación de riqueza, haciendo compatible su ineludible finalidad de obtención de beneficios con un desarrollo social sostenible y respetuoso con el medio ambiente, procurando que toda su actividad se desarrolle de manera ética y responsable.
- Configurar la empresa como una institución a medio y largo plazo sin que el afán de enriquecimiento a corto plazo comprometa su continuidad.
- Ejercitar, de modo informado y responsable, sus derechos de voto en las Juntas Generales de Socios y, al hacerlo, exigir siempre la actuación ética de la empresa, incluyendo la aprobación del correspondiente Código Ético y procurando su efectiva aplicación.
- Buscar un justo equilibrio entre el capital y el trabajo de modo que los trabajadores reciban a través de sus salarios la justa contraprestación por su trabajo.

- Nombrar como administradores y directivos a personas que reúnan las condiciones de preparación y experiencia adecuadas y que realicen un ejercicio profesional, ético y responsable de su gestión.
- Definir y defender la misión y los valores de la empresa en línea con su Código Ético.

**PARA LOS DIRECTIVOS.** - En el ejercicio de sus funciones de administración y gestión, deben:

**A)** En relación con sus funciones de Dirección:

- Realizar un ejercicio profesional, ético y responsable de su actividad.
- Cumplir y hacer cumplir el Código Ético de la empresa y para ello darlo a conocer y establecer los mecanismos adecuados para garantizar su aplicación. En particular debe de existir un órgano, idealmente un Comité de Ética, integrado por personas con suficiente poder para aplicar el Código y corregir sus infracciones.
- Informar puntualmente y con exactitud a los propietarios o accionistas de la situación y perspectivas de la empresa.
- Promover la participación efectiva de los accionistas en las Junta Generales, de modo especial mediante la facilitación del ejercicio de sus derechos de información y voto.

- Cumplir y hacer cumplir las normas y principios de contabilidad generalmente aceptados y establecer los sistemas internos y externos de control y gestión del riesgo adecuado a las características de la empresa.
- Mantener los libros y registros de la empresa con exactitud y honestidad, de modo que permitan la obtención de información y la toma de decisiones de forma consciente y responsable.
- Facilitar a los auditores, externos e internos, de la empresa toda la información y explicaciones que requieran para la realización de su trabajo.
- Subordinar los intereses propios a los de la empresa cuando actúen en nombre y representación de ésta y no utilizar los activos sociales en su propio beneficio salvo con la debida transparencia, previa la autorización del órgano social pertinente y mediante la contraprestación que sea adecuada en el mercado.
- Comunicar inmediatamente al órgano de administración, cualquier hecho o situación que pudiera suponer o llegar a ocasionar un conflicto entre el interés de la empresa y el particular del administrador o directivo y abstenerse de intervenir en su resolución.
- Facilitar la transparencia y el control de sus retribuciones de modo que se garantice su adecuación a su nivel de responsabilidad y desempeño y a las características de la empresa.

- Mantener la confidencialidad de los antecedentes, datos y documentos a los que tengan acceso por razón de sus funciones en la empresa, incluso después de haber cesado en ellas.
- Hacer frente al pago y cumplimiento de las deudas y obligaciones de la empresa sin dilaciones ni incumplimientos injustificados y proceder al cobro de sus créditos con la diligencia que el caso requiera.
- Elaborar y mantener vigente un plan de sucesión en los puestos clave de la empresa, de modo que la continuidad de ésta no dependa de la permanencia de ningún administrador ni directivo.
- Elegir a sus colaboradores y subordinados con arreglo a los principios de mérito y capacidad, procurando únicamente el interés de la empresa.

**B) En relación con los proveedores y clientes de la Empresa:**

- Relacionarse con los proveedores de bienes y servicios de forma ética y lícita.
- Buscar y seleccionar únicamente proveedores cuyas prácticas empresariales respeten la dignidad humana, no incumplan la ley y no pongan en peligro la reputación de la empresa.

- Seleccionar a los proveedores en base a la idoneidad de sus productos o servicios, así como de su precio, condiciones de entrega y calidad, no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en metálico o en especie, que puedan alterar las reglas de la libre competencia en la producción y distribución de bienes y servicios.
  
- Buscar la excelencia de los bienes y servicios de la empresa de modo que sus clientes y consumidores obtengan la satisfacción esperada de aquellos.
  
- Garantizar los productos y servicios de la empresa y atender de forma rápida y eficaz las reclamaciones de consumidores y usuarios buscando su satisfacción más allá del mero cumplimiento de la normativa vigente.

**C) En relación con los **competidores** de la Empresa:**

- No abusar de una posición dominante o privilegiada en el mercado.
  
- Competir lealmente con otras empresas cooperando a la consecución de un libre mercado basado en el respeto mutuo entre competidores, absteniéndose de realizar prácticas desleales.
  
- En particular, no captar clientes de otros competidores mediante métodos no éticos.

**D) En relación con los **empleados** de la Empresa:**

- Tratar con dignidad, respeto y justicia a los empleados, teniendo en consideración su diferente sensibilidad cultural.
- No discriminar a los empleados por razón de raza, religión, edad, nacionalidad, sexo o cualquier otra condición personal o social ajena a sus condiciones de mérito y capacidad.
- No permitir ninguna forma de violencia, acoso o abuso en el trabajo.
- Reconocer los derechos de asociación, sindicación y negociación colectiva.
- Fomentar el desarrollo, formación y promoción profesional de los empleados.
- Vincular la retribución y promoción de los empleados a sus condiciones de mérito y capacidad.
- Establecer y comunicar criterios y reglas claras que mantengan equilibrados los derechos de la empresa y de los empleados en los procesos de contratación y en los de separación de éstos incluso en caso de cambio voluntario de empleador.

- Garantizar la seguridad e higiene en el trabajo, adoptando cuantas medidas sean razonables para maximizar la prevención de riesgos laborales.
- Procurar la conciliación del trabajo en la empresa con la vida personal y familiar de los empleados.
- Procurar la integración laboral de las personas con discapacidad o minusvalías, eliminando todo tipo de barreras en el ámbito de la empresa para su inserción.
- Facilitar la participación de los empleados en los programas de acción social de la empresa.

**E) En relación con la **sociedad civil**.**

- Respetar los derechos humanos y las instituciones democráticas y promoverlos donde sea posible.
- Mantener el principio de neutralidad política, no interfiriendo políticamente en las comunidades donde desarrolle sus actividades, como muestra además de respeto a las diferentes opiniones y sensibilidades de las personas vinculadas a la empresa.
- Relacionarse con las autoridades e instituciones públicas de manera

lícita y respetuosa no aceptando ni ofreciendo regalos o comisiones, en metálico o en especie.

- Realizar aportaciones a partidos políticos e instituciones públicas sólo de conformidad con la legislación vigente y, en todo caso, garantizando su transparencia.
  
- Colaborar con las Administraciones Públicas y con las entidades y organizaciones no gubernamentales dedicadas a mejorar los niveles de atención social de los más desfavorecidos. (ICA, s.f.)

## **ESTRUCTURA EMPRESARIAL**

Para el cumplimiento de las actividades la empresa “MIEL DEL BOSQUE” Cía. Ltda. Requerirá de una estructura vertical donde todas las obligaciones y decisiones recaigan sobre la gerencia, la empresa cuenta con un área administrativa (gerente y secretaria-contadora).

## **DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES JERARQUICOS**

Es el conjunto de órganos agrupados de acuerdo al grado de autoridad y responsabilidad que cada uno posea.

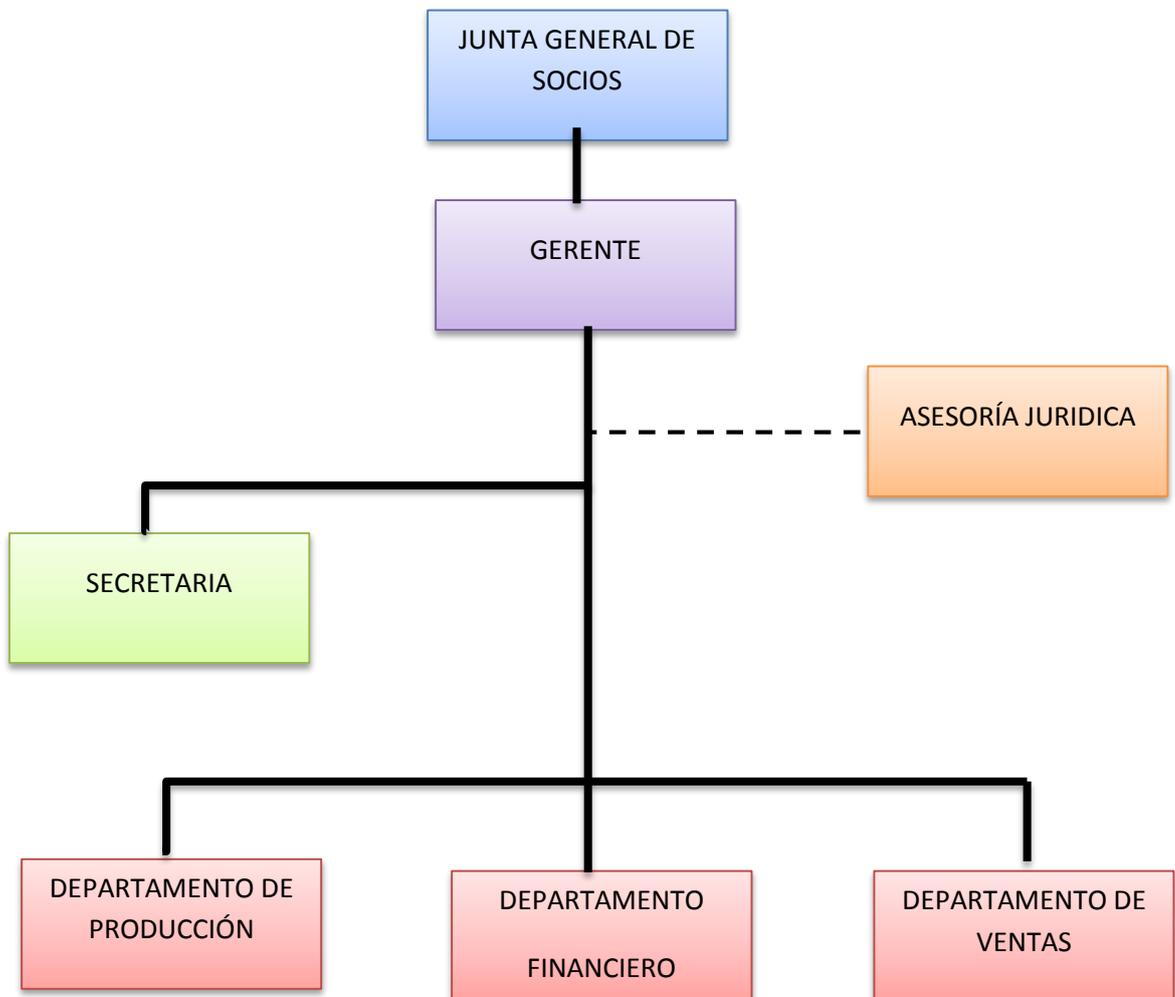
La empresa cuenta con los siguientes niveles:

- Nivel Legislativo: conformado por los cuatro socios.

- Nivel Ejecutivo: Se encuentra el gerente que será nombrado por los socios.
- Nivel Asesor: Se encuentra el abogado.
- Nivel de Apoyo: se encuentra la secretaria-contadora, la cual tiene relación directa con las actividades administrativas.
- Nivel Operativo: constituido por un técnico, un obrero y un vendedor.

## ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE”

CÍA. LTDA.



