



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ECUADOR**  
**Escuela de Gastronomía**

**Proyecto de creación de una empresa productora y  
comercializadora de conservas artesanales.**

**Trabajo de titulación para la obtención del título de Ingeniería en  
Administración Gastronómica**

**Martín Iturralde**  
**Director: Lic. Galo Sánchez**

**Quito, 2014**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero agradecer a mis padres: Irene y Esteban, quienes me han apoyado durante toda esta etapa de mi vida, tanto moralmente como económicamente para lograr este fin.

A mis profesores que me enseñaron tantas cosas ricas para formarme como el Chef que soy y me tuvieron paciencia, en especial a Esteban Tapia, Pablo Cruz, René Ulloa y Claudio Ianotti.

A todos mis compañeros por los buenos momentos, las risas y las peleas durante toda mi carrera profesional, en especial a mi buen amigo Andrés Stacey.

A mis familiares y amigos que me han apoyado indirectamente para alcanzar el sueño de culminar la universidad.

**Martin Iturralde Meneses**

## Contenido

Capítulo I: Fundamentos teóricos.....	Pág.1
1. Generalidades.....	Pág.1
1.1 Planteamiento del problema.....	Pág.1
1.2 Importancia.....	Pág.1
1.3 Antecedentes.....	Pág.2
1.4 Propósito .....	Pág.3
1.5 Justificación .....	Pág.4
2. Objetivos.....	Pág.4
3. Marco de referencia .....	Pág.5
3.1 Sector de conservas .....	Pág.5
4. Marco teórico .....	Pág.6
4.1 Materia prima y elaboración: conservas y semiconservas ..	Pág.6
4.2 Clasificación de conservas .....	Pág.6
4.3 Conceptos .....	Pág.10
5. Metodología .....	Pág.11
5.1 Tipo de estudio .....	Pág.11
5.2 Método de investigación .....	Pág.12
5.3 Técnica de recolección de datos .....	Pág.12
5.4 Procesamiento de datos .....	Pág.13
Capítulo II Estudio de Mercado .....	Pág.15
2.1 Introducción .....	Pág.14
2.2 Objetivos del estudio de mercado.....	Pág.15
2.3 Metodología de la investigación de mercado.....	Pág.16
2.4 Técnicas de recopilación de la información.....	Pág.16
2.5 Tipo de muestreo.....	Pág.17
2.6 Delimitación de la investigación.....	Pág.17
2.7 Determinación del tamaño de la muestra.....	Pág.18
2.8 Herramientas de investigación.....	Pág.19
2.9 Datos obtenidos de la investigación.....	Pág.22

2.10 Mercado de la oferta.....	Pág.31
2.11 Análisis de la demanda.....	Pág.34
2.12 Marketing Mix.....	Pág.39
Capítulo III Ingeniería del proyecto.....	Pág.45
3.1 Ingeniería del proyecto.....	Pág.45
3.1.1 Localización óptima de la planta.....	Pág.45
3.1.2 Descripción técnica del procesamiento.....	Pág.49
3.2 Descripción del proceso productivo y propuesta de autor.....	Pág.50
3.3 Pruebas de control de calidad.....	Pág.67
3.4 Taste Panel.....	Pág.67
3.5 Distribución de la planta.....	Pág.70
<b>Capítulo IV Estudio Organizacional.....</b>	<b>Pág.71</b>
4.1 Base Legal.....	Pág.74
4.2 Base filosófica de la empresa.....	Pág.82
4.3 Organización administrativa.....	Pág.87
Capítulo V Análisis Financiero del Proyecto.....	Pág.91
5.1 Base financiera.....	Pág.91
5.2 Proyección de clientes.....	Pág.103
5.3 Estado de Resultados.....	Pág.108
5.4 Punto de equilibrio.....	Pág.109
5.5 Indicadores financieros.....	Pág.112
5.6 Conclusiones del análisis financiero.....	Pág.114
Conclusiones generales.....	Pág.116
Recomendaciones.....	Pág.117
Bibliografía.....	Pág.118

## Índice De Tablas

<b>Tabla No. 1</b> Segmento empresarial de Micromercados en el Distrito Metropolitano de Quito.....	Pág. 16
<b>Tabla No. 2</b> Tipo de consumidor.....	Pág. 17
<b>Tabla No. 3</b> Proyección de oferta conservas artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito.....	Pág. 31
<b>Tabla No. 4</b> Volumen de ventas de empresas frutícolas.....	Pág. 33
<b>Tabla No. 5</b> Demanda del consumo de conservas artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito.....	Pág.34
<b>Tabla No. 6</b> Demanda conservas artesanales del Distrito Metropolitano de Quito.....	Pág. 35
<b>Tabla No. 7</b> Demanda insatisfecha de conservas artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito.....	Pág. 37
<b>Tabla No. 8</b> Receta de la conserva Pesto verde.....	Pág. 48
<b>Tabla No. 9</b> Receta dela conserva Ají caramelizado.....	Pág. 50
<b>Tabla No. 10</b> Receta de la conserva Berenjenas al olivo.....	Pág. 52
<b>Tabla No. 11</b> Receta de la conserva Salsa criollo.....	Pág.54
<b>Tabla No. 12</b> Receta de la conserva Chutney de mango y manzana.....	Pág. 56
<b>Tabla No. 13</b> Receta de la conserva Mermelada de fresas y chocolate blanco.....	Pág. 58
<b>Tabla No. 14</b> Receta de la conserva Pimiento rojo y manzana roja confitados al balsámico.....	Pág. 60
<b>Tabla No. 15</b> Receta de la conserva Chimichurri.....	Pág. 62
<b>Tabla No. 16</b> Tipo de empresa.....	Pág. 69
<b>Tabla No. 17</b> Inversión total.....	Pág. 87
<b>Tabla No. 18</b> Inversión fija.....	Pág.87
<b>Tabla No. 19</b> Vehículo.....	Pág.87
<b>Tabla No. 20</b> Equipos de oficina.....	Pág. 87
<b>Tabla No. 21</b> Maquinaria y equipo.....	Pág. 88
<b>Tabla No. 22</b> Utensilios y accesorios.....	Pág.88
<b>Tabla No. 23</b> Material de oficina.....	Pág. 89

<b>Tabla No. 24</b> Muebles y enseres.....	Pág. 89
<b>Tabla No. 25</b> Inversiones en activos diferidos.....	Pág. 89
<b>Tabla No. 26</b> Puesta en marcha.....	Pág. 89
<b>Tabla No. 27</b> Gastos de organización.....	Pág. 90
<b>Tabla No. 28</b> Gastos de patentes.....	Pág.90
<b>Tabla No. 29</b> Capital de trabajo.....	Pág. 91
<b>Tabla No. 30</b> Materia Prima.....	Pág. 91
<b>Tabla No. 31</b> Descripción del producto.....	Pág. 92
<b>Tabla No. 32</b> Mano de obra directa.....	Pág. 92
<b>Tabla No. 33</b> Mano de obra indirecta.....	Pág. 93
<b>Tabla No. 34</b> Insumos.....	Pág. 93
<b>Tabla No. 35</b> Mantenimiento.....	Pág. 93
<b>Tabla No. 36</b> Seguros.....	Pág. 94
<b>Tabla No. 37</b> Gastos administrativos.....	Pág. 94
<b>Tabla No. 38</b> Balance.....	Pág. 94
<b>Tabla No. 39</b> Estado de fuentes y usos.....	Pág. 95
<b>Tabla No. 40</b> Condiciones del crédito.....	Pág. 95
<b>Tabla No. 41</b> Amortización.....	Pág. 96
<b>Tabla No. 42</b> Gastos financieros.....	Pág. 97
<b>Tabla No. 43</b> Depreciación de activos fijos.....	Pág. 97
<b>Tabla No. 44</b> Amortización De Activos Diferidos.....	Pág.97
<b>Tabla No. 45</b> Proyección de Clientes.....	Pág. 98
<b>Tabla No. 46</b> Presupuesto d proyecto por producto.....	Pág.99
<b>Tabla No. 47</b> P.V.P.....	Pág.100
<b>Tabla No. 48</b> Ingresos proyectados.....	Pág.101
<b>Tabla No. 49</b> Flujo de Efectivo.....	Pág. 102
<b>Tabla No. 50</b> Estado de Resultados.....	Pág.103
<b>Tabla No. 51</b> Análisis vertical.....	Pág.104
<b>Tabla No. 52</b> Punto de Equilibrio.....	Pág.105
<b>Tabla No. 53</b> Valor Actual Neto.....	Pág.107
<b>Tabla No. 54</b> Tasa Interna De Retorno.....	Pág.108
<b>Tabla No. 55</b> Periodo de recuperación de la inversión.....	Pág.109

## Índice de Gráfico

<b>Gráfico No. 1</b> Proyección de oferta conservas artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito.....	Pág. 32
<b>GRAFICO No. 2</b> Proyección de la demanda de conservas artesanales del Distrito Metropolitano de Quito.....	Pág. 36
<b>GRÁFICO No. 3</b> Flujo del proceso de la conserva Pesto verde.....	Pág. 47
<b>GRÁFICO NO. 4</b> Flujo del proceso de la conserva Ají caramelizado.....	Pág.49
<b>GRÁFICO NO. 4</b> Flujo del proceso de la conserva Berenjenas al olivo.....	Pág. 51
<b>GRÁFICO NO. 5</b> Flujo del proceso de la conserva Salsa criolla.....	Pág. 53
<b>GRÁFICO NO. 6</b> Flujo del proceso de la conserva Chutney de mango y manzana.....	Pág. 55
<b>GRÁFICO NO. 7</b> Flujo del proceso de la conserva Mermelada de fresas y chocolate blanco.....	Pág. 57
<b>GRÁFICO NO. 8</b> Flujo del proceso de la conserva Pimiento rojo y manzana roja confitados al balsámico.....	Pág. 59
<b>GRÁFICO NO. 9</b> Flujo del proceso de la conserva Chimichurri.....	Pág. 61
<b>GRAFICO No. 10</b> Distribución de la planta.....	Pág. 68
<b>GRÁFICO No. 11</b> Organigrama propuesto.....	Pág. 82
<b>GRÁFICO No. 12</b> Punto de Equilibrio.....	Pág. 106

## **CAPITULO I**

### **FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

#### **1. Generalidades**

##### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.**

En el Ecuador, se ha incrementado la necesidad de los consumidores por adquirir alimentos cada vez más sanos, naturales, orgánicos que les permitan conservar de mejor forma su salud y calidad de vida.

De acuerdo a estudios realizados, se conoce algunas ventajas que presentan los alimentos orgánicos, entre las que se destacan que:

**Son más nutritivos:** Muchos estudios han demostrado que los alimentos orgánicos pueden tener más niveles de nutrientes en comparación a los productos convencionales, que pueden afectar el sistema hormonal, trayendo como consecuencia un posible sobrepeso.

**Son sustentables:** Su cultivo apuesta por un ciclo circular de producción sustentable en el tiempo, y amigable con el medio ambiente.

**Mejoran el sistema inmunológico:** Nos fortalecen y dificultan el contraer enfermedades(Hattan, 2003).

De esta manera, el mercado de las conservas artesanales aparece para satisfacer esta necesidad, se caracteriza por preservar los alimentos de una forma mucho más ecológica que la tradicional, evitando procesos que degradan la calidad de los productos, como el congelado y la adición de conservadores artificiales. Además, permite también la exploración de diversos productos, mezclas, entre los cuales se destacan algunos vegetales, frutas, hongos, pastas y encurtidos.

##### **1.2 IMPORTANCIA.**

El sector de mercado que se ha dedicado a la producción y comercialización de conservas artesanales, sin químicos ni conservantes, ha encontrado en la actualidad un gran nivel de desarrollo, debido en parte a la necesidad de mejorar la economía familiar, el deseo de mejorar la salud y vida de las personas. De esta manera, este tipo



de negocios se han desarrollado a tal punto, que muchas marcas existentes forman parte de la mercadería de grandes supermercados nacionales y de exportaciones internacionales (El Telégrafo, 2013).

### **1.3 ANTECEDENTES.**

Las conservas artesanales son alimentos tratados de formas naturales y distintas, con el fin de evitar su deterioro, prolongar su duración en condiciones adecuadas para su consumo.

Desde la Antigüedad, la preparación de distintas conservas como jaleas o mermeladas, le han permitido al ser humano, aprovechar la fruta perecedera que se cosechaba en una determinada estación del año.

Sin embargo, uno de los acontecimientos más importantes en la alimentación humana ocurrió cuando el pastelero francés Nicolás Appert, en París en 1810 descubrió que las conservas hervidas en sus propios envases de vidrio cerrados, se mantenían inalterables por mucho tiempo; acción que realizaría por muchas ocasiones, convirtiéndolo de esta manera en el inventor del primer sistema de envasado de alimentos.

“Su procedimiento se basaba en la esterilización de los alimentos (primero legumbres y más tarde carne, pescado, frutas y verduras) que, tras ser calentados con la técnica baño María en botellas parcialmente taponadas, se cerraban herméticamente sujetándolas con alambres. Aunque injustamente no fue él quien patentó este descubrimiento, la fábrica de conservas Appert, fue la primera que comercializó diversos productos envasados, principalmente carne, leche, legumbres, frutas, zumos, mermeladas y extractos de vegetales.”(Hermida, 2000, p. 440)

Poco después, en 1840, se ideó un método de esterilización en recipientes metálicos, sin presencia de aire. Con este método se alcanzaban temperaturas superiores a los 100°C, utilizando para ello un aparato denominado autoclave (el origen

de las ollas de presión), que definitivamente es el comienzo de la moderna industria de la conservación de alimentos, lo que permite disfrutar de los manjares más apetecibles en los lugares más distantes de la tierra. Durante las guerras mundiales, la industria de conservas experimentó uno de los momentos de mayor apogeo. En estos conflictos se hacía necesario proveer a los soldados con alimentos.

El método de Appert de esterilización, fue demostrado en 1860 por Pasteur, quien comprobó que la degradación de la materia orgánica se debía a que en el aire estaban presentes microorganismos que entraba en los frascos, y contaminaban el producto(Mora Jiménez, 2010).

De esta manera es como las conservas aparecen en la alimentación humana, y a lo largo de la historia. Muchas han sido las empresas que han encontrado en estos productos toda una industria expansiva que se halla en la búsqueda constante de nuevos sectores de mercado y la diversificación de sus productos, en base al gusto e interés de sus clientes potenciales.

En el caso del Ecuador, no existe una lista detallada de cuantas empresas enfocadas en la producción y comercialización de conservas artesanales existen, pero entre las más importantes pueden mencionarse a Davsa, Nuts&Health, La Tenutta, Licores LOVISONNE, ENVAGRIF C. A., Saiananda, Conservas Caseras Alial, Asopral, San Pedrito, Conservas Tamarilla, Conservas Artesanales de Guápulo.

#### **1.4 PROPÓSITO.**

El propósito de esta investigación es crear una nueva empresa de conservas artesanales en el Ecuador, que posea sus propias características en cuanto a productos, que logre reconocimiento en el mercado y que satisfaga las necesidades de los actuales y futuros clientes de dichos productos. Se medirá la clientela potencial mediante estudios de mercado, lo cual reflejará la demanda insatisfecha de conservas artesanales.

## **1.5 JUSTIFICACIÓN.**

En el Ecuador no existen empresas enfocadas a la producción y comercialización de conservas artesanales, debido a la falta de una investigación y planificación adecuada de este mercado, no ha sido factible que dichas empresas se desarrollen de forma eficaz en este sector de la sociedad.

Es por esta razón que en esta investigación se plantea la importancia de crear una nueva empresa de conservas artesanales en el Ecuador, que desarrolle nuevos productos elaborados en base a ingredientes no explotados como, por ejemplo, espárragos, ciruelas, brócoli, acelga, etc.; y que, además, desarrolle características propias en cuanto a sabor, presentación y fuentes alimenticias, logrando de esta manera un adecuado reconocimiento y participación en el mercado.

Este proyecto también permite enfatizar la importancia del consumo de productos artesanales para la salud, ya que si algo caracteriza a este tipo de mercadería es la forma ecológica de su preparación, envase y distribución, lo que garantiza a los clientes el consumo de un producto de calidad, libre de colorantes y conservantes artificiales, que normalmente son usados en la mayoría de productos comerciales que circulan en el mercado.

## **2. OBJETIVOS.**

### **2.1 General.**

- Creación de una empresa Productora y Comercializadora de Conservas Artesanales.

### **2.2 Específicos.**

- Realizar un estudio de mercado para de esta forma determinar la demanda insatisfecha, así como también la oferta que existe en relación a productos orgánicos.

- Determinar los aspectos técnicos requeridos, así como los procesos operacionales, la maquinaria, el equipo para la obtención de productos artesanales y que se encuentren al alcance de los consumidores.

### **3. MARCO DE REFERENCIA.**

#### **3.1 Sector de conservas.**

Para Uzcátegui (2007), “El sector de las conservas se constituye por empresas locales procesadoras de frutas y vegetales en conserva. Tanto para el mercado nacional como internacional, estas empresas se basan en ventajas competitivas como la alta diversidad de materia prima y debido a la favorable ubicación geográfica del Ecuador, los precios competitivos de las mismas. No obstante, los problemas que se presentan tienen que ver con la calidad y con la capacidad de abastecer al mercado” (p.15).

“Para la fabricación de conservas, son varias las industrias participantes, ya que los encadenamientos productivos también son amplios. Por ejemplo, entra directamente la industria agrícola, quien provee el principal insumo; la industria de conservantes, preservantes alimenticios; la industria de fabricación de maquinaria, la industria de materiales de empaquetamiento y transporte, entre las principales”.

En base a la información mencionada, el sector de conservas constituye una oportunidad para desarrollar empresas novedosas en el Ecuador. Se trata de productos novedosos, apreciados por los consumidores por sabores que pueden resultar exóticos, productos de alta calidad y que presentan la ventaja de tener un largo tiempo de duración en percha.

A continuación se profundizará en los detalles e información necesaria para desarrollar un proyecto de conservas artesanales y nuevas para consumo en el mercado.

## 4. MARCO TEÓRICO.

### 4.1 Materia Prima y Elaboración: Conservas y semiconservas.

Para María del Rosario Pascual (2005), las conservas son “productos alimenticios preparados en recipientes metálicos, vidrio o de plástico que tienen cierre hermético y han sido sometidos a un tratamiento que debe garantizar destrucción de todas las formas bacterianas vegetativas o de esporas en su almacenamiento y distribución”.

En Francia (Decreto 10-2-55), las conservas se definen como “productos alimentarios de origen vegetal o animal, perecederos, cuya conservación está asegurada por el empleo combinado de las dos técnicas siguientes:

Acondicionamiento en recipientes impermeables a los líquidos, gases y microorganismos a temperatura inferior a 55°C.

Tratamiento por el calor u otro procedimiento autorizado. Este tratamiento tendrá por finalidad destruir o inhibir totalmente, por una parte las enzimas, y por otra los microorganismos y sus toxinas, cuya proliferación o presencia podrían alterar el producto considerado o hacerlo impropio para la alimentación humana”.

### 4.2 Clasificación de conservas.

Teniendo en cuenta su tecnología, y con fines de control, las conservas se suelen clasificar:

#### 4.2.1 Según el pH ecuatoriano.

El pH es un indicador de la acidez o alcalinidad de una sustancia. Está determinado por el número de iones libres de hidrógeno (H<sup>+</sup>) en una disolución (Bergal, 2006)

De acuerdo con el valor del pH del producto envasado, las conservas se clasifican en:

- **Conservas no ácidas de pH superior a 4,5.-** exigen un tratamiento térmico de acuerdo a un baremo de esterilización adecuado previamente estudiado.

- **Conservas ácidas de pH inferior a 4,5.-** se someten generalmente a un tratamiento térmico que gira alrededor de los 100°C, temperatura suficiente para destruir la flora ácido fólica (bacterias, levaduras y mohos).

#### **4.2.2 Según el envase.**

Se extrae del envase el producto para hacer un examen minucioso de la parte interna del mismo con el fin de descubrir posibles alteraciones del color de las paredes debidas, generalmente, a reacciones químicas así como lesiones de oxidación y desprendimiento del esmalte protector.

Según Carlos Barros Santos (2008), “Son productos de fácil almacenaje y disponibilidad y listos para su utilización. Muchas conservas nos ofrecen productos de muy alta calidad, aquí se contemplan además de las denominadas conservas de lata o de tarros de vidrio, los embutidos, encurtidos, salazones y ahumados”. (p. 497)

Las semiconservas se distinguen de las conservas porque no han recibido un tratamiento esterilizado en el tarro o en la lata, por ello deben mantenerse en refrigeración, como es el caso de las anchoas, que, por la naturaleza de sus ingredientes, podemos clasificarlas como de origen animal y de origen vegetal.

#### **4.2.3 Fundamentos de la preparación de una conserva.**

Nicolás Appert inventó la conserva colocando los alimentos en botellas de vidrio con tapones de corcho que se sujetaban con alambre y después se sellaban con cera. Estas botellas eran sometidas al calor del agua hirviendo por largos espacios de tiempo, método que logro conservar los alimentos. Sin embargo, aún no daba la explicación del método de su éxito.

Es así que años más tarde, Pasteur dio a conocer que este proceso lograba inactivar los microorganismos presentes en los alimentos, los que eran responsables de que los productos frescos se deterioren. Después se inventó un envase de hojalata y se descubrió que el vapor era más efectivo que el agua hirviendo para hacer las conservas. La producción de conservas ha ido evolucionando, ha mejorado con la

esterilización en ausencia de oxígeno, que garantiza una preservación de los alimentos ofreciendo posteriormente lo más parecido al alimento fresco. (Rosero, 2009, Pag. 16)

Como se ha dicho anteriormente, la conserva contiene un producto alimenticio que ha sido esterilizado en un recipiente herméticamente cerrado y que se ha sometido a un proceso de esterilización. Este proceso inactiva o destruye los organismos. Así se obtiene un producto que se puede guardar en la despensa a temperatura ambiente durante varios años. La semiconserva por el contrario no pasa por el proceso de esterilización; es únicamente sometida a un proceso que sólo estabiliza el producto durante un tiempo determinado; la semiconserva guarda el producto en crudo, macerado en conservantes naturales como el vinagre, la sal o el almíbar entre otros, en un recipiente impermeable. Es por tal razón que es necesaria su conservación a baja temperatura, es decir, en un frigorífico.

Todas las conservas poseen fecha de consumo máximo, mientras que las semiconservas tienen una fecha de caducidad de entre tres meses y un año y medio. Tanto la conserva como la semiconserva, una vez abierta, deben guardarse en el frigorífico y consumirse en un plazo corto de tiempo. La conserva, una vez abierta, debe mantenerse a bajas temperaturas.

Uno de los puntos más importantes para elaborar conservas en casa es la correcta selección del alimento a ser conservado. Su calidad debe ser óptima. Se deben elegir los alimentos frescos, sin golpes, ni magulladuras y de tamaño similar. De esta manera, el líquido de conserva se reparte más uniformemente. Los alimentos deben lavarse adecuadamente para eliminar los restos de tierra, ya que así se reducen la carga microbiana superficial. Las frutas, verduras y hortalizas deben estar en su punto justo de maduración; no pueden estar muy verdes ya que la conserva provoca pérdida de sabor y resultarían insípidas, pero tampoco deben estar maduras, ya que, debido a la excesiva flacidez, se romperían en el procesado.

La higiene es algo vital e imprescindible, por lo tanto, debe controlarse durante todo el proceso. Las manos deben estar siempre limpias, así como todos los utensilios a utilizarse. Los envases deben estar desinfectados y bien escurridos. La contaminación puede ser frecuente; para evitarla es necesario utilizar utensilios limpios para cada alimento.

No deben introducirse en el frasco utensilios con restos de otros alimentos. Para esterilizar todos los instrumentos utilizados, se deben hervir durante 15 minutos y, posteriormente, escurrirlos bien. A la hora de ser manipulados, nunca se debe tocar el interior del envase.

Para envasar las conservas se deben utilizar envases similares para uso y es recomendable que estos sean de vidrio nuevo con una buena tapa. Es preferible preparar las conservas en pequeñas cantidades y en envases poco profundos, ya que si es demasiado alto, las capas más internas quedan privadas de oxígeno, lo que favorece al crecimiento de "Clostridium". Por ello, es importante elaborar las conservas en la justa medida para que, una vez abiertas, se consuman enteras o en su defecto puedan conservarse en el frigorífico sin que contamine. El botulismo es la toxiinfección más común derivada de las conservas caseras y se produce por ingerir la toxina producida por "Cl. Botulinum" presente en los alimentos. Muchas veces la contaminación puede producirse de la manera más absurda, como por ejemplo cuando se sospecha que el alimento está en mal estado y se prueba un poco con el dedo; al estar el alimento contaminado con la bacteria, ésta se transmite, por lo que es necesario la prevención de la toxina de alimentos.(Hermida, 2000, p. 440)

Cl. Botulinum, es un microorganismo sensible al calor (se inactiva entre 80°C y 115°C) y sensible a pH ácidos (no se multiplica en pH inferior a 4,5). Durante la elaboración de la conserva, se deben cocer bien los alimentos (aproximadamente a 120°C), para eliminar las esporas más resistentes del patógeno. No obstante, para asegurar la no contaminación en las conservas listas para comer, es recomendable hervir los alimentos durante diez minutos antes de consumirlos y eliminar así la toxina botulínica en el caso de haberse formado. En los alimentos que no reciben tratamiento térmico se evita el crecimiento de la toxina modificando el valor de pH y/o actividad del agua.(Mora Jiménez, 2010)

El patógeno se inactiva a bajas temperaturas, con lo que durante los tiempos muertos, es decir entre un paso y otro de la elaboración, se debe procurar mantener el alimento a bajas temperaturas. No es fácil detectar la presencia de la toxina en los alimentos. Por este motivo, lo más importante a la hora de elaborar las conservas en casa es incorporar buenas prácticas de higiene, de elaboración, supervisar cada paso y



dedicar una especial atención a las pautas de la receta, tratamiento térmico, temperatura durante el proceso, temperatura de almacenamiento y vida útil de los alimentos. Se recomienda no elaborar conservas de origen animal ya que por su naturaleza son muy delicadas de manipular y susceptibles a contaminación y requieren un alto grado de control en su procesado.

### 4.3 CONCEPTOS.

**Conservas.-** Productos obtenidos a partir de alimentos perecederos de origen animal o vegetal con y sin adición de otras sustancias autorizadas contenidos en envases apropiados herméticamente cerrados, tratados exclusivamente por el calor en forma que asegure su conservación(Bello, 2005, P. 55- 56).

**Semiconservas.-** Son productos establecidos para un tiempo limitado, por un tratamiento apropiado y mantenidos en recipientes impermeables al agua a presión normal. Su duración de utilización puede prolongarse almacenándolos en frigoríficos(Juliano B. , 1994, P. 12).

**Frutas.-** Se denominan frutas a aquellos frutos comestibles obtenidos de plantas cultivadas o silvestres, que por su sabor generalmente dulce-acidulado, por su aroma intenso y agradable y por sus propiedades nutritivas suelen consumirse mayor mente en su estado fresco como jugo o postre(Sayago & Marín, 2007, p. 78).

**Encurtido.-**Fruto o legumbre conservados en vinagre(Barbosa-Cánovas, 2003)

**Vinagre.-Líquido agrio y de características astringentes** que se compone de ácido acético y agua, y que se produce a partir de la combinación y fermentación ácida de manzana y vino.(Barbosa-Cánovas, 2003)

**Mermelada.-**Conserva de fruta cocida con azúcar o miel(Barbosa-Cánovas, 2003)

**Azúcar.-** Sustancia de sabor dulce y color blanco, cristalizada en pequeños granos, que se extrae principalmente de la remolacha en los países templados y de la caña de azúcar en los tropicales, a través de la concentración y la cristalización de su jugo(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Aceite.-**Grasa líquida que se obtiene por presión de las aceitunas, de algunos otros frutos o semillas y de algunos animales(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Jalea.**-Conserva de frutas, de aspecto transparente y consistencia gelatinosa(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Almíbar.**- Se llama así al jarabe producto de cocer cierta cantidad de azúcar disuelta en agua(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Baño maría.**-Método de cocción lento y suave de un preparado puesto en un molde que está a su vez dentro de otro recipiente que contiene agua(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Escabeche.**- Salsa o adobo que se hace con aceite frito, vino o vinagre, hojas de laurel y otros ingredientes, para conservar y hacer sabrosos los pescados y otros alimentos(Lopez, 2014).

**Esterilización.**-Conversión en estéril de lo que antes no lo era(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Ácido cítrico.**- Es un ácido orgánico natural, débil que se encuentra en muchas frutas y verduras, especialmente en cítricos(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Pectina.**-Polisacárido vegetal que se halla disuelto en el jugo de muchos frutos maduros, y que, tratado químicamente, se utiliza en la industria alimentaria para dar consistencia a mermeladas y gelatinas(Barbosa-Cánovas, 2003).

**Cl. Botulinum.**- Es el nombre de una especie de bacilo (Gran positiva anaerobia) que se encuentra por lo general en la tierra y es productora de la toxina botulínica, el agente causal del botulismo(Ryan & CG, 2004, Pág. 23).

**Patógenos.**- Un patógeno o agente biológico patógeno es aquel elemento o medio capaz de producir algún tipo de enfermedad o daño en el cuerpo de un animal, un ser humano o un vegetal, cuyas condiciones estén predispuestas a las ocasiones mencionadas(INEC, 2011, P. 42).

## 5. METODOLOGÍA.

### 5.1 Tipo de Estudio.

El presente trabajo desarrolla una investigación científica, pues en todo el proceso se obtendrá los resultados mediante procedimientos metódicos, donde se utiliza la reflexión, los razonamientos lógicos y la investigación, que responde a una

búsqueda intencionada, para lo cual se delimitarán los objetivos y se prevendrán los medios de indagación necesarios para el éxito del proyecto a desarrollar.

## 5.2 Método de Investigación.

El método de investigación a usar será Deductivo porque se parte de la recolección de información sobre la empresa dedicada a la producción y comercialización de conservas artesanales. Se procederá a emplear los siguientes métodos:

**EL MÉTODO ANALÍTICO:** Al establecer fundamentos, detalles y pensamientos de varios autores con el objeto de llegar a la verdad del problema planteado.

“A través de este método se efectuará el análisis de las bases teóricas y procesales que sirven de sustento para el desarrollo del tema investigado, por lo que, se recurrirá al estudio de las citas bibliográficas que contienen la síntesis de los datos de varios autores que se han tomado como referencia” (Rodriguez, 2010, p. 275).

**EL MÉTODO DEDUCTIVO:** Permite establecer y llegar a la verdad partiendo de los conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa que se singularizará el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales (RON, 2010).

Esto permite indagar en los aspectos genéricos relativos a la investigación, puntos de partida que hacen posible la orientación hacia los temas complejos a desarrollarse, esto es, los parámetros teóricos y normativos que den soluciones requeridas.