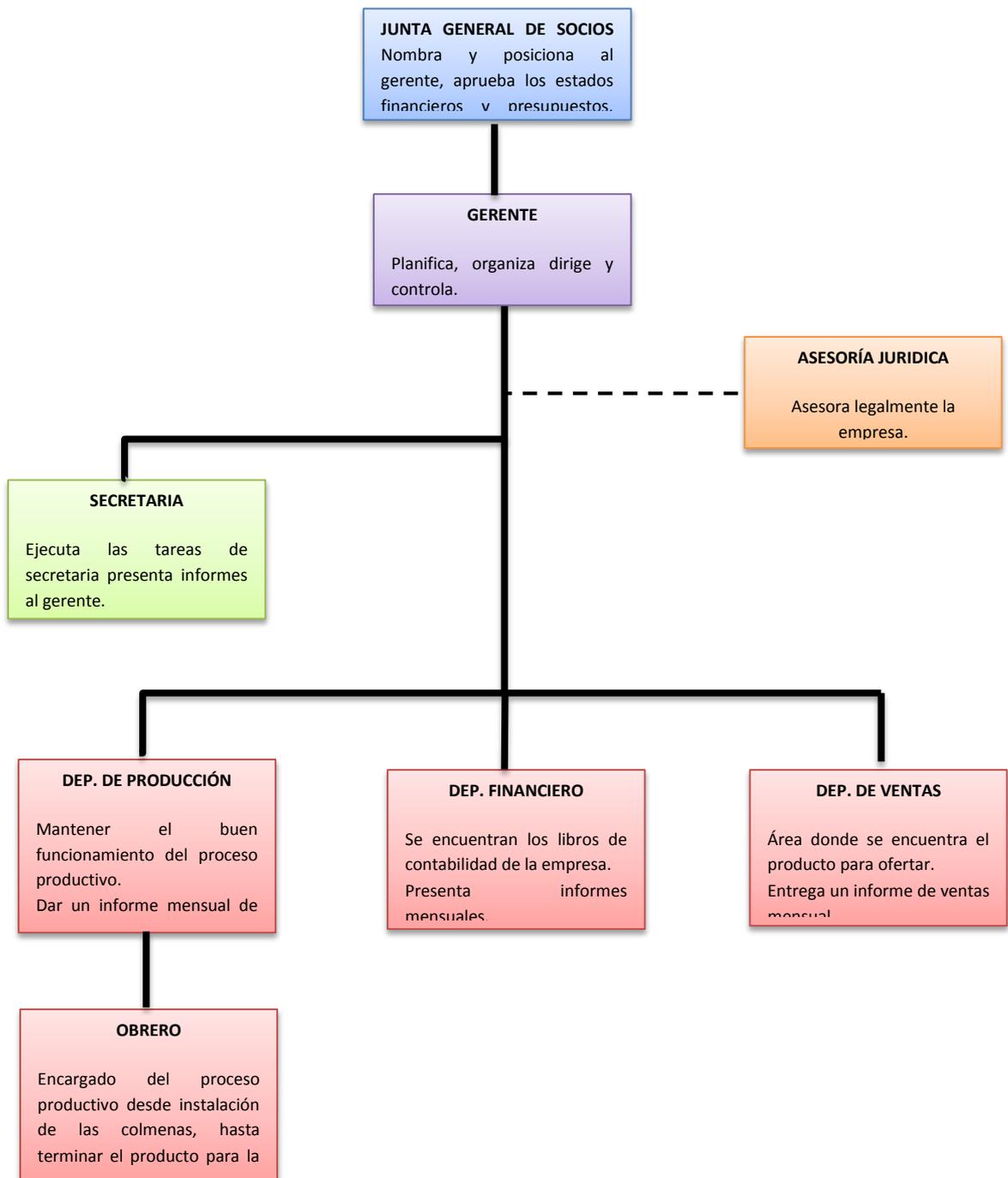
Elaboración: La Autora

### Leyenda:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel Auxiliar
- Nivel Operativo

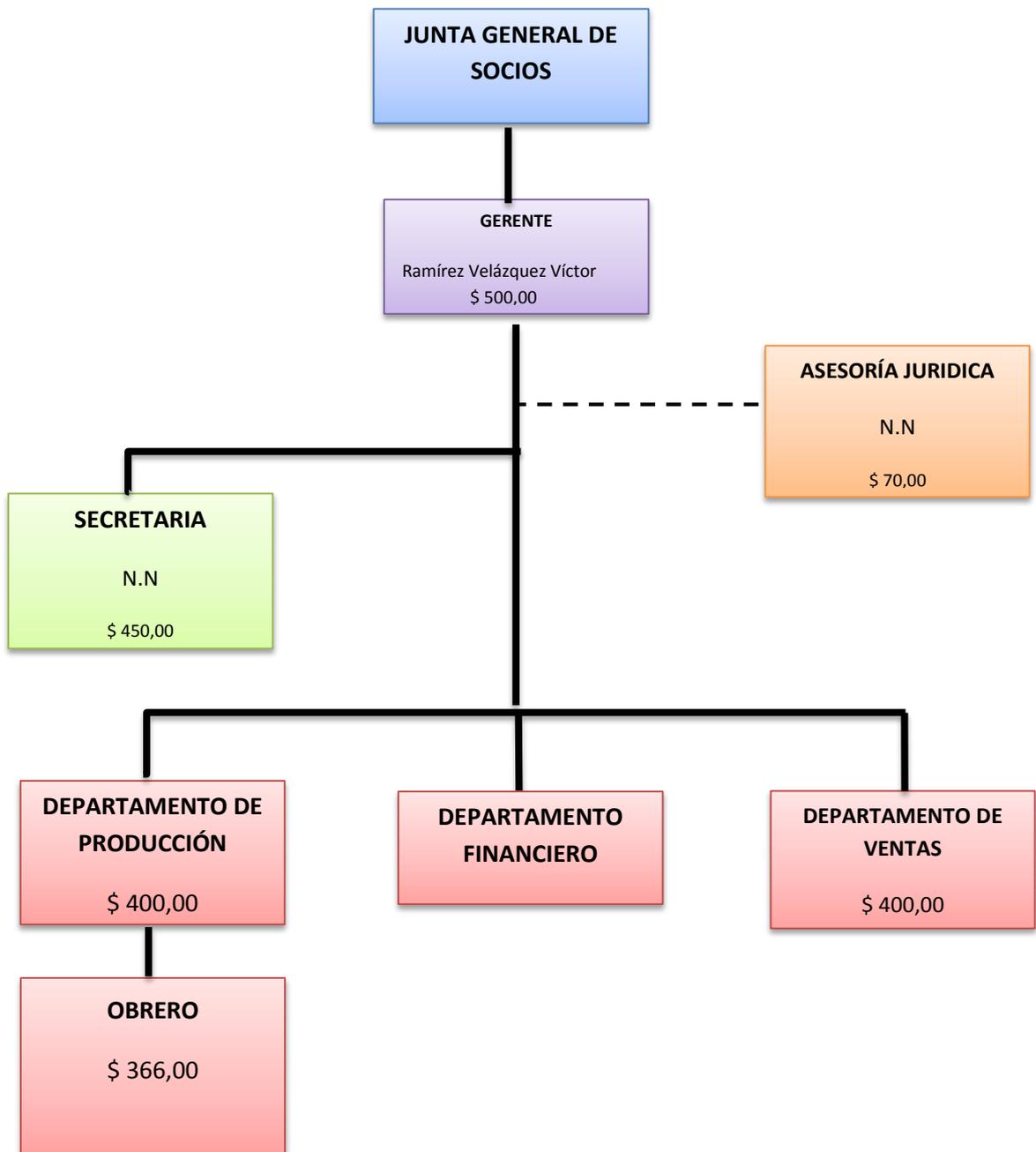
**Nota:** La secretaria también cumplirá las funciones de contabilidad de la empresa.

# ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE” CÍA. LTDA.



Elaboración: La Autora

**ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE”  
CÍA. LTDA.**



Elaboración: La Autora

## MANUAL DE FUNCIONES

Los Recursos Humanos de la empresa MIEL DEL BOSQUE debe tener claro conocimiento del trabajo de a desempeñar, de esto dependerá alcanzar una mayor productividad en la empresa.

En cada uno de los manuales de funciones se describen las principales funciones, así como los requisitos mínimos de cada cargo.

 <p><b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE” CÍA. LTDA.</b></p>
<b>NIVEL:</b> Ejecutivo
<b>CÓDIGO:</b> 001
<b>PUESTO:</b> Gerente General
<b>DEPENDENCIA:</b> Junta General de Accionistas
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> liderar los procesos de planificación. Organización. Dirección y control de la empresa, determinando los factores críticos de éxito, establecer objetivos y metas específicas.
<b>FUNCIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Planificar mensualmente las actividades a realizarse.</li><li>• Ejercer la representación legal de la empresa.</li><li>• Supervisar las actividades que debe desarrollar el personal de la empresa.</li><li>• Elaborar informes mensualmente.</li><li>• Mantener contacto con proveedores y clientes.</li><li>• Velar por que se respete el código de ética de la empresa.</li></ul>
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Título en Ingeniería Comercial/Industrias agropecuarias</li></ul>
<b>EXPERIENCIA MÍNIMA:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ 2 años en puestos similares</li></ul>
<b>ACTITUDES:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Honesto, responsable, tolerante, respetuoso, autonomía para tomar decisiones, puntual, entre otras.</li></ul>

Elaboración: La Autora



## MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE” CÍA. LTDA.

**NIVEL:** Asesor

**CÓDIGO:** 002

**PUESTO:** Asesor jurídico

**DEPENDENCIA:** Junta General de Accionistas y Gerencia

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Asesorar a los directivos sobre aspectos legales y controlar las actividades legales de la empresa

**FUNCIONES:**

- Asesorar a la Junta general de accionistas e intervenir como asesor en las sesiones.
- Opinar y proponer sugerencias sobre los proyectos de Leyes, Decretos Supremos, Resoluciones Supremas, Resoluciones Ministeriales u otros dispositivos legales que requieran ser tramitados al Ministerio de Defensa y Congreso de la República, de ser el caso.
- Absolver las consultas de carácter legal que le formule junta general de accionistas y demás instancias administrativas.
- Mantener la unidad de criterio legal y jurídico.
- Ejercer control sobre la compilación de las Leyes, Decretos y Resoluciones y demás normas legales que sean de aplicación a los fines institucionales.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título superior en jurisprudencia (Abogado)

**EXPERIENCIA MÍNIMA:**

- ✓ 2 años en puestos similares

**ACTITUDES:**

- Honesto, responsable, tolerante, respetuoso, puntual, entre otras.

Elaboración: La Autora



**MANUAL DE FUNCIONES  
EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE” CÍA. LTDA.**

**NIVEL:** Auxiliar

**CÓDIGO:** 003

**PUESTO:** Secretaria-contadora

**DEPENDENCIA:** Gerencia General

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** realizar actividades de secretaria, asistencia directa al gerente de la empresa y realizar labores en el departamento financiero de la empresa

**FUNCIONES:**

- Llevar la agenda del gerente.
- Colaborar con el gerente en actividades de la empresa
- Atención del teléfono de la empresa.
- Mantener la documentación recibida y entregada ordenada
- Redactar y despachar comunicaciones.
- Mantener confidencialidad en documentos importantes de la empresa.
- Registrar contablemente todas las operaciones que se desarrollen en la empresa
- Organizar la contabilidad de la empresa bajo las normas establecidas.
- Emitir estados financieros.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título en Secretaria/Contadora publica autorizada.

**EXPERIENCIA MÍNIMA:**

- ✓ 1 año en puestos similares

**ACTITUDES:**

- Honesta, responsable, tolerante, respetuosos, autonomía, puntual, entre otras.
- Curso de relaciones interpersonales.

Elaboración: La Autora



...Tu mejor fuente de energía.

## MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE” CÍA. LTDA.

**NIVEL:** Operativo

**CÓDIGO:** 004

**PUESTO:** Técnico Apícola

**DEPENDENCIA:** Gerente General

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Planificar, coordinar, dirigir y controlar las actividades del departamento de producción.

**FUNCIONES:**

- Manejo de la maquinaria y equipo para el procesamiento de la miel
- Recepción de la miel antes del envasado para determinar si esta es apta para el consumo.
- Control de Calidad del producto terminado antes de su almacenamiento.
- Dar un informe mensual de las actividades realizadas.
- Embalaje y almacenamiento del producto
- Contribuir con las actividades realizadas en el apiario.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Título en Ingeniería en industrias agropecuarias

**EXPERIENCIA MÍNIMA:**

- ✓ 2 años en puestos similares

**ACTITUDES:**

- Honesto, responsable, tolerante, respetuosos, autonomía para tomar decisiones, puntual, entre otras.

Elaboración: La Autora



...Tu mejor fuente de energía.

## MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA “MIEL DEL BOSQUE” CÍA. LTDA.

**NIVEL:** Operativo

**CÓDIGO:** 005

**PUESTO:** Obrero

**DEPENDENCIA:** Técnico Apícola

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Realizar las labores manuales en los apiarios.

**FUNCIONES:**

- Comunicar frecuentemente el estado en que se encuentran las colmenas.
- Supervisión semanal de los apiarios.
- Cumplir con las buenas prácticas de manufactura, utilizando adecuadamente las herramientas y la vestimenta para su trabajo.
- Realizar control de plagas, enfermedades, suministro de medicinas y productos naturales que fuesen recomendados por la FDA para cuando estas se presenten en las colmenas.
- Contribuir con las actividades realizadas en los apiarios.

**REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Conocimiento de prácticas de apicultura

**EXPERIENCIA MÍNIMA:**

- ✓ 3 años en actividades similares

**ACTITUDES:**

- Honesto, responsable, tolerante, respetuosos, puntual, entre otras.

Elaboración: La Autora



...Tu mejor fuente de energía.

## MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA "MIEL DEL BOSQUE" CÍA. LTDA.

**NIVEL:** Operativo

**CÓDIGO:** 006

**PUESTO:** Vendedor

**DEPENDENCIA:** Gerente

**NATURALEZA DEL TRABAJO:** Receptar y entregar el producto donde lo requieran.

### **FUNCIONES:**

- Presentar informes mensuales de las actividades realizadas al gerente
- Llevar un control de las entregas que realice.
- Llevar agenda de los clientes
- Es responsable del producto que se pierda en su poder.

### **REQUISITOS MÍNIMOS:**

- Conocimiento en ventas
- licencia de conducir profesional.

### **EXPERIENCIA MÍNIMA:**

- ✓ 2 años en actividades similares

### **ACTITUDES:**

- Honesto, responsable, tolerante, respetuosos, puntual, entre otras.

Elaboración: La Autora

## **ESTUDIO FINANCIERO**

El estudio financiero establece en detalle todos los recursos financieros y económicos, que se van a utilizar para la implementación del proyecto, permitiendo determinar la evaluación financiera del mismo.

### **Inversión**

Son todos los gastos en los que incurre la empresa para su ejecución, las principales inversiones que se realizan son:

Activos Fijos

Activo Diferido

Activo Circulante o Capital de Trabajo

**ACTIVOS FIJOS.** – Son todos los bienes tangibles utilizados en el proceso productivo, los cuales sufren procesos de depreciación.

Los activos fijos necesarios son:

**Terreno.** - Es la propiedad donde estará ubicada la empresa, será adquirido en el cantón Zapotillo, sector La Tamayo (Zona Rural).

El valor total del terreno que se utilizará asciende a **\$ 3.500,00**

**CUADRO N° 40**

<b>TERRENO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Terreno	m <sup>2</sup>	10.000	0,35	3.500,00
<b>Total</b>				<b>3.500,00</b>

**Fuente:** Municipio de Zapotillo Dpto. de Avalúos y Catastros.

**Elaboración:** La Autora

**Construcción.** – Es el edificio donde funcionara la empresa “MIEL DEL BOSQUE”.

El valor total de la construcción asciende a **\$ 36.750,00**

**CUADRO N° 41**

<b>CONSTRUCCIÓN</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Construcción	m <sup>2</sup>	210	100,00	21.000,00
Terminados	m <sup>2</sup>	210	75,00	15.750,00
<b>Total</b>				<b>36.750,00</b>

**Fuente:** Asesoramiento profesional

**Elaboración:** La Autora

**Maquinaria y Equipo.** – Son todas las maquinarias y equipos adquiridos por la empresa y que son destinados para el proceso productivo.

El valor total de la Maquinaria y Equipos que se utilizará asciende a **\$ 953,00**

**CUADRO N° 42**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Centrifugadora de marcos 4	Unidad	1	470,00	470,00
Mesa des operculadora	Unidad	1	12,00	12,00
Incrustador de cera	Unidad	2	33,00	66,00
Tanque galvanizado 85 Ltrs.	Unidad	1	320,00	320,00
Cocina Industrial Quemador 1	Unidad	1	85,00	85,00
<b>Total</b>				<b>953,00</b>

**Fuente:** Almacenes del país y la región.

**Elaboración:** La Autora

**Herramientas.** – Son todos los instrumentos necesarios para llevar a cabo el proceso productivo.

El valor total de herramientas que se utilizará asciende a **\$ 1.164,00**

**CUADRO N° 43**

<b>HERRAMIENTAS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Ahumador	Unidad	2	15,00	30,00
Alimentadores	Unidad	80	7,00	560,00
Certificador de Vapor	Unidad	2	95,00	190,00
Desoperculador	Unidad	2	12,00	24,00
Pinza de traslarve	Unidad	1	6,00	6,00
Baldes 5 Galones	Unidad	2	5,00	10,00
Cuchillo desoperculador	Unidad	2	6,00	12,00
Cepillo	Unidad	2	5,00	10,00
cernidero doble	Unidad	2	5,00	10,00
Bandeja metálica	Unidad	2	6,00	12,00
Palanca	Unidad	2	5,00	10,00
Cilindro de gas	Unidad	1	40,00	40,00
Codificadora	Unidad	1	250,00	250,00
<b>Total</b>				<b>1.164,00</b>

**Fuente:** Almacenes del país y la región.

**Elaboración:** La Autora

**Equipo de oficina.** – Son los equipos necesarios para realizar las actividades del área administrativa de la empresa.

El valor total del

equipo de oficina que se utilizará asciende a **\$ 227,00**

**CUADRO N° 44**

<b>EQUIPO DE OFICINA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Teléfono/fax Panasonic	Unidad	1	95,00	102,00
Sumadora	Unidad	1	120,00	125,00
<b>Total</b>				<b>227,00</b>

**Fuente:** Almacén de Electrodomésticos A&A

**Elaboración:** La Autora

**Muebles y enseres.** – Son los muebles necesarios en las áreas de producción y de administración para el correcto desarrollo de sus actividades.

El valor total de los Muebles y Enseres que se van a utilizar asciende a **\$ 694,00**

**CUADRO N° 45**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Escritorio	Unidad	2	150,00	300,00
Sillas Ejecutivas	Unidad	2	32,00	64,00
Sillas para oficina	Unidad	4	20,00	80,00
Mueble Archivador	Unidad	1	70,00	70,00
Mesa de Acero Inox. 1.20 x 70	Unidad	1	180,00	180,00
<b>Total</b>				<b>694,00</b>

**Fuente:** Almacenes de la ciudad

**Elaboración:** La Autora

**Equipo de Computación.** – Son todos los equipos informáticos que se utilizaran para llevar acabo las actividades de la empresa.

El valor total del Equipo de Computación que se va a utilizar asciende a \$ **915,00**

**CUADRO N° 46**

<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Computador Portatil Dell C. i 5	Unidad	1	755,00	755,00
Impresora	Unidad	1	160,00	160,00
<b>Total</b>				<b>915,00</b>

**Fuente:** Electrocompu  
**Elaboración:** La Autora

**CUADRO N° 47**

<b>REINVERSIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
1	REINVERSIÓN DEL EQUIPO DE COMPUTO	943,27	943,27
<b>Total</b>			<b>943,27</b>

**Fuente:** Electrocompu  
**Elaboración:** La Autora

**Vehículo.** – El vehículo es una camioneta Nissan de segunda, será utilizada para las actividades que se requiera en la empresa y para la distribución del producto.

El valor del Vehículo que se va a utilizar asciende a \$ 9.500,00

#### CUADRO N° 48

VEHÍCULO				
DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO. UNITARIO	VALOR TOTAL
Camioneta Nissan 2008 Usada	Unidad	1	9.500,00	9.500,00
<b>Total</b>				<b>9.500,00</b>

Fuente: CVautos

Elaboración: La Autora

#### RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS

El total invertido en los activos fijos es de \$ 53.703,00

#### CUADRO N° 49

RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS		
DESCRPCIÓN	CUADRO N°	VALOR
TERRENO	40	3.500,00
CONSTRUCCIÓN	41	36.750,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	42	953,00
HERRAMIENTAS	43	1.164,00
EQUIPO DE OFICINA	44	227,00
MUEBLES Y ENSERES	45	694,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	46	915,00
VEHÍCULO	48	9.500,00
<b>Total Activo Fijo</b>		<b>53.703,00</b>

Elaboración: La Autora

#### DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

La depreciación es la disminución o pérdida de valor que sufren los activos fijos durante su vida útil.

**CUADRO N° 50**

<b>DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS</b>						
<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR HISTÓRICO</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>% DEPREC.</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPREC. ANUAL</b>	<b>VALOR DE RESCATE</b>
DEPREC. DE CONSTRUCCIÓN	36.750,00	15	6,67	2.450,00	2.286,67	2.450,00
DEPREC. DE MAQUINARIA Y EQ.	953,00	10	10,00	95,30	85,77	95,30
DEPREC. DE HERRAMIENTAS	1.164,00	5	20,00	232,80	186,24	232,80
DEPREC. DE EQUIPO DE OFF.	227,00	5	20,00	45,40	36,32	45,40
DEPREC. DE MUEBLES Y ENS.	694,00	5	20,00	138,80	111,04	138,80
DEPREC. DE EQUIPO DE COMP.	915,00	3	33,33	305,00	203,33	305,00
DEPREC. DE VEHÍCULO	9.500,00	5	20,00	1.900,00	1.520,00	1.900,00
REINVERSIÓN EQ. COMP.	943,27	3	33,33	314,42	209,62	314,42
<b>TOTAL</b>	<b>51.146,27</b>				<b>4.638,99</b>	
VALOR RESIDUAL				<b>4.862,30</b>		
VALOR DE RESCATE						<b>5.481,72</b>

**Fuente:** Cuadros N° 47 y N° 49

**Elaboración:** La Autora

**ACTIVO DIFERIDO.** – Son todos los activos intangibles que son necesarios para realizar el estudio de factibilidad dentro del proyecto, son gastos los cuales se amortizan en cinco años que es la vida útil del proyecto.

Los activos diferidos requeridos son los siguientes:

**Permisos de Funcionamiento.** – Son cada una de las autorizaciones que se debe obtener en las instituciones públicas de regulación, para el funcionamiento de la empresa.

El valor de los Permisos de Funcionamiento para que la empresa funcione asciende a **\$ 340,00**

**CUADRO N° 51**

<b>PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Patente Municipal	100,00
Permiso de Funcionamiento	240,00
<b>Total</b>	<b>340,00</b>

**Fuente:** Investigación en Entidades Públicas.

**Elaboración:** La Autora

**Gastos de constitución.** – Son los gastos que la empresa debe establecer en forma legal para su constitución.

Los valores de los gastos de constitución de la empresa ascienden a **\$955,0**

### CUADRO N° 52

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>Constitución de la empresa</b>	
Gasto en asesoría	
Abogado	500,00
<b>Afiliación a la Cámara de Comercio</b>	
Inscripción	250,00
<b>Registro Mercantil</b>	
Inscripción	65,00
<b>Registro de la Marca</b>	
Tramites	140,00
<b>Total</b>	<b>955,00</b>

Fuente: Investigación en Entidades Públicas.

Elaboración: La Autora

### RESUMEN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

El total invertido en los activos diferidos es de \$ 1.295,00

### CUADRO N° 53

<b>RESUMEN DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>CUADRO N°</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO	51	340,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	52	955,00
<b>Total Activo Diferido</b>		<b>1.295,00</b>

Fuente: Investigación en Entidades Públicas.

Elaboración: La Autora

## AMORTIZACIÓN DEL ACTIVO DIFERIDO

**CUADRO N° 54**

AMORTIZACION DE ACTIVOS	VALOR	VIDA UTIL	VALOR AMORTIZADO
ACTIVOS DIFERIDOS	1.295,00	5	259,00

Fuente: Cuadro N° 53

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 55**

### BALANCE DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA REQUERIDA PARA LA PRODUCCIÓN DE MIEL DE ABEJA APIS MELIFERA

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA REQUERIDA ANUALMENTE</b>			
Materia Prima Directa e Indirecta	Cantidad	Rendimiento Año (gramos)	Rendimiento en Unidades Producidas
Colmenas	125	7.500.000	15.000
Alzas de Producción	125		
Medias Alzas de Producción	125		
Cera estampada	1875		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• las unidades producidas serán de 500 gramos</li> </ul>			
<b>BALANCE DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA PARA UNA COSECHA DE MIEL DE ABEJA</b>			
Materia Prima Directa e Indirecta	Cantidad	Rendimiento Año (gramos)	Rendimiento en Unidades Producidas
Colmenas	31	1.875.000	3.750
Alzas de Producción	31		
Medias Alzas de Producción	31		
Cera estampada	469		
<b>BALANCE DE MATERIA PRIMA DIRECTA E INDIRECTA PARA UN MES</b>			
Materia Prima Directa e Indirecta	Cantidad	Rendimiento Año (gramos)	Rendimiento en Unidades Producidas
Colmenas	10	625.000	1.250
Alzas de Producción	10		
Medias Alzas de Producción	10		
Cera estampada	156		

Elaboración: La Autora

La producción anual de miel de abeja es de 15.000 unidades de 500g, siendo la producción por cosecha de 3.750 unidades, esta producción es obtenida de dividir la producción anual para cuatro que son la veces que se va a cosechar la miel de abeja y la producción mensual es de 1.250 unidades, se la obtuvo de dividir la producción por cosecha para tres que son los meses para realizar la cosecha.

**ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.** – Es la inversión que la empresa efectúa, para desarrollar su actividad económica y financiera a corto plazo (Menos de un año). Dicha inversión se lo ha establecido para un mes.

**Costo Primo.** – Son los costos de la materia prima directa y la mano de obra directa.

**Materia Prima Directa.** – Son todos los componentes básicos que se relacionan con la producción de la miel; su capacidad está relacionada con la capacidad de la planta, así mismo su costo depende de la calidad y el lugar donde se encuentren los proveedores de colmenas.

El valor mensual de la Materia Prima Directa asciende a **\$ 2.239,58**

**CUADRO N° 56**

<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Colmena	Unidad	125	180,00	22.500,00
Alzas de Producción	Unidad	125	20,00	2.500,00
Medias Alzas de Producción	Unidad	125	15,00	1.875,00
<b>Total Mensual</b>				<b>2.239,58</b>
<b>Total Anual</b>				<b>2.6875,00</b>

**Fuente:** Ecowilco Loja

**Elaboración:** La Autora

**Mano de Obra Directa.** – Es la remuneración a los trabajadores que intervienen en el proceso productivo.

El valor mensual de la Mano de Obra Directa asciende a \$ 1.118,85

**CUADRO N°57**

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>									
<b>DETALLE</b>	<b>REMUNERACIÓN BASICA</b>	<b>CANT.</b>	<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>F. DE RESERVA 9,45 %</b>	<b>SECAP</b>	<b>APORTE PATRONAL 11, 15 %</b>	<b>TOTAL</b>
Técnico Apicultor	400,00	1	33,33	30,50	16,67	37,80	20,00	44,60	582,90
Obreros	366,00	1	30,50	30,50	15,25	34,59	18,30	40,81	535,95
<b>Total Mensual</b>									<b>1.118,85</b>
<b>Total Anual</b>									<b>13.426,15</b>

**Fuente:** [www.ecuadorlegalonline.com/laboral](http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral)

**Elaboración:** La Autora

**Materia Prima Indirecta.** – Son los gastos de los componentes secundarios que ayudan a optimizar el producto.

El valor mensual de la Materia Prima Indirecta asciende a **\$ 187,50**

**CUADRO N° 58**

<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Cera estampada	Unidad	1.875	1,20	2.250,00
<b>Total Mensual</b>				<b>187,50</b>
<b>Total Anual</b>				<b>2.250,00</b>

Fuente: Ecowilco Loja

Elaboración: La Autora

**Materiales Indirectos.** – Son los materiales que de manera indirecta se utilizan para la elaboración del producto, no son considerados de manera directa.

El valor mensual de la Materia Prima Indirecta asciende a **\$ 637,50**

**CUADRO N° 59**

<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Envases de vidrio 500 g con tapa y sello transparente	Unidad	1.250	0,45	562,50
Etiqueta Adhesiva (Millar)	Unidad	1.250	0,06	75,00
<b>Total Mensual</b>				<b>637,50</b>
<b>Total Anual</b>				<b>7.650,00</b>

Fuente: Importadora del país (CEDRI CIA. LTDA, Guayaquil)

Elaboración: La Autora

**Servicios Básicos.** – Son los servicios básicos de agua y luz, necesarios para el desarrollo del proceso productivo.

El valor mensual de Servicios Básicos es de \$ **3,67**

**CUADRO N° 60**

<b>SERVICIOS BASICOS</b>					
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MESUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
100	Metros Cúbicos	AGUA	0,38	3,17	38,00
50	kWh/h(kilovatio-hora)	LUZ	0,12	0,50	6,00
<b>TOTALES</b>				<b>3,67</b>	<b>44,00</b>

Fuente: EERRSA

Elaboración: La Autora

**Indumentaria.** – Son las prendas de vestir que sirven de protección o seguridad a los trabajadores para realizar las actividades en el proceso productivo.

El valor mensual de Indumentaria es de \$ **11,67**

**CUADRO N° 61**

<b>INDUMENTARIA</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO. UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Botas	Par	2	20,00	40,00
Casco con velo	Unidad	2	15,00	30,00
Guantes	Unidad	2	7,00	14,00
Overol	Unidad	2	28,00	56,00
<b>Total Mensual</b>				<b>11,67</b>
<b>Total Anual</b>				<b>140,00</b>

Fuente: Almacenes de la localidad y Costurera

Elaboración: La Autora

**Gastos Administrativos.** – Son todos costos que corresponden al rol de pagos del personal administrativo, gastos generales de administración y amortización de los activos diferidos.

**Sueldos y Salarios Administrativos.** - Son todos los gastos de sueldos y salarios del personal que no intervienen en el proceso productivo, pero que son necesarios para el desarrollo de la empresa.

El valor mensual de los Sueldos Administrativos asciende a \$ **1.442,95**

**CUADRO N° 62**

<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>									
<b>DETALLE</b>	<b>REMUNERACIÓN BASICA</b>	<b>CANT.</b>	<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>FONDO DE RESERVA 9,45 %</b>	<b>SECAP</b>	<b>APORTE PATRONAL 11, 15 %</b>	<b>TOTAL</b>
Gerente General	500,00	1	41,67	30,50	20,83	47,25	25,00	55,75	721,00
Secretaria Contadora	450,00	1	37,50	30,50	18,75	42,53	22,50	50,18	651,95
Asesor Jurídico	70,00	1							70,00
<b>Total Mensual</b>									<b>1.442,95</b>
<b>Total Anual</b>									<b>17.315,40</b>

Fuente: [www.ecuadorlegalonline.com/laboral](http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral)

Elaboración: La Autora

**Servicios Básicos.** - Son los servicios de agua, luz y teléfono que se utilizarán en el área administrativa.

El valor mensual de Servicios Básicos es de **\$ 37,50**

**CUADRO N° 63**

<b>SERVICIOS BASICOS</b>					
<b>CANTIDAD</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR MESUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
30	Metros Cúbicos	AGUA	0,38	0,95	11,40
50	kWh/h(kilovatio/h)	LUZ	0,12	0,50	6,00
1	MENSUAL	INTERNET	20,05	20,05	240,60
200	MINT/ H	LINEA TELEFONICA	0,08	16,00	192,00
<b>TOTALES</b>				<b>37,50</b>	<b>450,00</b>

**Fuente:** EERSA

**Elaboración:** La Autora

**Útiles de Oficina.** – Son los gastos que se producen en la adquisición de material de oficina y útiles de oficina.

El valor mensual de útiles de oficina asciende a **\$ 17,46**

**CUADRO N° 64**

<b>UTILES DE OFICINA</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
2	Papel bond	Resma	4,50	9,00
4	Tinta para impresora	Unidad	21,00	84,00
1	Grapadora + grapas	Unidad	3,35	3,35
1	Perforadora	Unidad	6,00	6,00
1	Sello	Unidad	25,00	25,00
5	Carpeta archivador	Unidad	4,00	20,00
24	Esferográficos	Unidad	0,30	7,20
2	Talonnario de facturas	Unidad	24,00	48,00
2	Borradores	Unidad	0,25	0,50
1	Corrector	Unidad	0,75	0,75
2	Lápices	Unidad	0,35	0,70
4	Caja de clips	Unidad	0,50	2,00
12	Sobres manila	Unidad	0,25	3,00
<b>Total Anual</b>				<b>209,50</b>
<b>Total Mensual</b>				<b>17,46</b>

**FUENTE:** Librería Aguilar, Electrocompu, Pirámides Gráfica

**Elaboración:** La Autora

**Útiles de Aseo.** - Son los gastos por la adquisición de implementos necesarios para el aseo y mantenimiento de la empresa durante un año.

El valor mensual de útiles de aseo asciende a **\$ 17,71**

**CUADRO N° 65**

<b>UTILES DE ASEO</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>SUBTOTAL</b>
3	Escoba	Unidad	2,00	6,00
1	Trapeador	Unidad	2,50	2,50
1	Recogedor	Unidad	2,00	2,00
2	Desinfectante	Galón	5,00	10,00
6	Papel higiénico (x12)	Paquete	5,70	34,20
3	Toallas	Unidad	1,00	3,00
6	Fundas de basura	Paquete	1,40	8,40
1	Basureros grandes	Unidad	100,00	100,00
2	Basureros pequeños	Unidad	5,00	10,00
1	Balde escurridor	Unidad	10,00	10,00
1	Escobilla para baño	Unidad	1,25	1,25
24	Jabón de manos	Unidad	1,05	25,20
<b>Total Anual</b>				<b>212,55</b>
<b>Total Mensual</b>				<b>17,71</b>

**Fuente:** Almacenes TIA

**Elaboración:** La Autora

**Sueldos y Salarios personal de ventas.** – Son los pagos que se realizan al personal de ventas por la prestación de sus servicios.

El valor mensual de Sueldos para el Personal de Ventas asciende a **\$ 582,90**

**CUADRO N° 66**

<b>SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>									
<b>DETALLE</b>	<b>SUELDO BASICO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DECIMO TERCER SUELDO</b>	<b>DECIMO CUARTO SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>FONDO DE RESERVA 9,45 %</b>	<b>SECAP</b>	<b>APORTE PATRONAL 11, 15 %</b>	<b>TOTAL</b>
Vendedor	400,00	1	33,33	30,50	16,67	37,80	20,00	44,60	582,90
<b>Total Mensual</b>									<b>582,90</b>
<b>Total Anual</b>									<b>6.994,80</b>

**Fuente:** [www.ecuadorlegalonline.com/laboral](http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral)

**Elaboración:** La Autora

**Publicidad.** - Es la forma comercial que la empresa utiliza para dar a conocer su producto en el mercado.

El valor mensual de publicidad es de **\$ 142,67**

**CUADRO N° 67**

<b>PUBLICIDAD</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
105	Cuña Radial	1,20	126,00
1	Diseño de la Pagina Web		200,00
<b>TOTAL Anual</b>			<b>1.712,00</b>
<b>TOTAL Mensual</b>			<b>142,67</b>

Fuente: Radio Zapotillo

Elaboración: La Autora

**Mantenimiento de Vehículo.** - Son los gastos que corresponden a productos y servicios que se utilizarán para el buen funcionamiento del vehículo.