## 5.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

### 5.3.1 Fuentes primarias.

FUENTES	INSTRUMENTOS	LUGAR DEL LEVANTAMIENTO	PROCESAMIENTO
Primarias	Entrevista Observación de campo	Clientes Potenciales Competencia	Matrices Matrices y tablas Excel

### 5.3.2 Fuentes secundarias.

FUENTES	INSTRUMENTOS	LUGAR DEL LEVANTAMIENTO	PROCESAMIENTO
Secundarias	Libros	Bibliotecas de la ciudad, Internet	Fichas bibliográficas
	Boletines estadísticos	Universidad	Tablas de Excel
	Información procesada	Universidad	Tablas de Excel

### 5.4 PROCESAMIENTOS DE DATOS.

Los datos serán organizados metodológicamente, de acuerdo a los requerimientos que se necesitan para la investigación.

#### 5.4.1 Técnicas y procedimientos de análisis de la Información.

Los datos numéricos se procesarán para tener la más clara y rápida comprensión de los hechos estudiados, y con ellos se construirán cuadros estadísticos, gráficos, etc., de tal manera que sinteticen sus valores y se pueda, a partir de ellos, extraerse enunciados de índole teórica, ya sea agrupando, relacionando y/o analizando los datos, para obtener generalizaciones empíricas, su análisis precisa un conjunto de transformaciones:

1. *Evaluar los datos*: su calidad, cantidad y fuentes. Supone: no considerar datos no comprobados o no significativos y añadir otros más importantes; suprimir respuestas carentes de sentido o inoportunas (Rodríguez, 2010, p. 275).
2. *Editar los datos*: exige que sean: precisos y completos; consistentes, que sean organizados, codificados en unidades de medida uniformes; ordenados, que facilite la clasificación y tabulación (RON, 2010).

Puede darse el caso que exista información que sea difícil de asignar a una categoría predeterminada, y, sin embargo, sea importante el cómo fue

recogida. Esto da lugar a una información difusa, este tipo de datos habrán de ser considerados como una subcategoría.

## **CAPITULO II**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

La Investigación de Mercado es un primer paso en la comercialización de un producto o servicio. Consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización (KOTLER P. y., 2003 P. 120).

Una vez identificado el mercado objetivo en términos demográficos, como los ingresos, la edad, la estructura familiar y aficiones, se puede proceder con el desarrollo de una línea de productos, la selección de la ubicación de un restaurante o la marca de la empresa.

#### **2.1 INTRODUCCIÓN.**

En la primera etapa de todo negocio, es necesario empezar con la identificación de sus posibles clientes, el grupo objetivo al cual se va a ofrecer el bien; el porcentaje de ventas que se va a obtener periódicamente; la proyección de ese posible mercado; la determinación de las características principales y secundarias del producto, el precio, el canal de distribución más indicado; y su introducción al mercado generando gran impacto y logrando que este se posicione en la mente del consumidor.

#### **2.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.**

##### **2.2.1 OBJETIVO GENERAL**

- Establecer el mercado potencial para la introducción de conservas artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito, Sector centre-norte y valle de Tumbaco.

##### **2.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Conocer las necesidades del mercado.
- Determinar la demanda potencial del producto.

- Identificar la oferta actual de conservas en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Establecer la demanda insatisfecha sobre conservas en el Distrito Metropolitano de Quito.
- Elaborar un plan de marketing para el producto (producto, precio, plaza y promoción).

### **2.3 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN DEL MERCADO.**

El avance exitoso de un negocio necesita de instinto empresarial y una buena capacidad organizacional. Sin energía empresarial y liderazgo, los negocios no suelen prosperar, en particular en el ambiente tan competitivo que tipifica a la mayoría de las industrias hoy día. La función de la mercadotecnia es asumir el papel, las responsabilidades del empresario cuyo objetivo tradicional es interpretar los requisitos del mercado y relacionarlos con los recursos disponibles. De la misma forma, implica aspectos importantes basados en una filosofía básica de negocios, que se inspira en el deseo de servir bien a los clientes, de manera que adquieran (y sigan comprando) los bienes, servicios ofrecidos por individuos y distribuidores competitivos.

La orientación al cliente es la fuerza motivadora detrás de esas organizaciones; sin clientes, no hay negocio. En muchos casos en nuestras organizaciones, la orientación que existe es a la producción y a la venta, por lo que predomina el modo de pensar de “producir y después vender”. Se necesita de una orientación al cliente para buscar un cambio de actitud que se corresponda con la nueva mentalidad de “producir solo lo que tenga posibilidad de venta”(KOTLER P. A., 2004).

### **2.4 TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.**

#### **CUANTITATIVAS**

- **Encuestas personales:** Se realizarán 350 encuestas dirigidas tanto a los gerentes, administradores o dueños encargados de compras en micro mercados y delicatessen ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito, como a potenciales consumidores de estas conservas. El objetivo de estas encuestas es conocer los

gustos de los consumidores y comprobar si realmente existe un nicho de oportunidad para desarrollar un negocio de conservas en la ciudad y el país. La información más importante que se espera obtener de estas conservas es el precio que la gente estaría dispuesta a pagar por estos productos, dónde los compraría, qué productos busca y si la idea le parece llamativa.

## **CUALITATIVAS**

- **Observación:** Con esta técnica se determina las empresas que comercializan los productos competidores. El objetivo de este análisis es identificar los potenciales puntos de distribución donde se podría introducir los productos una vez que la empresa esté constituida.

## **2.5 TIPO DE MUESTREO**

### **No Probabilístico**

La presente investigación se dirigirá a Micro mercados, lugares donde se expandan conservas de frutas, ubicados en el norte de Quito y el Valle de Tumbaco (Venta al por menor de alimentos, bebidas en comercios especializados), para de esta manera, obtener la información más rápida y sin utilizar muchos costos. Debido a que se está seleccionado un grupo dentro de la población a la cual se realizará las encuestas, se trata de un muestreo no probabilístico (Moore, 2000).

## **2.6 DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **2.6.1 OBJETO DE LA INVESTIGACIÓN.**

#### **a) Segmento empresarial:**

- Micro mercados y “delicatessen”: Gerentes, administradores o dueños encargados de compras en micro mercados, delicatessen ubicados en el norte de Quito y el Valle de Tumbaco. (Venta al por menor de alimentos, bebidas en comercios especializados).



**Tabla No. 1** Segmento empresarial de Micromercados en el Distrito Metropolitano de Quito

<b>TIPO</b>	<b>ESTABLECIMIENTOS</b>
Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en comercios especializados	<b>3586</b>
<b>Total</b>	<b>3586</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Elaboración: Autor

**b) Consumidor final:**

- Clientes de clase media y media alta que acudan a realizar sus compras en los establecimientos mencionados, que gustan de conservas(INEC, 2013).

**Tabla No. 2** Tipo de consumidor

<b>CRITERIOS</b>	<b>SEGMENTO</b>
<b>Geográfico</b>	
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	Norte de Quito y Valle de Tumbaco
<b>Demográficos</b>	
Edad	20 a 65 años
Sexo	Masculino y femenino
<b>Psicográficos</b>	
Clase social	Dominantes
<b>Conductual</b>	
Frecuencia de uso	1 mes a 1 año

Fuente: INEC, “Informes de gestión”, Quito, 2013

Elaboración: Autor

## 2.7 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar a cuantos micromercados y delicatessen se deben encuestar, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 (p \times q) \times N}{e^2(N - 1) + Z^2 (p \times q)}$$

Dónde:

- $n$ = es el tamaño de la muestra
- $Z$ = es el nivel de confianza
- $p$ = es la variedad positiva
- $q$ =es la variedad negativa
- $N$ = es el tamaño de la población
- $e$ = es el error muestral

Es decir:

- $n = ?$
- $Z = 1.96$
- $p = 0.5$
- $q = 0.5$
- $N = 3586$
- $e = 0.05$

Entonces:

$$n = \frac{1.96^2 (0.50 \times 0.50) \times 3.586}{0.05^2(3.586 - 1) + 1.96^2 (0.50 \times 0.50)}$$

$$n = \frac{3.84(0.25) \times 3.586}{0.05^2(3.585) + 3.84(0.25)}$$

$$n = \frac{3.452,56}{9.92}$$

$$n = 348,04$$

**Análisis:** El resultado de la fórmula indica que se debe realizar **348** encuestas entre el Distrito Metropolitano de Quito y el Valle de Tumbaco.

## **2.8 HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN**

### **2.8.1 Modelo de la encuesta.**

A continuación se presenta el formato de encuesta:



### CUESTIONARIO

Mediante la siguiente encuesta le extiendo un cordial saludo. Soy alumno de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), y estoy realizando una investigación para determinar la factibilidad que tendrían las conservas artesanales, para ser comercializadas a micromercados y delicatessen en la Ciudad de Quito. Por favor, ayúdeme contestando las siguientes preguntas:

**1. ¿Compraría usted un producto de conservas artesanales a una nueva empresa?**

Si

No  (Fin de la encuesta)

**2. ¿Qué tipos de conservas cree usted que tendrían mejor aceptación?**

(Siendo 1 con mayor aceptación y 3 con menor aceptación)

a) Salsas

b) Chutneys (Condimento agridulce)

c) Escabeches (Alimentos conservados en aceites o vinagres)

d) Frutas en almíbar

**3. ¿Con qué frecuencia cree usted que el establecimiento compraría este producto?**

a) Diariamente

b) Semanalmente

c) Quincenalmente

d) Mensualmente

**4. En base a la pregunta anterior ¿Qué cantidad de producto cree usted que el establecimiento estaría dispuesto a adquirir? (Unidades)**

- a) De 5 a 10 \_\_\_\_\_  
 b) De 10 a 20 \_\_\_\_\_  
 c) De 20 a 30 \_\_\_\_\_  
 d) De 30 a 50 \_\_\_\_\_

**5. ¿Qué factores considera usted de gran importancia al momento de adquirir el producto?**

<b>FACTORES</b>	<b>Muy importante</b>	<b>Importante</b>	<b>Medianamente importante</b>	<b>Poco importante</b>
Presentación del producto				
Entrega puntual				
Calidad del producto				
Precio				
Seriedad y compromiso				

**6.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por unidad, tomando en cuenta que el producto es artesanal? (Peso del producto 250 g)**

- Salsas a) \$ 2 a \$ 3 \_\_\_\_\_ b) \$3 a \$4 \_\_\_\_\_ c) más de \$4 \_\_\_\_\_
- Chutneys a) \$ 2 a \$ 3 \_\_\_\_\_ b) \$3 a \$4 \_\_\_\_\_ c) más de \$4 \_\_\_\_\_
- Frutas almíbar a) \$ 2 a \$ 3 \_\_\_\_\_ b) \$3 a \$4 \_\_\_\_\_ c) más de \$4 \_\_\_\_\_
- Escabeches a) \$ 3 a \$ 4 \_\_\_\_\_ b) \$4 a \$5 \_\_\_\_\_ c) más de \$5 \_\_\_\_\_

**7.- ¿Qué marcas de conservas adquiere en mayor cantidad para la venta en su negocio?**

- a) Facundo \_\_\_\_\_  
 b) Gustadina \_\_\_\_\_  
 c) Snob \_\_\_\_\_  
 d) Isabel \_\_\_\_\_  
 e) Otros (especifique) \_\_\_\_\_

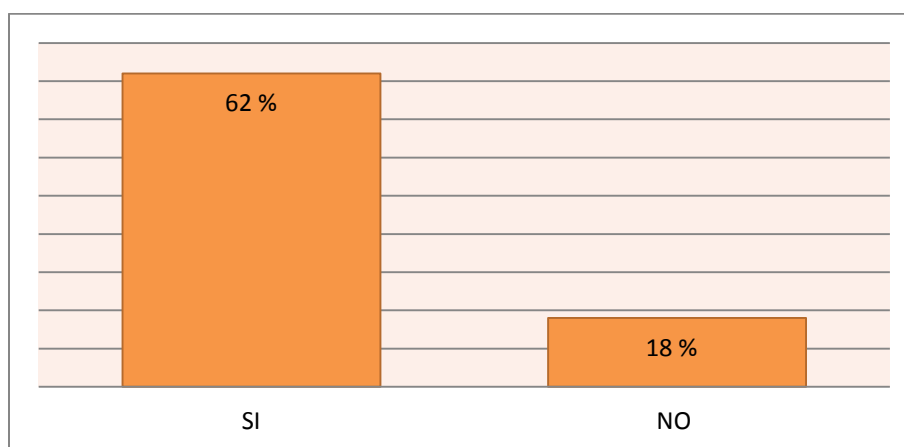
**MUCHAS GRACIAS...**

## 2.9 DATOS OBTENIDOS DE LA INVESTIGACIÓN.

En esta sección se muestra un resumen gráficos de las encuestas realizadas como parte del estudio de mercado.

### Pregunta 1:

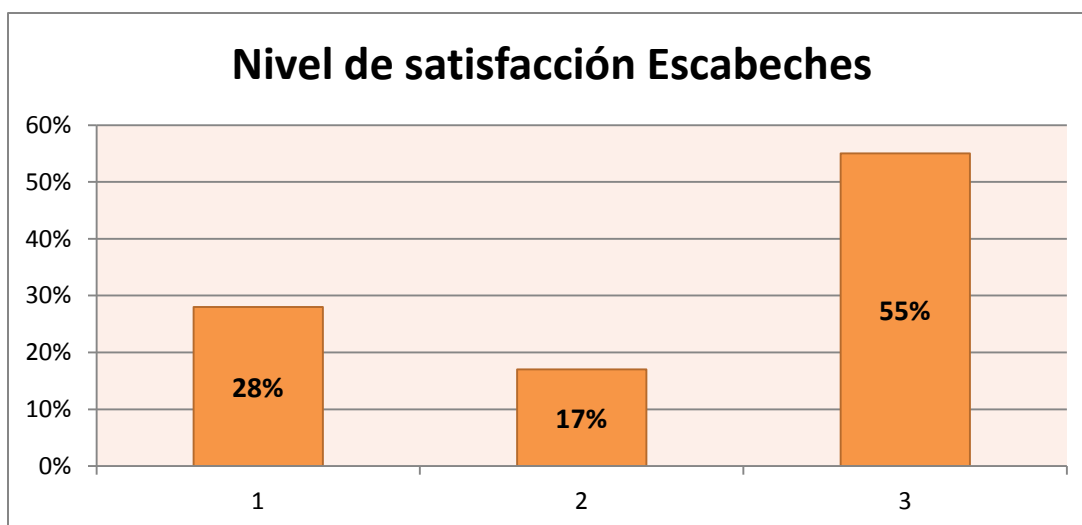
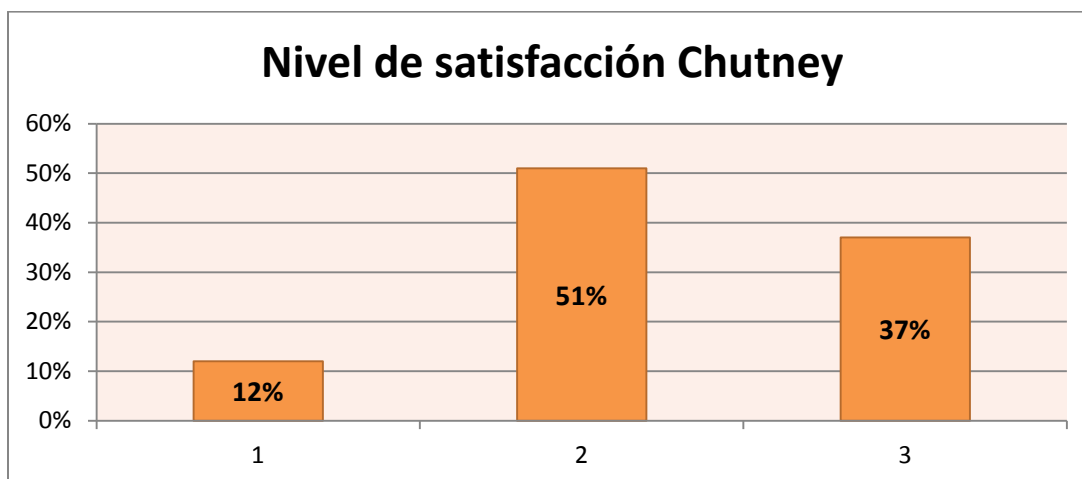
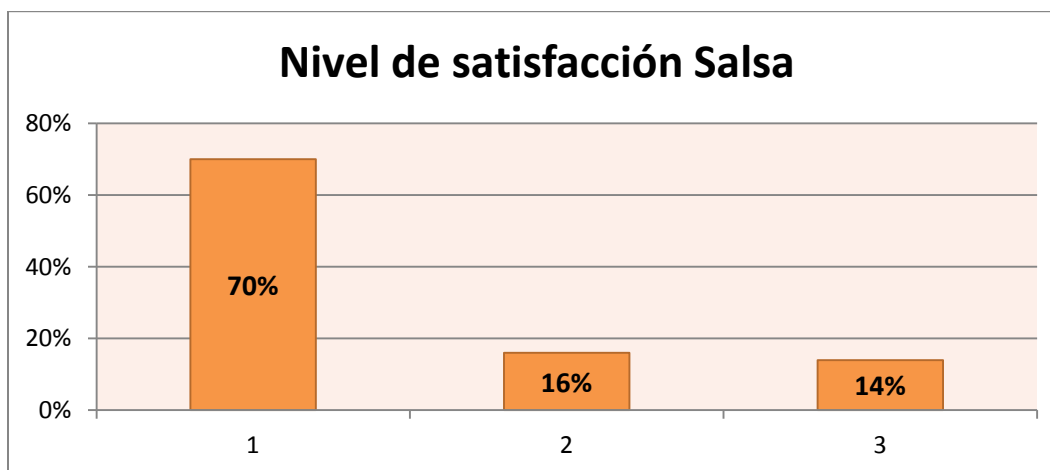
¿Compraría usted un producto de conservas artesanales a una nueva empresa?		
	CANTIDAD DE PERSONAS	PORCENTAJE %
SI	286	82
NO (Fin de la encuesta)	62	18
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

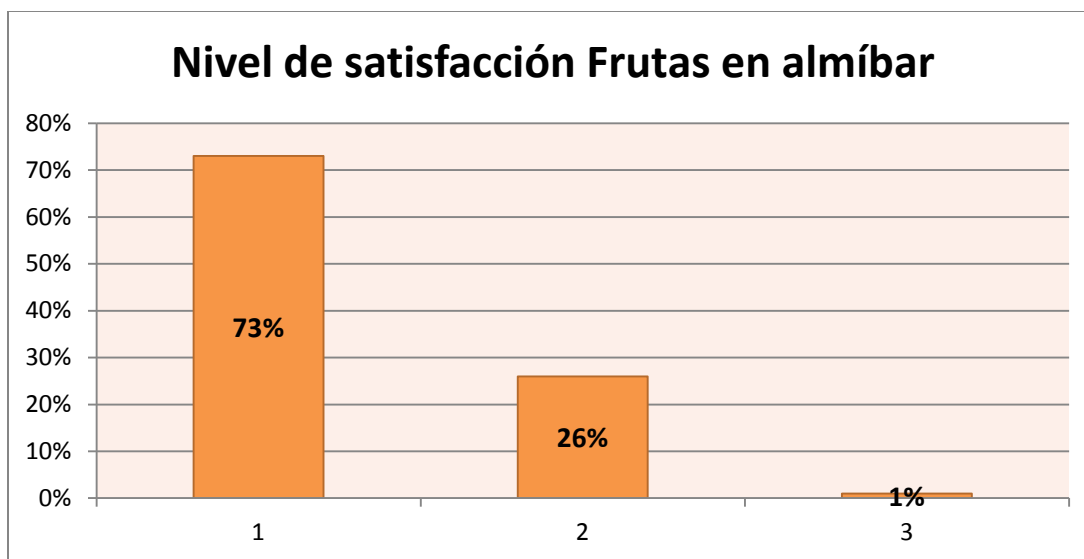


Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: El Autor

### Pregunta 2:

¿Qué tipos de conservas cree usted que tendrían mejor aceptación? (Siendo 1 con mayor aceptación y 3 con menor aceptación)								
Nivel de Aceptación	Salsas	%	Chutneys	%	Escabeches	%	Frutas en almíbar	%
1 (Alto)	244	70	42	12	98	28	254	73
2 (Medio)	56	16	177	51	59	17	90	26
3 (Bajo)	48	14	129	37	191	55	4	1
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100</b>	<b>348</b>	<b>100</b>	<b>348</b>	<b>100</b>	<b>348</b>	<b>100</b>





Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: El Autor

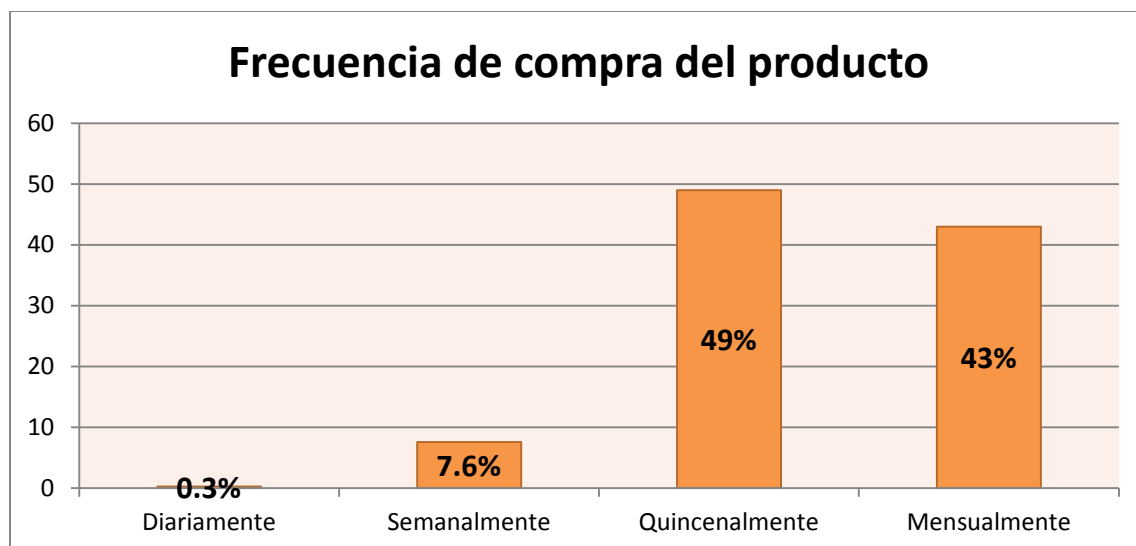
### Conclusión:

Para los encuestados, las conservas con mayor nivel de aceptación son las Frutas en almíbar y las salsas. Por otro lado, con un nivel medio de aceptación se tiene a los chutneys; y, los de menor aceptación, son los escabeches.

### Pregunta 3:

<b>¿Con qué frecuencia cree que el establecimiento compraría este producto?</b>		
<b>Frecuencia</b>	<b>NÚMERO DE RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
Diariamente	1	0.3
Semanalmente	26	7.6
Quincenalmente	171	49
Mensualmente	150	43
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100</b>





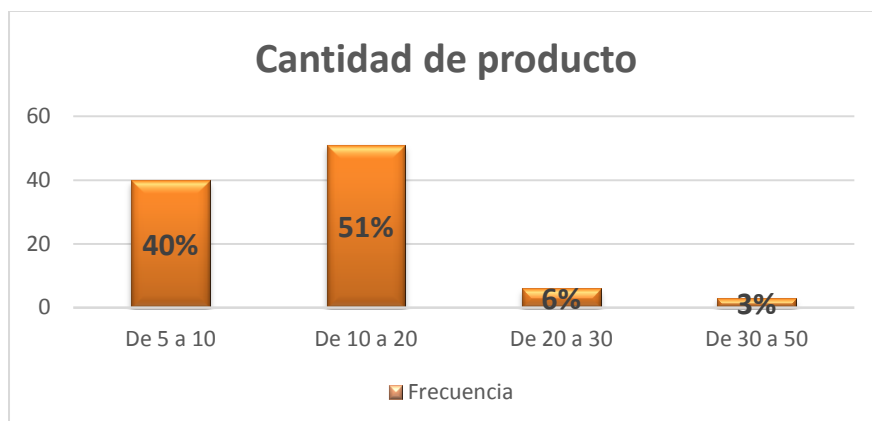
Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: El Autor

### Conclusiones:

Gran parte de las respuestas obtenidas en este estudio muestra que los encuestados prefieren adquirir el producto quincenalmente representado en el 49%; el 43% preferiría adquirir el producto mensualmente, y el 7.6% mencionó que preferiría recibir el producto semanalmente.

### Pregunta 4:

<b>¿Qué cantidad de producto cree usted que el establecimiento estaría dispuesto a adquirir?</b>		
<b>Cantidades</b>	<b>NÚMERO DE RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
De 5 a 10	139	40
De 10 a 20	178	51
De 20 a 30	21	6
De 30 a 50	10	3
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100</b>



Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: El Autor

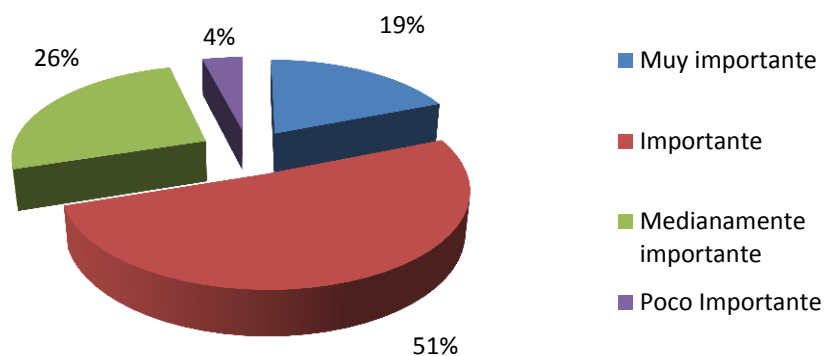
### Conclusiones:

El 51% de los micromercados y delicatessen estarían dispuestos a comprar de 10 a 20 unidades del producto, mientras que el 40% comprarían de 5 a 10, seguido por el 6% que comprarían de 20 a 30 unidades; y finalmente el 3% que comprarían de 30 a 50 frascos de conservas artesanales.

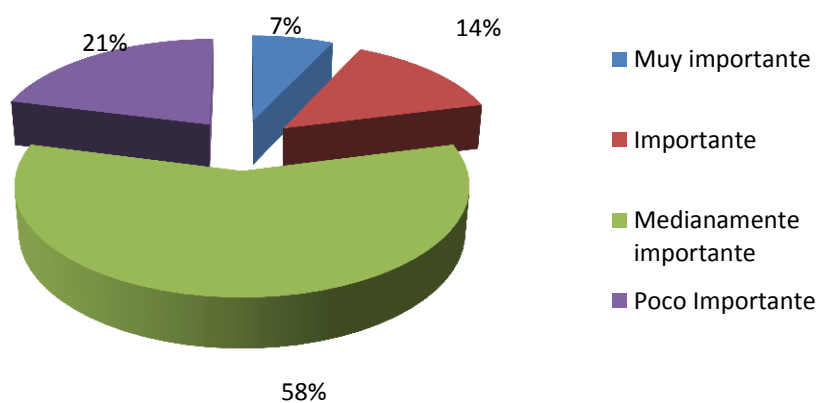
### Pregunta 5:

¿Qué factores considera usted de gran importancia al momento de adquirir el producto?										
Importancia	Presentación del producto		Puntualidad en entrega		Seriedad y compromiso		Calidad de producto		Precio	
	Muy importante	66	19%	24	7%	87	25%	209	60%	160
Importante	148	51%	49	14%	195	56%	107	31%	112	32%
Medianamente importante	90	26%	202	58%	49	14%	28	8%	52	15%
Poco importante	14	4%	73	21%	17	5%	4	1%	24	7%
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100%</b>	<b>348</b>	<b>100%</b>	<b>348</b>	<b>100%</b>	<b>348</b>	<b>100%</b>	<b>348</b>	<b>100%</b>

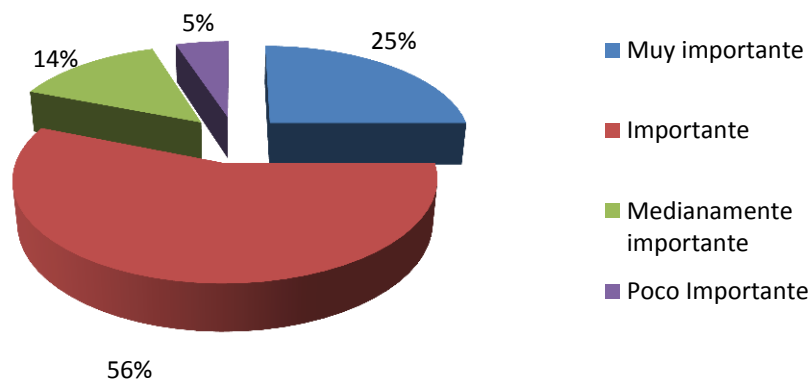
### Importancia en la presentación del producto

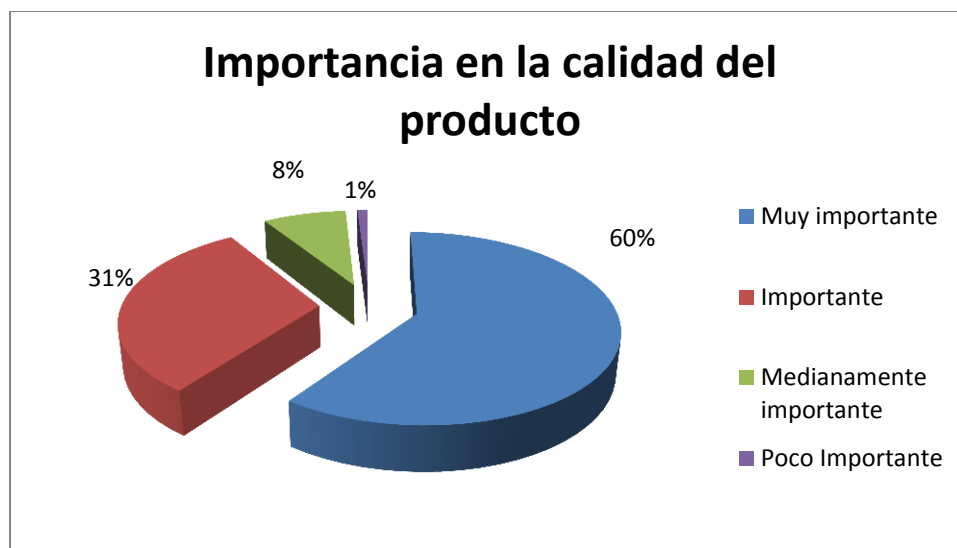


### Importancia en la puntualidad



### Importancia en la seriedad y compromiso





Fuente: Investigación de campo

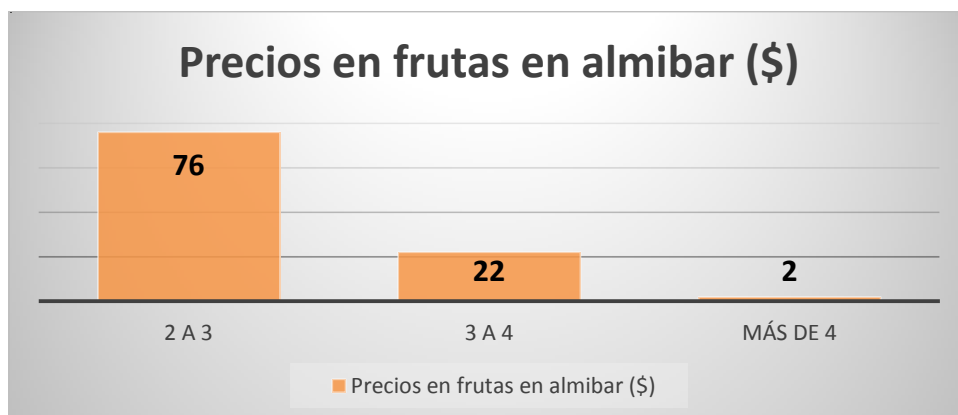
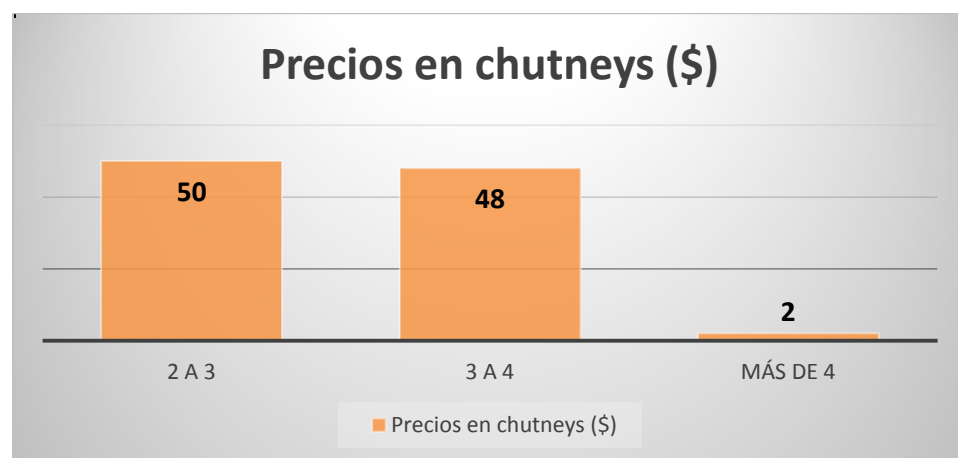
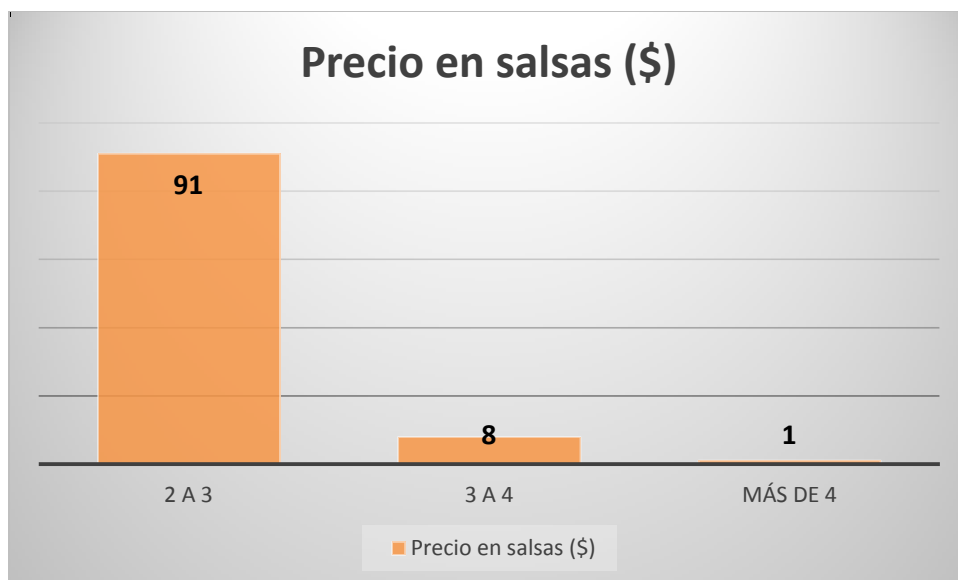
Elaboración: El Autor

### Conclusión:

Para los encuestados, los aspectos más importantes en la comercialización de los productos son la calidad del producto y el precio. Los aspectos que son considerados importantes son la seriedad y compromiso junto con la presentación del producto; y por último considerado medianamente importante la puntualidad en la entrega.

### Pregunta 6:

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por unidad, tomando en cuenta que el producto es artesanal? (Peso del producto 250 g.)						
Precios (\$)	Salsas	%	Chutneys	%	Frutas en almíbar	%
2 a 3	317	91	174	50	264	76
3 a 4	28	8	167	48	77	22
Más de 4	3	1	7	2	7	2
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100</b>	<b>348</b>	<b>100</b>	<b>348</b>	<b>100</b>

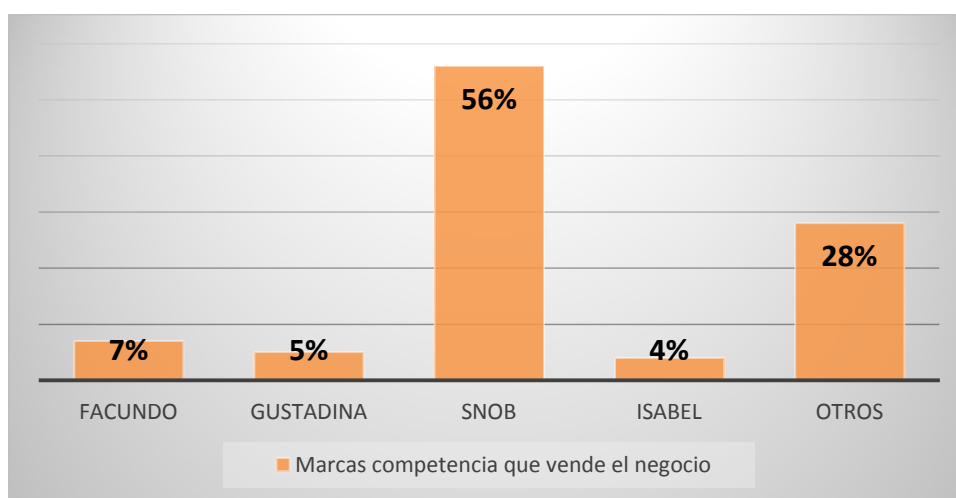


Fuente: Investigación de campo

Elaboración: El Autor

### Pregunta 7:

¿Qué marcas de conservas adquiere en mayor cantidad para la venta en su negocio?		
Marca	NÚMERO DE RESPUESTAS	PORCENTAJE %
Facundo	24	7
Gustadina	17	5
Snob	195	56
Isabel	14	4
Otros	98	28
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>100</b>



Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: El Autor

### Conclusiones de toda la encuesta

Luego, de las trescientas cuarenta y ocho encuestas realizadas a gerentes, administradores o dueños encargados de compras en micromercados y delicatessen; trescientas cuarenta y ocho (82%) respondieron que sí comprarían conservas artesanales a una nueva empresa. Por el contrario, sesenta y dos (18 %) respondieron que no a esta pregunta con lo cual dieron fin a esta encuesta.

Gran parte de las respuestas obtenidas en este estudio muestra que los encuestados prefieren adquirir el producto quincenalmente representado en el 49%; el 43% preferiría adquirir el producto mensualmente, y el 7.6% mencionó que preferiría recibir el producto semanalmente.

El 51% de los micromercados y delicatessen estarían dispuestos a comprar de 10 a 20 unidades del producto, mientras que el 40% comprarían de 5 a 10, seguido por el 6% que comprarían de 20 a 30 unidades y finalmente el 3% que comprarían de 30 a 50 frascos de conservas artesanales.

También, para los encuestados, el precio que estaría dispuesto a pagar por las salsas, chutneys y frutas en almíbar es de 2 a 3 dólares, y por los escabeches de 3 a 4 dólares.

En base a este estudio de mercado, se puede concluir que el proyecto es viable y tendría una acogida aceptable en el target seleccionado del Distrito Metropolitano de Quito.

## **2.10 MERCADO DE OFERTA**

### **2.10.1 OFERTA**

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (KOTLER P. y., Mercadotecnia Social - Editorial Diana,, 2003, P. 85)

El propósito 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 el producto, en este caso, de conservas artesanales. La oferta, al igual que la demanda está en función a factores junto con el entorno económico en que se desarrolla el proyecto. Luego, al estudiar la competencia, esta forma parte de la oferta y en diferencia con la demanda del consumidor de este tipo de conservas artesanales, se llegará a obtener la Demanda Insatisfecha de la presente investigación.

En este análisis aparece la competencia, que es el conjunto de empresas que ofrecen productos o servicios iguales, similares o que puedan reemplazar a los nuestros.

## 2.10.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

“Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”. (PORTER M. E., 2003, Pág. 45).

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, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto y los apoyos gubernamentales a la producción.

## 2.10.3 PROYECCION DE LA OFERTA

### Métodos de Proyección Utilizados

Puede parecer que las posibilidades de aplicación del método de regresión lineal están limitadas únicamente al caso en que los datos experimentales cumplen una ley lineal. (CHASE, 2003, Pág. 25)

Sin embargo, con sólo hacer un cambio de variables apropiado, el método puede extenderse más allá del caso en que las variables se relacionan por una ley lineal. De hecho, el método de las regresiones lineales es, con mucho, la herramienta más usada para el ajuste de puntos experimentales. A continuación se presenta el análisis de los pasos a seguirse tomando en cuenta que la serie se ajusta a una recta, con una ecuación de la siguiente forma:

$$Y = a + bx$$

En donde:  $a$ , es una constante que se calcula al dividir el valor de  $Y$  para el número de años

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

$$b = \frac{\sum(XY)}{\sum X^2}$$

En las fórmulas se considera:

$Y$  = valor estimado de la variable dependiente para un valor específico de la variable dependiente ( $X$ ).

$a$  = es el punto de intersección de la línea de regresión con el eje ( $Y$ ).



$b$  = es la dependiente de la línea de regresión.

$X$  = es el valor específico de la variable independiente.

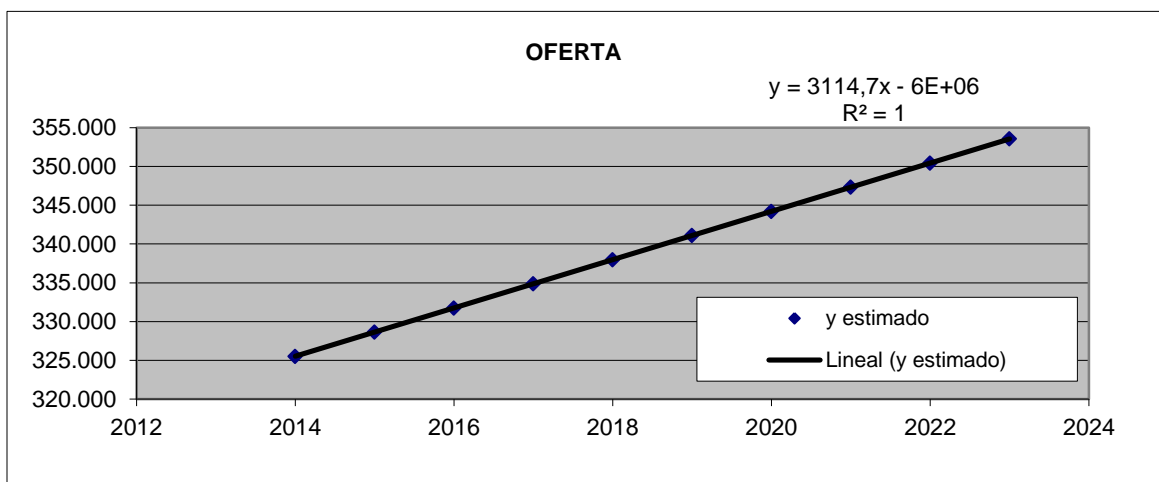
El criterio de los mínimos cuadrados permite que la línea de regresión de mejor ajuste reduzca al mínimo la suma de las desviaciones cuadradas entre los valores reales y estimados de la variable independiente. A continuación se presenta la aplicación del método de regresión lineal considerando los datos referentes a la oferta y demanda de conservas artesanales de puntera cerrada en Distrito Metropolitano de Quito, en los años del 2001 al 2013.

**Tabla No. 3** Proyección de oferta conservas artesanales  
en el Distrito Metropolitano de Quito.

x	Años	Total Población Y	Regresión Lineal	
			x ^2	xy
-4	2.005	297.641	16,00	-1.190.562,11
-3	2.006	300.647	9,00	-901.941,00
-2	2.007	303.684	4,00	-607.367,67
-1	2.008	306.751	1,00	-306.751,35
0	2.009	309.850	0,00	0,00
1	2.010	312.980	1,00	312.979,65
2	2.011	316.141	4,00	632.282,11
3	2.012	319.334	9,00	958.003,20
4	2.013	322.560	16,00	1.290.240,00
<b>TOTALES</b>	<b>18081</b>	<b>2.789.587,67</b>	<b>60,00</b>	<b>186.882,82</b>
<b>MEDIA (X, Y)</b>				
<b>a =</b>	<b>309.954,19</b>			
<b>b =</b>	<b>3.114,71</b>			
<b>Años</b>	<b>y estimado</b>			
2014	325.528			
2015	328.642			
2016	331.757			
2017	334.872			
2018	337.987			
2019	341.101			
2020	344.216			
2021	347.331			
2022	350.445			
2023	353.560			
2024	356.675			

Lo que significa, que por medio de la regresión de mínimos cuadrados se presenta una oferta de 356.675 kg. / Año conservas artesanal es para el año 2014, con tendencia creciente; como se refleja el siguiente gráfico:

**GRÁFICO No. 1** Proyección de oferta conservas artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito.



Fuente: Investigación propia  
Elaboración: Autor

Aquí también se obtiene 1 como resultado del cálculo del coeficiente de determinación  $R^2$ , lo que significa que la variable independiente años, explica todas las variaciones en la oferta (variable dependiente); esto valida las proyecciones efectuadas.

## 2.11 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado (MENESES E. , 2002). El sector de mercado que se ha dedicado a la producción y comercialización de conservas artesanales, sin químicos, ni conservantes ha encontrado en la actualidad un gran nivel de desarrollo, debido en parte a la necesidad de mejorar la economía familiar y el deseo de mejorar la salud y vida de las personas. De esta manera, este tipo de negocios se han desarrollado a tal punto, que

muchas marcas existentes forman parte de los almacenes de grandes supermercados nacionales y de exportaciones internacionales.

El sector de las conservas se constituye por empresas locales procesadoras de frutas y vegetales en conserva tanto para el mercado nacional como internacional. Estas empresas se basan en ventajas competitivas como la alta diversidad de materia prima debido a la favorable ubicación geográfica del Ecuador, y las precios competitivos de las mismas; no obstante, los problemas que se presentan tienen que ver con la calidad y con la capacidad de abastecer al mercado.

Para la fabricación de conservas, son varias las industrias participantes, ya que los encadenamientos productivos también son amplios. Por ejemplo, entra directamente la industria agrícola, quien provee el principal insumo, la industria de conservantes y persegantes alimenticios, la industria de fabricación de maquinaria y la industria de materiales de empaquetamiento y transporte, entre las principales.

Según el volumen de ventas al 2005, las empresas productoras más importantes a nivel nacional son las siguientes:

**Tabla No. 4** Volumen de ventas de empresas frutícolas.

<b>RANKING</b>	<b>EMPRESA</b>	<b>VENTAS</b>
<b>1</b>	Provefrut S.A	\$ 24.591.246,00
<b>2</b>	Tropifrut S.A	\$ 11.412.174,00
<b>3</b>	LAGSA S.A	\$ 8.310.152,00
<b>4</b>	Expropalm S.A	\$ 5.454.311,00
<b>5</b>	Frutacorp S.A	\$ 3.457.841,00
<b>6</b>	Fruta Hortícola S.A	\$ 426.596,00
<b>7</b>	Frutal Mercantil S.A	\$ 371.257,00
<b>8</b>	CazahedSia. Ltda.	\$ 239.996,00
<b>9</b>	Engropea S.A	\$ 63.652,00
<b>10</b>	Fruta Ecuatoriana	\$ 39.456,00

Fuente: Banco Central, "Informes de Gestión", Quito  
Elaboración: Autor

### **Demanda de conservas Distrito Metropolitano de Quito**

Demanda es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado. (SAPAG, 2007. p. 87)

Aquí se determinan las cantidades del bien que los consumidores están dispuestos a adquirir y que justifican la realización de los programas de producción. Se

debe cuantificar la necesidad real o psicológica de una población de consumidores, con disposición de poder adquisitivo suficiente y con unos gustos definidos para adquirir un producto que satisfaga sus necesidades. Debe comprender la evolución de la demanda actual del bien o servicio, y el análisis de ciertas características y condiciones que sirvan para explicar su probable comportamiento a futuro. (Uzcátegui, 2007)

## CONSUMO PERCAPITA.

**Tabla No. 5** Demanda del consumo de conservas artesanales en el Distrito Metropolitano de Quito.

X	Y1	Y1
<b>AÑOS</b>	<b>Población PEA DMQ</b>	<b>Consumo de conservas artesanales en kilos / año por persona</b>
2001	709.666	1.419.333
2002	716.835	1.433.669
2003	724.075	1.448.151
2004	731.389	1.462.779
2005	738.777	1.477.554
2006	746.239	1.492.479
2007	753.777	1.507.555
2008	761.391	1.522.782
2009	769.082	1.538.164
2010	776.850	1.553.701
2011	784.697	1.569.395
2012	792.624	1.585.247
2013	800.630	1.601.260

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autor

Para el año 2013 existe una Población Económicamente Activa – PEA- en el Distrito Metropolitano de Quito de 800.630 habitantes y se estima un consumo per cápita de 2 kilogramos de conservas al año, lo que da como resultado 1´601.260 kg/año.

### 2.10.2.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

**Tabla No. 6** Demanda conservas artesanales del Distrito Metropolitano de Quito.

x	Años	Total Población Y	Regresión Lineal	
			x ^2	xy
-4	2.005	1.477.554	16,00	-5.910.216,68
-3	2.006	1.492.479	9,00	-4.477.436,88
-2	2.007	1.507.555	4,00	-3.015.109,01
-1	2.008	1.522.782	1,00	-1.522.782,33
0	2.009	1.538.164	0,00	0,00
1	2.010	1.553.701	1,00	1.553.700,98
2	2.011	1.569.395	4,00	3.138.789,85
3	2.012	1.585.247	9,00	4.755.742,20
4	2.013	1.601.260	16,00	6.405.040,00
<b>TOTALES</b>	<b>18081</b>	<b>13.848.137,23</b>	<b>60,00</b>	<b>927.728,14</b>
<b>MEDIA (X, Y)</b>				
<b>a =</b>	<b>1.538.681,91</b>			
<b>b =</b>	<b>15.462,14</b>			

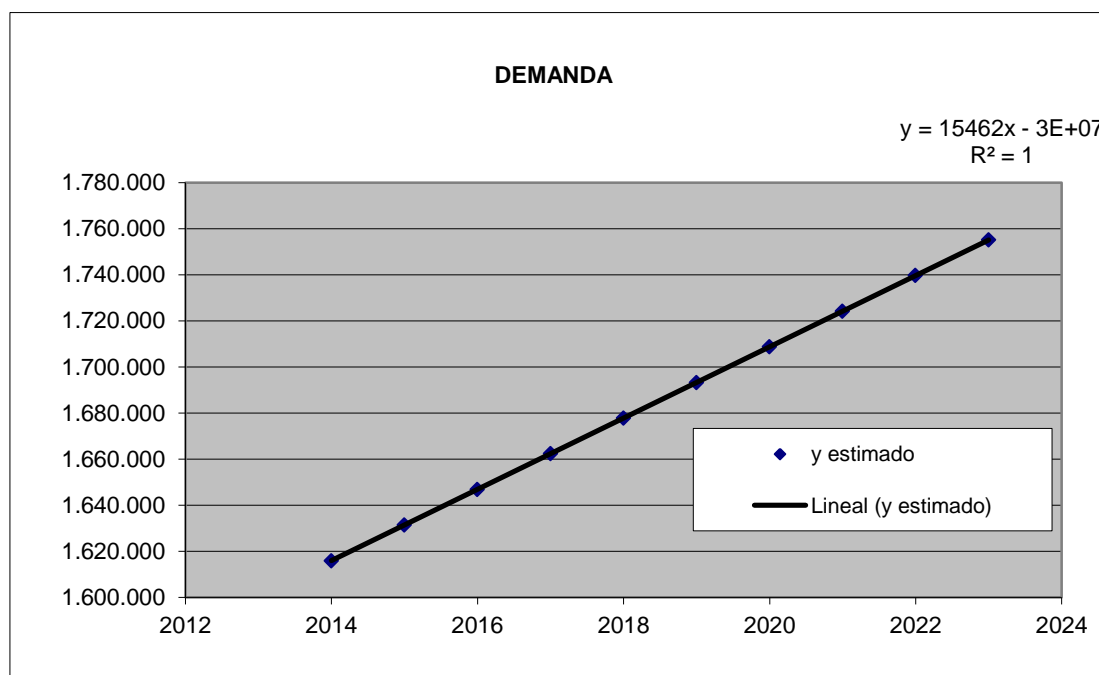
Total Demanda	
Años	y estimado
2014	1.615.993
2015	1.631.455
2016	1.646.917
2017	1.662.379
2018	1.677.841
2019	1.693.303
2020	1.708.765
2021	1.724.228
2022	1.739.690
2023	1.755.152
2024	1.770.614

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autor

Es decir para el año 2014 se espera una demanda de 1'770.614 kg / año conservas artesanales en el DMQ.

**GRAFICO No. 2** Proyección de la demanda de conservas artesanales del Distrito Metropolitano de Quito.



Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

El cálculo del coeficiente de determinación  $R^2$  valida la proyección planteada, ya que el obtener como resultado 1 significa que la variable independiente años, explica todas las variaciones en la demanda (variable dependiente).

### 2.11.1 DEMANDA INSATISFECHA

A continuación se presentan los datos que se obtuvieron en las proyecciones de la oferta y demanda para determinar la existencia o no de demanda insatisfecha respecto a las conservas artesanales del presente proyecto, así:

**Tabla No. 7** Demanda insatisfecha de conservas artesanales en el Distrito  
Metropolitano de Quito

AÑOS	DEMANDA ( Conservas artesanales) kg / año	OFERTA ( Conservas artesanales) kg / año	DEMANDA (Conservas Artesanales) kg / año
2014	1.615.993	325.528	1.290.465
2015	1.631.455	328.642	1.302.812
2016	1.646.917	331.757	1.315.160
2017	1.662.379	334.872	1.327.507
2018	1.677.841	337.987	1.339.855
2019	1.693.303	341.101	1.352.202
2020	1.708.765	344.216	1.364.549
2021	1.724.228	347.331	1.376.897
2022	1.739.690	350.445	1.389.244
2023	1.755.152	353.560	1.401.592

Fuente: Investigación propia  
Elaboración: Autores

A partir del año 2014 existe una demanda insatisfecha positiva, lo que demuestra que el presente proyecto es viable, por lo que es factible ingresar a ofertar las conservas artesanales con las condiciones de precio, calidad y transporte.

## 2.12 Marketing Mix.

El plan de marketing consiste en analizar las cuatro variables básicas: producto, precio, plaza y promoción. Acciones que se realizarán para conocer la situación de la empresa y poder desarrollar una estrategia específica de posicionamiento posterior. El marketing mix es un análisis de estrategia de aspectos internos. Se lo denomina también análisis 4P por las siglas de sus componentes en inglés. La primera variable, el precio, se establece con información sobre el producto que la empresa ofrece. Esta variable es muy importante porque tiene un poder esencial sobre el consumidor y es la única variable que genera directamente ingresos. La segunda variable, producto, engloba tanto al producto en sí mismo que se oferta como a otros componentes que lo integran como embalaje, atención al cliente, garantía, etc. La tercera variable, distribución, se refiere a los canales que atraviesa un producto desde su elaboración

hasta que llega a las manos del consumidor. Finalmente, la cuarta variable, promoción, engloba todos los esfuerzos para que la empresa pueda dar a conocer el producto a todos los potenciales consumidores, incluye publicidad, relaciones públicas, localización del producto, etc. (FRED R, 2007.).

### **Producto.**

Los productos a ofertar son conservas elaboradas de manera artesanal con frutos y hortalizas de origen orgánico, cosechados en el Ecuador, bajo estrictas normas de calidad y limpieza, libre de saborizantes y preservantes.

Las conservas se envasaran al vacío, en frasco de vidrio. Esto da como resultado un producto que, además de tener un excelente sabor y presentación, es sano y natural, logrando así saciar las necesidades que tiene el cliente; brindándole seguridad al momento de adquirir el producto.

Su fecha de duración iniciará el día de su elaboración y tendrá hasta tres meses de conservación óptima. Se deberán mantener en refrigeración una vez abiertos. La gama de productos a comercializarse tanto en micromercados como en delicatessen son:

- Berenjenas al olivo.
- Salsa criolla.
- Chutney de mango y manzana.
- Ají caramelizado.
- Pesto Verde.
- Chimichurri.
- Mermelada de fresa y chocolate blanco.
- Pimientos confitados en balsámico.
  
- **Elaboración Artesanal.**- Este tipo de elaboración nos asegura preservar algunos nutrientes y disponer de una fuente de energía natural; De este modo estarán libres de conservantes y colorantes. Esto implica que este tipo de alimentos en conserva son altamente beneficiosos para nuestra salud y nutrición; además de contar con el fruto durante muchas temporadas.



- **Recetas innovadoras.**- La mayoría de las combinaciones de algunos ingredientes en la realización de las conservas son nuevas en el mercado, creando de esta manera un sabor único y nuevo para los paladares ecuatorianos. El valor agregado del producto será la calidad, el cariño y la originalidad de las recetas de nuestra empresa, así como la altísima calidad de los productos. De esta manera, las conservas ayudan en el área de la gastronomía para que ésta multiplique sus alternativas, y en el sector doméstico la preparación cotidiana de comidas se torne mucho más sencilla y variada.

## **Precio**

La fijación del precio será basada en un análisis de la competencia directa y del precio promedio del mercado. Por lo tanto, el precio para el producto de conservas artesanales en su presentación única de 250gr. sería de entre 5 USD a 8 USD por frasco de 250 g.

Los precios definidos son los precios de venta para los canales de distribución. Cabe aclarar que este contiene un descuento al que sería el precio de venta al público (PVP).

La mejor estrategia es tener un precio competitivo, asegurando así la atracción del mercado y la fidelización de los clientes, estableciendo el precio justo por un producto de calidad. El precio se define como la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.

Para determinar el precio de un producto así sea este de exportación, hay diferentes calidades y diferentes precios. El precio también está influido por la cantidad que se compra. Para tener una base de cálculo de ingresos futuros es conveniente usar el precio promedio.

La determinación de los precios comerciales del producto es un factor muy importante, pues servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en el futuro. También servirá como base para la comparación entre el precio comercial y el precio probable al que se pudiera vender en el mercado el producto objeto de este

estudio, tomando en cuenta a todos los intermediarios que intervienen en la comercialización del mismo.(BACA U. , 2006. p. 87)

Existen tres métodos para el cálculo o determinación de los precios de exportación:

- Fijación de precios utilizando costeo marginal.
- Fijación de precios utilizando el punto de equilibrio.
- Fijación de precios por competitividad internacional.

Para mayor exactitud en el estudio, se ha escogido la fijación de precios utilizando el punto de equilibrio, el cual indica que en el proceso de planeación que debe hacer la empresa se debe tomar en cuenta los siguientes factores: costos, volúmenes y precios.

El éxito o fracaso dependerá de la creatividad e inteligencia con que se manejen estas variables, y lo más importante, es el análisis de los efectos de las variaciones de éstas tres variables con respecto a las utilidades esperadas.

### **Plaza/ Canal de Distribución**

Una distribución efectiva hará la diferencia. Así se obtendrá ventaja competitiva dentro del mercado. El producto conservas artesanales se ofrecerán mediante un canal directo de comercialización dentro del norte del Distrito Metropolitano de Quito y el Valle de Tumbaco.

Se distribuirá el producto en micromercados y delicatessen de estos sectores, donde se ofrecerán toda la gama de productos como son: Berenjenas al olivo, Salsa Criolla, Chutney de mango y manzana, Ají caramelizado, Pesto Verde, Mermelada de fresa con chocolate blanco, Pimiento rojo y manzana roja confitados, Chimichurri; todos en su presentación única de 250gr.

### **Promoción**

Para promocionar el producto, se enfocara el plan de comunicación hacia dos targets: el primero, los micromercados y delicatessen; y el segundo, los clientes de estos establecimientos.

Las estrategias que se utilizarán serán:

- **Visitas.-** La estrategia que se utilizará para dar a conocer el producto en etapa de introducción serán visitas a micromercados y delicatessen, donde se harán degustaciones, y se entregará un catálogo informativo donde se explicará las bondades y características de cada una de las conservas.
- **Degustaciones.-** Con todo el material publicitario ya instalado en el punto de venta, se brindará una pequeña muestra gratis para que los potenciales clientes lo prueben. Este trabajo lo realizarán impulsores que representarán el personaje de chef o agricultor, lo que fortalecerá la diferenciación del producto, y recalcará su elaboración artesanal y bajo estrictos estándares de calidad. Estarán ubicadas en los establecimientos determinados. Sin duda esta es una forma eficaz de introducir el producto al mercado.
- **Mailing y Redes Sociales.-** El mail o correo electrónico hoy en día es un importante medio de comunicación, y la mayoría de las personas de clase media a media alta cuentan con un correo electrónico. Nuestra estrategia es enviar anuncios electrónicos vía e mail a futuros clientes.  

De la misma forma estaremos presentes en las redes sociales principales, como son Twitter y Facebook, donde brindaremos información de los productos, consejos nutricionales, recetas, entre otros.
- **Publirreportaje.-** Para esta estrategia se contactará con el periódico LÍDERES y con la Revista Q, con los cuales se realizará un publirreportaje destacando el emprendimiento de nuestra empresa y de cada una de las personas que la conforman. La idea innovadora de realizar conservas artesanales con tanta variedad de ingredientes de primera calidad, es lo que hace único al producto, y es lo que queremos comunicar.

- **Página Web.-** Se hará una página web donde se brindará información acerca de la empresa y cada uno de los productos. En este espacio se incluirá también, consejos nutricionales, recetas, etc.

## **CAPÍTULO III**

### **INGENIERÍA DEL PROYECTO Y PROPUESTA DE AUTOR.**

En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.(BACA U. , 2006. p. 87)

Técnicamente existirían diversos procesos productivos opcionales, cuya jerarquización puede diferir de la que pudiera realizarse en función a las expectativas financieras. Por lo general, se estima que deben aplicarse los procedimientos y tecnologías más modernos, solución que puede ser óptima técnicamente.

Uno de los objetivos de este estudio es que se deberá definir las funciones de producción que optimicen el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto.

#### **3.1. INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

##### **3.1.1. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DELA PLANTA.**

La localización ordenada de la empresa que se crea con la factibilidad del proyecto, puede determinar el éxito o fracaso de un negocio. Por ello, la disposición acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no sólo a criterios económicos, sino también a juicios estratégicos, institucionales, políticos, ambientales, e incluso de distinciones emocionales.