El valor mensual del Mantenimiento de vehículo es de **\$ 42,87**

**CUADRO N° 68**

<b>MANTENIMIENTO DEL VEHICULO</b>				
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
24	Limpiezas y aseo del vehículo	Unidad	5,00	120,00
80	Diésel vehículo	Galón	1,18	94,40
12	cambio de aceite	Unidad	25,00	300,00
<b>Total Anual</b>				<b>514,40</b>
<b>Total Mensual</b>				<b>42,87</b>

Fuente: Lubricadora de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

**Seguros y Matriculas.** - Son los documentos que permiten que el vehículo pueda circular legalmente.

El valor de seguros y matricula asciende a **\$ 310,00**

**CUADRO N° 69**

<b>SEGUROS Y MATRICULA</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	SEGUROS Y MATRÍCULA	310,00	310,00
<b>Total Anual</b>			<b>310,00</b>

Fuente: Agencia Nacional de Transito (ANT)

Elaboración: La Autora

## **RESUMEN DEL CAPITAL DE TRABAJO**

El total mensual invertido en el capital de trabajo es de **\$ 6.392,65**

**CUADRO N° 70**

<b>RESUMEN DE LOS ACTIVOS CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>DESCRPCIÓN</b>	<b>CUADRO N°</b>	<b>VALOR ANUAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>
MATERIA PRIMA DIRECTA	56	26.875,00	2.239,58
MATERIA PRIMA INDIRECTA	57	2.250,00	187,50
MANO DE OBRA DIRECTA	58	13.426,15	1.118,85
MATERIALES INDIRECTOS	59	7.650,00	637,50
SERVICIOS BASICOS	60	44,04	3,67
INDUMENTARIA	61	140,00	11,67
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	62	17.315,40	1.326,95
SERVICIOS BASICOS	63	450,00	37,50
UTILES DE OFICINA	64	209,50	17,46
UTILES DE ASEO	65	212,55	17,71
SUELDO VENDEDOR	66	6.994,80	582,90
PUBLICIDAD	67	1.712,00	142,67
MANTENIMIENTO DEL VEHICULO	68	514,40	42,87
SEGUROS Y MATRICULA	69	310,00	25,83
<b>Total Capital de Trabajo</b>		<b>78.103,80</b>	<b>6.508,65</b>

Elaboración: La Autora

## RESUMEN DE LOS ACTIVOS

**CUADRO N° 71**

<b>INVERSION TOTAL DE ACTIVOS</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	53.703,00
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	1.295,00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	6.392,65
<b>TOTAL</b>	<b>61.506,65</b>

Fuente: Cuadros N° 49, 53 y 70

Elaboración: La Autora

## FINANCIAMIENTO

El financiamiento permite conocer el valor total de los recursos económicos que se necesitan para la ejecución del proyecto.

La inversión total del proyecto es de \$ 61.506,65 por lo tanto, para el financiamiento la empresa "MIEL DEL BOSQUE" CIA. LTDA., hará uso de dos fuentes principales que son:

**Fuentes Internas.** - Son todas las aportaciones que realizan los socios para el financiamiento de la inversión, es decir es el capital propio con el que cuenta la empresa, este valor es de \$ 41.506,65 que corresponde al 67,42 % de toda la inversión.

**Fuentes externas.** – Es el préstamo que se pide a una entidad financiera para completar el financiamiento de la inversión, para la empresa el financiamiento es de \$ 20.000,00, que constituye el 32,58 % de la inversión total.

El préstamo es solicitado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito "JEP", debido a que el interés es del 11,20 %, el cual es más bajo en comparación a las otras entidades financieras.

CUADRO N° 72

FINANCIAMIENTO		
DESCRPCIÓN	VALOR	%
CAPITAL INTERNO	41.506,65	<b>67,42</b>
CAPITAL EXTERNO	20.000,00	<b>32,58</b>
<b>TOTAL</b>	<b>61.506,65</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Cooperativa de ahorro y crédito "JEP"

Elaboración: La Autora

## AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO

### Cálculo matemático

#### Datos:

Saldo Inicial: \$ 20.000,00

Interés:  $11,20 \% / 100 = 0,1120$

Tiempo: 5 años

Forma de pago: Semestral (2 pagos anuales)  $5 * 2 = 10$  pagos cada 6 meses

$0,1120 / 2 = 0,056$

#### Desarrollo:

Para sacar el interés:

$$(20.000,00 * 0,1120 * 1) / 2 = 1.120,00$$

Para sacar el pago programado:

$$(20.000,00 * 0,056) * (1 + 0,056)^{10} = 1.931,33$$

$$1.931,33 / ((1 + 0,056)^{10} - (1)) = 2.666,10$$

**CUADRO N° 73**

<b>AMORTIZACIÓN</b>								
<b>N° PAGO</b>	<b>FECHA DE PAGO</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>PAGO PROGRAMADO</b>	<b>PAGO TOTAL</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>SALDO FINAL</b>	<b>INTERES ACUM.</b>
0		20.000,00						
1	20/07/2016	18.453,90	2.666,10	2.666,10	1.546,10	1.120,00	18.453,90	1.120,00
2	20/01/2017	16.821,22	2.666,10	2.666,10	1.632,68	1.033,42	16.821,22	2.153,42
3	20/07/2017	15.097,12	2.666,10	2.666,10	1.724,11	941,99	15.097,12	3.095,41
4	20/01/2018	13.276,46	2.666,10	2.666,10	1.820,66	845,44	13.276,46	3.940,85
5	20/07/2018	11.353,84	2.666,10	2.666,10	1.922,62	743,48	11.353,84	4.684,33
6	20/01/2019	9.323,56	2.666,10	2.666,10	2.030,28	635,82	9.323,56	5.320,14
7	20/07/2019	7.179,58	2.666,10	2.666,10	2.143,98	522,12	7.179,58	5.842,26
8	20/01/2020	4.915,54	2.666,10	2.666,10	2.264,04	402,06	4.915,54	6.244,32
9	20/07/2020	2.524,71	2.666,10	2.666,10	2.390,83	275,27	2.524,71	6.519,59
10	20/01/2021	0,00	2.666,10	2.666,10	2.524,71	141,38	0,00	6.660,97

**Fuente:** Cooperativa de Ahorro y Crédito "JEP"

**Elaboración:** La Autora

## PROYECCIÓN DE LOS PRESUPUESTOS PARA LA VIDA UTIL DEL PROYECTO (5 AÑOS)

En estos presupuestos se encuentran todos los gastos que la empresa deberá afrontar durante las operaciones de su vida útil, para la proyección de los costos se utiliza la tasa de inflación de febrero del 2016 la cual es de 3,09 %, en el siguiente cuadro se muestra detallado el presupuesto de costos.

**CUADRO N° 74**

### EMPRESA "MIEL DEL BOSQUE" CIA. LTDA. PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>COSTO DEPRODUCCION</b>					
<b><u>COSTO PRIMO</u></b>					
Materia Prima Directa	26.875,00	26.878,09	26.881,18	26.884,27	26.887,36
Mano de Obra Directa	13.426,15	13.841,02	14.268,71	14.709,61	15.164,14
<b>TOTAL DE COSTO PRIMO</b>	<b>40.301,15</b>	<b>40.719,11</b>	<b>41.149,89</b>	<b>41.593,88</b>	<b>42.051,50</b>
<b>GASTOS IND. DE FABRICACION</b>					
Materia Prima Indirecta	2.250,00	2.253,09	2.256,18	2.259,27	2.262,36
Materiales Indirectos	7.650,00	7.653,09	7.656,18	7.659,27	7.662,36
Servicios Básicos	44,00	45,36	46,76	48,21	49,70
Indumentaria	140,00	144,33	148,79	153,38	158,12
Útiles de Aseo	106,28	109,56	112,94	116,43	119,92
Depre. de Maquinaria y Equipo	85,77	85,77	85,77	85,77	85,77
Depre. de Herramientas	186,24	186,24	186,24	186,24	186,24
Depre. de Construcción	2.286,67	2.286,67	2.286,67	2.286,67	2.286,67
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>	<b>12.748,95</b>	<b>12.764,10</b>	<b>12.779,53</b>	<b>12.795,24</b>	<b>12.811,14</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>53.050,10</b>	<b>53.483,21</b>	<b>53.929,42</b>	<b>54.389,12</b>	<b>54.862,64</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>					
<b><u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u></b>					
Sueldos Administrativos	17.315,40	17.850,45	18.402,02	18.970,65	19.556,84
Servicios Básicos	450,00	463,91	478,24	493,02	508,25
Útiles de Oficina	209,50	215,97	222,65	229,53	236,62
Útiles de Aseo	106,28	109,56	112,94	116,43	120,03
Mantenimiento del Vehículo	171,47	176,76	182,23	187,86	193,66
Seguros y Matrícula	103,33	103,33	103,33	103,33	103,33
Depre. de Equipo de Oficina	36,32	36,32	36,32	36,32	36,32
Depre. de Equipo de Computación	203,33	203,33	203,33	203,33	203,33

Depre. de Muebles y Enseres	111,04	111,04	111,04	111,04	111,04
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>18.706,67</b>	<b>19.270,67</b>	<b>19.852,11</b>	<b>20.451,51</b>	<b>21.069,43</b>
<b><u>GASTO DE VENTAS</u></b>					
Remuneración Personal de Ventas	6.994,80	7.210,94	7.433,76	7.663,46	7.900,26
Publicidad	1.712,00	1.764,90	1.819,44	1.875,66	1.933,61
Depre. de Vehículo	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00	1.520,00
Mantenimiento de Vehículo	342,93	353,53	364,45	375,72	387,33
Seguros y Matrícula de Vehículo	206,67	206,67	206,67	206,67	206,67
<b>TOTAL DE GASTO DE VENTAS</b>	<b>10.776,40</b>	<b>11.056,04</b>	<b>11.344,31</b>	<b>11.641,50</b>	<b>11.947,87</b>
<b><u>GASTO FINANCIEROS</u></b>					
Préstamo Bancario	2.153,42	1.787,43	1.379,30	924,18	416,65
Amortización de Act. Diferidos	259,00	259,00	259,00	259,00	259,00
<b>TOTAL DE GASTO FINANCIERO</b>	<b>2.412,52</b>	<b>2.046,43</b>	<b>1.638,30</b>	<b>1.183,18</b>	<b>675,65</b>
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>84.945,59</b>	<b>85.856,35</b>	<b>86.764,14</b>	<b>87.665,31</b>	<b>88.555,59</b>

**Fuente:** Cuadro N° 49, 53, 70 (Anexo N° 4 Proyecciones Act. Circulante) y Amortización Cuadro N° 72

**Elaboración:** La Autora

## CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

Son los costos fijos y variables, los cuales se determinan con la finalidad de establecer el precio de venta al público y el punto de equilibrio en función de las ventas.

**Costos Fijos.** – Son aquellos costos que se mantienen constantes durante todo el periodo de producción.

**Costos Variables.** – Son los costos que pueden variar con respecto al aumento o disminución de la producción o de sus ventas.

### CUADRO N° 75

EMPRESA MIEL DEL BOSQUE CIA. LTDA.

#### PRESUPUESTO DE COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	C.FIJO	C.VARIABLE								
<b>COSTO DEPRODUCCIÓN</b>										
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia Prima Directa		26.875,00		26.878,09		26.881,18		26.884,27		26.887,36
Mano de Obra Directa		13.426,15		13.841,02		14.268,71		14.709,61		15.164,14
<b>TOTAL DE COSTO PRIMO</b>	<b>0,00</b>	<b>40.301,15</b>	<b>0,00</b>	<b>40.719,11</b>	<b>0,00</b>	<b>41.149,89</b>	<b>0,00</b>	<b>41.593,88</b>	<b>0,00</b>	<b>42.051,50</b>
<b>GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>										
Materia Prima Indirecta		2.250,00		2.253,09		2.256,18		2.259,27		2.262,36
Materiales Indirectos		7.650,00		7.653,09		7.656,18		7.659,27		7.662,36
Servicios Básicos		44,00		45,36		46,76		48,21		49,70

Indumentaria	140,00		144,33		148,79		153,38		158,12	
Útiles de Aseo	106,28		109,56		112,94		116,43		119,92	
Depre. de Maquinaria y equipo	85,77		85,77		85,77		85,77		85,77	
Depre. de Herramientas	186,24		186,24		186,24		186,24		186,24	
Depre. de Construcción	2.286,67		2.286,67		2.286,67		2.286,67		2.286,67	
<b>TOTAL DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>	<b>2.804,95</b>	<b>9.944,00</b>	<b>2.812,56</b>	<b>9.951,54</b>	<b>2.820,41</b>	<b>9.959,12</b>	<b>2.828,49</b>	<b>9.966,75</b>	<b>2.836,72</b>	<b>9.974,42</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCION</b>	<b>2.804,95</b>	<b>50.245,15</b>	<b>2.812,56</b>	<b>50.670,65</b>	<b>2.820,41</b>	<b>51.109,01</b>	<b>2.828,49</b>	<b>51.560,63</b>	<b>2.836,72</b>	<b>52.025,91</b>
<b>COSTO DE OPERACIÓN</b>										
<b><u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u></b>										
Sueldos Administrativos	17.315,40		17.850,45		18.402,02		18.970,65		19.556,84	
Servicios Básicos		450,00		463,91		478,24		493,02		508,25
Útiles de Oficina	209,50		215,97		222,65		229,53		236,62	
Útiles de Aseo		106,28		109,56		112,94		116,43		120,03
Mantenimiento del Vehículo	171,47		176,76		182,23		187,86		193,66	
Seguros y Matricula	103,33		103,33		103,33		103,33		103,33	
Depre. de Equipo de Oficina	36,32		36,32		36,32		36,32		36,32	
Depre. de Equipo de Computación	203,33		203,33		203,33		203,33		203,33	
Depre. de Muebles y Enseres	111,04		111,04		111,04		111,04		111,04	
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>18.150,39</b>	<b>556,28</b>	<b>18.697,21</b>	<b>573,46</b>	<b>19.260,93</b>	<b>591,18</b>	<b>19.842,06</b>	<b>609,45</b>	<b>20.441,15</b>	<b>628,28</b>
<b><u>GASTO DE VENTAS</u></b>										
Remuneración personal de ventas	6.994,80		7.210,94		7.433,76		7.663,46		7.900,26	
Publicidad	1.712,00		1.764,90		1.819,44		1.875,66		1.933,61	
Depre. de Vehículo	1.520,00		1.520,00		1.520,00		1.520,00		1.520,00	
Mantenimiento de vehículo	342,93		353,53		364,45		375,72		387,33	
Seguros y Matricula de Vehículo	206,67		206,67		206,67		206,67		206,67	
<b>TOTAL DE GASTO DE VENTAS</b>	<b>10.776,40</b>		<b>11.056,04</b>		<b>11.344,31</b>		<b>11641,50</b>		<b>11.947,87</b>	

<b>GASTO FINANCIEROS</b>										
Préstamo Bancario	2.153,42		1.787,43		1.379,30		924,18		416,65	
<b>TOTAL DE GASTO FINANCIERO</b>	<b>2.153,42</b>		<b>1.787,43</b>		<b>1.379,30</b>		<b>924,18</b>		<b>416,65</b>	
<b>TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN</b>	<b>31.080,21</b>	<b>556,28</b>	<b>31.540,67</b>	<b>573,46</b>	<b>31.984,54</b>	<b>591,18</b>	<b>32.407,73</b>	<b>609,45</b>	<b>32.805,67</b>	<b>628,28</b>
<b>OTROS GASTOS</b>										
Amortización de Activos Diferidos	259,00		259,00		259,00		259,00		259,00	
<b>TOTAL DE OTROS GASTOS</b>	<b>259,00</b>									
<b>TOTAL</b>	<b>34.144,16</b>	<b>50.801,43</b>	<b>34.612,24</b>	<b>51.244,11</b>	<b>35.063,94</b>	<b>51.700,19</b>	<b>35.495,23</b>	<b>52.170,08</b>	<b>35.901,39</b>	<b>52.654,20</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>84.945,59</b>		<b>85.856,35</b>		<b>86.764,14</b>		<b>87.665,31</b>		<b>88.555,59</b>	

Fuente: Cuadro N° 74

Elaboración: La Autora

## ANÁLISIS DE LOS COSTOS

El análisis de los costos permite determinar el costo real del producto y cuál será el precio de venta con el que venta al público con el que ingresará al mercado.

**Costo Unitario.** - Se establece al dividir el costo total para el número de unidades producidas al año por la empresa.

**CUADRO N° 76**

<b>COSTO UNITARIO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>COSTOS TOTAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>N° DE U. PRODUCIDAS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>
1	84.945,59	15.000	5,66
2	85.856,35	15.000	5,72
3	86.764,14	15.000	5,78
4	87.665,31	15.000	5,84
5	88.555,59	15.000	5,90

**Fuente:** Cuadro N° 75 y N° 35

**Elaboración:** La Autora

**Precio de Venta al Público.** – Para establecer el precio de venta al público del producto, al costo unitario del producto se le suma un porcentaje de utilidad.