**MACRO LOCALIZACIÓN:** En este estudio se utilizará consideraciones relativas a criterios económicos que están incidiendo en los costos globales de producción y, por lo tanto, no incluyen análisis desagregados de los componentes del costo.(BACA U. , 2006. p. 87)

**MICRO LOCALIZACIÓN:** En este nivel se llega a definir la provincia, cantón, parroquia, zona urbana o rural. En la micro localización incidirán las decisiones, aspectos más detallados como los de ingeniería, costos de terreno, entre otras, que en última instancia, estarán dimensionando el monto de la inversión requerida en el proyecto(Aguirre, 2010)En ambos casos, la selección del sitio que representa la ubicación para el proyecto deberá realizarse siguiendo una serie de etapas que consisten en:

Identificar los factores de tipo institucional que limitan o que alientan la localización. Entre estos existen los factores ambientales, es decir, la planta deberá estar ubicada en una zona semi-industrial.

Se considera factores como transporte, sobre todo para términos de costos y la logística que este factor involucre. Debe existir facilidad para el aprovisionamiento de materias primas, así como también varias alternativas para la distribución física del producto y para la entrega a intermediarios(CERVANTES, 1998).

**La selección de la localización óptima.** En este caso, se trata simplemente de establecer el sitio donde se hará el emplazamiento final de la planta industrial, con el fin de que todos los análisis económico-financieros se refieran a dicha localización.(MENESES E. , 2002)

El proyecto se localizará en el sector Carcelén del Distrito Metropolitano de Quito. El área cuenta con una completa cobertura de servicios básicos, situación que permitirá el desarrollo favorable del proyecto.

### **EL ANÁLISIS FODA:**

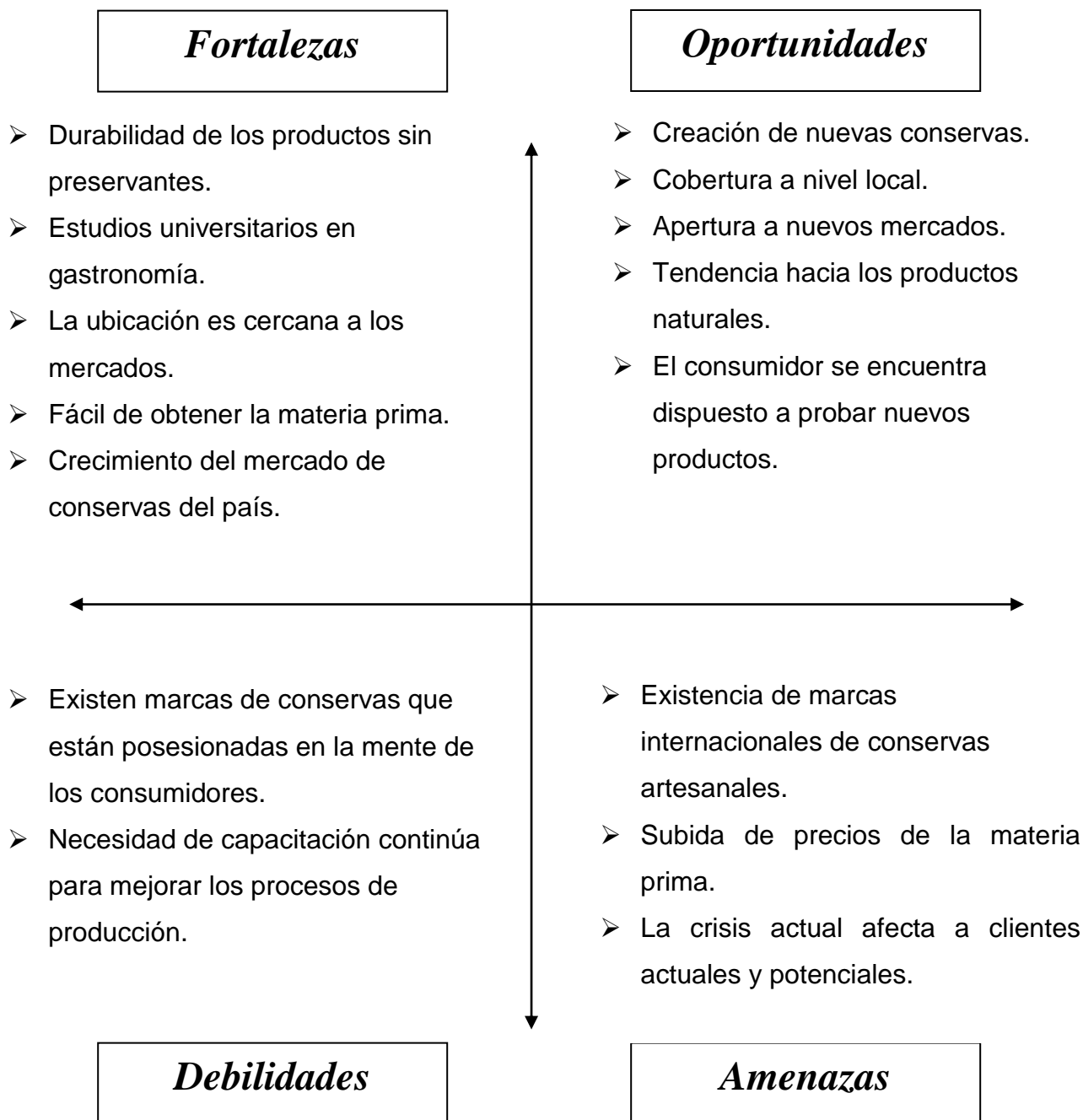
“El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados” (PORTER M. , 2003).

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

El FODA se representa a través de una matriz de doble entrada, llamado matriz FODA, en la que el nivel horizontal se analiza los factores positivos y los negativos.

En la lectura vertical se analizan los factores internos y por tanto controlables del programa o proyecto y los factores externos, considerados no controlables.



Entre los factores que condicionan la localización se considera no solamente los aspectos económicos, sino también criterios estratégicos e institucionales. Los factores predominantes que se utiliza en este proyecto son:(SAPAG Chain, 2003, Pág. 23)

- a) Cercanía del mercado.
- b) Costos de operación.
- c) Disponibilidad de recursos humanos y tecnológicos.
- d) Baja concentración de la competencia.

### **MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS.**

Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de componentes que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión. Se sugiere aplicar el siguiente procedimiento para jerarquizar los factores cualitativos.

1. Desarrollar una lista de factores relevantes.
2. Asignar un peso a cada factor para indicar su importancia relativa (los pesos deben sumar 1.00), y el peso asignado dependerá exclusivamente del criterio del investigador.
3. Asignar una escala común a cada factor (por ejemplo, de 1 a 5) y elegir cualquier mínimo.
4. Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar la calificación por el peso.
5. Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación.

La ventaja de ese método es que es sencillo y rápido, pero su principal desventaja es que tanto el peso asignado, como la calificación que se otorga a cada factor relevante, dependen exclusivamente de las preferencias del investigador y, por tanto, podrían no ser reproducibles (MENESES, 2002).



**Entre los factores que se pueden considerar para realizar la evaluación, se encuentran los siguientes:**

1. Factores geográficos, relacionados con las condiciones naturales que rigen en las distintas zonas del país, como el clima, los niveles de contaminación, desechos, las comunicaciones, entre otros.
2. Factores institucionales, son los relacionados con planes y las estrategias de desarrollo y descentralización industrial.
3. Factores sociales, los relacionados con la adaptación del proyecto al ambiente y la comunidad. Se refieren al nivel general de los servicios sociales con que cuenta la comunidad.
4. Factores económicos, que se refieren a los costos de los suministros e insumos en esa localidad.

### **3.1.2. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROCESAMIENTO.**

En el caso de la elaboración de conservas artesanales, la tecnología es sumamente sencilla, aunque hay que decir que obligatoriamente se necesita automatizar ciertos procesos para poder tener una mayor producción, en el caso de este proyecto, más aun para tener conservas artesanales suficiente para abastecer el mercado local. La elección de cierta tecnología se debe considerar no tan sólo desde el punto de vista de ingeniería, sino también desde el punto de vista de los negocios.

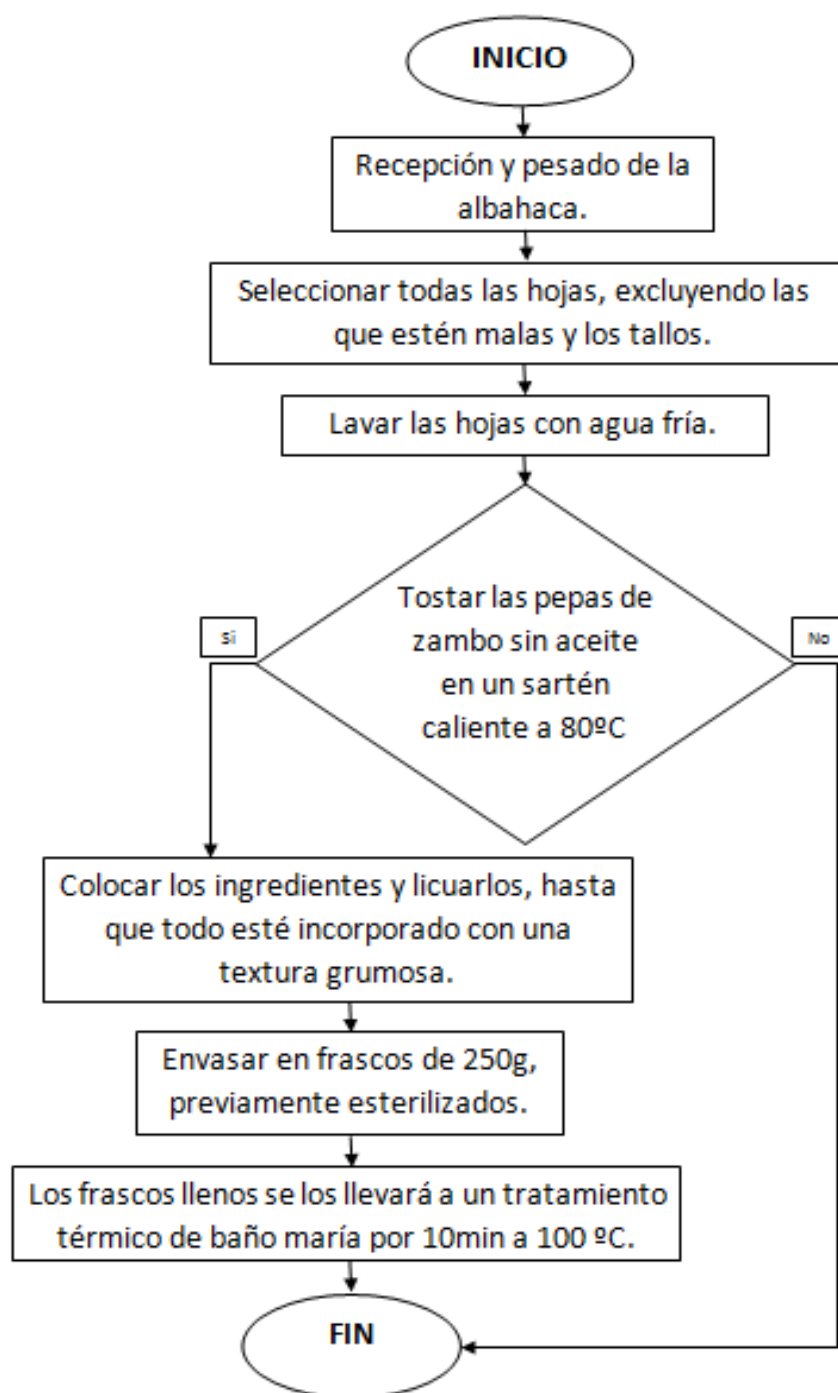
#### **La capacidad instalada y los insumos.**

Se ha dicho que la tecnología de elaboración de conservas artesanales es básica y esto hace que los insumos necesarios también sean sencillos de conseguir, tal como todas las materias primas, la mano de obra que no es calificada, entre otras por tanto, la disponibilidad de los insumos no limita la capacidad instalada.

### **3.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO Y PROPUESTA DE AUTOR**

En esta sección se describe la propuesta de la elaboración de cada una de las ocho conservas elaboradas en el proyecto. Las recetas y la selección de los ingredientes constituyen un aporte personal. La apreciación de estas creaciones se evaluó mediante un taste panel integrado por seis personas afines a la materia, como se explicará en una sección posterior de la tesis.

Esta sección consta de dos partes. En primer lugar, se realizó flujogramas de procesos productos, es decir, los pasos y las decisiones a seguir durante la elaboración de cada una de las ocho conservas. La segunda parte incluye las recetas de las conservas. Cada receta tiene presupuestado el valor de cada ingrediente, el frasco y la etiqueta, por lo que al final de cada receta se tiene el valor neto de producción de cada una de las ocho conservas en la presentación propuesta de 250mg.

**Pesto verde.****GRÁFICO No. 3** Flujo del proceso de la conserva Pesto verde.


Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

**Tabla No. 8** Receta de la conserva Pesto verde.

**UÍDE**

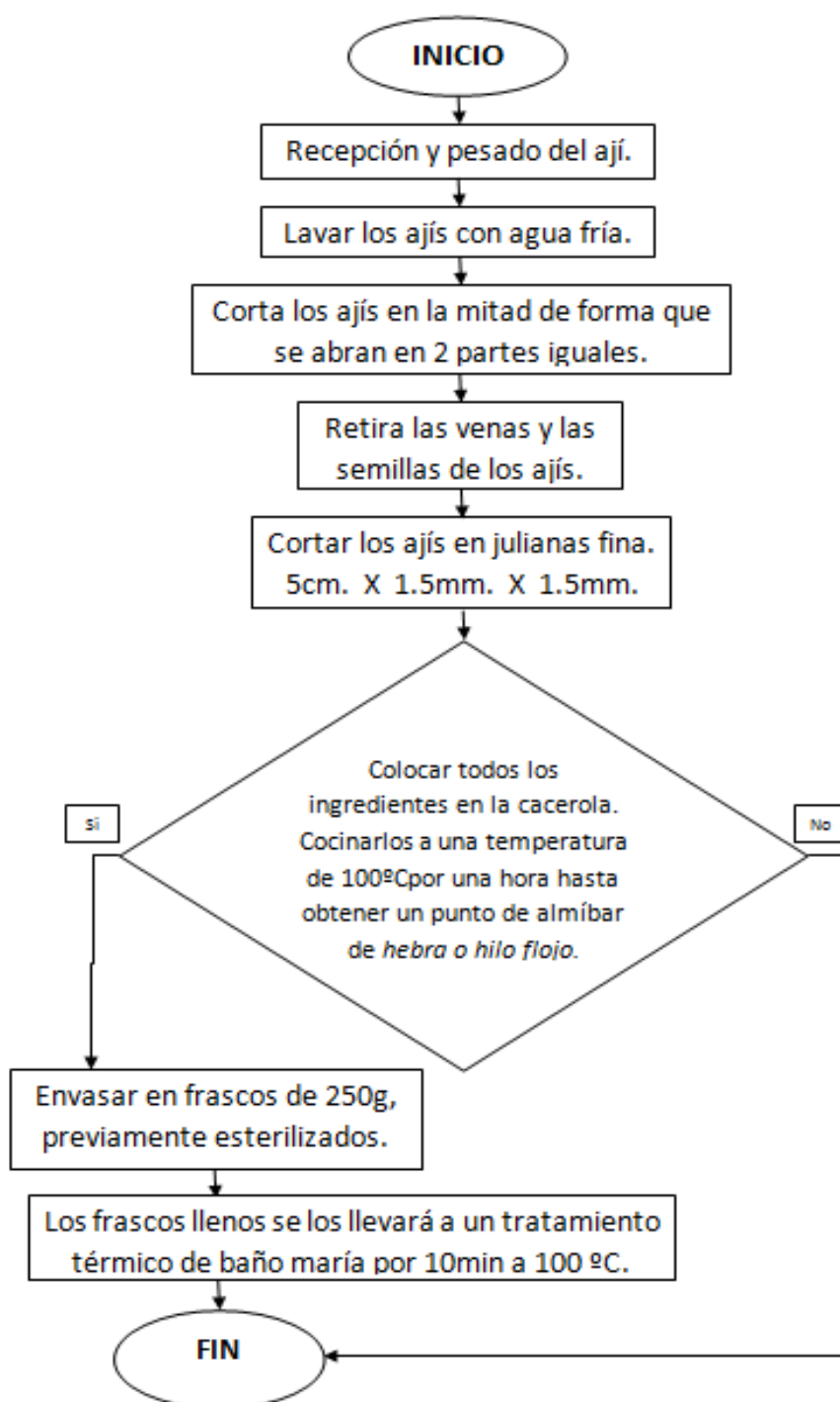
ESCUELA DE GASTRONOMIA  
CONSERVAS ARTESANALES

ESCUELA DE  
**Gastronomía**

FICHA Nº	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES			
17/10/2014	<b>PESTO VERDE</b>			CONSERVA	8			
ARGUMENTACION TECNICA			FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO					
Es una conserva a base de aceite, que se quiere prolongar la vida útil de la albahaca.								
<b>MISE EN PLACE</b>								
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO (\$)	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
<b>ABARROTOS</b>								<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar sacando los tallos seleccionando sólo hojas, y pesar.</li> <li>• Lavar y secar las hojas de albahaca.</li> <li>• Sin aceite saltear las pepas de zambo en sartén caliente a 100°C por 15 minutos, moviendo regularmente.</li> <li>• Colocar todos los ingredientes en la licuadora.</li> <li>• Licuar hasta que todo este incorporado y se obtiene una textura grumosa.</li> </ul>
Acéite de girasol	cc				350	1,86	0,65	
Acéite de oliva	cc				550	8,84	4,86	
Pimienta	g				3	8,60	0,03	
Sal	g				30	0,33	0,01	
<b>VEGETALES</b>								
Albahaca	g				400	3,80	1,52	
Ajo	g				80	3,20	0,26	
Pepa de zambo	g				300	10,00	3,00	
<b>LACTEOS</b>								
Queso Parmesano	g				300	13,33	4,00	
<b>EMPAQUE</b>								
Frasco	u				8	0,35	2,80	
Tela	u				8	0,04	0,32	
Etiqueta	u				8	0,12	0,96	
NOTAS OBSERVACIONES					<b>SUBTOTAL COSTO RECETA</b>		<b>18,40</b>	
Los frascos llenos fueron llevados al vacio para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 5 %		0,92	
					<b>COSTO RECETA</b>		<b>19,32</b>	
					<b>COSTO PORCIÓN</b>		<b>2,42</b>	
					P.V.P.		7,50	
PUNTOS CRITICOS				SUGERENCIA DE SERVICIO				
En la limpieza de las hojas es muy importante, debemos tener cuidado por eso				Se sugiere que se sirva con un pecado como corvina o robalo.				
desinfectarlas usando el método de partículas por millón (ppm)				Se puede apreciar mas el sabor con una pasta tipo espagueti.				
con cloro (0,005%) disolviendo en agua.								
METODOS		TECNICAS						
		Saltear						


## Ají Caramelizado

GRÁFICO NO. 4 Flujo del proceso de la conserva Ají caramelizado.



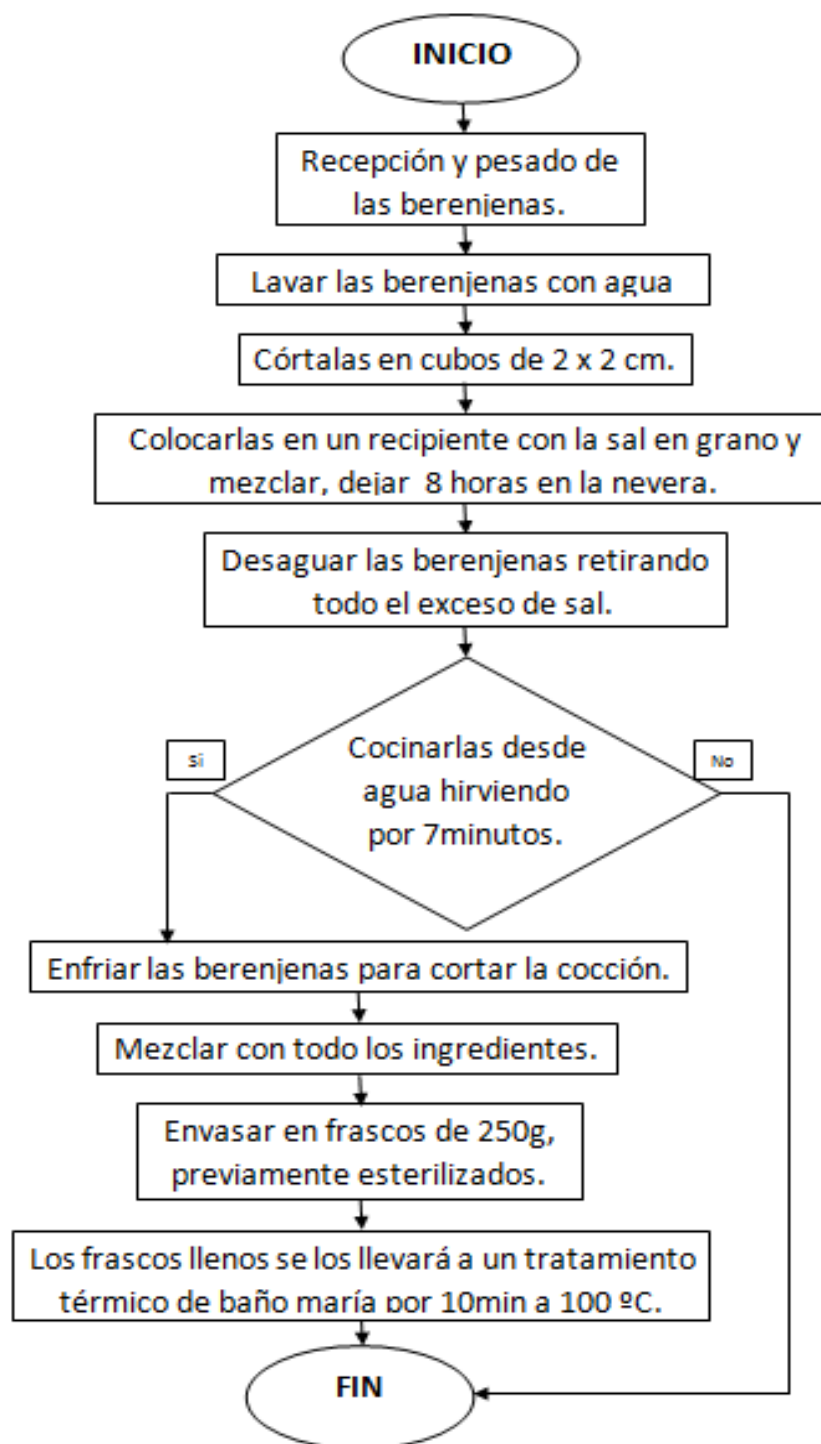
Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

**Tabla No. 9** Receta de la conserva Ají caramelizado.

FICHA		NOMBRE			CATEGORIA			PORCIONES	
17/10/2014		AJÍ CARAMELIZADO			CONSERVA			8	
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Para la durabilidad de los ajíes se utilizó la técnica de reducción, en agua con azúcar.									
MISE EN PLACE									
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
<b>ABARROTES</b>									
Azúcar	g				1250	0,85	1,06	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lavar los ajíes y pesarlos.</li> <li>Cortarlos por la mitad y sacar semillas y venas.</li> <li>Cortarlos en julianas.</li> <li>Colocar todos los ingredientes en la marmita y cocinar a 100°C por una hora, hasta obtener un punto de almíbar.</li> <li>Envasar en frascos de 250g previamente esterilizados.</li> </ul>	
Agua	cc				600	0,00	0,00		
Sal	g				20	0,33	0,01		
Vinagre	cc				900	4,22	3,80		
<b>VEGETALES</b>									
Ají	g				800	0,60	0,48		
<b>LACTEOS</b>									
<b>EMPAQUE</b>									
Frasco	u				8	0,35	2,80		
Tela	u				8	0,04	0,32		
Etiqueta	u				8	0,12	0,96		
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO			9,43	
Los frascos llenos fueron llevados al vacío para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 5%			0,47	
					COSTO RECETA			9,90	
					COSTO PORCIÓN			1,24	
					P.V.P.			7,00	
PUNTOS CRITICOS					SUGERENCIA DE SERVICIO				
En la limpieza de los ajíes es muy importante, debemos tener cuidado por eso desinfectarlas usando el método de partes por millón (ppm)					Se sugiere que se sirva con mariscos fritos.				
con cloro (0,005%) disolviendo en agua.					Se puede apreciar más el sabor con queso fresco o pan.				
METODOS		TECNICAS							
Hervir		Reducción							
		Juliana							


## Berenjenas al olivo

**GRÁFICO NO. 5** Flujo del proceso de la conserva Berenjenas al olivo.

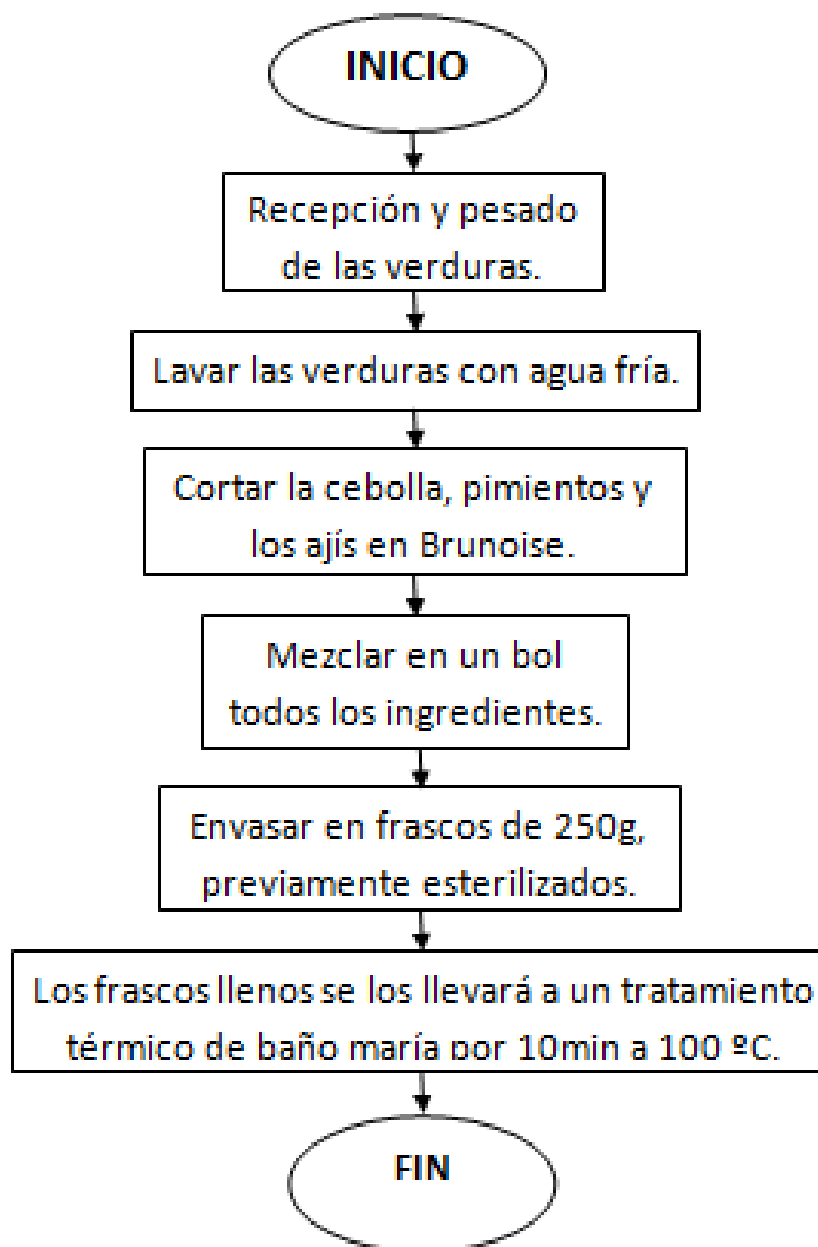


Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

**Tabla No. 10** Receta de la conserva Berenjenas al olivo.

FICHA Nº		NOMBRE			CATEGORIA			PORCIONES	
17/10/2014		BERENJENAS AL OLIVO			CONSERVA			8	
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Es una conserva a base de aceite y vinagre, para prolongar la vida útil de las berenjenas.									
MISE EN PLACE									
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
<b>ABARROTÉS</b>									
Aceite de oliva	cc				350	8,84	3,09	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavar las berenjenas.</li> <li>• Córtalas en cubos de 2 x 2 cm.</li> <li>• Colocarlas en un recipiente y ponerlas en sal en grano y mezclar, dejar en reposo durante 1 día.</li> <li>• Desaguar las berenjenas de la sal.</li> <li>• Cocinar desde agua hirviendo por 7 minutos.</li> <li>• Escurrir y enfriar las berenjenas.</li> <li>• Incorporar todos los ingredientes y batir bien.</li> <li>• Envasar en frascos de 250g previamente esterilizados.</li> </ul>	
Achote en polvo	g				5	5,00	0,03		
Laurel	g				3	14,00	0,04		
Orégano	g				40	10,40	0,42		
Pimienta	g				2	8,60	0,02		
Sal	g				10	0,33	0,00		
Vinagre	cc				100	4,22	0,42		
<b>VEGETALES</b>									
Ajo	g				100	3,20	0,32		
Berenjenas	g				1400	1,5	2,10		
<b>LACTEOS</b>									
<b>EMPAQUE</b>									
Frasco	u				8	0,35	2,80		
Tela	u				8	0,04	0,32		
Etiqueta	u				8	0,12	0,96		
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		10,52		
Los frascos llenos fueron llevados al vacío para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 5%		0,53		
					COSTO RECETA		11,05		
					COSTO PORCIÓN		1,38		
					P.V.P.		6,00		
PUNTOS CRITICOS					SUGERENCIA DE SERVICIO				
En la limpieza de las berenjenas es muy importante, debemos tener cuidado por eso desinfectarlas usando el método de partes por millón (ppm) con cloro (0,005%) disolviendo en agua.					Se sugiere que se sirva con cordero o ternera. Se puede apreciar mas el sabor con galletas de sal.				
METODOS		TECNICAS							
Hervir		Blanquear							
		Choque térmico							



**Salsa Criolla****GRÁFICO NO. 6** Flujo del proceso de la conserva Salsa criolla.

Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

Tabla No. 11 Receta de la conserva Salsa criollo.