**CUADRO N° 77**

<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>% DE UTILIDAD</b>	<b>PVP</b>
1	5,66	0,55	8,78
2	5,72	0,55	8,87
3	5,78	0,55	8,97
4	5,84	0,55	9,06
5	5,90	0,55	9,15

**Fuente:** Cuadro N° 76

**Elaboración:** La Autora

**Ingresos Totales.** – Son los ingresos que la empresa recibe por las ventas del producto.

**CUADRO N° 78**

<b>EMPRESA MIEL DEL BOSQUE CIA. LTDA</b>			
<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS PROFORMA 2016-2021</b>			
<b>AÑO</b>	<b>N° UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>P.V.P</b>	<b>INGRESOS TOTALES</b>
1	15.000	8,78	131.665,67
2	15.000	8,87	133.077,34
3	15.000	8,97	134.484,41
4	15.000	9,06	135.881,23
5	15.000	9,15	137.261,17

**Fuente:** Cuadro N° 76 y N° 77

**Elaboración:** La Autora

Para determinar los ingresos se multiplica el número de unidades producidas al año por el precio de venta al público.

Los ingresos para el año uno de la empresa miel del bosque son de \$ 131.665,67 dólares.

### **ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

El punto de equilibrio es el punto de balance entre los ingresos y egresos, algunos autores lo denominan como Punto Muerto por que en el no existen ni perdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni perdidas, es decir, si vendo menos que el punto de equilibrio obtendré perdidas y si vendo más que el punto de equilibrio conseguiré ganancias. Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos fijos y los variables.

Existen dos tipos de cálculo que son: método matemático y método gráfico.

**Método Matemático;** En este método se planteó tres alternativas; en función a la capacidad instalada, en función de las ventas y en función de las unidades producidas, para los años uno, tres y cinco.

**Método Gráfico;** Este método se realizó en función a las ventas, para los años uno tres y cinco.

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

### CUADRO N° 79

<b>AÑO 1</b>	
<b>C. FIJOS</b>	34.144,16
<b>C. VARIABLES</b>	50.801,43
<b>C. TOTAL</b>	84.945,59
<b>V. TOTALES</b>	131.665,67

Fuente: Cuadro N° 74 y 77

Elaboración: La Autora

### Forma Matemática

#### Punto de Equilibrio en función a las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{34.144,16}{1 - \frac{50.801,43}{131.665,67}}$$

$$PE = \frac{34.144,16}{1 - 0,39}$$

$$PE = \frac{34.144,16}{0,61}$$

$$PE = 55.594,59$$

### Punto de Equilibrio en función a las Unidades Producidas

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{50.801,43}{15.000,00} = 3,39$$

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} = \frac{34.144,16}{8,78 - 3,39}$$

$$PE = \frac{34.144,16}{5,39}$$

$$PE = 6.334$$

### Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{34.144,16}{131.665,67 - 50.801,43} * 100$$

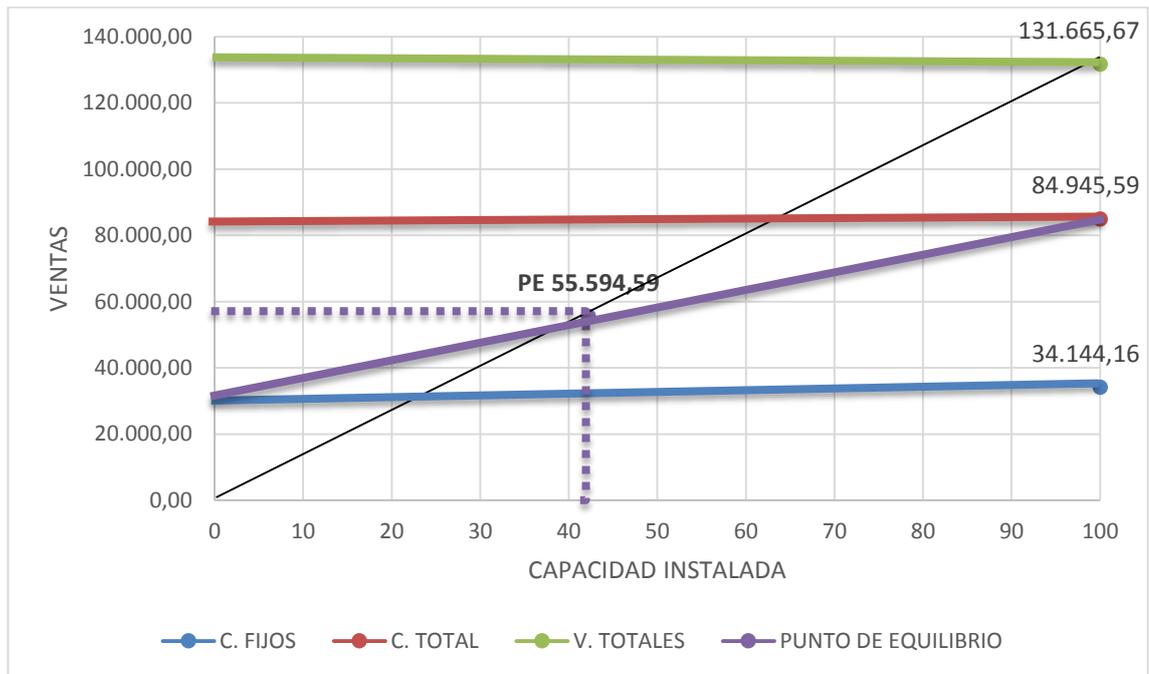
$$PE = \frac{34.144,16}{80.864,24} * 100$$

$$PE = 0,42 * 100$$

$$PE = 42,22 \%$$

## Forma Gráfica

### GRÁFICO N° 22



Elaboración: La Autora

**Análisis.** - El punto de equilibrio para el año uno, se produce cuando los ingresos alcanzan \$ 55.594,59, con una producción de 6.334 unidades y utiliza el 42,22 % de su capacidad instalada. En este punto la empresa no obtiene pérdidas ni ganancias, si se produce menos que la cantidad antes mencionada la empresa obtendría pérdidas.

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL TERCER AÑO

### CUADOR N° 80

<b>AÑO 3</b>	
<b>C. FIJOS</b>	34.612,24
<b>C. VARIABLES</b>	51.700,19
<b>C. TOTAL</b>	86.312,43
<b>V. TOTALES</b>	<b>134.484,41</b>

Fuente: Cuadro N° 74 y 77

Elaboración: La Autora

### Forma Matemática

#### Punto de Equilibrio en función a las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{34.612,24}{1 - \frac{51.700,19}{134.484,41}}$$

$$PE = \frac{34.612,24}{1 - 0,38}$$

$$PE = \frac{34.612,24}{0,62}$$

$$PE = 56.228,18$$

### Punto de Equilibrio en función a las Unidades Producidas

$$CVU = \frac{CV}{UP} = \frac{51.700,19}{15.000,00} = 3,45$$

$$PE = \frac{CF}{PVP - CUV} = \frac{34.612,24}{8,97 - 3,45}$$

$$PE = \frac{34.612,24}{5,52}$$

$$PE = 6.272$$

### Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{34.612,24}{134.484,41 - 51.700,19} * 100$$

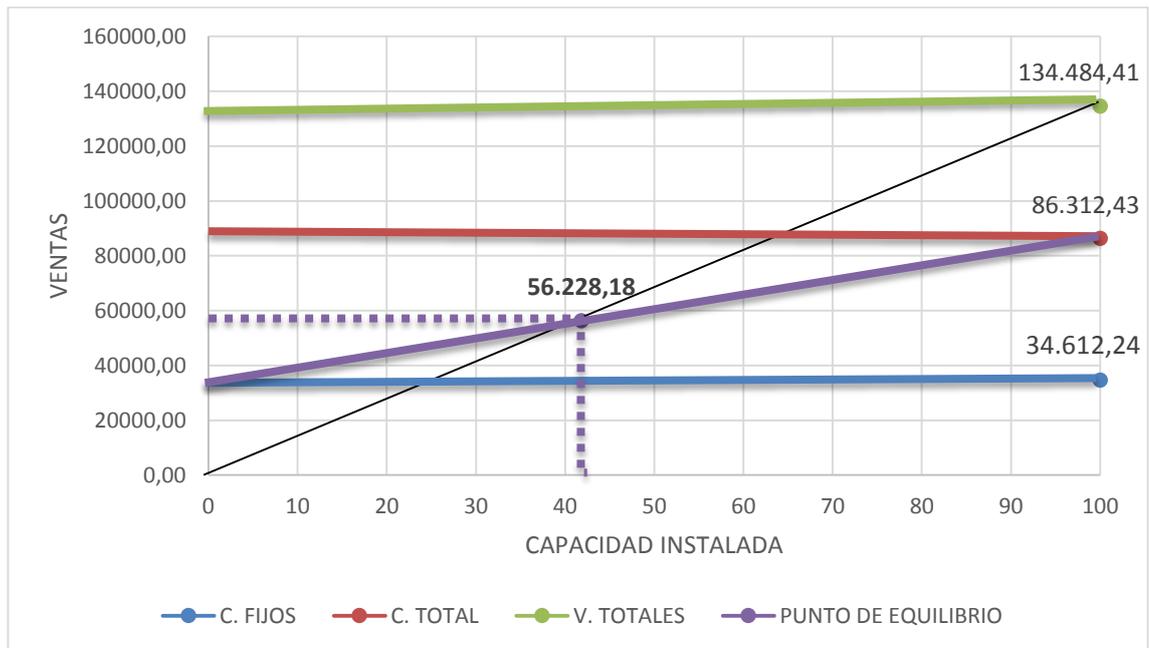
$$PE = \frac{34.612,24}{82.784,22} * 100$$

$$PE = 0,42 * 100$$

$$PE = 41,81 \%$$

## Forma Gráfica

GRAFICO N° 23



Elaboración: La Autora

**Análisis.** - El punto de equilibrio para el año uno, se produce cuando los ingresos alcanzan \$ 56.228,18, con una producción de 6.272 unidades y utiliza el 41,81 % de su capacidad instalada. En este punto la empresa no obtiene pérdidas ni ganancias, si se produce menos que la cantidad antes mencionada la empresa obtendría pérdidas.

## PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL QUINTO AÑO

### CUADRO N° 81

<b>AÑO 5</b>	
<b>C. FIJOS</b>	35.901,39
<b>C. VARIABLES</b>	52.654,20
<b>C. TOTAL</b>	88.555,59
<b>V. TOTALES</b>	<b>137.261,17</b>

Fuente: Cuadro N° 74 y 77

Elaboración: La Autora

### Forma matemática

#### Punto de Equilibrio en función a las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} = \frac{35.901,39}{1 - \frac{52.654,20}{137.261,17}}$$

$$PE = \frac{35.901,39}{1 - 0,38}$$

$$PE = \frac{35.901,39}{0,62}$$

$$PE = 58.244,22$$

### Punto de Equilibrio en función a las Unidades Producidas

$$\frac{CV}{UP} = \frac{52.654,20}{15.000,00} = 3,51$$

$$\frac{CF}{PVP - CUV} = \frac{35.901,39}{9,15 - 3,51}$$

$$PE = \frac{35.901,39}{5,64}$$

$$PE = 6.365$$

### Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 = \frac{35.901,39}{137.261,17 - 52.654,20} * 100$$

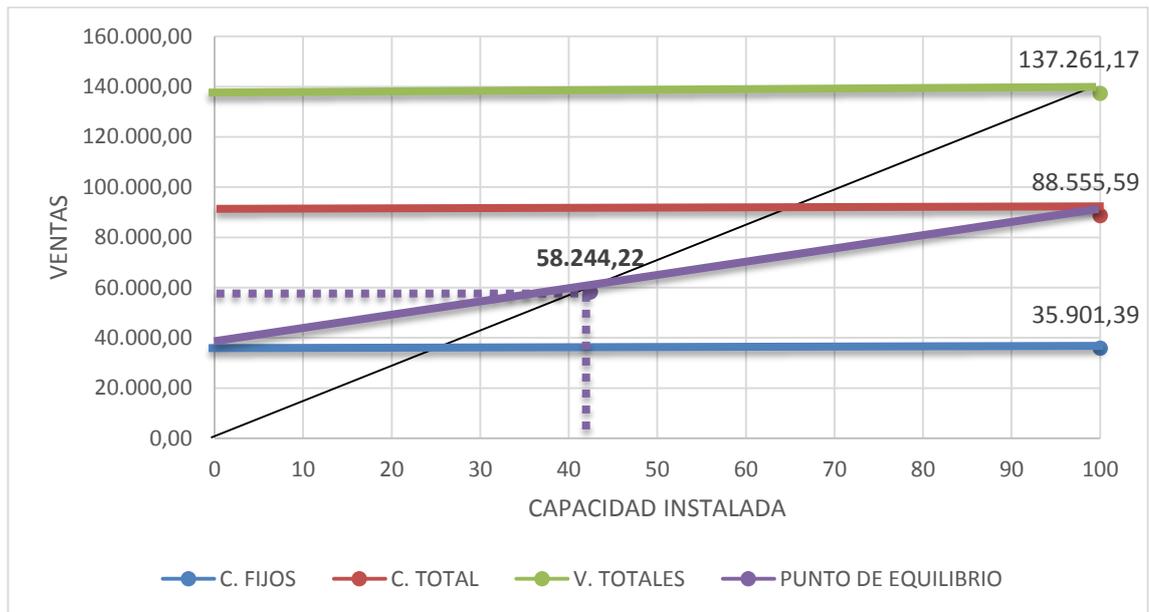
$$PE = \frac{35.901,39}{84.606,97} * 100$$

$$PE = 0,42 * 100$$

$$PE = 42,43 \%$$

## Forma Gráfica

GRAFICO N° 24



Elaboración: La Autora

**Análisis.** - El punto de equilibrio para el año uno, se produce cuando los ingresos alcanzan \$ 58.244,22, con una producción de 6.365 unidades y utiliza el 42,43 % de su capacidad instalada. En este punto la empresa no obtiene pérdidas ni ganancias, si se produce menos que la cantidad antes mencionada la empresa obtendría pérdidas.

## ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias o también llamado estado de resultados, es un estado financiero que muestra los resultados financieros en un periodo de tiempo determinado como producto de una actividad económica en la empresa.

### CUADRO N° 82

#### EMPRESA MIEL DEL BOSQUE" CIA LTDA

##### ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROFORMA 2017- 2021

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>VENTAS</b>	<b>131.665,67</b>	<b>133.077,34</b>	<b>134.484,41</b>	<b>135.881,23</b>	<b>137.261,17</b>
(-) Costos Totales	84.945,59	85.856,35	86.764,14	87.665,31	88.555,59
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>46.720,07</b>	<b>47.220,99</b>	<b>47.720,27</b>	<b>48.215,92</b>	<b>48.705,58</b>
(-) 15% Util. a trabajadores	7.008,01	7.083,15	7.158,04	7.232,39	7.305,84
<b>(=) UTILIDAD ANTES IMP. RENTA</b>	<b>39.712,06</b>	<b>40.137,84</b>	<b>40.562,23</b>	<b>40.983,53</b>	<b>41.399,74</b>
(-) 22% Provisión de Imp. Renta	8.736,65	8.830,33	8.923,69	9.016,38	9.107,94
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL</b>	<b>30.975,41</b>	<b>31.307,52</b>	<b>31.638,54</b>	<b>31.967,15</b>	<b>32.291,80</b>
(-) 10% Reserva Legal	3.097,54	3.130,75	3.163,85	3.196,72	3.229,18
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>27.877,87</b>	<b>28.176,77</b>	<b>284.74,69</b>	<b>28.770,44</b>	<b>290.62,62</b>

Fuente: Investigación personal SRI Loja

Elaboración: La Autora

## EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es uno de los puntos más importantes, ya que aquí se evalúa los resultados para tomar la mejor decisión, es decir se determina la aceptación o rechazo del proyecto.

### FLUJO DE CAJA

El flujo de caja representa los recursos en efectivo entre ingresos y egresos de la empresa, demostrando los fondos y su disponibilidad para la compra de activos o el pago de deudas.