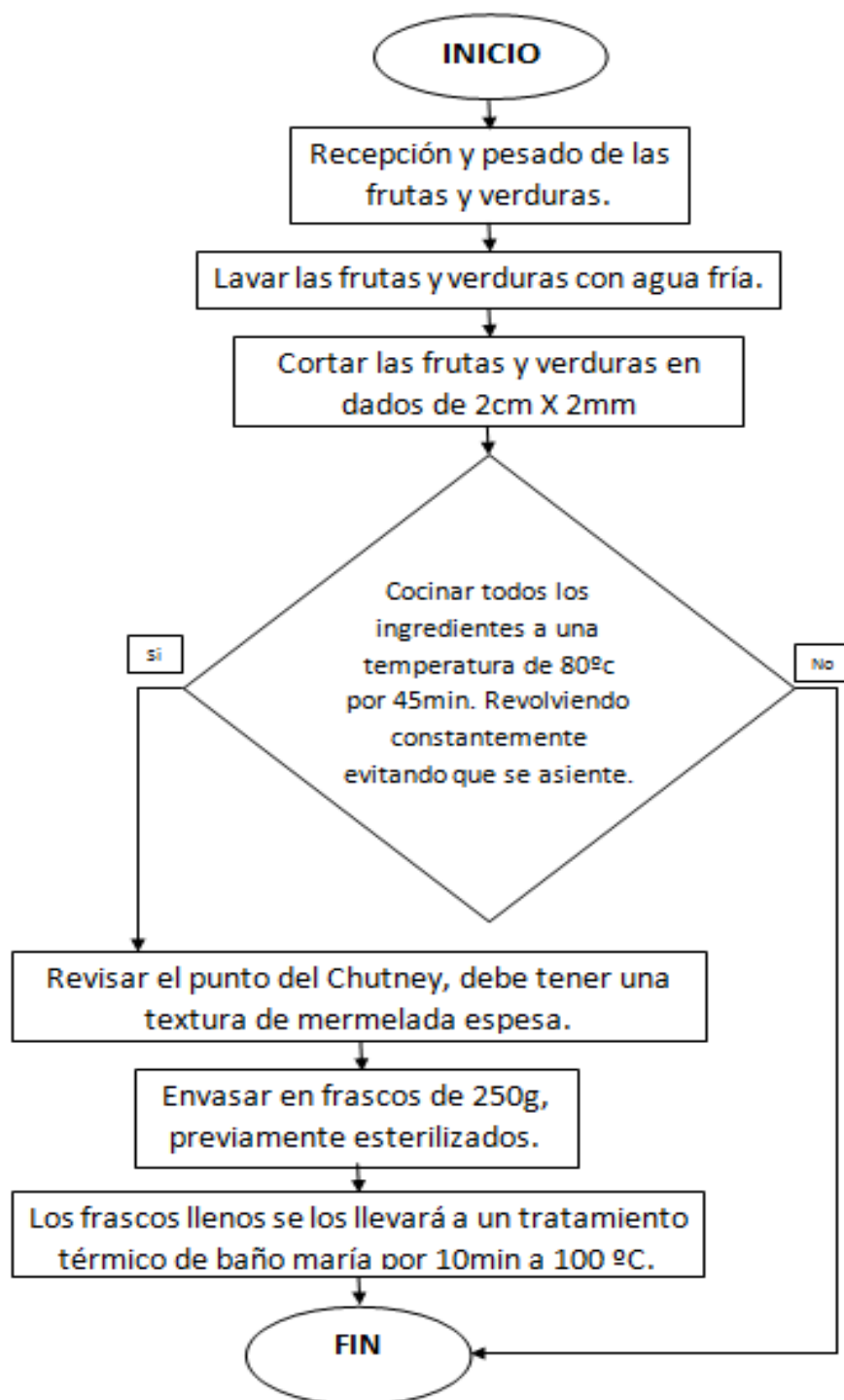
 ESCUELA DE GASTRONOMIA  
 CONSERVAS ARTESANALES

 ESCUELA DE  
 Gastronomía

FICHA	NOMBRE					CATEGORIA	PORCIONES		
17/10/2014	SALSA CRIOLLA					CONSERVA	8		
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Es un encurtido a base de vinagre con deferentes vegetales y especias.									
MISE EN PLACE									
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
<b>ABARROTES</b>									
Aceite de girasol	cc				250	1,86	0,47	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar los vegetales y secarlos.</li> <li>• Cortarlos en cuadraditos pequeños (Brunoise).</li> <li>• Incorporar en un bol y batir con todos los ingredientes.</li> <li>• Envasar en frascos de 250g previamente esterilizados.</li> </ul>	
Achote en polvo	g				8	5	0,04		
Azucar	g				30	0,85	0,03		
Oregano	g				12	10,40	0,12		
Pimienta	g				5	8,60	0,04		
Sal	g				35	0,33	0,01		
Vinagre	cc				900	4,22	3,80		
<b>VEGETALES</b>									
Ají	g				200	0,60	0,12		
Ajo	g				45	3,2	0,14		
Cebolla perla	g				800	1,6	1,28		
Pimiento Amarillo	g				120	2,5	0,30		
Pimiento Rojo	g				120	2,5	0,30		
Pimiento Verde	g				300	1,2	0,36		
<b>LACTEOS</b>									
<b>EMPAQUE</b>									
Frasco	u				8	0,35	2,80		
Tela	u				8	0,04	0,32		
Etiqupa	u				8	0,12	0,96		
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		11,09		
Los frascos llenos fueron llevados al vacio para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 5%		0,55		
					COSTO RECETA		11,65		
					COSTO PORCIÓN		1,46		
					P.V.P.		6,00		
PUNTOS CRITICOS					SUGERENCIA DE SERVICIO				
En la limpieza de los vegetaleses muy importante, devemos tener cuidado por eso desinfectarlas usando el metodo de partes por millon (ppm) con cloro (0,005%) disolviendo en agua.					Se sugiere que se sirva con pollo a la plancha. Se puede apreciar mas el sabor con chips de papa o yuca.				
METODOS		TECNICAS							
		Bruniese							
		Encurtir							

## Chutney de Mango y Manzana.

**GRÁFICO NO. 7** Flujo del proceso de la conserva Chutney de mango y manzana.



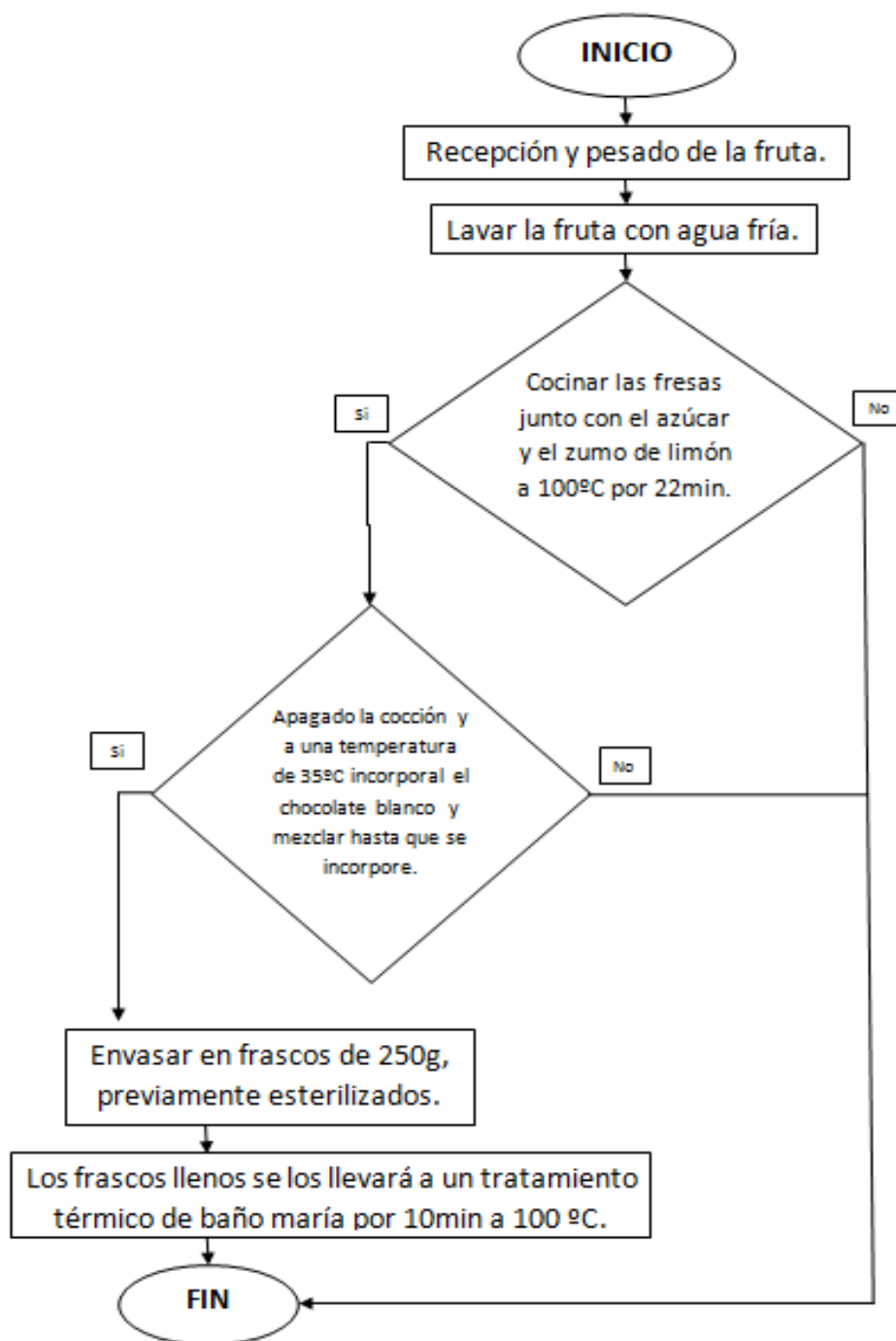
Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

**Tabla No. 12** Receta de la conserva Chutney de mango y manzana.

FICHA	NOMBRE			CATEGORIA	PORCIONES			
17/10/2014	CHUTNEY DE MANGO Y MANZANA			CONSERVA	8			
ARGUMENTACION TECNICA				FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Para el Chutney se utilizo la técnica de reducción, en agua, vinagre, especias y azúcar.								
MISE EN PLACE								
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION
<b>ABARROTES</b>								<ul style="list-style-type: none"> <li>Lavar y pelar las frutas.</li> <li>Cortar las frutas en cubos de 1cm.</li> <li>Picar los vegetales en cuadraditos pequeños (Brunoise).</li> <li>Colocar todos los ingredientes en una olla y cocinar a fuego medio.</li> <li>Revolver constantemente hasta obtener un punto de mermelada.</li> <li>Envasar en frascos de 250g previamente esterilizados.</li> </ul>
Agua	cc				400	0	0,00	
Azucar	g				450	0,85	0,38	
Canela en polvo	g				5	12,00	0,06	
Clavo de olor	g				2	3,26	0,01	
Sal	g				7	0,33	0,00	
Vinagre	cc				400	4,22	1,69	
<b>VEGETALES</b>								
Ají	g				55	0,60	0,03	
Ajo	g				45	3,2	0,14	
Cebolla paitaña	g				220	1,6	0,35	
Jengibre	g				20	1,5	0,03	
Mango	g				1250	2,25	2,81	
Manzana	g				750	1,75	1,31	
Pimiento Rojo	g				120	2,5	0,30	
<b>LACTEOS</b>								
<b>EMPAQUE</b>								
Frasco	u				8	0,35	2,80	
Tela	u				8	0,04	0,32	
Etiquipa	u				8	0,12	0,96	
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		11,20	
Los frascos llenos fueron llevados al vacio para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 5%		0,56	
					COSTO RECETA		11,76	
					COSTO PORCIÓN		1,47	
					P.V.P.		7,50	
PUNTOS CRITICOS				SUGERENCIA DE SERVICIO				
En la limpieza de las frutas es muy importante, debemos tener cuidado por eso desinfectarlas usando el metodo de partes por millon (ppm) con cloro (0,005%) disolviendo en agua.				Se sugiere que se sirva con lomo o chuletas de cerdo.				
				Se sugiere que se sirva con vegetales blanquedos.				
				Se puede apreciar mas el sabor con galletas de sal.				
METODOS		TECNICAS						
Herbir		Reduccion						


### Mermelada de fresas y chocolate blanco.

**GRÁFICO NO. 8** Flujo del proceso de la conserva Mermelada de fresas y chocolate blanco.



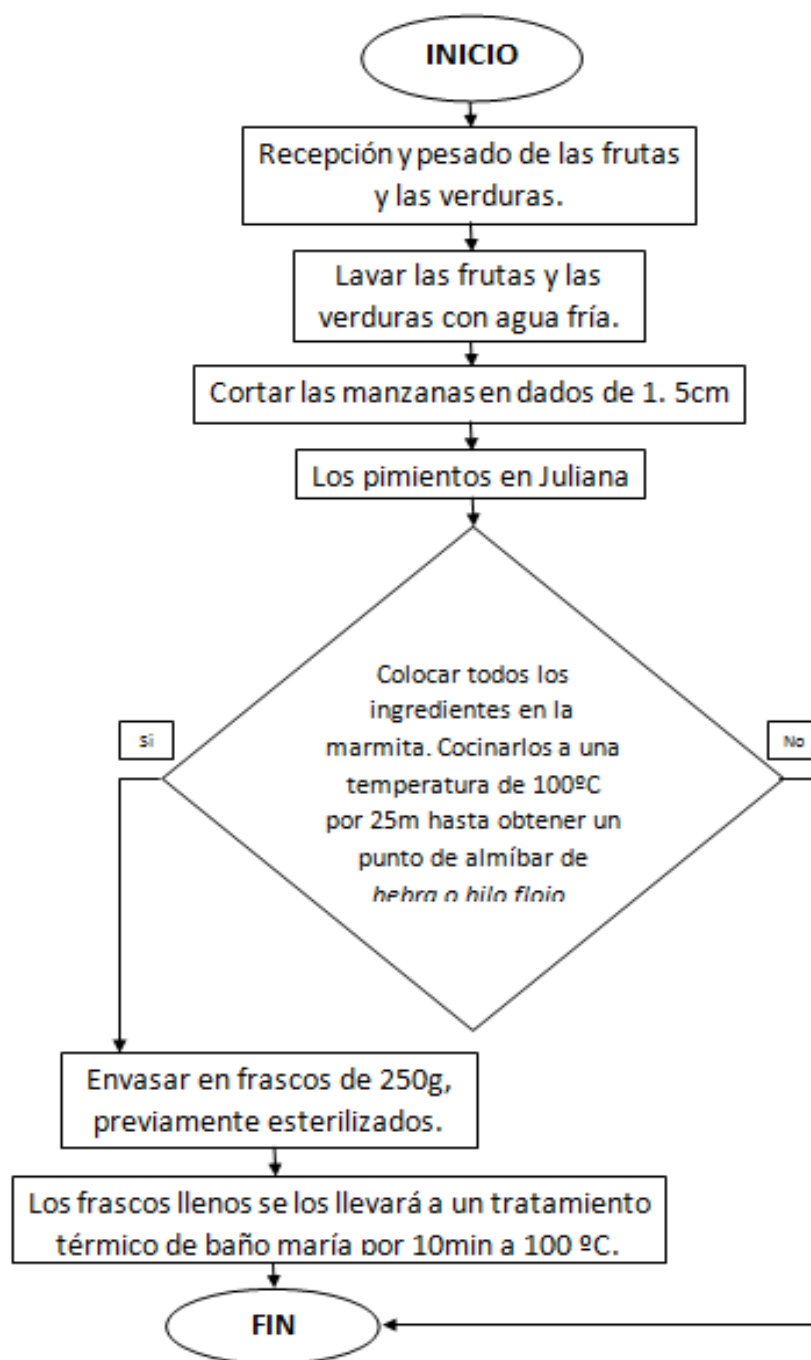
Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

**Tabla No. 13** Receta de la conserva Mermelada de fresas y chocolate blanco.

FICHA	NOMBRE					CATEGORIA	PORCIONES				
17/10/2014	<b>MERMELADA DE FRESAS CON CHOCOLATE BLANCO</b>					CONSERVA	8				
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO						
Para la durabilidad de las fresas se utilizo la técnica de reducción, en agua con azúcar. Incorporando el chocolate al final cuando la mermelada se											
MISE EN PLACE											
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION			
<b>ABARROTES</b>											
Azúcar	g				700	0,85	0,60	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lavar bien las fresas y retirar las hojas.</li> <li>• Laminar las fresas e incorporamos en la marmita.</li> <li>• Añadir el azúcar junto con el zumo de limón y poner a fuego medio durante 35 minutos removiendo.</li> <li>• Retirar del fuego y dejar reposar 5 minutos.</li> <li>• Añadir el chocolate blanco.</li> </ul>			
Chocolate blanco	g				330	7,66	2,53				
<b>VEGETALES</b>											
Fresas	g				1600	2,00	3,20				
Zumo de limón	c				16	1,82	0,03				
<b>LACTEOS</b>											
<b>EMPAQUE</b>											
Frasco	u				8	0,35	2,80				
Tela	u				8	0,04	0,32				
Etiqueta	u				8	0,12	0,96				
NOTAS OBSERVACIONES					<b>SUBTOTAL COSTO</b>		<b>10,43</b>				
Los frascos llenos fueron llevados al vacío para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 5%		0,52				
					<b>COSTO RECETA</b>		<b>10,95</b>				
					<b>COSTO PORCIÓN</b>		<b>1,37</b>				
					P.V.P.		<b>7,00</b>				
PUNTOS CRITICOS					SUGERENCIA DE SERVICIO						
En la limpieza de las fresas es muy importante, debemos tener cuidado por eso desinfectarlas usando el método de partes por millón (ppm) con cloro (0,005%) disolviendo en agua.					Se sugiere que se sirva con tostadas y pan fresco. Se puede apreciar mas el sabor con galletas de dulce.						
METODOS		TECNICAS									
Hervir		Reducción									


## Pimiento rojo y manzana roja confitados al balsámico

**GRÁFICO NO. 9** Flujo del proceso de la conserva Pimiento rojo y manzana roja confitados al balsámico.



Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

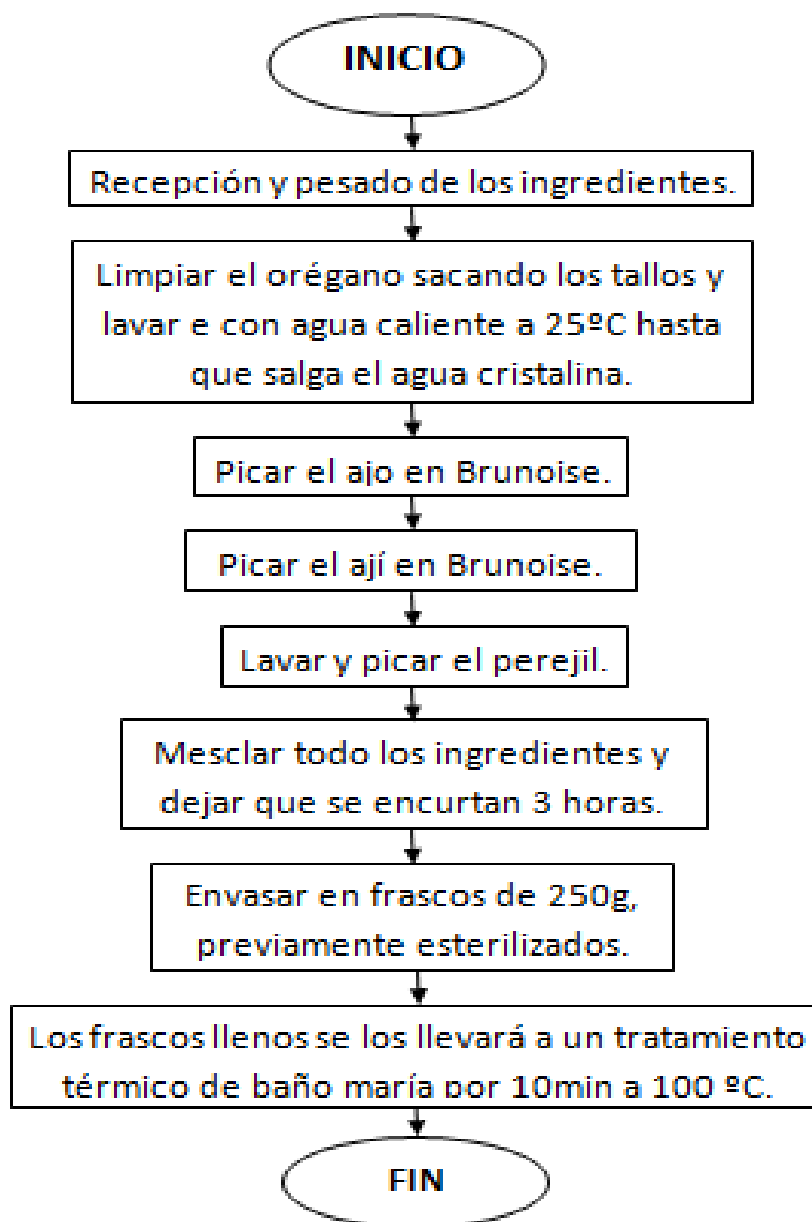
**Tabla No. 14** Receta de la conserva Pimiento rojo y manzana roja confitados al balsámico.

FICHA	NOMBRE					CATEGORIA	PORCIONES		
17/10/2014	PIMIENTOS Y MANZANAS ROJAS CONFITADAS AL BALSAMICO					CONSERVA	8		
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Confitar es una técnica que se basa de cocción a fuego suave durante mucho tiempo sumergidas en un liquido sin que llegue a hervir.									
MISE EN PLACE									
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
<b>ABARROTES</b>									
Agua	cc				100	0	0,00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar las manzanas y las verduras</li> <li>• Corta las manzanas en cubos de 1 cm</li> <li>• Picar las verduras en Brunoise y rallar el jengibre</li> <li>• Poner los ingredientes en una olla y cocinar a fuego medio.</li> <li>• Cocinar hasta que esté en punto de mermelada.</li> <li>• Envasar en frascos de 250g previamente esterilizados.</li> </ul>	
Azúcar	g				450	0,85	0,38		
Pimienta	g				5	8,60	0,04		
Sal	g				5	0,33	0,00		
Vinagre	cc				550	4,22	2,32		
Vinagre balsámico	cc				500	9,60	4,80		
<b>VEGETALES</b>									
Ajo	g				30	3,20	0,10		
Cebolla paitaña	g				150	1,6	0,24		
Jengibre	g				20	1,5	0,03		
Manzana	g				350	1,75	0,61		
Pimiento Rojo	g				800	2,5	2,00		
<b>LACTEOS</b>									
<b>EMPAQUE</b>									
Frasco	u				8	0,35	2,80		
Tela	u				8	0,04	0,32		
Etiqueta	u				8	0,12	0,96		
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		14,61		
Los frascos llenos fueron llevados al vacio para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 5%		0,73		
					COSTO RECETA		15,34		
					COSTO PORCIÓN		1,92		
					P.V.P.		7,50		
PUNTOS CRITICOS					SUGERENCIA DE SERVICIO				
En la limpieza de los piminetos y las manzanas es muy importante, debemos tener cuidado por esodesinfectarlas usando el método de partes por millón (ppm), con cloro (0,005%) disolviendo en agua.					Se sugiere que se sirva con tostadas y pan fresco.				
					Se puede apreciar mas el sabor con galletas de dulce.				
METODOS					TECNICAS				
					Confitar				



## Chimichurri

GRÁFICO NO. 10 Flujo del proceso de la conserva Chimichurri.



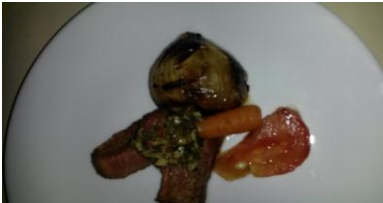
Fuente: Investigación Directa  
Elaboración: Autor

Tabla No. 15 Receta de la conserva Chimichurri.



 ESCUELA DE GASTRONOMIA  
 CONSERVAS ARTESANALES

 ESCUELA DE  
 Gastronomía

FICHA	NOMBRE				CATEGORIA			PORCIONES	
17/10/2014	CHIMICHURRI				CONSERVA			8	
ARGUMENTACION TECNICA					FOTOGRAFIA DEL PLATO MONTADO				
Es una conserva a base de aceite y vinagre, para prolongar la vida útil de los ajo y las especias.									
MISE EN PLACE									
INGREDIENTES	UNIDAD	A	B	C	TOTAL	COSTO KILO	COSTO RECETA	PROCESO DE PREPARACION	
<b>ABARROTES</b>									
Aceite de girasol	cc				450	3,81	1,73	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Limpiar el orégano sacando los tallos y lavarlo en agua caliente.</li> <li>• Picar el ajo lo más pequeño posible</li> <li>• Picar el ají en Brunoise</li> <li>• Picar el perejil bien fino</li> <li>• Mezclar los ingredientes</li> <li>• Envasar en frascos de 250g previamente esterilizados.</li> </ul>	
Azúcar	g				75	2,75	0,20		
Orégano	g				8	3,24	0,58		
Pimienta Blanca	g				10	5,62	0,06		
Sal	g				35	1,40	0,52		
Vinagre	cc				350	2,50	0,88		
Vino Blanco	cc				120	6,32	0,76		
<b>VEGETALES</b>									
Ají	g				200	6,20	1,24		
Ajo	g				850	5,60	4,76		
Perejil	At				1	1,50	1,50		
<b>LACTEOS</b>									
<b>EMPAQUE</b>									
Frasco	u				8	0,45	3,60		
Tela	u				8	0,05	0,40		
Etiqueta	u				8	0,23	1,84		
NOTAS OBSERVACIONES					SUBTOTAL COSTO		18,06		
Los frascos llenos fueron llevados al vacío para prolongar su vida útil y para que no ingrese ningún contaminante.					Varios 10%		1,81		
					COSTO RECETA		19,87		
					COSTO PORCIÓN		\$ 2,48		
PUNTOS CRITICOS					SUGERENCIA DE SERVICIO				
En la limpieza es muy importante lavar bien el ajo y el oregano, debemos tener cuidado por eso desinfectarlas usando el método de partes por millón (ppm), con cloro (0,005%) disolviendo en agua.					Se sugiere que se sirva común bife de chorizo a la parrilla. Se sugiere que se lo puede utilizar para marinar pollo o chuletas de cerdo. Se puede apreciar mas el sabor con embutidos.				
METODOS			TECNICAS						
			Encurtir						

### 3.3 PRUEBAS DE CONTROL DE CALIDAD.

El producto de este proyecto es un alimento, por lo que las pruebas de calidad que se le deban practicar están contenidas en los reglamentos que sobre alimentos procesados se encuentran en diferentes instituciones encargadas de este procedimiento. (Heldman & Singh, 1997, p. 115)

En este proyecto no es necesario instalar un laboratorio de control de calidad en la propia empresa por dos razones:

- La primera es que se tendría que hacer una inversión adicional en equipo de laboratorio, construir el laboratorio; además de contratar personal especializado.
- Segundo, el tipo de pruebas que se requiere realizar a diario, que son la prueba de vacío con el peso neto del producto, no requieren instrumental ni preparación especial, ya que cualquier tipo de personal de producción puede realizarlas.

### 3.4 TASTE PANEL

Se realizó el taste panel con las siguientes personas: Pablo Cruz, Gabriela Díaz, Claudia Barberan, Patricio Pinos, Gabriel Plasencia y Carolina Quiroz. Los siguientes son los resultados del mismo, realizado el 13 de octubre del 2014.

#### Tabulación

<b>Ají Caramelizado</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma			<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Textura				<b>4</b>	<b>2</b>
Color				<b>4</b>	<b>2</b>
Sabor			<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>

Los resultados del Ají Caramelizado fueron positivos, se puede apreciar distintas o piñones del producto, que me ayudan a mejorar. En el aspecto negativo se recomendó mejorar tanto en el aroma, teniendo como sugerencia cocinarla con jengibre para resaltar al olfato.

<b>Pesto Verde</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma					<b>6</b>
Textura				<b>1</b>	<b>5</b>
Color				<b>1</b>	<b>5</b>
Sabor			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

Los resultados del Pesto Verde fueron positivos, se puede apreciar que lo que sobresale es el aroma. En textura y color se puede mejorar un poco aumentando más pepa de zambo. En sabor se puede mejorar rectificando la sal y agregar un poco más de queso parmesano.

<b>Berenjenas al olivo</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma				<b>4</b>	<b>2</b>
Textura				<b>1</b>	<b>5</b>
Color				<b>1</b>	<b>5</b>
Sabor				<b>1</b>	<b>5</b>

Los resultados de las Berenjenas al Olivo fueron positivos, en aroma es donde se va a mejorar con más especies como laurel o tomillo. En los otros aspectos yo les dejaría como están al ver que tuvieron muy buena aceptación.

<b>Salsa criolla</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma			<b>5</b>		<b>1</b>
Textura			<b>2</b>	<b>4</b>	
Color			<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
Sabor		<b>1</b>	<b>4</b>		<b>1</b>

Los resultados de la Salsa Criolla no tuvo tanta aceptación como las otras. Podemos en todos los aspectos, disminuyendo un poco de vinagre y poniendo cilantro en lugar de orégano para que sea una salsa criolla con productos autóctonos.

<b>Chutney de Mango y Manzana</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma				<b>3</b>	<b>3</b>
Textura				<b>4</b>	<b>2</b>
Color			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
Sabor				<b>1</b>	<b>5</b>

Los resultados del Chutney fueron positivos, al ser una conserva de origen hindú tubo una aceptable aceptación. Donde se puede mejorar es en la textura que sea más liza para que se pueda untar mejor.

<b>Mermelada de fresa y chocolate blanco</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma				<b>2</b>	<b>4</b>
Textura				<b>2</b>	<b>4</b>
Color				<b>4</b>	<b>2</b>
Sabor				<b>2</b>	<b>4</b>

Los resultados del Mermelada de Fresa y Chocolate blanco fueron positivos, ya que al ser una innovación mía de juntar una fruta con un chocolate me dio un gran resultado. El color se tiende a opacar un poco ya que es el color natural de la mezcla de los ingredientes.

<b>Pimientos y manzanas rojas confitados al balsámico</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma				<b>3</b>	<b>3</b>
Textura					<b>6</b>
Color					<b>6</b>
Sabor					<b>6</b>

Los resultados del Pimientos y manzanas rojas confitados al balsámico fueron positivos, fue la conserva con mejor calificación y que más gusto. Pero si se puede mejorar el aroma con pimienta dulce y clavo de olor para que realce.

<b>Chimichurri</b>	Regular	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	1	2	3	4	5
Aroma			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Textura			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
Color			<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
Sabor			<b>1</b>	<b>4</b>	<b>1</b>

Los resultados del Chimichurri fueron positivos, el principal problema fue la acidez que lo podemos controlar reduciendo el vinagre y aumentado aceite y un poco de azúcar.

### **Conclusiones del taste panel**

Los resultados fueron muy favorables ya que en casi todos los productos encontramos que tienen mucha aceptación en las diferentes categorías y que los consumidores si estarían dispuestos a comprar una de mis conservas. La Salsa criolla que fue la de menor calificación pero que tampoco fue mala, las observaciones fueron muy positivas para mejorar la misma.

### **3.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

Una vez que se han determinado y justificado equipos, mano de obra y el proceso productivo, es necesario calcular el tamaño físico de las áreas necesarias para cada una de las actividades que se realizan en la planta. La microempresa dedicada a la producción de conserva artesanal de frutas tiene las siguientes áreas de trabajo:

- Patio de recepción y embarque de materiales
- Almacén de materia prima y producto terminado

- Producción
- Mantenimiento
- Sanitarios
- Oficina administrativa

Para el caso del proyecto de la comercialización de las conservas artesanales se tiene los siguientes análisis realizados:

**3.5.1. Nivel de Operación:** En el nivel de operación se van a presentar diversos elementos que van a conformar toda la estructura. Entre los elementos principales están: proceso y programa de comercialización, proceso de atención a clientes.