#### CUADRO N° 83

##### EMPRESA MIEL DEL BOSQUE" CIA LTDA FLUJO DE CAJA PROFORMA 2016 – 2021

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas Netas		131.665,67	133.077,34	134.484,41	135.881,23	137.261,17
Crédito Coop. JEP	20.000,00					
Aporte de Socios	41.506,65					
Valor de Rescate				305,00		4.862,30
<b>TOTAL ING. EFECTIVO</b>	<b>61.506,65</b>	<b>131.665,67</b>	<b>133.077,34</b>	<b>134.789,41</b>	<b>135.881,23</b>	<b>142.123,47</b>
<b>EGRESOS</b>						
Reinversión					943,27	
Activos Fijos	53.703,00					
Activos Diferidos	1.295,00					
Activo Circulante	6.508,65					
Presupuesto de operación		84.945,59	85.856,35	86.764,14	87.665,31	88.555,59
Depreciación/Amortización		-4.688,37	-4.688,37	-4.688,37	-4.688,37	-4.688,37
AMORT. DE CREDITO		5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
15% Participación trabajadores		7.008,01	7.083,15	7.158,04	7.232,39	7.305,84
22% Impuesto a la Renta		8.736,65	8.830,33	8.923,69	9.016,38	9.107,94
<b>TOTAL EG. EFECTIVO</b>	<b>61.506,65</b>	<b>101.001,89</b>	<b>102.081,45</b>	<b>103.157,50</b>	<b>105.168,97</b>	<b>105.281,00</b>
<b>SALDO FINAL EN EFECTIVO</b>	<b>0,00</b>	<b>30.663,78</b>	<b>30.995,89</b>	<b>31.631,91</b>	<b>30.712,25</b>	<b>36.842,47</b>

Fuente: Cuadros N° 75 y 82

Elaboración: La Autora

## VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto también es conocido como el Valor Presente Neto, este permite aceptar o rechazar el proyecto, siendo este la sumatoria de los beneficios netos descontados a una tasa de actualización pertinente, se logró calcular el valor presente de los flujos de caja originados por la inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, obteniendo como resultado el valor actual neto de proyecto.

**CUADRO N° 84**

<b>EMPRESA "MIEL DEL BOSQUE" CIA LTDA</b>			
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
<b>VAN</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACION</b>	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>
<b>0</b>	<b>-61.506,65</b>	<b>8,37%</b>	
<b>1</b>	30.663,78	0,9228	28.296,57
<b>2</b>	30.995,89	0,8516	26.394,92
<b>3</b>	31.631,91	0,7858	24.857,07
<b>4</b>	30.712,25	0,7252	22.271,23
<b>5</b>	36.842,47	0,6692	24.654,11
<b>TOTAL</b>			<b>126.473,90</b>
<b>INVERSION</b>			<b>-61.506,65</b>
<b>VAN</b>			<b>64.967,25</b>

Fuente: Cuadros N° 72 y 83

Elaboración: La Autora

### Fórmula del Factor de Actualización:

$$F = (C_p * T_p) + (C_e * T_a)$$

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente formula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de VAN} - \text{Inversión Inicial}$$

$$\text{VAN} = 126.473,90 - 61.506,65$$

**VAN = 64.967,25**

**Análisis.** - El Valor Actual Neto del proyecto para la empresa "MIEL DEL BOSQUE" CIA. LTDA. Es de \$ 64.967,25 dólares, valor que es mayor a cero, por lo tanto, se acepta el proyecto.

### **TASA INTERNA DE RETORNO**

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es un método que expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, también es conocida como tasa de descuento, la cual hace posible que los beneficios actualizados sean iguales a la inversión inicial.

#### **CUADRO N° 85**

##### **EMPRESA "MIEL DEL BOSQUE" CIA LTDA TASA INTERNA DE RETORNO TIR**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>VAN 1</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>VAN2</b>
<b>0</b>	<b>61.506,65</b>	42,00%		43,00%	
<b>1</b>	<b>30.663,78</b>	0,7042	21.594,21	0,6993	21.443,20
<b>2</b>	<b>30.995,89</b>	0,4959	15.371,89	0,4890	15.157,65
<b>3</b>	<b>31.631,91</b>	0,3492	11.047,41	0,3420	10.817,26
<b>4</b>	<b>30.712,25</b>	0,2459	7.553,67	0,2391	7.344,59
<b>5</b>	<b>36.842,47</b>	0,1732	6.381,27	0,1672	6.161,25
<b>TOTAL</b>			<b>61.948,46</b>		60.923,95
<b>INVERSION</b>			<b>61.506,65</b>		<b>61.506,65</b>
<b>VAN</b>			<b>441,81</b>		<b>-582,70</b>

Fuente: Cuadro N° 84

Elaboración: La Autora

Para determinar la TIR, se aplica la siguiente formula:

$$\text{TIR} = \text{TMENOR} + \text{Dt} \frac{\text{VANTIR MENOR}}{\text{VANTIRMENOR-VANTIR MAYOR}}$$

$$\text{TIR} = 42 + 1,00 \frac{441,81}{1.024,50}$$

$$\text{TIR} = 42 + 1,00 (0,43)$$

$$\text{TIR} = 42 + 0,43$$

$$\text{TIR} = 42,43$$

**Análisis.** – La Tasa Interna de Retorno del proyecto de la empresa “MIEL DEL BOSQUE” CIA. LTDA. es de 42,43 %, por lo tanto, el proyecto es rentable y aceptable.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

El Periodo de Recuperación del capital (PRI), es el tiempo requerido para que los beneficios netos amorticen el capital invertido, en una medida de la rapidez con que el proyecto recupera la inversión.

**CUADRO N° 86**

<b>AÑOS</b>	<b>INVERSION</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>
0	61.506,65	
1		30.663,78
2		30.995,89
3		31.631,91
4		30.712,25
5		36.842,47

**Fuente:** Cuadros N° 85  
**Elaboración:** La Autora

**Su fórmula es:**

$$PRI = \text{Año que supera la inversión.} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{de los flujos que superan la inversión}}{\text{flujo del último año que supera la inversión}}$$

$$PRI = 2 + \frac{61506,65 - 61659,67}{30995,89}$$

$$PRI = 2 + \frac{-153,02}{30995,89}$$

$$PRI = 2 - 0,0049$$

$$PRI = 2$$

**PRI = 2 años**

**Análisis.** – El Periodo de Recuperación de Capital para la empresa “MIEL DEL BOSQUE” CIA. LTDA. Es de dos años.

## **RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- $B/C > 1$  Se puede realizar el proyecto.
- $B/C = 1$  Es indiferente realizar el proyecto.
- $B/C < 1$  Se debe rechazar el proyecto.

**CUADRO N° 87**

**EMPRESA "MIEL DEL BOSQUE" CIA LTDA**

**RELACION BENEFICIO COSTO**

<b>ACTUALIZACION DE LOS COSTOS</b>				<b>ACTUALIZACION DE LOS INGRESOS</b>		
<b>AÑOS</b>	<b>COSTOS ORIGINALES</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACION</b>	<b>COSTOS ACTUALIZADOS</b>	<b>INGRESOS ORIGINALES</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACION</b>	<b>INGRESOS ACTUALIZADOS</b>
0		8,37%			8,37%	
1	84.945,59	0,92280	78.387,89	131.665,67	0,92280	121.501,23
2	85.856,35	0,85156	73.112,00	133.077,34	0,85156	113.323,61
3	86.764,14	0,78582	68.181,20	134.484,41	0,78582	105.680,86
4	87.665,31	0,72516	63.571,18	135.881,23	0,72516	98.535,33
5	88.555,59	0,66918	59.259,32	137.261,17	0,66918	91.851,95
<b>Σ ACTUALIZACION DE LOS COSTOS</b>			<b>342.511,60</b>	<b>Σ ACTUALIZACION DE LOS INGRESOS</b>		<b>530.892,98</b>

Fuente: Cuadros N° 76 y 78

Elaboración: La Autora

Para determinar la RBC, se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{RBC} = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$\text{RBC} = \frac{530.892,98}{342.511,60}$$

$$\text{RBC} = 1,55$$

**Análisis.** - La Relación Beneficio Costo en el presente proyecto es, que por cada dólar invertido la empresa "MIEL DEL BOSQUE" CIA. LTDA. Obtendrá 0,55 centavos de dólar.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

### Incremento en Costos

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

**CUADRO N° 88**

#### **Análisis de Sensibilidad con Incremento en Costos**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO ORIGINAL</b>	<b>INCREMENTO COSTO</b>	<b>INGRESO ORIGINAL</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>VAN MENOR</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>VAN MAYOR</b>
<b>0</b>		25,80%			29,50%		30,50%	
<b>1</b>	<b>84.945,59</b>	106.861,55	<b>131.665,67</b>	24.804,11	0,7722	19.153,75	0,7663	19.006,98
<b>2</b>	<b>85.856,35</b>	108.007,29	<b>133.077,34</b>	25.070,05	0,5963	14.949,12	0,5872	14.720,90
<b>3</b>	<b>86.764,14</b>	109.149,28	<b>134.484,41</b>	25.335,13	0,4605	11.665,78	0,4500	11.399,65
<b>4</b>	<b>87.665,31</b>	110.282,96	<b>135.881,23</b>	25.598,27	0,3556	9.101,89	0,3448	8.826,09
<b>5</b>	<b>88.555,59</b>	111.402,93	<b>137.261,17</b>	25.858,23	0,2746	7.099,86	0,2642	6.831,98
<b>TOTAL</b>						<b>61.970,41</b>	<b>TOTAL</b>	<b>60.785,60</b>
<b>INVERSION</b>						61.506,65	<b>INVERSION</b>	61.506,65
<b>VAN Tm</b>						463,76	<b>VAN TM</b>	-721,05

Elaboración: La Autora

El Análisis de sensibilidad considera; cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1 el proyecto es sensible

Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a ,1 el proyecto no sufre ningún efecto; Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 el proyecto no es sensible.

**TIR DEL PROYECTO:** 42,43 %

**NTIR:** 29,89 %

$$\begin{aligned}\text{DIFERENCIA DE TIR} &= \text{TIR PROYECTO} - \text{NUEVA TIR} \\ &= 42,43 \quad \quad \quad 29,89 \\ &= \mathbf{12,54}\end{aligned}$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = \frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR PROYECTO}} * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = \frac{12,54}{42,43} * 100$$

$$\begin{aligned}\% \text{ DE VARIACION} &= 0,2955 \quad \quad \quad * 100 \\ &= \mathbf{29,55}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{SENSIBILIDAD} &= \frac{\% \text{ VARIACION}}{\text{NUEVA TIR}} = \frac{29,55}{29,89} \\ &= \mathbf{0,99}\end{aligned}$$

**Análisis.** - El proyecto es aceptable por que soporta un incremento en costos del 25,80 %, y su sensibilidad de 0,99.

## Disminución de Ingresos

### CUADRO N° 89

#### Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	DISMUNUCIÓN INGRESOS	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0			16,64%		29,50%		30,50%	
1	84.945,59	131.665,67	109.756,50	24.810,91	0,7722	19.159,00	0,7663	19.012,19
2	85.856,35	133.077,34	110.933,27	25.076,92	0,5963	14.953,22	0,5872	14.724,93
3	86.764,14	134.484,41	112.106,20	25.342,07	0,4605	11.668,98	0,4500	11.402,77
4	87.665,31	135.881,23	113.270,59	25.605,28	0,3556	9.104,38	0,3448	8.828,51
5	88.555,59	137.261,17	114.420,91	25.865,32	0,2746	7.101,81	0,2642	6.833,85
					<b>TOTAL</b>	<b>61.987,39</b>	<b>TOTAL</b>	<b>60.802,25</b>
					<b>INVERSIÓN</b>	61.506,65	<b>INVERSIÓN</b>	61.506,65
					<b>VAN menor</b>	480,74	<b>VAN Mayor</b>	-704,40

Elaboración: La Autora

**TIR DEL PROYECTO:** 42,43 %

**NTIR:** 29,91 %

$$\begin{aligned}\text{DIFERENCIA DE TIR} &= \text{TIR PROYECTO} - \text{NUEVA TIR} \\ &= 42,43 - 29,91 \\ &= \mathbf{12,53}\end{aligned}$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = \frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR PROYECTO}} * 100$$

$$\% \text{ DE VARIACION} = \frac{12,53}{42,43} * 100$$

$$\begin{aligned}\% \text{ DE VARIACION} &= 0,2952 * 100 \\ &= \mathbf{29,52}\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{SENSIBILIDAD} &= \frac{\% \text{ DE VARIACION}}{\text{NUEVA TIR}} = \frac{29,52}{29,91} \\ &= \mathbf{0,99}\end{aligned}$$

**Análisis.** - Es aceptable el proyecto por que soporta una disminución en sus ingresos del 16,64 %, y su sensibilidad de 0,99.

## **h. CONCLUSIONES**

Después de realizar la investigación para el presente proyecto, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ❖ La empresa “MIEL DEL BOSQUE” ha realizado el presente proyecto, con la finalidad de determinar su factibilidad y contribuir con el desarrollo económico de la provincia de Loja.
- ❖ De las 383 familias encuestadas en la provincia de Loja, 114 familias están dispuestas a adquirir el producto miel de abeja Apis Melífera de la nueva empresa.
- ❖ El estudio realizado en la provincia de Loja, ayudo a determinar que el proyecto puede ser ejecutado por los resultados que se obtuvieron en el análisis de la demanda y oferta.
- ❖ La empresa inicia sus operaciones con el 2,95 %, de participación en el mercado, lo cual es un porcentaje bajo.
- ❖ Para la puesta en marcha se requiere una inversión de \$ 61.506,65 dólares, la misma que será financiada de la siguiente manera: el 67,42 % como capital propio y el 32,58 % como crédito facilitado por la Cooperativa de ahorro y crédito JEP, con una tasa de interés del 11,20 %.

- ❖ El análisis de los costos y gastos permitió establecer el precio de venta al público que es de \$ 8,78 dólares, por frasco de 500 gramos de miel de abeja.
  
- ❖ La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: el VAN del proyecto es un valor positivo de \$ 64.697,25 dólares, por lo tanto, es conveniente invertir en el proyecto, ya que se obtendrá beneficios al finalizar la vida útil del proyecto. La TIR es del 42,43 %, la cual es mayor que el costo de oportunidad del capital, lo que hace recomendable la implementación del proyecto, así mismo el análisis de sensibilidad determinó que el proyecto permite un incremento en sus costos del 25,80 % y una disminución en sus ingresos del 16,64 %, por lo tanto, el proyecto es factible.

## **i. RECOMENDACIONES**

Tras concluir la investigación se ha determinado la factibilidad técnica, legal, social y económica del presente proyecto, por lo tanto, se cree conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- ⇒ Para que el producto tenga una buena aceptación en el mercado es necesario que se realice la difusión del mismo, con la finalidad de dar a conocer las características y propiedades medicinales que este posee.
- ⇒ En vista de que el porcentaje de participación en el mercado es bajo se recomienda en lo posterior realizar el incremento de la producción, teniendo cuidado en los cambios que se den en el mismo para mantenerse dentro de él.
- ⇒ Considerando que el proyecto es factible se recomienda su ejecución ya que es una alternativa atractiva de inversión, la cual generara beneficios sociales y económicos en la provincia de Loja
- ⇒ Que se motive a la población a través de capacitaciones por parte de la empresa pública y privada, con la finalidad de apoyar el desarrollo empresarial, generando fuentes de trabajo que contribuyan con la economía de la provincia y el país.

## j. BIBLIOGRAFÍA

[www.monografias.com/trabajos84/mitos-verdades-apicultura-ecuatoriana/mitos-verdades-apicultura-ecuatoriana.shtml#ixzz48plj6yNT](http://www.monografias.com/trabajos84/mitos-verdades-apicultura-ecuatoriana/mitos-verdades-apicultura-ecuatoriana.shtml#ixzz48plj6yNT)

[www.inec.gob.ec](http://www.inec.gob.ec)

[www.wikipedia.org/wiki/Sectores\\_de\\_producci%C3%B3n](http://www.wikipedia.org/wiki/Sectores_de_producci%C3%B3n)

[www.bancocentraldeecuador.com](http://www.bancocentraldeecuador.com)

Sánchez Reyes Cristian, Crianza y reproducción de abejas, Lima, ediciones Riplame

<http://www.botanical-online.com/animales/abeja.htm>

BACA URBINA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos 6ta edición*. México, México: Mc Graw Hill INTERAMÉRICANA EDITORES, S.A DE CV.

Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.

Baca, U. G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw-Hill 6ta edición.

BARRERO, L. (2002). *Compendio de Proyectos Y Presupuestos*. Quito : ANDINA.

Cartier, E. (2010). *Categira de Costos*. Rosario.

Chiavenato, I. (2014). *Iniciación a la Organización y Técnica Comercial*.

Córdoba Padilla, M. (2006). *formulacion y evaluacion de proyectos*. Bogota Colombia: ecoe.

DAVALOS, N. (1984). *Enciclopedia basica de Administracion, Contabilidad y Auditoria*. Ecuador: Ecuador.

De Soto, H. (2011). *El Ministerio del Capital*. México: Diana.