**A. Proceso y programa de Comercialización:** La empresa tendrá que realizar el pedido de conserva artesanal con 10 días de anticipación a la planta procesadora cancelando la totalidad del pedido, firmando un contrato de compra y venta. El proceso de comercialización se inicia con la firma, cierre del contrato de compra, venta de conserva artesanal, se planifica el pedido, luego se dirige a la planta procesadora a adquirir la conserva artesanal, en donde se presenta la factura y contrato cancelado de reservación del concentrado. Luego se transporta la conserva artesanal.

**B. Proceso de Atención al Cliente:** Inicia cuando el cliente solicita una cotización a la empresa, especificando la conserva artesanal, sus características, precio, volumen del frasco, fecha de disponibilidad del producto. La cotización es recibida por, quien realiza la cotización y contacto con el cliente a través de correo electrónico; luego se realiza el envío del mismo, esperando una contrapartida del interesado. Este proceso culmina con la firma del contrato de compra y venta.

### **3.5.2. Distribución de la planta de conservas artesanales.**

#### **Área Gerencial**

Esta área contará con un escritorio, un computador y un teléfono.

### Área de Recepción

Se ubicará esta área al inicio de la oficina, tendrá dos escritorios, un computador, teléfono fax, cuatro sillones. Aquí se atenderá al cliente personalmente y a través del Internet.

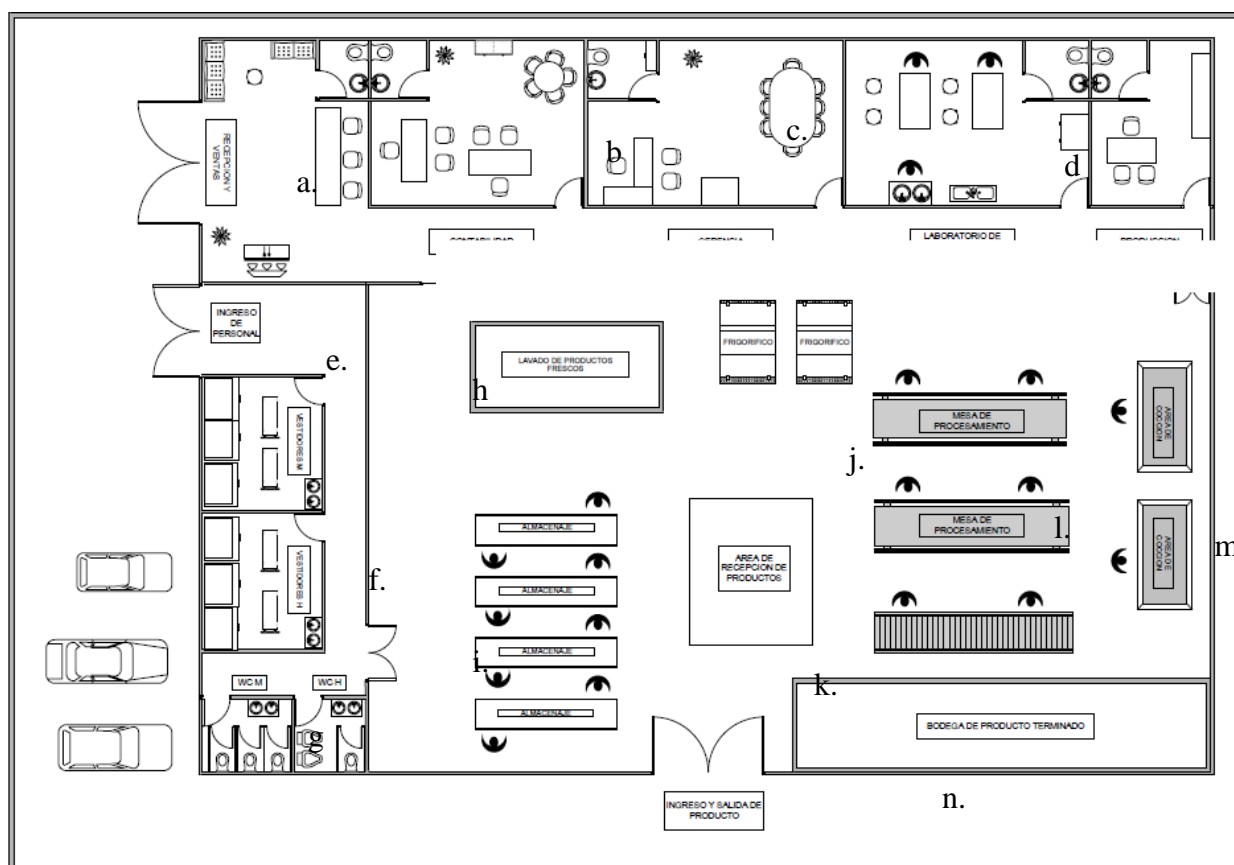
### Área del Producto

En esta área se contará con una vitrina con muestras de la conserva artesanal.

### Baño

En esta área se encuentra un medio baño, que será de uso exclusivo del personal que trabaja en esta oficina, es un espacio pequeño en el que se encuentran todos los instrumentos necesarios para la limpieza como son: escobas, franelas, cepillos, trapeador, entre otras.

**GRAFICO No. 11** Distribución de la planta.



Fuente: Investigación Propia

Elaboración: Autor.

Leyenda: a. recepción, b. Ventas, c. Gerencia, d. Control de Calidad, e. ingreso de persona, f. vestidores, g. baños, h. lavado de productos, i. almacenamiento de producto, j. frigoríficos, k. área de recepción de producto, l. mesas de procesamiento, m. cocinas, n. bodega de producto terminado, o. área de despacho.



## CAPITULO IV

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

El estudio organizacional comprende el marco formal de un proyecto, es decir, la repartición de funciones, sistema legal, organización para la puesta en marcha y ejecución de un proyecto. En esta sección se hará referencia al organigrama, la misión, visión, valores y estrategias de mercado y comunicación que se deberán considerar para que el proyecto sea exitoso (Aguirre, 2010).

#### 4.1 BASE LEGAL.

##### 4.1.1 Titularidad de Propiedad de la Empresa.

La titularidad de propiedad de empresa es un contrato de compañía en el que se especifica si la empresa estará compuesta por dos o más personas las mismas que unen sus capitales o mano de obra para poder emprender este tipo de negocio y así poder realizar la participación de utilidades. (CHASE, 2003, Pág. 25)

##### 4.1.2 TIPO DE EMPRESA.

###### Tipo de Compañía.

Existen siete clases de compañías, según la Ley de la Superintendencia de Compañías vigente a agosto del 2.003, que son las siguientes:(MONTROYA MANFREDI, 2013, Pag. 56).

**Tabla No. 16** Tipo de empresa.

	Sociedad Civil (S.C.)	Sociedad En Nombre Colectivo (S.Co.)	Sociedad En Comandita Simple (S.en C.)	Sociedad De Responsabilidad Limitada (S. de R. L. ó S. L.)	Sociedad Anónima (S. A.)	Sociedad En Comandita Por Acciones (S.en C. por A.)	Sociedad Cooperativa (S. Coop.)
<b>Objeto</b>	Realizar actividades de carácter económico pero que no constituyan una especulación comercial.	Los socios responden de modo subsidiario, solidario e ilimitadamente de las obligaciones sociales.	se compone de uno o varios socios comanditados que responden, de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus aportaciones.	Cualquier actividad con especulación comercial.	Realizar cualquier actividad que constituya especulación comercial.	Se compone de uno o varios socios comanditados que responden de manera subsidiaria, ilimitada y solidariamente, de las obligaciones sociales, y de uno o varios comanditarios que únicamente están obligados al pago de sus acciones.	Realizar cualquier actividad con especulación comercial.
<b>Socios</b>	Mínimo dos Personas Físicas o Morales	Mínimo: 2 Máximo: ilimitado.	Mínimo 2. Clases: -Colectivos:Aportan trabajo. -Comanditarios: Aportan dinero	Mínimo dos No más de Cincuenta Personas Físicas o Morales.	Mínimo dos Socios Personas Físicas o Morales.	Mínimo 2. Clases: -Colectivos:Aportan trabajo. -Comanditarios: Aportan dinero	Mínimo cinco Socios Personas Físicas
<b>Ingreso y Exclusión de Socios</b>	Por unanimidad de socios.	Consentimiento De la mayoría.	Las decisiones de los administradores se tomarán por voto de la mayoría de ellos, y en caso de empate, decidirán los socios.	Ingreso o exclusión de socios con consentimiento de la mayoría.	Solo al adquirir acciones y no se prevén causas de exclusión de socios.	Solo al adquirir acciones y no se prevén causas de exclusión de socios.	Por mayoría

Fuente: Superintendencia de Compañías, Quito  
Elaboración: Autor

En este caso, el tipo de empresa idóneo es el de **Sociedad Anónima**, cuyo capital está dividido en acciones negociables. Está formada por las aportaciones de los accionistas que responden por el monto de sus acciones.

- **Las ventajas**

- La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios.
- La responsabilidad de los socios está limitada a sus aportaciones.
- Se pueden transmitir las acciones mediante su venta.
- Le resulta relativamente fácil obtener crédito a largo plazo ofreciendo grandes activos como garantía.

- **Las Desventajas**

- Requiere una forma más compleja de organización y una Junta de Accionistas al año como mínimo.
- Su constitución es costosa en relación a las otras formas de sociedad.
- Altos impuestos.

La constitución de sociedades mercantiles y su posterior funcionamiento están sometidos a la Ley de Compañías, Ley de Registro, Código de Comercio, subsidiariamente y al Código Civil. (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, Pág, 15, 2010)

**El nombre.-** En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva. Deberá ser aprobado por la Secretaria General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaria General de la Intendencia de compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala y Pichincha (Art. 92 de la Ley de Compañías y resolución No. 99.1.1.3.0013 de 10 de noviembre de 1999, publicada en el R.O. 324 de 23 de noviembre de 1999).

## **Nombre Comercial.-**

El nombre **Shungo** viene de la lengua quechua y significa *corazón*. Se ha escogido este nombre ya que el concepto creativo en el que nos hemos basado para la creación de esta marca es el amor maternal, partiendo de que desde el inicio de los tiempos fueron las mujeres las que se hacían cargo de la cocina y la preparación de los alimentos. Debido a los cambios, climáticos debían almacenar comida para alimentar a toda su familia el resto del año. Ese cariño con el que conservaban la comida para su familia es el mismo con el que los productos de “**SHUNGO CONSERVAS ARTESANALES**” están elaborados.

## **Slogan**

“Alimentando de corazón”

## **Logotipo**



### **4.1.3.1 Afiliaciones (previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la superintendencia de compañías):**

**A la Cámara de Comercio.-** En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de comercio, según lo prescribe el Art. 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

**Nota:** Cuando el objeto de una compañía comprenda dos o más actividades y para su desarrollo a la compañía le corresponda afiliarse a más de una Cámara de Producción,

competente a la Superintendencia de Compañías establecer la cámara a la que deba afiliarse, según se dispone en la Resolución # 99.1.1.3.0012 de 29 de octubre de 1999, publicada en el R.O. 316 de 11 de noviembre de 1999. (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, Pág, 15, 2010)

#### A) Inscribirse en la Superintendencia de Compañías

- 1.- Presentar ante la Superintendencia de Compañías la Minuta de Escritura Pública que contenga el contrato sustitutivo, estatuto social y la integración de capital.
- 2.- Depositar en la cuenta de integración, el capital en numerario suscrito y pagado.
- 3.- Otorgamiento de la Escritura Pública de Constitución de la Compañía y sus estatutos.
- 4.- Entregar una solicitud de aprobación de la constitución de la compañía, dirigida a la Superintendencia de Compañías.
- 5.- Aprobación mediante resolución expedida por la Superintendencia de Compañías.
- 6.- Protocolización de la resolución aprobatoria.
- 7.- Publicación en el periódico de mayor circulación de la localidad, el extracto de la escritura.
- 8.- Inscripción en el Registro Mercantil.
- 9.- Inscripción en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías.
- 10.- Obtener el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas, presentando los formularios correspondientes.
- 11.- Designación de los administradores de la compañía por la junta general y su inscripción en el Registro Mercantil.
- 12.- Autorización de la Superintendencia de Compañías para que los fondos de la cuenta de integración puedan ser utilizados.

Es así que tratándose de una empresa que realiza una actividad comercial en el país de forma permanente debe contar con requisitos para su funcionamiento, entre dichos requisitos se encuentran el Registro único de Contribuyentes, es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria. Constituye el número de

identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. A través del certificado (documento de inscripción), el contribuyente está en capacidad de conocer adecuadamente cuáles son sus obligaciones tributarias de forma que le facilite un cabal cumplimiento de las mismas. Las personas naturales o sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias, tienen dos obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas:

- Obtener el Registro Único de Contribuyentes, documento único que le califica para poder efectuar transacciones comerciales en forma legal.
- Los contribuyentes deben inscribirse en el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.
- Actualizar el RUC por cualquier cambio producido en los datos originales contenidos en éste. El contribuyente deberá realizar ésta actualización dentro de los treinta días hábiles siguiente de ocurrido el hecho que produjo el cambio

**Fecha de inscripción en el RUC:** es la fecha del día en que el contribuyente se acerca a inscribirse en el RUC. Los contribuyentes deben inscribirse dentro de los siguientes treinta días hábiles a partir de la fecha de inicio de actividades. (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Pág, 15, 2010)

**Fecha de actualización en el RUC:** es la fecha del día en la cual el contribuyente se acerca a actualizar la información en el RUC. Los contribuyentes deben actualizar el RUC dentro de los siguientes treinta días hábiles del cambio de información.(SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Pág, 15, 2010)

**Fecha de inicio de actividades:** es la fecha en la cual el contribuyente empezó a realizar su actividad económica. Las obligaciones tributarias se generan a partir de la fecha de inicio de actividades.(SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Pág, 15, 2010)

### **Solicitud para la aprobación de la Compañía.**

Según art. 136 de la Ley de Compañía tendrá que presentar a la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:

- Copias certificadas de la escritura de Constitución de la Compañía.
- Solicitud suscrita por el abogado pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.
- Nombre aprobado por la Secretaria General de la Superintendencia de Compañías.
- Presentar al Señor Superintendente de Compañías, minuta o tres copias certificadas de la escritura pública de constitución solicitándoles, con firma del abogado la respectiva aprobación.
- Solicitar el extracto que permite realizar la publicación de prensa.
- Por la naturaleza del objeto social, la compañía deberá afiliarse a una de las cámaras de producción, en este caso en particular a la Cámara de Comercio de Pichincha.

### **Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)**

- Original y copia de la cedula de identidad.
- Original y copia de la papeleta de votación.
- Planilla de pago de luz y teléfono.
- Dirección exacta del negocio.
- Para personas jurídicas incluir la escritura de constitución de la empresa.
- Presentar el nombramiento del representante legal.

### **Inscripción del representante legal en el registro mercantil.**

- Escritura de constitución de la compañía sentada las razones marginales Resolución de la superintendencia de compañía en la que se aprueba la constitución de la compañía.

- Certificado de una de las cámaras de producción a las cuales este afiliada de Acuerdo al objeto oficial constitutivo.
- Para la inscripción de los nombramientos de los representantes legales se necesitaran 5 ejemplares para el cargo de gerente y 5 para el cargo del presidente y se anexara las correspondientes cédulas de identidad como también el acta de la junta general de socio donde se nombran a dichos administrados.
- Publicación en la prensa del extracto que se permite realizar.

### **Permiso de Construcción.**

- 1 Original y 7 copias del plano
- El plano debe estar firmado por el ingeniero, y arquitecto responsable
- Si la construcción pasa de 150 metros de construcción debe ir la firma del ingeniero eléctrico.
- Línea de fábrica (pedir solicitud en el Municipio) con un costo de \$2

### **Patente Municipal.**

- Copia simple de la escritura de la constitución
- Copia de los nombramientos de presidente y gerente debidamente inscritos en el registro mercantil.-
- Copia del R.U.C.
- Copia de la Cédula del Representante Legal
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio de Trabajo.
- Copia del último pago, de luz, agua o teléfono.
- Copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

### **Permiso Sanitario de Funcionamiento.**

- Todos aquellos establecimientos que brinden los servicios de alimentos, bebidas, alojamiento y recreación, deberán someterse a exámenes de condiciones sanitarias, para comprobar que su estado de salud sea el

apropiado. Este permiso se otorga únicamente después de haber obtenido el carné de salud que es otorgado por el municipio de cada ciudad, en este caso del Municipio de Pichincha.(SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, Pág, 15, 2010)

#### **Permiso de Funcionamiento emitido por el Cuerpo de Bomberos.**

- Formulario de inspección en tesorería.
- Croquis de prevención adjunta

Al haber realizado la inspección:

- Informe de inspección.
- Patente municipal.

#### **Número patronal emitido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.**

- Toda la documentación de la compañía debidamente legalizada.
- Hacer solicitud para asignación de número patronal.

#### **Registro y Afiliación Anual de Funcionamiento dado por el Ministerio de Comercio.**

- Copia de la escritura o contrato de arriendo del establecimiento.
- Copia del R.U.C.
- Copia de la cédula.
- Copia de la papeleta de votación.
- Lista de precios que ofrecerá el establecimiento.
- Certificado de la Cámara de Comercio.

#### **Licencia Anual de Funcionamiento.**

- Copia del R.U.C.



- Copia de la cédula.
- Copia de papeleta de votación,
- Certificado de registro del Ministerio de Comercio.
- Certificado de la Cámara de Comercio de Pichincha.
- Copia de la Patente Municipal.

#### **Certificado de la Cámara de Comercio de Pichincha.**

- Copia de la escritura o contrato de arriendo del establecimiento.
- Copia de la cedula de identidad.
- Copia de la papeleta de votación.
- Copia del R.U.C.
- Dos fotos tamaño carné.
- Cuota de afiliación del seguro de registro oficial.

## **4.2 BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA**

### **4.2.1 VISIÓN**

#### **VISIÓN 2014**

*Ser líderes en brindar conservas artesanales,  
que generen confianza a nuestros clientes,  
en los próximos 5 años.*

### **4.2.2 MISIÓN**

#### **MISIÓN 2014**

*Producir y distribuir dentro del mercado alimenticio productos sanos,  
de alta calidad y sabores innovadores,  
que satisfagan las expectativas de los consumidores.*

## Principios y valores

Los valores que resalta la microempresa son:

- **Perseverancia.** Buscar el logro de objetivos y metas planteadas sin dejarse vencer por el entorno.
- **Respeto.** Base fundamental para el desarrollo de la organización para cada miembro.
- **Integridad.** La microempresa respeta la ley, la moral y a los trabajadores, la honestidad y credibilidad rigen toda la acción en la microempresa
- **Trabajo en Equipo.** Nos ayuda a valorar la asociación de esfuerzos en busca de objetivos comunes, permite que tanto los miembros de la microempresa como nuestros clientes se sientan satisfechos en todo momento.
- **Compromiso.** La búsqueda permanentemente de la calidad en el trabajo de cada uno de los miembros de la organización para el cumplimiento de los objetivos y el beneficio de los clientes.

### 4.2.3 ESTRATEGIA EMPRESARIAL

#### OBJETIVO 1: Rentabilidad.

Toda empresa tiene como objetivo principal obtener la mayor ganancia posible. Es decir, que sus ingresos sean mayores que los egresos, obteniendo así un margen de utilidad. De acuerdo a la utilidad se determina la rentabilidad de la empresa.(FRED R, 2007.)

## **ESTRATEGIAS.**

### **Reducción de costos.**

Es una buena estrategia reducir los costos de los procesos internos de producción de conservas artesanales. Todo esto permite reducir los costos y a la vez incrementar la rentabilidad.(BOLIVAR, 2008)

### **Mejora de productividad.**

La productividad es la obtención de los resultados con un óptimo aprovechamiento de los recursos.

### **OBJETIVO 2: Cuota de mercado.**

Al ser la primera empresa de este tipo en el mercado, cubrirá un porcentaje de mercado y tendrá un grupo de clientes. Por lo tanto, la empresa abarcará un mercado que todavía no está definido en la población debido a la ausencia de este tipo de empresa y producto. El éxito de la empresa será poder definir e ingresar a todo este mercado potencial.

## **ESTRATEGIAS.**

### **Retención de los clientes.**

Los clientes no tienen varias opciones de elegir. Por tanto las empresas buscan la fidelidad de los clientes, procurando entregar siempre productos de calidad y a tiempo.(BOLIVAR, 2008)

### **Rentabilidad de los clientes.**

Para las empresas todos sus clientes son importantes, pero es importante que las empresas clasifiquen a los clientes de acuerdo a los montos de compra.

### **Adquisición de clientes.**

Toda empresa, con la expectativa de crecimiento, busca siempre conseguir nuevos clientes, para aumentar sus ventas y su espacio de mercado.

### **Satisfacción de clientes.**

Es importante que los clientes estén satisfechos porque así se garantiza su fidelidad y a la vez la empresa puede estar segura que volverán.

### **OBJETIVO 3: Excelencia operativa.**

Implica que la empresa busca alcanzar la calidad total en sus tareas operativas de una manera efectiva y eficiente.

## **ESTRATEGIAS**

### **Construcción del servicio**

Es el proceso que va desde la adquisición de equipos de hardware adecuados, software especializado para la empresa con el diseño óptimo interactivo de la página Web, para que pueda realizar bien su función y servicio al eficiente.(BOLIVAR, 2008)

### **Entrega del servicio**

El servicio tiene que ser lo más eficiente y eficaz para el cliente, y estar dispuestos a brindar comodidad en el momento y lugar que este necesite.

#### **OBJETIVO 4: Competencias del personal.**

Es importante que la empresa seleccione adecuadamente al personal de acuerdo al perfil que requiera cada cargo. De esta forma se tendrá el personal competente.

#### **ESTRATEGIAS**

##### **Cultura de aprendizaje.**

Día a día hay nuevas cosas que aprender, es indispensable que la empresa organice cursos de capacitación para el personal

##### **Comunicaciones internas fluidas.**

El gerente general da órdenes a cumplir a empleados, quienes a su vez deben comunicar al personal a su cargo que actividades realizar. Esta información debe ser clara, precisa y perfectamente entendida por cada persona, de lo contrario habrá errores en la ejecución de actividades.

##### **Cultura de hacer sugerencias y mejoras.**

Todas las personas tienen sugerencias de cómo hacer mejor las cosas. Lo importante es hablar y dar a conocer estas ideas con la finalidad de mejorar las diferentes actividades.

##### **Flujo constante de nuevas ideas.**

Es aconsejable organizar grupos de diálogo entre las diferentes áreas de trabajo, para que cada persona exponga sus ideas y entre todos puedan elegir las mejores.(PORTER M. , 2003)

### 4.3 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

#### 4.3.1 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura Administrativa operacional de la empresa propuesta es la siguiente:

GRÁFICO No. 12 Organigrama



Fuente: investigación propia  
Elaborado por: Autor

La empresa se conformará en una estructura vertical, la cual consta de:

- Un gerente general.
- Un supervisor de operaciones.
- Un Agente de ventas.
- Tres ayudantes de cocina.

## 4.3.2 DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES

### Descripción de Puestos

#### Gerente General

- Planifica, organiza, dirige y controla para asegurar la cultura empresarial, el desarrollo eficaz y eficiente de las actividades comerciales y de servicio que se realizan en el establecimiento.
- Elabora el presupuesto anual del establecimiento.
- Convoca reuniones para emitir o recibir información.
- Dirige las reuniones que convoca, estableciendo el orden del día de las mismas.
- Establece estándares de calidad y servicios, orientados a la satisfacción del cliente.
- Evalúa al personal y aprueba sanciones, promociones, incentivos o reconocimientos.
- Establece las políticas y procesos del proyecto.
- Selecciona proveedores, negocia formas y plazos de pago, fechas de entrega, estándares de la entrega de la materia prima y precios.
- Realiza planificación semanal, mensual y semestral.
- Establece una tabla de salarios para el personal en base a la ley.
- Cobros a clientes.
- Declaración de impuestos.
- Evalúa los resultados del establecimiento.
- Aprueba la contratación de personal.
- Revisa los reportes de ventas con el ejecutivo del área.
- Prepara mensualmente los reportes financieros.
- Es responsable de hacer cumplir el presupuesto de la empresa.

#### Agente de ventas

- Planea acciones de marketing y lleva a cabo las mismas consultando al Gerente General.

- Recibe inscripciones de clientes.
- Recepción de quejas de los clientes, planeamiento de soluciones y seguimientos de las mismas.
- Se encarga de realizar la publicidad del establecimiento.
- Conjuntamente con el gerente general se encargan de revisar las ventas.
- Se encarga de realizar el presupuesto de publicidad.
- Recibe y revisa los pedidos de cada área.
- Distribución de producto.

### **Supervisor de operaciones**

- Contratación del personal, llevar todos los requerimientos legales y vigilar el entrenamiento de los mismos.
- Delegar funciones a cada persona del equipo de trabajo.
- Supervisar el comportamiento y el trabajo de los empleados.
- Supervisar el cumplimiento de los procesos.
- Compras de materia prima.
- Se encarga de la gestión del talento humano.
- Creación de nuevos productos.

### **Ayudante de cocina**

- Realiza las operaciones en la cocina delegadas por el supervisor.
- Limpieza de la materia prima, los equipos y el establecimiento.
- Selecciona los alimentos según las instrucciones.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

### **Planificación de Personal**

Consisten definir y organizar las características y el tipo de personal que la empresa requiera, estableciendo ciertos perfiles:



- **Gerente General**
  - Hombre o mujer comprendidos entre 26 a 36 años de edad.
  - Estudios superiores en Gestión o Administración de Empresas.
  - Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
  - Personalidad abierta, amabilidad, don de gente para tratar con clientes y empleados.
  - Disponibilidad de horario.
  - Conocimientos de inglés hablado y escrito en un 100%.
- **Agente de ventas**
  - Hombre o mujer comprendidos entre 26 a 36 años de edad.
  - Estudios superiores en Ventas.
  - Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
  - Personalidad abierta, amabilidad, don de gente para tratar con clientes y empleados.
  - Disponibilidad de horario.
  - Conocimientos de inglés hablado y escrito en un 100%.
- **Supervisor de operaciones**
  - Hombre o mujer comprendidos entre 26 a 40 años de edad.
  - Estudios superiores en Gastronomía.
  - Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
  - Personalidad abierta, amabilidad, don de enseñar a los empleados.
  - Disponibilidad de horario.
  - Conocimientos de manejo de materia prima y de equipos de cocina.
- **Ayudante de cocina**
  - Hombre o mujer comprendidos entre 18 a 28 años de edad.
  - Estudios superiores en Gastronomía.
  - Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
  - Disponibilidad de horario.
  - Conocimientos de manejo de equipos de cocina y utensilios.

## CAPÍTULO V

### ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

En este capítulo se presentan los análisis e indicadores financieros sobre el Proyecto “*Shungo Conservas Artesanales*”.

#### 5.1.- Base financiera

La inversión del proyecto es el conjunto de recursos que se requieren para la instalación, montaje y el comienzo del funcionamiento del proyecto. La inversión se puede dividir en inversión fija y capital de trabajo (Castro, 2009, pág. 25).

La inversión puede ser de una persona natural o jurídica con fondos propios o ajenos, con el ánimo de obtener una rentabilidad o beneficio futuro.

En esta sección se analizará los diferentes componentes de inversión para la ejecución del proyecto “*Shungo Conservas Artesanales*”, para lo cual se debe tomar en cuenta los siguientes conceptos o rubros:

**Activos fijos:** Conjunto de elementos patrimoniales adscritos a la sociedad de forma imprescindible para la propia actividad de la misma, se denominan también activos tangibles. (SAPAG Chain, 2003, Pág. 23)

**Activos diferidos:** Está integrado por valores cuya rentabilidad está condicionada generalmente, por el transcurso del tiempo, es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalaciones, las primas de seguro, patentes de inversión, marcas, de diseños comerciales o es, asistencia técnica. (BACA, 2004, P. 45)

A continuación se detalla la información sobre la inversión fija y diferida que se requiere para este Proyecto.

**INVERSIÓN TOTAL Tabla No. 17** Inversión total.

<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
Activo Fijo	\$ 30,470.97
Activo Diferido	\$ 14,235.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 44,705.97</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**INVERSIÓN FIJA Tabla No. 18** Inversión fija.

<b>COSTO</b>	<b>TOTAL USD.</b>
Maquinaria y Equipo	\$ 9,358.50
Utensilios y Accesorios	\$ 1,605.99
Equipos de Computación	\$ 1,275.00
Equipos de Oficina	\$ 138.72
Muebles y Enseres	\$ 752.76
Vehículo	\$ 17,340.00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 30,470.97</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**DESGLOSE DE LOS COMPONENTES DE INVERSIÓN FIJA****VEHÍCULO Tabla No. 19** Vehículo.

<b>CONCEPTO</b>	<b>UNIDAD</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Camioneta Toyota Hi Lux	Unidad	1	\$ 17,000.00	\$ 17,000.00
<b>SUBTOTAL</b>		1.00		\$ 17,000.00
2% Imprevistos				\$ 340.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 17,340.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN Tabla No. 20** Equipos de oficina.

<b>CONCEPTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Computadora	Unidad	2	\$ 450.00	\$ 900.00
Impresora Multifunción	Unidad	1	\$ 350.00	\$ 350.00
<b>SUBTOTAL</b>				\$ 1,250.00
2% Imprevistos				\$ 25.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1,275.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**MAQUINARIA Y EQUIPOS Tabla No. 21** Maquinaria y equipo.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Campana extractora de olores	Unidad	1	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Hongo de campana	Unidad	1	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
Cocina 6 quemadores	Unidad	1	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Lavabo de 2 pozos	Unidad	1	\$ 640.00	\$ 640.00
Refrigeradora	Unidad	1	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00
Cilindro de gas	Unidad	2	\$ 650.00	\$ 1,300.00
Balanza	Unidad	1	\$ 350.00	\$ 350.00
Licuadora	Unidad	1	\$ 220.00	\$ 220.00
Extintor	Unidad	1	\$ 65.00	\$ 65.00
SUBTOTAL				\$ 9,175.00
2% Imprevistos				\$ 183.50
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 9,358.50</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**UTENSILIOS Y ACCESORIOS Tabla No. 22** Utensilios y accesorios.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Espátulas	Unidad	5	\$ 8.00	\$ 40.00
Bandejas metálicos	Unidad	2	\$ 85.00	\$ 170.00
Juego de cucharas	Unidad	5	\$ 22.00	\$ 110.00
Bowls grandes	Unidad	3	\$ 32.00	\$ 96.00
Bowls medianos	Unidad	3	\$ 24.00	\$ 72.00
Bowls pequeños	Unidad	3	\$ 18.00	\$ 54.00
Tablas	Unidad	4	\$ 22.00	\$ 88.00
Cuchillos	Unidad	4	\$ 17.00	\$ 68.00
Cacerolas	Unidad	6	\$ 65.00	\$ 390.00
Bacurero pequeño	Unidad	5	\$ 55.00	\$ 275.00
Basurero grande	Unidad	2	\$ 80.00	\$ 160.00
Trapeador	Unidad	3	\$ 5.50	\$ 16.50
Escobas	Unidad	10	\$ 3.50	\$ 35.00
SUBTOTAL				\$ 1,574.50
2% Imprevistos				\$ 31.49
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1,605.99</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**MATERIAL DE OFICINA Tabla No. 23** Material de oficina.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Teléfono	Unidad	2	\$ 15.00	\$ 30.00
Calculadora	Unidad	2	\$ 15.00	\$ 30.00
Papelera	Unidad	2	\$ 8.00	\$ 16.00
Basurero	Unidad	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Grapadora	Unidad	2	\$ 10.00	\$ 20.00
Perforadora	Unidad	2	\$ 10.00	\$ 20.00
SUBTOTAL				\$ 136.00
2% Imprevistos				\$ 2.72
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 138.72</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**MUEBLES Y ENSERES Tabla No. 24** Muebles y enseres.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escritorio	Unidad	2	\$ 190.00	\$ 380.00
Silla giratoria	Unidad	2	\$ 65.00	\$ 130.00
Sillas	Unidad	6	\$ 18.00	\$ 108.00
Archivador	Unidad	1	\$ 120.00	\$ 120.00
SUBTOTAL				\$ 738.00
2% Imprevistos				\$ 14.76
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 752.76</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS Tabla No. 25** Inversiones en activos diferidos.

CONCEPTO	VALOR TOTAL USD.
Gasto puesta en marcha	\$ 750.00
Gasto de Organización	\$ 1,460.00
Gasto de patentes	\$ 12,025.00
<b>TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 14,235.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**DESGLOSE DE COMPONENTES DE INVERSIÓN DIFERIDA****PUESTA EN MARCHA Tabla No. 26** Puesta en marcha.

CONCEPTO	COSTO USD.
Capacitación al personal inicial	\$ 750.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 750.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**GASTOS DE ORGANIZACIÓN Tabla No. 27** Gastos de organización.

CONCEPTO	COSTO USD.
Honorarios de abogado	\$ 600.00
Notario	\$ 200.00
Inscripción Registro Mercantil	\$ 60.00
Publicación Registro Oficial	\$ 600.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,460.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**GASTOS DE PATENTE Tabla No. 28** Gastos de patentes.

CONCEPTO	COSTO USD.
Registro Sanitario para cada producto	\$ 12,000.00
Derechos de patente	\$ 25.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12,025.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

A continuación se detalla el Capital de Trabajo. El Capital de Trabajo son los fondos que la empresa necesita para operar en un período de explotación. (Besley, 2000)

Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes son mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una organización empresarial desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad a emprender.

El Capital de trabajo se sustenta en la medida en la que se pueda hacer un buen manejo sobre el nivel de liquidez, ya que mientras más amplio sea el margen entre los activos corrientes que posee la organización y que sus pasivos circulantes mayor será la capacidad de cubrir las obligaciones a corto plazo; el capital de trabajo permitirá financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

**CAPITAL DE TRABAJO Tabla No. 29** Capital de trabajo.

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		
Materia Prima	\$ 3,031.20	\$ 36,374.40
Mano de Obra Directa	\$ 1,431.20	\$ 23,849.39
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,462.40</b>	<b>\$ 60,223.79</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		
Mano de Obra Indirecta	\$ 2,036.37	\$ 24,436.40
Insumos	\$ 379.95	\$ 4,559.40
Mantenimiento	\$ 62.60	\$ 751.22
Gastos Administrativos	\$ 760.00	\$ 9,120.00
Gasto de Ventas	\$ 3,000.00	\$ 3,000.00
Seguro	\$ 74.20	\$ 890.40
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6,313.12</b>	<b>\$ 42,757.42</b>
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>\$ 10,775.51</b>	<b>\$ 102,981.21</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autor

**DESGLOSE DE LOS COMPONENTES DEL CAPITAL DE TRABAJO****COSTOS DIRECTOS****MATERIA PRIMA Tabla No. 30** Materia Prima

Los gastos de material prima se basan en la siguiente predicción de producción:

<b>PRODUCCIÓN PROGRAMADA PARA AÑO 1</b>	
Frascos Conservas/ día	12
Frascos Conservas/ mes	1920
Frascos Conservas/ AÑO	23040
Frascos anuales/ conserva	2880

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autor

Entonces, los siguientes cálculos están basados en una producción de 2880 frascos por conserva anuales:

**DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Tabla No. 31** Descripción del producto.

DESCRIPCIÓN	COSTO INDIVIDUAL	COSTO ANUAL
Materia prima Pesto Verde	\$ 2.42	\$ 6,969.60
Materia prima Ají Caramelizado	\$ 1.24	\$ 3,571.20
Materia prima Berenjenas al Olivo	\$ 1.38	\$ 3,974.40
Materia prima Salsa Criolla	\$ 1.46	\$ 4,204.80
Materia prima Chutney de mango y manzana	\$ 1.47	\$ 4,233.60
Materia prima Memelada Fresas y Chocolate Blanco	\$ 1.37	\$ 3,945.60
Materia prima Pimiento y manzana confitados	\$ 1.92	\$ 5,529.60
Materia prima Chimichurri	\$ 1.37	\$ 3,945.60
<b>TOTAL GASTOS MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ 12.63</b>	<b>\$ 36,374.40</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

Los detalles del costo de elaboración de cada conserva se presentan en la sección de recetas.

**MANO DE OBRA DIRECTA Tabla No. 32** Mano de obra directa.

Cargo	Operarios	Supervisor
Sueldo Básico	\$ 340.00	\$ 400.00
Vacaciones	\$ 14.17	\$ 16.67
13er. Sueldo	\$ 28.33	\$ 33.33
14to. Sueldo	\$ 28.33	\$ 28.33
Fondo de Reserva	\$ 28.32	\$ 33.32
Aporte Patronal	\$ 37.91	\$ 44.60
No. Empleados	\$ 3.00	\$ 1.00
Total Mensual	\$ 1,431.20	\$ 556.25
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 17,174.35</b>	<b>\$ 6,675.04</b>
<b>Total Mano obra directa</b>		<b>\$ 23,849.39</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor



**COSTOS INDIRECTOS****MANO DE OBRA INDIRECTA Tabla No. 33** Mano de obra indirecta.

Cargo	Gerente General	Vendedor
Sueldo Básico	\$ 1,000.00	\$ 500.00
Vacaciones	\$ 41.67	\$ 20.83
13er. Sueldo	\$ 83.33	\$ 41.67
14to. Sueldo	\$ 28.33	\$ 28.33
Fondo de Reserva	\$ 83.30	\$ 41.65
Aporte Patronal	\$ 111.50	\$ 55.75
Total Mensual	\$ 1,348.13	\$ 688.23
<b>Total Anual</b>	<b>\$ 16,177.60</b>	<b>\$ 8,258.80</b>
<b>Total Mano de obra indirecta</b>		<b>\$ 24,436.40</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**INSUMOS Tabla No. 34** Insumos.

CONCEPTO	MEDIDA	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m3	375	\$ 450.00
Luz Eléctrica	Kilowatts	1400	\$ 840.00
Gas	Tanque industrial	24	\$ 1,560.00
Gastos de distribución	Galones diesel	1140	\$ 1,200.00
Teléfono e Internet	Minutos		\$ 420.00
SUBTOTAL			\$ 4,470.00
2% Imprevistos			\$ 89.40
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4,559.40</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**MANTENIMIENTO Tabla No. 35** Mantenimiento.

CONCEPTO	INVERSIÓN TOTAL	PORCENTAJE ANUAL	VALOR ANUAL
Maquinaria y Equipos	\$ 9,358.50	1%	\$ 46.79
Vehículo	\$ 17,340.00	8%	\$ 693.60
Equipos de computación	\$ 1,275.00	1%	\$ 6.38
Equipos de oficina	\$ 138.72	1%	\$ 0.69
Muebles y Enseres	\$ 752.76	1%	\$ 3.76
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 751.22</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**SEGUROS Tabla No. 36 Seguros.**

CONCEPTO	VALOR INICIAL	%	SEGURO ANUAL
Vehículo	\$ 17,340.00	5%	\$ 867.00
Maquinaria y Equipos	\$ 9,358.50	0.25%	\$ 23.40
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 890.40</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

Finalmente, otros gastos de la empresa se han dividido en gastos administrativos y gastos de ventas.

**GASTOS ADMINISTRATIVOS Tabla No. 37 Gastos administrativos.**

RUBRO	CANTIDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo	1	\$ 750.00	\$ 9,000.00
Suministros de Oficina	Variable*	\$ 10.00	\$ 120.00
Subtotal gastos			\$ 9,120.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 9,120.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**GASTOS DE VENTAS**

Para promoción se ha estimado invertir \$3000 el primer año

En Base a los datos financieros presentados, el Balance para el año 1 es:

**BALANCE Tabla No. 38 Balance.**

<b>Balance Año 1</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>Activo Fijo</b>		<b>Pasivo a largo plazo</b>	
Construcciones	\$ -	Préstamo por pagar	\$ 19,705.97
Maquinaria y Equipos	\$ 9,358.50	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 19,705.97</b>
Utensilios y Accesorios	\$ 1,605.99	<b>PATRIMONIO</b>	
Equipos de Computación	\$ 1,275.00	Capital Social	\$ 25,000.00
Muebles y Enseres	\$ 752.76		
Equipos de Oficina	\$ 138.72		
Vehículo	\$ 17,340.00		
<b>Activo Diferido</b>			
Gastos de puesta en marcha	\$ 750.00		
Gastos de organización	\$ 1,460.00		
Gastos de patentes	\$ 12,025.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 44,705.97</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 44,705.97</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

### ESTADO DE FUENTES Y USOS Tabla No. 39 Estado de fuentes y usos.

A continuación se presenta el Estado de Fuentes y Usos. Este es indicador financiero auxiliar que se elabora con el objetivo de conocer de donde provienen los recursos de la compañía en un periodo determinado y que destino se dio se a dichos recursos(Tarquin, 2006).

INVERSIÓN	VALOR USD.	% INV. TOTAL	RECURSOS PROPIOS		RECURSOS C.F.N	
			%	VALORES	%	VALORES
Activos Fijos	\$ 30,470.97	68%	38%	\$ 17,000.00	30%	\$ 13,400.06
Activos Diferidos	\$ 14,235.00	32%	18%	\$ 8,000.00	14%	\$ 6,305.91
Inversión Total	\$ 44,705.97	100%	56%	\$ 25,000.00	44%	\$ 19,705.97

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

De acuerdo al Estado de Fuentes y Usos se invertirá USD 25000 (56% de la inversión total) a partir de fondos propios. Los USD 19705.97 restantes se obtendrán a partir de un crédito de la Corporación Financiera Nacional. De acuerdo a los datos 2014, la tasa de interés anual para crédito empresarial es de 9.45% para un período de 3 a 5 años ([http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1656&Itemid=40](http://www.cfn.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=1656&Itemid=40) 7). Se pedirá un crédito por cinco años.

**Las condiciones del crédito se detallan en la siguiente: Tabla No. 40** Condiciones del crédito.

<b>Condiciones del crédito</b>	
<b>Monto</b>	\$ 19,705.97
<b>Interés anual</b>	9.45%
<b>Plazo</b>	5 años
<b>Período de pago</b>	Semestral
<b>Interés semestral</b>	4.62%
<b>Forma de amortización</b>	Dividendo Constante, amortización lineal americana

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

#### *Cálculo de cuotas de amortización*

Una vez determinado que el pago de cuotas se realizará de forma semestral, se procede al cálculo de las 10 cuotas (el crédito será cubierto en un periodo de 5 años). Para esto se realizará el siguiente cálculo:

Se calcula el valor de A (valor actual de una renta unitaria, pospagable, de 10 semestres de duración, con un tipo de interés semestral constante de 4.62%)

$$A = (1 - (1 + i)^{-n}) / i$$

Luego,

$$A = (1 - (1 + 0,462)^{-10}) / 0,0462$$

$$A = 7.87$$

Entonces, para calcular el pago de la cuota M:

$$M = \text{Valor del préstamo} / A$$

$$M = 19705.97 / 7.87$$

$$M = \$ 2503.93$$

**Entonces se obtiene la siguiente tabla de amortización (Lineal Americana): Tabla No. 41 Amortización.**

PERIODO SEMESTRAL	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDO	SALDO
0				\$ 19,705.97
1	\$ 1,594.84	\$ 910.09	\$ 2,504.93	\$ 18,111.13
2	\$ 1,668.49	\$ 836.44	\$ 2,504.93	\$ 16,442.64
3	\$ 1,745.55	\$ 759.38	\$ 2,504.93	\$ 14,697.09
4	\$ 1,826.17	\$ 678.76	\$ 2,504.93	\$ 12,870.92
5	\$ 1,910.51	\$ 594.42	\$ 2,504.93	\$ 10,960.41
6	\$ 1,998.74	\$ 506.19	\$ 2,504.93	\$ 8,961.67
7	\$ 2,091.05	\$ 413.88	\$ 2,504.93	\$ 6,870.62
8	\$ 2,187.62	\$ 317.31	\$ 2,504.93	\$ 4,683.00
9	\$ 2,288.65	\$ 216.28	\$ 2,504.93	\$ 2,394.35
10	\$ 2,394.35	\$ 110.58	\$ 2,504.93	\$ -

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

Entonces, los gastos financieros que se deben cubrir durante los cinco primeros años de ejercicio de la compañía son: **Tabla No. 42** Gastos financieros.

PERIODO SEMESTRAL	INTERÉS
0	
1	\$ 910.09
2	\$ 836.44
3	\$ 759.38
4	\$ 678.76
5	\$ 594.42
6	\$ 506.19
7	\$ 413.88
8	\$ 317.31
9	\$ 216.28
10	\$ 110.58

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

Para obtener el Estado de Resultados, que se presenta más adelante, se calculará también la depreciación de los activos fijos y la amortización de los activos diferidos

**DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS** **Tabla No. 43** Depreciación de activos fijos.

CONCEPTO	VALOR	%	VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Maquinaria y Equipos	\$ 9,358.50	10%	10	\$ 935.85
Utensilios y Accesorios	\$ 1,605.99	10%	10	\$ 160.60
Equipos de Computación	\$ 1,275.00	33.33%	3	\$ 424.96
Equipo de Oficina	\$ 138.72	10%	10	\$ 13.87
Muebles y Enseres	\$ 752.76	10%	10	\$ 75.28
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1,610.55</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS** **Tabla No. 44** Amortización De Activos Diferidos.

DESCRIPCIÓN	COSTO	PORCENTAJE	AÑOS	VALOR ANUAL
Gastos puesta en marcha	\$ 750.00	20%	5	\$ 150.00
Gastos de Organización	\$ 1,460.00	20%	5	\$ 292.00
Gastos de Patentes	\$ 12,025.00	20%	5	\$ 2,405.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 2,847.00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

## 5.2.- Proyección de Clientes Tabla No. 45 Proyección de Clientes

Los cálculos de proyección se basan en un crecimiento anual del 9% para la compañía.

Como primer punto de esta sección se presenta el cálculo de Costos de producción proyectados para los 10 primeros años de ejercicio de la compañía:

RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Materia Prima	\$ 36,374.40	\$ 40,441.06	\$ 44,962.37	\$ 49,989.16	\$ 55,577.95	\$ 61,791.56	\$ 68,699.86	\$ 76,380.51	\$ 84,919.85	\$ 94,413.88
Materiales Directos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mano de Obra Directa	\$ 23,849.39	\$ 25,995.84	\$ 28,335.46	\$ 30,885.65	\$ 33,665.36	\$ 36,695.25	\$ 39,997.82	\$ 43,597.62	\$ 47,521.41	\$ 51,798.33
Insumos	\$ 4,559.40	\$ 4,969.75	\$ 5,417.02	\$ 5,904.56	\$ 6,435.97	\$ 7,015.20	\$ 7,646.57	\$ 8,334.76	\$ 9,084.89	\$ 9,902.53
<b>VARIABLES</b>	<b>\$ 64,783.19</b>	<b>\$ 71,406.64</b>	<b>\$ 78,714.85</b>	<b>\$ 86,779.37</b>	<b>\$ 95,679.28</b>	<b>\$ 105,502.01</b>	<b>\$ 116,344.25</b>	<b>\$ 128,312.89</b>	<b>\$ 141,526.14</b>	<b>\$ 156,114.75</b>
Mano de Obra Indirecta	\$ 24,436.40	\$ 26,635.68	\$ 29,032.89	\$ 31,645.85	\$ 34,493.97	\$ 37,598.43	\$ 40,982.29	\$ 44,670.70	\$ 48,691.06	\$ 53,073.25
Reparación y Mantenimiento	\$ 751.22	\$ 818.84	\$ 892.53	\$ 972.86	\$ 1,060.42	\$ 1,155.85	\$ 1,259.88	\$ 1,373.27	\$ 1,496.86	\$ 1,631.58
Seguros	\$ 890.40	\$ 970.53	\$ 1,057.88	\$ 1,153.09	\$ 1,256.87	\$ 1,369.98	\$ 1,493.28	\$ 1,627.68	\$ 1,774.17	\$ 1,933.85
Depreciación	\$ 1,610.55	\$ 1,610.55	\$ 1,610.55	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60
Amortización	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00					
<b>FIJOS</b>	<b>\$ 30,535.58</b>	<b>\$ 32,882.60</b>	<b>\$ 35,440.85</b>	<b>\$ 37,804.39</b>	<b>\$ 40,843.85</b>	<b>\$ 41,309.87</b>	<b>\$ 44,921.05</b>	<b>\$ 48,857.24</b>	<b>\$ 53,147.69</b>	<b>\$ 57,824.28</b>
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>\$ 95,318.77</b>	<b>\$ 104,289.24</b>	<b>\$ 114,155.71</b>	<b>\$ 124,583.76</b>	<b>\$ 136,523.13</b>	<b>\$ 146,811.88</b>	<b>\$ 161,265.30</b>	<b>\$ 177,170.13</b>	<b>\$ 194,673.83</b>	<b>\$ 213,939.02</b>
Gasto Administrativo	\$ 9,120.00	\$ 9,940.80	\$ 10,835.47	\$ 11,810.66	\$ 12,873.62	\$ 14,032.25	\$ 15,295.15	\$ 16,671.72	\$ 18,172.17	\$ 19,807.67
Gasto de Ventas	\$ 3,000.00	\$ 3,150.00	\$ 3,307.50	\$ 3,472.88	\$ 3,646.52	\$ 3,828.84	\$ 4,020.29	\$ 4,221.30	\$ 4,432.37	\$ 4,653.98
Gasto Financiero	\$ 1,746.53	\$ 1,438.14	\$ 1,100.62	\$ 731.19	\$ 326.86	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total gastos</b>	<b>\$ 13,866.53</b>	<b>\$ 14,528.94</b>	<b>\$ 15,243.59</b>	<b>\$ 16,014.73</b>	<b>\$ 16,847.00</b>	<b>\$ 17,861.10</b>	<b>\$ 19,315.44</b>	<b>\$ 20,893.02</b>	<b>\$ 22,604.54</b>	<b>\$ 24,461.65</b>
<b>Costo total</b>	<b>\$ 109,185.30</b>	<b>\$ 118,818.18</b>	<b>\$ 129,399.29</b>	<b>\$ 140,598.49</b>	<b>\$ 153,370.13</b>	<b>\$ 164,672.97</b>	<b>\$ 180,580.74</b>	<b>\$ 198,063.15</b>	<b>\$ 217,278.37</b>	<b>\$ 238,400.68</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autor

**PRESUPUESTO PROYECTO DE PRODUCTO. Tabla No. 46** Presupuesto proyecto de producto

Presupuesto proyectado de producción										
Costo Pesto Verde	\$ 6,969.60	\$ 7,748.80	\$ 8,615.12	\$ 9,578.29	\$ 10,649.14	\$ 11,839.71	\$ 13,163.39	\$ 14,635.06	\$ 16,271.26	\$ 18,090.39
Coste unitario	\$ 2.42	\$ 2.47	\$ 2.52	\$ 2.57	\$ 2.62	\$ 2.67	\$ 2.73	\$ 2.78	\$ 2.84	\$ 2.89
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645
Costo Aji Caramelizado	\$ 3,571.20	\$ 3,970.46	\$ 4,414.36	\$ 4,907.88	\$ 5,456.58	\$ 6,066.63	\$ 6,744.88	\$ 7,498.96	\$ 8,337.34	\$ 9,269.45
Coste unitario	\$ 1.24	\$ 1.26	\$ 1.29	\$ 1.32	\$ 1.34	\$ 1.37	\$ 1.40	\$ 1.42	\$ 1.45	\$ 1.48
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645
Costo Berenjenas al Olivo	\$ 3,974.40	\$ 4,418.74	\$ 4,912.75	\$ 5,462.00	\$ 6,072.65	\$ 6,751.57	\$ 7,506.40	\$ 8,345.61	\$ 9,278.65	\$ 10,316.01
Coste unitario	\$ 1.38	\$ 1.41	\$ 1.44	\$ 1.46	\$ 1.49	\$ 1.52	\$ 1.55	\$ 1.59	\$ 1.62	\$ 1.65
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645
Costo Salsa Criolla	\$ 4,204.80	\$ 4,674.90	\$ 5,197.55	\$ 5,778.64	\$ 6,424.69	\$ 7,142.97	\$ 7,941.55	\$ 8,829.42	\$ 9,816.55	\$ 10,914.04
Coste unitario	\$ 1.46	\$ 1.49	\$ 1.52	\$ 1.55	\$ 1.58	\$ 1.61	\$ 1.64	\$ 1.68	\$ 1.71	\$ 1.74
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645
Costo Chutney	\$ 4,233.60	\$ 4,706.92	\$ 5,233.15	\$ 5,818.22	\$ 6,468.69	\$ 7,191.89	\$ 7,995.95	\$ 8,889.89	\$ 9,883.78	\$ 10,988.79
Coste unitario	\$ 1.47	\$ 1.50	\$ 1.53	\$ 1.56	\$ 1.59	\$ 1.62	\$ 1.66	\$ 1.69	\$ 1.72	\$ 1.76
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645
Costo Mermelada	\$ 3,945.60	\$ 4,386.72	\$ 4,877.15	\$ 5,422.42	\$ 6,028.65	\$ 6,702.65	\$ 7,452.00	\$ 8,285.14	\$ 9,211.42	\$ 10,241.25
Coste unitario	\$ 1.37	\$ 1.40	\$ 1.43	\$ 1.45	\$ 1.48	\$ 1.51	\$ 1.54	\$ 1.57	\$ 1.61	\$ 1.64
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645
Costo pimientos confitados	\$ 5,529.60	\$ 6,147.81	\$ 6,835.13	\$ 7,599.30	\$ 8,448.90	\$ 9,393.49	\$ 10,443.68	\$ 11,611.29	\$ 12,909.43	\$ 14,352.70
Coste unitario	\$ 1.92	\$ 1.96	\$ 2.00	\$ 2.04	\$ 2.08	\$ 2.12	\$ 2.16	\$ 2.21	\$ 2.25	\$ 2.29
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645
Costo Chimichurri	\$ 3,945.60	\$ 4,386.72	\$ 4,877.15	\$ 5,422.42	\$ 6,028.65	\$ 6,702.65	\$ 7,452.00	\$ 8,285.14	\$ 9,211.42	\$ 10,241.25
Coste unitario	\$ 1.37	\$ 1.40	\$ 1.43	\$ 1.45	\$ 1.48	\$ 1.51	\$ 1.54	\$ 1.57	\$ 1.61	\$ 1.64
Unidades producidas	2880	3139.2	3421.728	3729.68352	4065.355037	4431.23699	4830.048319	5264.752668	5738.580408	6255.052645

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

A continuación se calculará los Ingresos Proyectados para los 10 primeros años de ejercicio de la compañía. Para esto se presenta la Tabla de Precios de Venta al Público de cada uno de los ocho productos que ofrece la compañía:

**Tabla No. 47 P.V.P**

	<b>PVP</b>	<b>PV (85%)</b>
Pesto Verde	\$ 7.50	\$ 6.38
AjÍ Caramelizado	\$ 7.00	\$ 5.95
Berenjenas Al Olivo	\$ 6.00	\$ 5.10
Salsa Criolla	\$ 6.00	\$ 5.10
Chutney de Mango y Manzana	\$ 7.50	\$ 6.38
Chimichurri	\$ 5.00	\$ 4.25
Pimiento y manzanas Confitados	\$ 7.50	\$ 6.38
Mermelada de Fresas y Chocolate Blanco	\$ 7.00	\$ 5.95

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

El precio de venta al público PVP se calculó en base a un Análisis de la Competencia con productos artesanales similares a los que se presentan en esta propuesta. Se estimó un margen de ganancia del 15% para los distribuidores finales de los productos, en base a lo cual se estimó el PV que se utilizará para los cálculos de ingresos proyectados.



Con esta información se presentan los Ingresos Proyectados: Tabla No. 48 Ingresos proyectados.

DETALLE	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Unidades producidas Pesto Verde	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio de venta	\$ 6.38	\$ 6.50	\$ 6.63	\$ 6.77	\$ 6.90	\$ 7.04	\$ 7.18	\$ 7.32	\$ 7.47	\$ 7.62
<b>Venta total</b>	<b>\$ 17,992.80</b>	<b>\$ 20,004.40</b>	<b>\$ 22,240.89</b>	<b>\$ 24,727.42</b>	<b>\$ 27,491.94</b>	<b>\$ 30,565.54</b>	<b>\$ 33,982.77</b>	<b>\$ 37,782.04</b>	<b>\$ 42,006.08</b>	<b>\$ 46,702.35</b>
Unidades producidas Ají Caramelizado	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio de venta	\$ 5.95	\$ 6.07	\$ 6.19	\$ 6.31	\$ 6.44	\$ 6.57	\$ 6.70	\$ 6.83	\$ 6.97	\$ 7.11
<b>Venta total</b>	<b>\$ 16,793.28</b>	<b>\$ 18,670.77</b>	<b>\$ 20,758.16</b>	<b>\$ 23,078.92</b>	<b>\$ 25,659.15</b>	<b>\$ 28,527.84</b>	<b>\$ 31,717.25</b>	<b>\$ 35,263.24</b>	<b>\$ 39,205.67</b>	<b>\$ 43,588.86</b>
Unidades producidas Berenjenas al Olivo	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio de venta	\$ 5.10	\$ 5.20	\$ 5.31	\$ 5.41	\$ 5.52	\$ 5.63	\$ 5.74	\$ 5.86	\$ 5.98	\$ 6.09
<b>Venta total</b>	<b>\$ 14,394.24</b>	<b>\$ 16,003.52</b>	<b>\$ 17,792.71</b>	<b>\$ 19,781.93</b>	<b>\$ 21,993.55</b>	<b>\$ 24,452.43</b>	<b>\$ 27,186.22</b>	<b>\$ 30,225.63</b>	<b>\$ 33,604.86</b>	<b>\$ 37,361.88</b>
Unidades producidas Salsa Criolla	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio de venta	\$ 5.10	\$ 5.20	\$ 5.31	\$ 5.41	\$ 5.52	\$ 5.63	\$ 5.74	\$ 5.86	\$ 5.98	\$ 6.09
<b>Venta total</b>	<b>\$ 14,394.24</b>	<b>\$ 16,003.52</b>	<b>\$ 17,792.71</b>	<b>\$ 19,781.93</b>	<b>\$ 21,993.55</b>	<b>\$ 24,452.43</b>	<b>\$ 27,186.22</b>	<b>\$ 30,225.63</b>	<b>\$ 33,604.86</b>	<b>\$ 37,361.88</b>
Unidades producidas Chutney	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio de venta	\$ 6.38	\$ 6.50	\$ 6.63	\$ 6.77	\$ 6.90	\$ 7.04	\$ 7.18	\$ 7.32	\$ 7.47	\$ 7.62
<b>Venta total</b>	<b>\$ 17,992.80</b>	<b>\$ 20,004.40</b>	<b>\$ 22,240.89</b>	<b>\$ 24,727.42</b>	<b>\$ 27,491.94</b>	<b>\$ 30,565.54</b>	<b>\$ 33,982.77</b>	<b>\$ 37,782.04</b>	<b>\$ 42,006.08</b>	<b>\$ 46,702.35</b>
Unidades producidas Mermelada	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio de venta	\$ 5.95	\$ 6.07	\$ 6.19	\$ 6.31	\$ 6.44	\$ 6.57	\$ 6.70	\$ 6.83	\$ 6.97	\$ 7.11
<b>Venta total</b>	<b>\$ 16,793.28</b>	<b>\$ 18,670.77</b>	<b>\$ 20,758.16</b>	<b>\$ 23,078.92</b>	<b>\$ 25,659.15</b>	<b>\$ 28,527.84</b>	<b>\$ 31,717.25</b>	<b>\$ 35,263.24</b>	<b>\$ 39,205.67</b>	<b>\$ 43,588.86</b>
Unidades producidas Pimientos confitado	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio Venta	\$ 6.38	\$ 6.50	\$ 6.63	\$ 6.77	\$ 6.90	\$ 7.04	\$ 7.18	\$ 7.32	\$ 7.47	\$ 7.62
<b>Venta total</b>	<b>\$ 17,992.80</b>	<b>\$ 20,004.40</b>	<b>\$ 22,240.89</b>	<b>\$ 24,727.42</b>	<b>\$ 27,491.94</b>	<b>\$ 30,565.54</b>	<b>\$ 33,982.77</b>	<b>\$ 37,782.04</b>	<b>\$ 42,006.08</b>	<b>\$ 46,702.35</b>
Unidades producidas Chimichurri	2822	3076	3353	3655	3984	4343	4733	5159	5624	6130
Precio de venta	\$ 4.25	\$ 4.34	\$ 4.42	\$ 4.51	\$ 4.60	\$ 4.69	\$ 4.79	\$ 4.88	\$ 4.98	\$ 5.08
<b>Venta total</b>	<b>\$ 11,995.20</b>	<b>\$ 13,336.26</b>	<b>\$ 14,827.26</b>	<b>\$ 16,484.95</b>	<b>\$ 18,327.96</b>	<b>\$ 20,377.03</b>	<b>\$ 22,655.18</b>	<b>\$ 25,188.03</b>	<b>\$ 28,004.05</b>	<b>\$ 31,134.90</b>
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 128,348.64</b>	<b>\$ 142,698.02</b>	<b>\$ 158,651.66</b>	<b>\$ 176,388.91</b>	<b>\$ 196,109.19</b>	<b>\$ 218,034.20</b>	<b>\$ 242,410.42</b>	<b>\$ 269,511.91</b>	<b>\$ 299,643.34</b>	<b>\$ 333,143.47</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autor

Para los cálculos de ingresos proyectados se estimó que un 2% de la producción total por producto puede quedar en inventario.