DOMINGO, C. (2000). *Manual de contabilidad de costos II*. andina .

FERRELL, HIRT, A. (2005). *Organizacion Administrativa*.

FLEITMAN. (2000).

HARGADON, B. (2005). *Contabilidad de costos*. Bogota: Norma.

<http://agronegociosecuador.com/miel-de-abeja>. (s.f.). *AGRONEGOCIOS, COM. EC*. Obtenido de AGRONEGOCIOS, COM.EC: <http://agronegociosecuador.ning.com/page/miel-de-abeja-un-regalo>

<http://datateca.unad.edu.co>. (s.f.). <http://datateca.unad.edu.co>. Obtenido de <http://datateca.unad.edu.co>.

<http://datateca.unad.edu.co/contenidos/origendelasabejas>. (s.f.). UNAD. Obtenido de UNAD: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/201518/contLinea/leccin\\_1\\_origen\\_de\\_las\\_a\\_bejas.html](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/201518/contLinea/leccin_1_origen_de_las_a_bejas.html)

<http://www.botanical-online.com/animales/abeja>. (s.f.). BOTANICAL, ONLINE. Obtenido de BOTANICAL, ONLINE: <http://www.botanical-online.com/animales/abeja.htm>

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>. (Abril de 2016). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de Ecuador en Cifras: /wp-content/uploadswww.ecuadorencifras.gob.ec/downloads/2016/01/Reporte\_inflacion\_Abr\_2016.pdf

ICA, I. D. (s.f.). *www.iconsejeros.com*. Obtenido de *www.iconsejeros.com*: [http://www.ecgi.org/codes/documents/ica\\_coe\\_es.pdf](http://www.ecgi.org/codes/documents/ica_coe_es.pdf)

JARA, P. F. (s.f.). "*FUNDAMENTOS DE MERCADOTECNIA*".

Kotler Philip, G. A. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México: pEARSON 11va edición.

KOTLER, n. A. (2004). *Estudio Administrativo*.

Lopez, O. A. (2015). *Dirección Estratégica de Empresas*. Madrid: S.L CIVICTAS EDICIONES .

López, O. A. (2015). *Dirección Estratégica de la Empresa*. Madrid: S.L. CIVITAS EDICIONES.

Millones, L. (2007). *Formulación y Evaluación de un Plan de Negocios*. lima: planeta peru.

MOLINA, A. (2002). *Contabilidad de costos*. Quito: Ministerio de educacion y cutura.

MORALES CASTRO, A. (2009). *Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación*. México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores 1era edición.

Ortiz, E. (2009). *Proyecto de Inversion*. mexico: PAX.

PADILLA, C. M. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: Eco Ediciones.

ROBBINS, E. (2010). *Administración*. Mexico: Hall Mx.

ROBERT, A. (1998). *la contabilidad en administracion de empresas*. colombia: McGrawHill.

Rojas Medina, R. A. (2007). *Sistema de Costos* . Colombia: Universidad Nacional de Colombia sede Manizales 1era edición .

RUIZ, R. (2000). *Proyecto de inversion*. Atlanta Georgia: USA.

Sánchez Reyes, C. (2003). *Crianza y reproducción de abejas*. Lima, PERU.

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* . Chile: PEARSON.

Stanton, E. y. (2007). "*Fundamentos de MarketinG*". México: Mc Graw Hill.

Torres, M. (2008). Estudio Administrativo.

Urbina, G. B. (2010). Evaluación de Proyectos, 6ta edición. México, México: McGRAW HILL/INTERAMÉRICANA EDITORES, S.A DE C.V.

VANHORNE James y WACHOWICZ Jonh. (2002). *Fundamentos de la administracion financiera*. Mexico: Pearson Educacion.

VASCONES, J. (2004). *Introduccion a a contabiidad* . Colombia : Ministerio de esducacion.

WERTHER, W. B. (1995). *Administracion de Personal y Recursos Humanos* .

ZAPATA, P. (2004). *Contabilidad de costos* . Colombia : Lily Solano.

## **k. ANEXOS**

### **Anexo N° 1**

#### **METODOLOGIA**

Para el desarrollo del presente proyecto se ha creído conveniente la aplicación de diferentes métodos, los cuales me permitirán el desarrollo del mismo en diferentes aspectos, entre los principales métodos que se utilizarán tenemos los siguientes:

#### **MÉTODO CIENTÍFICO**

El método científico me servirá como base para la aplicación de varias técnicas y conocimientos adquiridos en la carrera, éste método se divide en lo siguiente:

**Método Histórico:** Este método lo usare para el desarrollo de la problemática y así poder justificar el por qué se ha escogido el tema y así realizar su debido estudio.

**Método Inductivo:** Éste método es de gran apoyo durante el estudio de mercado porque nos ayudara para conocer cuál es la demanda efectiva para nuestro proyecto mediante la aplicación de las encuestas correspondientes.

**Método Deductivo:** Mediante la utilización de este método se conocerá cual es la oferta existente en el mercado y ayudara en el desarrollo del estudio de mercado.

## TÉCNICAS

**Observación:** Servirá para poder observar cómo es el comportamiento de cada uno de los clientes dentro del mercado y así determinar sus gustos y preferencias para asimismo poder satisfacerlas.

**Encuestas:** Para la realización del estudio de mercado se utilizará la técnica de la encuesta la cual será aplicada dentro de la sociedad, permitiendo determinar sus preferencias, así mismo para conocer si determinado proyecto tiene o no aceptación.

**POBLACION:** a través de esta técnica lograremos determinar el número de encuestas a realizar ya que mi proyecto estará destinado a las familias según datos del INEC, la población de la provincia de Loja en el año 2010 es de 44.966 habitantes.

Para la proyección al 2016, se utilizó la tasa de crecimiento poblacional que es de 1,15 % para la provincia de Loja, obteniendo así una población de 480.849 habitantes, y considerando que son 4 miembros por familia nos da 120.212 familias.

La fórmula para la proyección de la muestra es:

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

Dónde:

Pf = Población futura

Pa= Población actual

i= Tasa de crecimiento

1= Valor nominal

n= Números de años

**Aplicando datos:**

**P 2010= 448966**

P 2016=  $PB(1 + i)^2$

P 2016=  $448.966(1 + 0.0115)^6$

P 2016=  $448.966(1.0115)^6$

P 2016=  $448.966(1.07101443)$

P 2016= 480.849/4 Familias

P 2016= 120.212 Familias

**TAMAÑO DE LA MUESTRA.-** en el estudio se trabajara con el 5% como margen de error estadístico aplicado a las familias que corresponderá a la población de la provincia de Loja.

Una vez proyectada la población, se procedió a realizar el cálculo del tamaño de la muestra, mediante la siguiente formula:

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

Dónde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = Distribución normalizada.

Si Z = 1.96 el porcentaje de confiabilidad es de 95%

E = margen de error deseado

p = proporción de aceptación deseada para el producto

q = Proporción de rechazo

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5)(120.212)}{(0,05)^2 (120.212 - 1) + (1,96)^2(0,05)(0,05)}$$

$$n = \frac{3.841.6(0,25)(120212)}{(0,0025)(120.211) + (38416)(0,25)}$$

$$n = \frac{115.452}{300.53 + 0,9604}$$

$$n = \frac{115.452}{301,49}$$

**n = 383** Esto significa que debemos aplicar 383 encuestas en toda la provincia

**ENTREVISTAS:** Se aplicará para poder determinar cuáles son las ventajas y desventajas que presentan cada una de las empresas de miel de abeja dentro del mercado local y sobre todo conocer cuál es la ventaja competitiva dentro de determinado mercado.

## Anexo N° 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS DEMANDANTES

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a usted con la finalidad de obtener información para realizar la implementación de una empresa productora y comercializadora de miel de abeja Apis Melífera con envasado al vacío, en la provincia de Loja.

### DATOS INFORMATIVOS

1. ¿Cuál es el ingreso mensual en su familia?
- 

### CUESTIONARIO

2. ¿En la dieta alimenticia de su familia consumen miel de abeja?

Si	
No	

3. ¿La miel de abeja que consumen es?

Artesanal                       Procesa a

4. ¿Señale porque motivo utiliza la miel de abeja?

Salud	
Belleza	
Alimentación	
Otros	

5. ¿Al momento de adquirir la miel de abeja, cuál es el tamaño del envase que prefiere?

<b>Grande</b>	
<b>Mediano</b>	
<b>Pequeño</b>	

6. Indique ¿Cuál es el precio que paga por la miel de abeja?

<b>Grande</b>	
<b>Mediano</b>	
<b>Pequeño</b>	

7. La calidad de la miel de abeja que usted consume es:

<b>Muy Buena</b>	
<b>Buena</b>	
<b>Regular</b>	

8. ¿Dónde acostumbra a comprar la miel de abeja?

<b>Supermercados</b>	
<b>Mercados</b>	
<b>Tiendas</b>	
<b>Otros</b>	

9. ¿Con que frecuencia utiliza la miel de abeja?

<b>Semanal</b>	
<b>Quincenal</b>	
<b>Mensual</b>	

10. ¿Qué cantidad consume semanalmente?

300 gramos	
500 gramos	
800 gramos	

11. ¿Conoce usted la miel de abeja Apís Melífera?

Si	
No	

12. ¿Le gustaría adquirir miel de abeja Apís Melífera?

Si	
No	

13. ¿Qué presentación le gustaría para adquirir la miel de abeja Apis melífera?

Envase de vidrio	
Envase plástico	
Otro	

14. ¿Si una empresa ofreciera miel de abeja Apís Melífera, bajo estrictos controles de calidad y 100 % natural, usted estaría dispuesto adquirirlo?

Si	
No	

15. ¿Qué medio de comunicación o red social utiliza con frecuencia?

Televisión	
Radio	
Internet	
Prensa escrita	

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

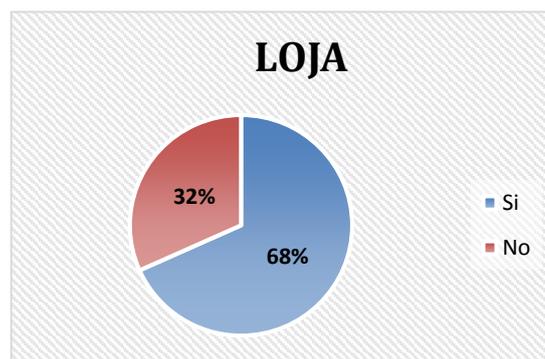
## ANEXO 3

Resumen de la Consolidación de los resultados del estudio de mercado de las principales preguntas aplicadas en los cantones más representativos para conocer las demandas de miel de abeja

### 2. ¿En la dieta alimenticia de su familia consumen miel de abeja?

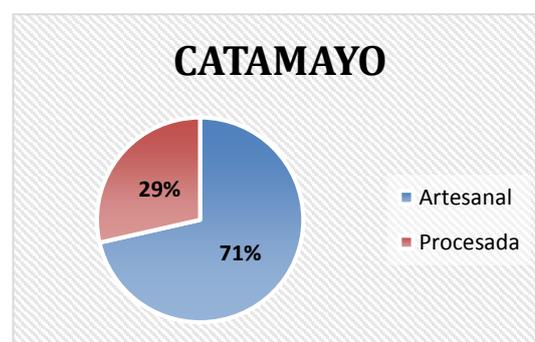
#### Cantón Loja

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	125	68%
No	58	32%
<b>Total</b>	<b>183</b>	<b>100%</b>



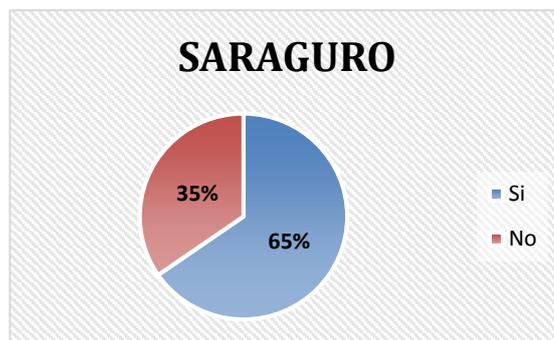
#### Cantón Catamayo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	81%
No	5	19%
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>



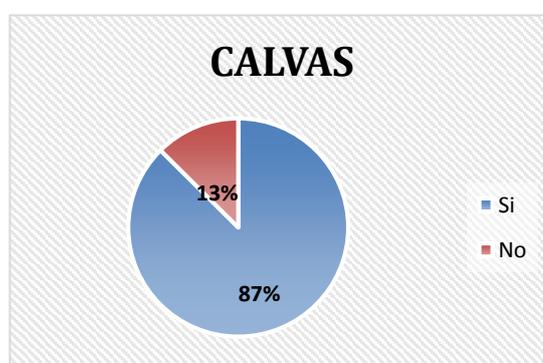
### Cantón Saraguro

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	17	65%
No	9	35%
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>



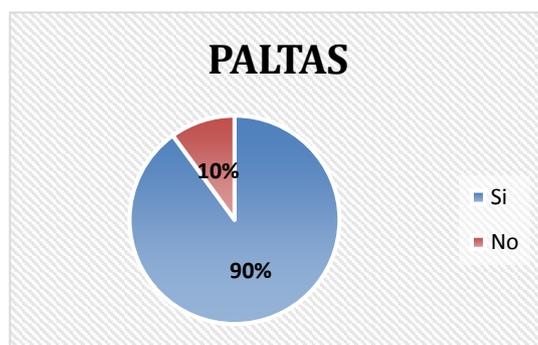
### Cantón Calvas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	87%
No	3	13%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>



### Cantón Paltas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	90%
No	2	10%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>



**Análisis e Interpretación:** En la pregunta N° 2 que se refiere al consumo de miel de abeja, se observa que las familias de los cantones más representativos contestaron de la siguiente manera: del cantón Loja en un 68 % (125) si consumen miel de abeja y el 32 % (58) no consumen, en el cantón Catamayo

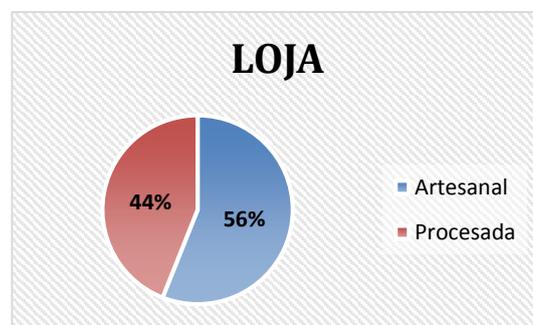
el 81% (21) consumen miel de abeja y el 19% (5) no lo hacen, en el Cantón Saraguro el 65 % (17) si consumen miel de abeja, pero el 35 % (9) no lo hacen, en el cantón Calvas el 87 % (21) consumen miel de abeja y el 13 % (3) no consumen y en el cantón Paltas el 90% % (18) si consumen miel de abeja y el 44 10% (2) no lo hacen.