A continuación se presenta el Flujo de Efectivo proyectado para los 10 primeros años de ejercicio de la compañía:

**Tabla No. 49** Flujo de Efectivo.

		Ingresos													
	Cantidad	Precio	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	TOTAL 2015	
Prestamo			\$ 30,481.5												
<b>Total Ingresos</b>			<b>\$ 30,481.5</b>	<b>\$ 128,349</b>	<b>\$ 142,698</b>	<b>\$ 158,652</b>	<b>\$ 176,389</b>	<b>\$ 196,109</b>	<b>\$ 218,034</b>	<b>\$ 242,410</b>	<b>\$ 269,512</b>	<b>\$ 299,643</b>	<b>\$ 333,143</b>	<b>\$ 2,164,940</b>	
		Gastos													
<b>Salidas de efectivo</b>															
Compra de Activos fijos			\$ 30,471.0												
Activos diferidos			\$ 14,235.0												
Capital de trabajo			\$ 10,775.5												
Materia prima				\$ 36,374	\$ 40,441	\$ 44,962	\$ 49,989	\$ 55,578	\$ 61,792	\$ 68,700	\$ 76,381	\$ 84,920	\$ 94,414	\$ 613,551	
Mano de obra directa				\$ 23,849.39	\$ 25,995.84	\$ 28,335.46	\$ 30,885.65	\$ 33,665.36	\$ 36,695.25	\$ 39,997.82	\$ 43,597.62	\$ 47,521.41	\$ 51,798.33	\$ 362,342	
Mano de obra indirecta				\$ 24,436	\$ 26,636	\$ 29,033	\$ 31,646	\$ 34,494	\$ 37,538	\$ 40,962	\$ 44,671	\$ 48,691	\$ 53,073	\$ 371,261	
Insumos				\$ 4,559	\$ 4,970	\$ 5,417	\$ 5,905	\$ 6,436	\$ 7,015	\$ 7,647	\$ 8,335	\$ 9,085	\$ 9,903	\$ 69,271	
Reparacion y Mantenimiento				\$ 751	\$ 819	\$ 893	\$ 973	\$ 1,060	\$ 1,156	\$ 1,260	\$ 1,373	\$ 1,497	\$ 1,632	\$ 11,413	
Seguros				\$ 890	\$ 971	\$ 1,058	\$ 1,153	\$ 1,257	\$ 1,370	\$ 1,493	\$ 1,628	\$ 1,774	\$ 1,934	\$ 13,528	
Gastos Administrativos				\$ 9,120	\$ 9,941	\$ 10,835	\$ 11,811	\$ 12,874	\$ 14,032	\$ 15,295	\$ 16,672	\$ 18,172	\$ 19,808	\$ 138,560	
Gastos de Ventas				\$ 3,000	\$ 3,150	\$ 3,308	\$ 3,473	\$ 3,647	\$ 3,829	\$ 4,020	\$ 4,221	\$ 4,432	\$ 4,654	\$ 37,734	
Gastos financieros				\$ 1,747	\$ 1,438	\$ 1,101	\$ 731	\$ 327	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5,343	
Pago de Capital				\$ 3,263	\$ 3,572	\$ 3,909	\$ 4,279	\$ 4,683	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 19,706	
Adquisición Maquinaria/ Equipos							\$ 1,275				\$ 1,275			\$ 2,550	
Impuestos				\$ 6,458	\$ 8,048	\$ 9,858	\$ 12,061	\$ 14,403	\$ 17,983	\$ 20,837	\$ 24,078	\$ 27,757	\$ 31,928	\$ 173,411	
<b>Total</b>			<b>\$ 55,481</b>	<b>\$ 114,449</b>	<b>\$ 125,980</b>	<b>\$ 138,709</b>	<b>\$ 154,181</b>	<b>\$ 168,424</b>	<b>\$ 181,470</b>	<b>\$ 200,232</b>	<b>\$ 222,231</b>	<b>\$ 243,850</b>	<b>\$ 269,143</b>	<b>\$ 1,818,668</b>	
<b>Total salidas de efectivo</b>			<b>\$ 55,481</b>	<b>\$ 114,449</b>	<b>\$ 125,980</b>	<b>\$ 138,709</b>	<b>\$ 154,181</b>	<b>\$ 168,424</b>	<b>\$ 181,470</b>	<b>\$ 200,232</b>	<b>\$ 222,231</b>	<b>\$ 243,850</b>	<b>\$ 269,143</b>	<b>\$ 1,818,668</b>	
<b>Flujo neto de efectivo</b>			<b>\$ (25,000)</b>	<b>\$ 13,900</b>	<b>\$ 16,718</b>	<b>\$ 19,943</b>	<b>\$ 22,208</b>	<b>\$ 27,686</b>	<b>\$ 36,564</b>	<b>\$ 42,179</b>	<b>\$ 47,281</b>	<b>\$ 55,794</b>	<b>\$ 64,000</b>	<b>\$ 346,271</b>	

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

En base al análisis del Flujo de Efectivo, se puede concluir que la compañía tiene un bueno flujo de caja, lo que vuelve interesante invertir recursos propios en el proyecto.

### 5.3.- Estado de Resultados

El Estado de Resultados es un estado financiero que indica en forma organizada la forma en que se obtuvo el resultado de un ejercicio económico en un periodo de tiempo. Es una herramienta útil y confiable para la toma de decisiones con respecto a una actividad económica (Tarquin, 2006).

**Tabla No. 50** Estado de Resultados

RUBROS	AÑOS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ventas Netas	\$ 128,348.64	\$ 142,698.02	\$ 158,651.66	\$ 176,388.91	\$ 196,109.19	\$ 218,034.20	\$ 242,410.42	\$ 269,511.91	\$ 299,643.34	\$ 333,143.47
- Costo de Producción	\$ 90,861.21	\$ 99,831.68	\$ 109,698.15	\$ 120,551.16	\$ 132,490.53	\$ 145,626.28	\$ 160,079.70	\$ 175,984.53	\$ 193,488.23	\$ 212,753.43
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 37,487.43</b>	<b>\$ 42,866.33</b>	<b>\$ 48,953.51</b>	<b>\$ 55,837.75</b>	<b>\$ 63,618.66</b>	<b>\$ 72,407.92</b>	<b>\$ 82,330.72</b>	<b>\$ 93,527.38</b>	<b>\$ 106,155.11</b>	<b>\$ 120,390.04</b>
- Gastos de Administración	\$ 9,120.00	\$ 9,940.80	\$ 10,835.47	\$ 11,810.66	\$ 12,873.62	\$ 14,032.25	\$ 15,295.15	\$ 16,671.72	\$ 18,172.17	\$ 19,807.67
- Gastos de Ventas	\$ 3,000.00	\$ 3,150.00	\$ 3,307.50	\$ 3,472.88	\$ 3,646.52	\$ 3,828.84	\$ 4,020.29	\$ 4,221.30	\$ 4,432.37	\$ 4,653.98
(+) Depreciación	\$ 1,610.55	\$ 1,610.55	\$ 1,610.55	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60	\$ 1,185.60
(+) Amortización Activos Fijos	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00	\$ 2,847.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 20,909.87</b>	<b>\$ 25,317.98</b>	<b>\$ 30,352.98</b>	<b>\$ 36,521.61</b>	<b>\$ 43,065.92</b>	<b>\$ 53,361.23</b>	<b>\$ 61,829.68</b>	<b>\$ 71,448.76</b>	<b>\$ 82,364.97</b>	<b>\$ 94,742.79</b>
- Gastos Financieros	\$ 1,746.53	\$ 1,438.14	\$ 1,100.62	\$ 731.19	\$ 326.86	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>= UTILIDAD ANTES de PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ 19,163.34</b>	<b>\$ 23,879.84</b>	<b>\$ 29,252.36</b>	<b>\$ 35,790.42</b>	<b>\$ 42,739.06</b>	<b>\$ 53,361.23</b>	<b>\$ 61,829.68</b>	<b>\$ 71,448.76</b>	<b>\$ 82,364.97</b>	<b>\$ 94,742.79</b>
- 15% de Participación Trabajadores	\$ 2,874.50	\$ 3,581.98	\$ 4,387.85	\$ 5,368.56	\$ 6,410.86	\$ 8,004.18	\$ 9,274.45	\$ 10,717.31	\$ 12,354.75	\$ 14,211.42
<b>= UTILIDAD ANTES de IMPUESTOS</b>	<b>\$ 16,288.84</b>	<b>\$ 20,297.86</b>	<b>\$ 24,864.51</b>	<b>\$ 30,421.86</b>	<b>\$ 36,328.20</b>	<b>\$ 45,357.04</b>	<b>\$ 52,555.23</b>	<b>\$ 60,731.45</b>	<b>\$ 70,010.23</b>	<b>\$ 80,531.37</b>
*22% Impuesto a la Renta	\$ 3,583.55	\$ 4,465.53	\$ 5,470.19	\$ 6,692.81	\$ 7,992.20	\$ 9,978.55	\$ 11,562.15	\$ 13,360.92	\$ 15,402.25	\$ 17,716.90
<b>= UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 12,705.30</b>	<b>\$ 15,832.33</b>	<b>\$ 19,394.32</b>	<b>\$ 23,729.05</b>	<b>\$ 28,336.00</b>	<b>\$ 35,378.49</b>	<b>\$ 40,993.08</b>	<b>\$ 47,370.53</b>	<b>\$ 54,607.98</b>	<b>\$ 62,814.47</b>
<b>% UTILIDAD</b>	<b>10%</b>	<b>11%</b>	<b>12%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>19%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaboración: Autor

En el Estado de Resultados se refleja la utilidad de la empresa después de analizar todas las actividades que repercuten en los ingresos y egresos de la empresa. En este análisis se determina la utilidad que genera la empresa. Como se puede ver en la Tabla, la utilidad para el primer año es del 9%, y considerando, un crecimiento anual del 9%, la utilidad

en 10 años llegaría al 19%. A continuación se presenta un análisis vertical con el objetivo de conocer cuánto influye cada Rubro en el balance global de la empresa.

**Tabla No. 51** Análisis vertical.

<b>Análisis Vertical para el Año 1</b>	
Ventas Netas	100%
- Costo de Producción	71%
- Gastos de Administración	7%
-Gastos de Ventas	2%
(+)Depreciación	1%
(+)Amortización	2%
- Gastos Financieros	1%
- 15% de Participación Trabajadores	2%
22% Impuesto a la Renta	3%

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

De acuerdo al Análisis Vertical, el rubro que tienes mayor repercusión en la actividad financiera de la empresa son los Costos de Producción.

#### **5.4.- Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es un indicador utilizado por las empresas que indica el momento en que la producción cubre todos los gastos y por ende, la producción de una unidad más a partir de dicho punto, implica la generación de ganancia para la empresa (Tarquin, 2006). A continuación se muestra un cálculo del punto de equilibrio para cada conserva de la empresa:

Tabla No. 52 Punto de Equilibrio

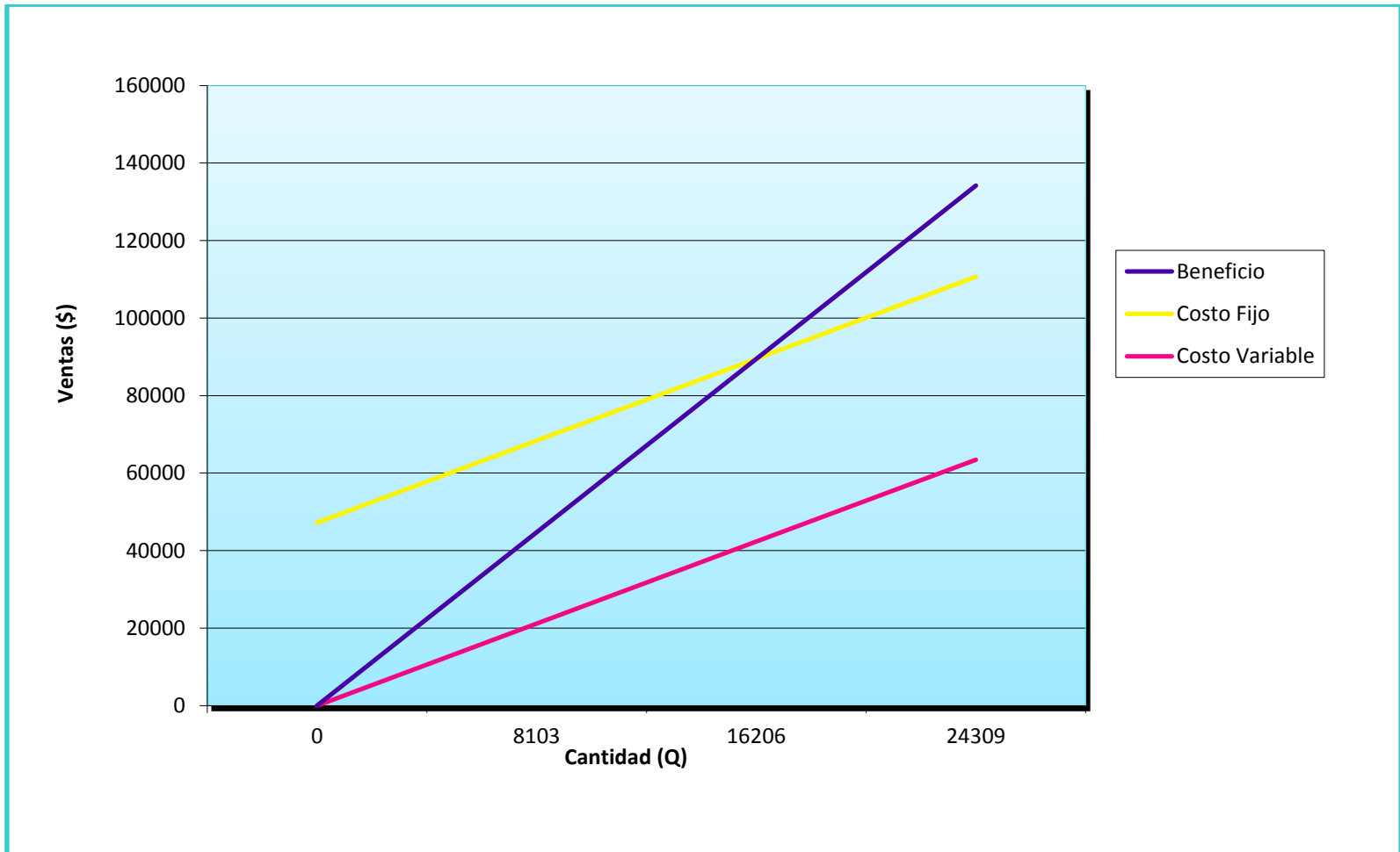
PRODUCTO (S)	Precio de Venta (Dólares)	Materia Prima (Dólares)	Mano de Obra (Dólares)	Total	Costos Fijos	Punto de Equilibrio (Unidades/Producto)	Ventas Totales	Costes Variables Totales		
<b>Para alcanzar el punto de equilibrio:</b>										
Pesto verde	\$ 6.38	\$ 2.42	\$ 1.04	\$ 3.46	\$ 5,901.87	2021	\$ 12,885.65	\$ 6,983.78		
Aji caramelizado	\$ 5.95	\$ 1.24	\$ 1.04	\$ 2.28	\$ 5,901.87	1606	\$ 9,555.75	\$ 3,653.88		
Berenjenas al olivo	\$ 5.10	\$ 1.38	\$ 1.04	\$ 2.42	\$ 5,901.87	2198	\$ 11,210.80	\$ 5,308.93		
Salsa criolla	\$ 5.10	\$ 1.46	\$ 1.04	\$ 2.50	\$ 5,901.87	2266	\$ 11,555.10	\$ 5,653.23		
Chutney	\$ 6.38	\$ 1.47	\$ 1.04	\$ 2.51	\$ 5,901.87	1525	\$ 9,722.40	\$ 3,820.53		
Mermelada	\$ 5.95	\$ 1.37	\$ 1.04	\$ 2.41	\$ 5,901.87	1665	\$ 9,906.18	\$ 4,004.31		
Pimientos confitados	\$ 6.38	\$ 1.92	\$ 1.04	\$ 2.96	\$ 5,901.87	1726	\$ 11,001.71	\$ 5,099.84		
Chimichurri	\$ 4.25	\$ 1.37	\$ 1.04	\$ 2.41	\$ 5,901.87	3199	\$ 13,596.05	\$ 7,694.18		
					\$47,214.98	16206	\$ 89,433.66	\$ 42,218.69	\$ -	
<b>Si utiliza toda la capacidad:</b>										
Pesto verde	\$ 6.38	\$ 2.42	\$ 0.71	\$ 3.13	\$ 5,901.87	2880	\$ 18,360.00	\$ 9,021.51		
Aji caramelizado	\$ 5.95	\$ 1.24	\$ 0.71	\$ 1.95	\$ 5,901.87	2880	\$ 17,136.00	\$ 5,623.11		
Berenjenas al olivo	\$ 5.10	\$ 1.38	\$ 0.71	\$ 2.09	\$ 5,901.87	2880	\$ 14,688.00	\$ 6,026.31		
Salsa criolla	\$ 5.10	\$ 1.46	\$ 0.71	\$ 2.17	\$ 5,901.87	2880	\$ 14,688.00	\$ 6,256.71		
Chutney	\$ 6.38	\$ 1.47	\$ 0.71	\$ 2.18	\$ 5,901.87	2880	\$ 18,360.00	\$ 6,285.51		
Mermelada	\$ 5.95	\$ 1.37	\$ 0.71	\$ 2.08	\$ 5,901.87	2880	\$ 17,136.00	\$ 5,997.51		
Pimientos confitados	\$ 6.38	\$ 1.92	\$ 0.71	\$ 2.63	\$ 5,901.87	2880	\$ 18,360.00	\$ 7,581.51		
Chimichurri	\$ 4.25	\$ 1.37	\$ 0.71	\$ 2.08	\$ 5,901.87	2880	\$ 12,240.00	\$ 5,997.51		
					\$47,214.98	23040	\$ 130,968.00	\$ 52,789.71	\$30,963.32	24%

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

En la parte superior de la Tabla se observan los cálculos para alcanzar el punto de equilibrio. Es decir, para cubrir todos los gastos se debe producir 16206 conservas (por colores se detalla el número de conservas de cada producto). En la parte inferior de la tabla se observa la producción si se utiliza toda la capacidad de la compañía que es de 23404 conservas al año (2880 de cada tipo). En conclusión, si se utiliza toda la capacidad de la empresa se tiene una utilidad bruta del 24%.

Los resultados del punto de equilibrio también se pueden apreciar también en el siguiente gráfico:

**GRÁFICO No. 13** Punto de Equilibrio.



Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

### 5.5.- Indicadores financieros

Finalmente se presentan algunos indicadores financieros respecto a este proyecto.

#### VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calcula sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos, o en su defecto, el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica (Alexander, 2009).

Por medio de este indicador se podrá medir si existe riesgo o no al invertir en este proyecto, lo que permitirá al accionista la toma de decisiones al momento de analizar el costo beneficio de invertir o no en un proyecto. El VAN se obtiene descontando el flujo de ingresos netos del proyecto, usando para ello la tasa de descuento que represente el costo de oportunidad de los recursos económicos que requiere el proyecto. El primer paso para calcular el VAN es determinar la Tasa de Descuento de acuerdo a la siguiente fórmula:

#### TASA DE DESCUENTO

$i = \text{tasa pasiva (recursos propios)} + \text{tasa activa (recursos de terceros)} + \text{riesgo país} + \text{inflación.}$

$i = 0,04 (56\%) + 0,010(44 \%) + 5,61$

$i = 12,25 \%$

**Tabla No. 53** Valor Actual Neto.

AÑOS	FLUJO	FLUJO ACTUALIZADO
0	\$ (25,000.00)	\$ (25,000.00)
1	\$ 13,899.52	\$ 12,382.64
2	\$ 16,718.17	\$ 13,268.32
3	\$ 19,942.63	\$ 14,100.14
4	\$ 22,207.98	\$ 13,988.26
5	\$ 27,685.59	\$ 15,535.39
6	\$ 36,564.09	\$ 18,278.34
7	\$ 42,178.68	\$ 18,784.02
8	\$ 47,281.13	\$ 18,758.45
9	\$ 55,793.57	\$ 19,720.01
10	\$ 64,000.07	\$ 20,151.94
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 139,967.50</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

En conclusión, los \$25000 invertidos de fondos propios, a los 10 años de actividad de la empresa generan \$139967.50. Esto respalda que la empresa tiene un buen flujo de efectivo, lo cual lo vuelve interesante para invertir.

### TASA INTERNA DE RETORNO.

La Tasa Interna de Retorno indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por su decisión de invertir en un proyecto. Por medio de esta herramienta se puede evaluar el proyecto ya que cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad el rendimiento que obtendrá el inversionista realizando la inversión es mayor que el que obtendrá al realizar otra actividad, por lo tanto, optará por invertir en el proyecto (Tarquin, 2006).

La TIR se obtiene en base a la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (TM - tm)(VAN^{tm} / VAN^{tm} - VAN^{TM})$$

**Tabla No. 54** Tasa Interna De Retorno.

CUADRO DE TASA INTERNA DE RETORNO			
INVERSIONISTA			
AÑOS	FLUJO	TASA	TASA
	EFFECTIVO	MENOR 40%	MAYOR 60%
0	-25,000.00	-25,000.00	-25,000.00
1	13,899.52	9,928.23	8,687.20
2	16,718.17	11,941.55	10,448.85
3	19,942.63	14,244.73	12,464.14
4	22,207.98	15,862.84	13,879.98
5	27,685.59	19,775.42	17,303.49
6	36,564.09	26,117.21	22,852.56
7	42,178.68	30,127.63	26,361.67
8	47,281.13	33,772.23	29,550.70
9	55,793.57	39,852.55	34,870.98
10	64,000.07	45,714.33	40,000.04
		<b>222,336.72</b>	<b>191,419.63</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

**TIR= 74%**



## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

El último indicador económico que se presenta es el periodo de recuperación de la inversión. Este periodo está determinado por el tiempo que debe transcurrir para recuperar la inversión, es decir, en donde el flujo acumulado se convierte en positivo y a partir de este momento la empresa contaría con los recursos para cubrir los egresos necesarios durante la vida útil del proyecto (Tarquin, 2006).

Para el presente proyecto se tiene:

**Tabla No. 55** Periodo de recuperación de la inversión.

AÑOS	FLUJO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
	EFFECTIVO		
0	\$ (25,000.00)	\$ (25,000.00)	\$ (25,000.00)
1	\$ 13,899.52	\$ 12,382.64	\$ (12,617.36)
2	\$ 16,718.17	\$ 13,268.32	\$ 650.97
3	\$ 19,942.63	\$ 14,100.14	\$ 14,751.10
4	\$ 22,207.98	\$ 13,988.26	\$ 28,739.36
5	\$ 27,685.59	\$ 15,535.39	\$ 44,274.74
6	\$ 36,564.09	\$ 18,278.34	\$ 62,553.08
7	\$ 42,178.68	\$ 18,784.02	\$ 81,337.10
8	\$ 47,281.13	\$ 18,758.45	\$ 100,095.55
9	\$ 55,793.57	\$ 19,720.01	\$ 119,815.56
10	\$ 64,000.07	\$ 20,151.94	\$ 139,967.50

Fuente: Investigación de campo  
Elaboración: Autor

Es decir, la inversión se recupera al segundo año de ejercicio contable de la compañía.

### 5.6.- Conclusiones del análisis financiero.

1. La inversión total del Proyecto es de \$44705.97, \$30470.97 corresponde a activos fijos y \$14235 corresponde a activos diferidos.
2. El capital de trabajo que se requiere para el primer año de actividad de la empresa es de \$102981.21
3. La producción de partida la empresa será de 2880 conservas de cada tipo para el primer año, en total serán 23040 conservas.

4. De acuerdo al Estado de Resultados la utilidad de la compañía en el primer año es del 9% y para el año 10, la utilidad proyectada es del 19%.
5. De acuerdo a la producción estimada para la empresa, al utilizar el 100% de la capacidad, se producirán 23040 conservas al año. De acuerdo al análisis del punto de equilibrio, este se alcanza al producir 16206 conservas. Esto implica que se tiene un 24% de utilidad bruta al utilizar el 100% de la capacidad de la empresa.
6. El periodo de recuperación de la compañía es de 2 años.
7. En base al análisis financiero presentado, la empresa “Shungo Conservas Artesanales” es rentable. Sin embargo, considerando una utilidad del 9% para el primer año y un periodo de recuperación de 2 años pese a que se invierte únicamente \$25000, la empresa podría resultar más rentable. Por tratarse de un producto nuevo y artesanal se deberá hacer un análisis de mercado más profundo y basado en la experiencia para ver si es posible incrementar la producción y ventas y así volver a la empresa más rentable.

## Conclusiones generales

1. El presente proyecto es una iniciativa para iniciar un negocio de conservas artesanales. Se plantea la venta de ocho conservas que son: ají caramelizado, chimichurri, pesto, chutney de mango y manzana, mermelada de fresas y chocolate blanco, salsa criolla, pimiento rojo y manzana roja confitados al balsámico y berenjenas al olivo. Con excepción del pesto y el chimichurri, no existen estos productos en el mercado ecuatoriano actual.
2. Al realizar un análisis de mercado se ha visto que existe un nicho de mercado potencial interesante. Existen pocos productos similares y un sector de la población que los demanda, por lo tanto, la iniciativa propuesta podría satisfacer la demanda insatisfecha actual.
3. Para la empresa se escogió el nombre *Shungo Conservas Artesanales*. Este es un concepto creativo que involucra además el cariño y cuidado necesarios al presentar un producto sano, elaborado con los ingredientes de mejor calidad.
4. Todas las conservas han sido elaboradas en una fase de producción de prueba y su sabor e imagen ha recibido muy buenas críticas por parte del taste panel y familiares, profesores y amigos que han degustado los productos. Cada una de las conservas tiene cierto grado de dificultad, pero con una buena organización, es factible producirlas en masa.
5. Se realizó un análisis financiero detallado respecto a la producción y proyección de crecimiento de esta empresa. De acuerdo a los análisis realizados con una inversión de \$25 000, y una producción para el primer año de 2880 unidades de conservas de cada tipo y una proyección de crecimiento del 9% anual, se tendrá una utilidad del 9% para el primer año y un periodo de recuperación de la inversión de 2 años. Para poder cumplir esta proyección de crecimiento se debe realizar un análisis de mercado más prolijo y

ver la posibilidad de extender el negocio a otras ciudades del Ecuador y a los países vecinos.

### **Recomendaciones**

1. A futuro se podría implementar un huerto donde se cultiven los productos requeridos para la elaboración de las conservas. Esto favorecería la imagen del producto que plantea el desarrollo de productos artesanales y orgánicos desde la granja a la mesa.
2. A futuro, el proyecto debería ver la posibilidad de exportar los productos desarrollados que podrían tener un nicho de mercado potencial en otros países de la región.
3. Para que el proyecto funcione con éxito es necesario contar con un programa de capacitación e incentivos constantes para el personal, de modo que se involucre con el proyecto y puedan contribuir a que se desarrolle con éxito.
4. Para generar este tipo de proyectos innovadores, artesanales y que utilizan materia prima y mano de obra nacional, es necesario tener el apoyo gubernamental que facilite la logística, obtención de patentes, permisos y préstamos para poder desarrollarlos en el mediano plazo.

## Bibliografía

- Aguirre, L. A. (2010). *Gestión de Proyectos con Project, Excel y Visio*. Madrid: Publicaciones MACRO.
- Baca, U. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogota: Ed. Norma.
- Baca, U. G. (2004). *Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Mc Graw Grill.
- Bello, J. (2005). *Calidad de vida, Alimentos y salud humana: Fundamentos Científicos. España: Díaz Santos*.
- Bergal, S. B. (2006). *Química de los Alimentos*. México: Pearson Educación.
- Besley, S. (2000). *Fundamentos de Administración financiera*. México: McGraw Hill.
- Bolivar, R. (2008). *Artesanía e Identidad Cultural*. Bogotá: Dactilografiado.
- Castro, F. G. (2009). *El estudio económico financiero y la evaluación de la industria química*. Bogotá: Ed. Universidad Nacional de Colombia.
- Cervantes, J. (1998). *Formulación y evaluación de Proyectos- Un enfoque de sistemas*. México: McGraw Hill.
- Chase, A. J. (2003). *Administración de la producción de Operaciones*. México: Ed. Mc Graw Hill.
- Fred R, D. (2007) *Conceptos de Administración Estratégica*. México: Editorial Pearson Educación.
- Heldman, D., y Singh, R. (1997). *Introducción a la ingeniería de los alimentos (2da. Ed.)* Zaragoza: Editorial Acribia, S.A.
- Hermida, J. (2000). *Fundamentos de Ingeniería de Procesos Agroalimentarios*. Madrid: Ediciones Mundi Prensa.
- INEC. (2011). *Sistema agroalimentario del arroz*. Quito: INEC, Ecuador en cifras .
- Gutiérrez López, G. y Barbosa- Cánovas, G. (2003). *Food Science and food biotechnology*. Boca Raton: CRC Press.
- Juliano, B. (1994). *Nutrición Humana*. Roma: FAO.
- Kotler, P. A. (2004). *Marketing*. México.: Editorial Mc. Graw Hill. Décima Edición.
- Kotler, P. (2003). *Principios de Marketing*. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Kotler, P. (2003). *Mercadotecnia Social*. México: Editorial Diana.
- Meneses, E. ( 2002). *“Preparación y Evaluación de Proyectos”* Quito: Ed. Quality Print.
- MontoyaManfredi, U. (2013). *Derecho Comercial. Tomo I. Novena edición aumentada y actualizada*. Lima: Editorial Grijley.
- Moore, D. S. (2000). *Estadística aplicada básica*. Madrid: WH Freeman and Company.
- Mora Jiménez, G. ( 20 de septiembre de 2010). *La cocina de las conservas saladas y dulces*. Obtenido de <http://www.emagister.com/curso-cocina-conservas-saladas-dulces/origen-conservas>.
- Porter, M. ( 2003). *Ventaja Competitiva de las Naciones*. Bogotá: Ed. Mc Graw Hill.

- Porter, M. E. (2003). *Introducción a la Teoría General de la Administración. Cuarta edición.* Bogotá: Editorial Mc. Graw Hill.
- Rodríguez, V. H. (2010). *Metodología de la Investigación.* Quito: Ed. Sertemav.
- Ron, F. (2010). *Metodología de la Investigación.* Quito: EPN.
- Rosero, C. (2009). *Proyecto de conservas caseras.* Tesis de Pregrado Universidad Nacional Medellín.
- Ryan, K., Ray, G., Ahmad, N., Drew, L. y Plorde, J. (2004). *Sherris Medical Microbiology.* (4ª ed. edición). México: McGraw Hill.
- Sagap Chain, N. y Sagap Chain R. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos.* México: Mac Graw Hill Interamericana.
- SAPAG Chain. N (2007). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación.* Madrid: Ed. Prentice Hall.
- Sayago, A. y Marín, M. (2007). *Vitamina E y aceites vegetales,* Sevilla: Departamento de Química Analítica, Facultad de Farmacia, Universidad de Sevilla.
- Scialabba, N. y Hattan, C. (2003). *Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria.* Roma: FAO.
- Superintendencia de Compañías. (2010). *Ley de Compañías.* Quito: SBS.
- Tarquin, B. y. (2006). *Ingeniería Económica.* Mexico DF: McGrawHill.
- Uzcátegui. ( 2007). *Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa dedicada a la industrialización del babaco.* Bogotá: Editorial Norma.