### Pregunta N° 3 ¿La miel de abeja que consume es?

#### Demanda Potencial

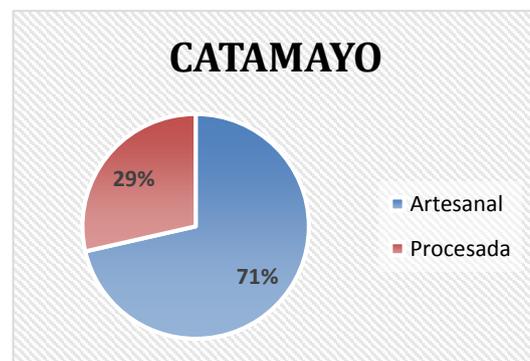
#### Cantón Loja

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	70	56%
Procesada	55	44%
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>100%</b>



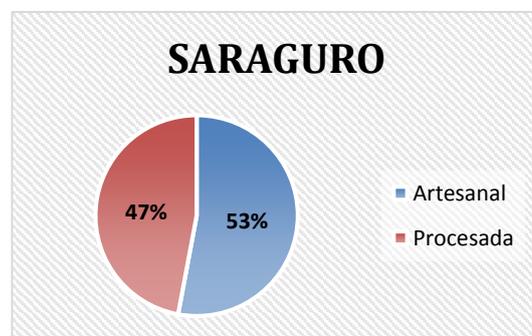
#### Cantón Catamayo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	15	71%
Procesada	6	29%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>



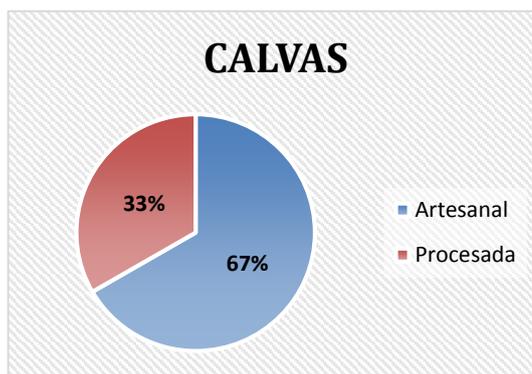
### Cantón Saraguro

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	9	53%
Procesada	8	47%
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>



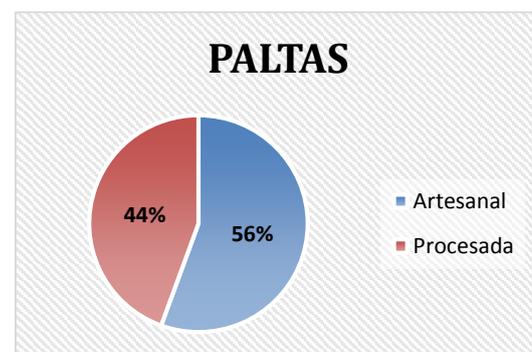
### Cantón Calvas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	14	67%
Procesada	7	33%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>



### Cantón Paltas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	10	56%
Procesada	8	44%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>



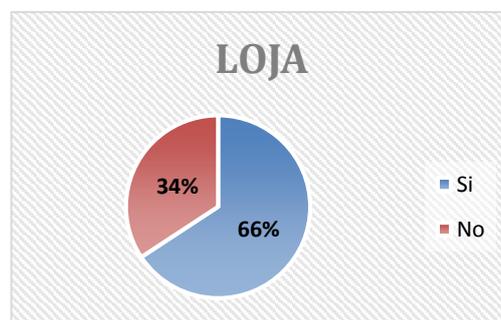
**Análisis e Interpretación:** En la pregunta N° 3 que se refiere al tipo de miel que consumen, se observa que las familias de los cantones más representativos contestaron de la siguiente manera: del cantón Loja en un 56 % (70) consumen miel de abeja artesanal y el 44 % (55) consumen miel procesada, en el cantón Catamayo el 71% (15) consumen miel artesanal y el 29% (6) miel procesada, en el Cantón Saraguro el 53 % (9) consumen miel artesanal, pero el 47 % (8) miel procesada, en el cantón Calvas el 67 % (14) consumen miel artesanal y el 33 % (7) miel procesada y en el cantón Paltas el 56 % (10) consumen miel artesanal y el 44 % (8) no lo hacen.

**En la pregunta N° 12 ¿Le gustaría adquirir miel de abeja Apis Melífera?**

**Demanda Real**

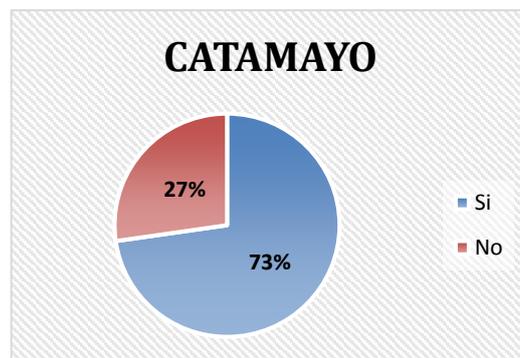
**Cantón Loja**

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	46	66%
No	24	34%
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>



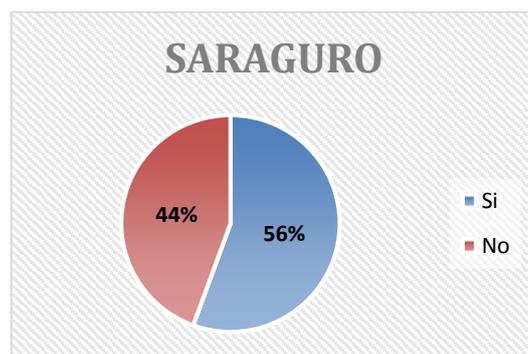
### Cantón Catamayo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	11	73%
No	4	27%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>



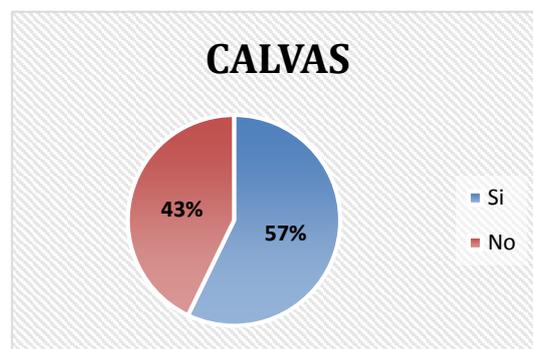
### Cantón Saraguro

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	56%
No	4	44%
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>100%</b>



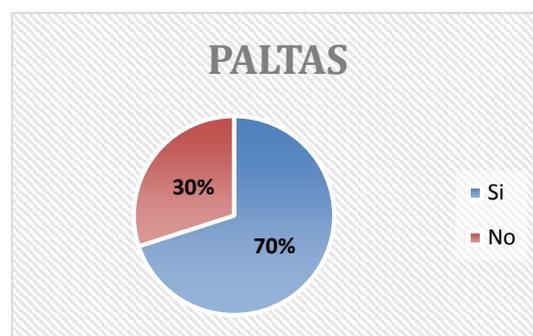
### Cantón Calvas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	57%
No	6	43%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>



## Cantón Paltas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	70%
No	3	30%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>



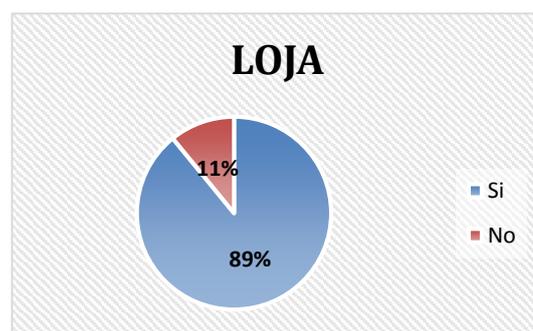
**Análisis e Interpretación:** En la pregunta N° 12 que se dice si les gustaría adquirir miel de abeja Apis Melífera, en los gráficos se observa que las familias de los cantones más representativos contestaron de la siguiente manera: del cantón Loja en un 66 % (46) si les gustaría y el 34 % (24) que no lo haría, en el cantón Catamayo el 73% (11) si le gustaría adquirir la miel y el 27 % (4) no lo haría, en el Cantón Saraguro el 56 % (5) les gustaría adquirirla, pero el 44 % (4) no, en el cantón Calvas el 57 % (8) consumen miel artesanal y el 43 % (6) no y en el cantón Paltas el 70 % (7) consumen miel artesanal y el 30 % (3) no adquirirían esta miel.

En la pregunta N° 14. ¿Si una empresa ofreciera miel de abeja Apís Melífera, bajo estrictos controles de calidad y 100 % natural, usted estaría dispuesto adquirirlo?

### Demanda Efectiva

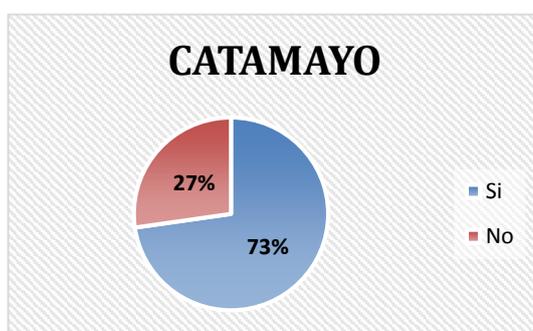
#### Cantón Loja

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	41	89%
No	5	11%
<b>Total</b>	<b>46</b>	<b>100%</b>



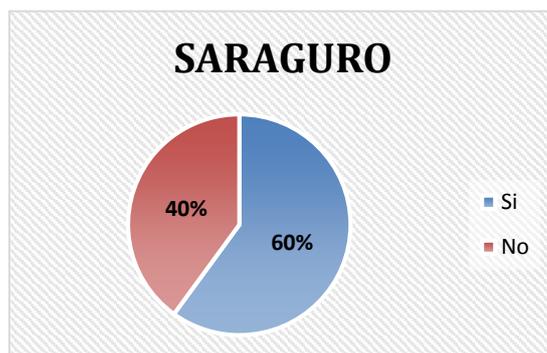
#### Cantón Catamayo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	73%
No	3	27%
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>



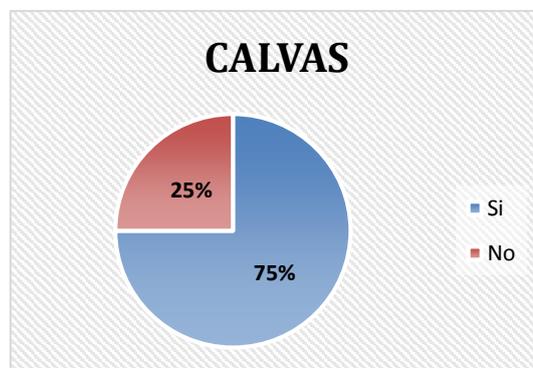
#### Cantón Saraguro

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	60%
No	2	40%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>



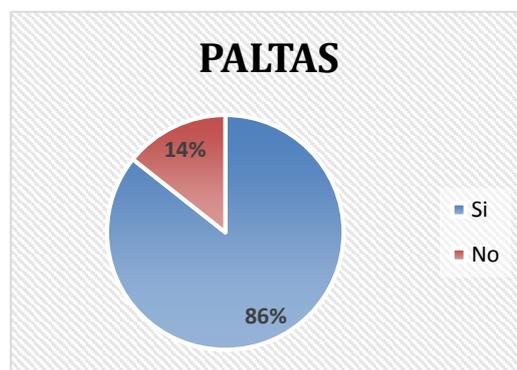
### Cantón Calvas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	75%
No	2	25%
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>100%</b>



### Cantón Paltas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	6	86%
No	1	14%
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>



**Análisis e Interpretación:** En la pregunta N° 14 que se refiere a la disposición para adquirir miel de abeja Apís Melífera 100 % natural, en los gráficos se observa que las familias de los cantones más representativos contestaron de la siguiente manera: del cantón Loja en un 89 % (41) si están dispuestos a comprar nuestro producto y el 11 % (5) que no lo haría, en el cantón Catamayo el 73% (8) si están dispuestas adquirir el producto y el 27 % (3) no están dispuestos, en el Cantón Saraguro el 60 % (3) si están dispuestas a adquirir

nuestro producto, pero el 40 % (2) dice que no , en el cantón Calvas el 75 % (6) si están dispuestos a adquirirla y el 25 % (2) no y en el cantón Paltas el 87 % (7) si están dispuestos a comprar el producto y el 14 % (1) no la adquirirán.

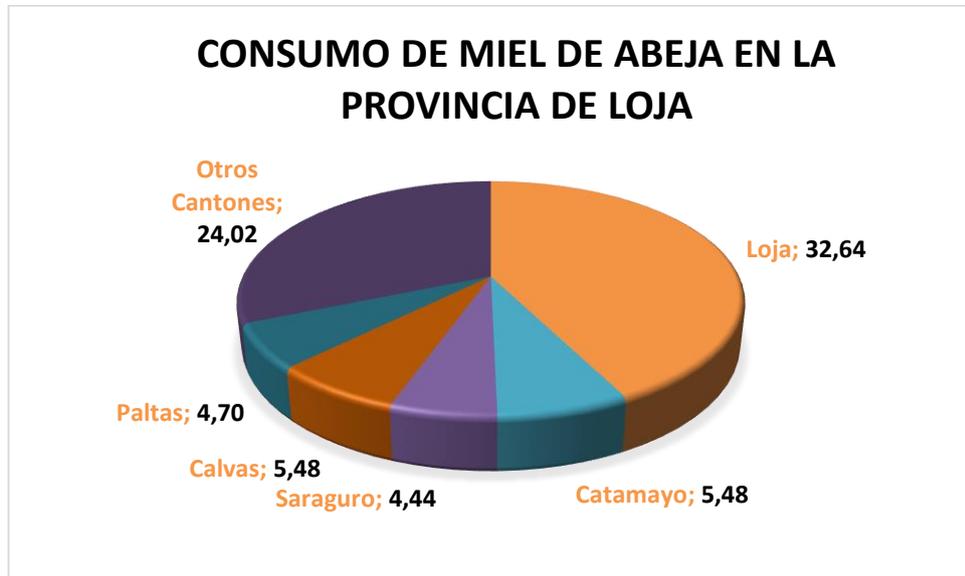
## CUADRO N° 1

### CUADRO DE COMPORTAMIENTO DEL MERCADO

#### COMPORTAMIENTO DEL MERCADO EN EL CONSUMO DE MIEL DE ABEJA EN LA PROVINCIA DE LOJA

Cantones	# Encuestas	Consumo Miel de Abeja		Porcentaje	
		Si	No	Si	No
Loja	183	125	58	32,64 %	15,14 %
Catamayo	26	21	5	5,48 %	1,31 %
Saraguro	26	17	9	4,44 %	2,35 %
Calvas	24	21	3	5,48 %	0,78 %
Paltas	20	18	2	4,70 %	0,52 %
Otros Cantones	104	92	12	24,02 %	3,13 %
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>294</b>	<b>89</b>	<b>77 %</b>	<b>23 %</b>

**GRAFICO N° 1**



Para conocer el comportamiento del mercado se tomó como base los cantones más representativos de la provincia de Loja que son: Loja, Catamayo, Saraguro, Calvas y Paltas, estos suman un total 279 familias, es decir el 72,85 % de las familias a las cuales se les aplicó las encuestas para conocer el consumo de miel de abeja en la provincia, pregunta N°2 y 104 familias que son el 27,15% representan los demás cantones de la provincia, a continuación, se describe los resultados obtenidos:

Con esta información se conoció que el 53 %, que son 202 familias de los principales cantones de la provincia de Loja, si incluyen en su dieta familiar la miel de abeja a este resultado le sumamos el 24 % de los demás cantones nos da un porcentaje del 77% de consumo de miel de abeja en toda la provincia de Loja.

## Anexo 4

### PROYECCIONES DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO

Las proyecciones del activo circulante se las realizo con el 3,09 %, que es la tasa de inflación de febrero del 2016.

**Cuadro N° 2**

<b>PROYECCION MATERIA PRIMA DIRECTA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	26.875,00
2	27.705,44
3	28.561,54
4	29.444,09
5	30.353,91

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 3**

<b>PROYECCION DE MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	2.250,00
2	2.319,53
3	2.391,20
4	2.465,09
5	2.541,26

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 4**

<b>PROYECCION DE MANO DE OBRA DIRECTA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	13.426,15
2	13.841,02
3	14.268,71
4	14.709,61
5	15.164,14

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 5**

<b>PROYECCION DE MATERIALES INDIRECTOS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	7.650,00
2	7.886,39
3	8.130,07
4	8.381,29
5	8.640,28

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 6**

<b>PROYECCION DE INDUMENTARIA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	140,00
2	144,33
3	148,79
4	153,38
5	158,12

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 7**

<b>PROYECCION DE SERVICIOS BASICOS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	494,00
2	509,26
3	525,00
4	541,22
5	557,95

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 8**

<b>PROYECCION DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	24.310,20
2	25.061,39
3	25.835,78
4	26.634,11
5	27.457,10

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 9**

<b>PROYECCION DE UTILES DE OFICINA</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	209,50
2	215,97
3	222,65
4	229,53
5	236,62

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 10**

<b>PROYECCION DE UTILES DE ASEO</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	212,55
2	219,12
3	225,89
4	232,87
5	240,06

Elaboración: La Autora

**Cuadro N° 11**

<b>PROYECCION DE PUBLICIDAD</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
1	1.712,00
2	1.764,90
3	1.819,44
4	1.875,66
5	1.933,61

Elaboración: La Autora

## ÍNDICE

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
a. TITULO.....	1
b. RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	5
c. INTRODUCCIÓN.....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	10
e. MATERIALES Y METODOS.....	46
f. RESULTADOS.....	53
g. DISCUSIÓN.....	72
h. CONCLUSIONES.....	187
i. RECOMENDACIONES.....	189
j. BIBLIOGRAFÍA.....	190
k. ANEXOS.....	193
INDICE.....	214