

CAPITULO I

1.1. TEMA

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE MERMELADA, EN LA PARROQUIA LA MAGDALENA, CANTÓN CHIMBO, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2010.

1.2. ANTECEDENTES

La mermelada fue creada en 1561, por el médico de la reina María Estuardo, cuando mezcló naranjas y trozos de azúcar para curarla de los mareos, en aquellos años se comenzó a conservar la fruta añadiéndole su peso en miel (primer edulcorante natural) haciéndola hervir hasta que tuviera la consistencia deseada, tuvieron que pasar varios siglos para que se introdujera en Europa el azúcar de caña y el algarrobo, con cuya semilla se realizó una harina que ayudaba a espesar la mermelada.¹

En la edad Media la mermelada se convirtió en un manjar de reyes llegando hacer un secreto artesanal del producto y comenzando a expandirse por el resto de Europa, estos países con el paso de los años se adaptaron a su receta y a su nombre de mermelada, que aún en la actualidad tiene orígenes dudosos: unos dicen que procede de las palabras miel y manzana, mientras que otros aseguran que el origen es la palabra portuguesa marmelo, que significa membrillo, por su parte, los franceses la denominarían confitura del verbo confitar- y los ingleses, desde la época de Isabel I, marmalade.²

En el mundo actual el mercado para producir, mermeladas y conservas se ha mantenido estable durante más de 20 años, el ascenso después de los años post Segunda Guerra Mundial ha sido significativo; en los Estados Unidos y el resto del mundo, cada año son producidas alrededor de mil millones de libras de mermeladas de fruta.³

Las ventas de mermeladas en supermercados en el mundo en el año 2009, fueron de US\$792 mil millones, decreciendo un 1.9% en comparación al 2008, sin embargo, durante el mismo periodo, las jaleas incrementaron las ventas totales en un 2.1 %; y para un periodo de dos años; es decir del 2008 al 2009, se notó un aumento de 0.5% para las Mermeladas y Jaleas; las ventas totales en valor para cada uno de

¹ www.anabelly.com/historia_de_la_jalea_y_mermelada.html

² www.mailxmail.com/curso-cocina-conservas-saladas-dulces/origen-conservas

³ [www.Sistemas de información de importaciones y exportaciones \(SIDIE\)](http://www.Sistemas de información de importaciones y exportaciones (SIDIE))

estos productos fueron de \$146 mil millones y de \$234 mil millones, respectivamente.⁴

Las jaleas y mermeladas de frutas contabilizaron el 3% del valor de las exportaciones totales de la Unión Europea (UE); 684 millones de euros y 465 mil toneladas.⁵

Este grupo de productos experimentó un crecimiento del 19% en valor y de un 17% en volumen entre el 2008 y 2009, este es uno de los grupos de productos con mayor crecimiento en exportaciones en ese periodo.⁶

Las importaciones de jaleas y mermeladas desde países desarrollados tuvieron un crecimiento de un 59% en valor y de un 25% en volumen entre el 2008 y el 2009, este es por lo tanto, uno de los grupos de productos cada vez con un mayor crecimiento en el mercado europeo.⁷

En el Ecuador también se ha implementado la conservación de la fruta añadiéndole su peso en miel, haciéndola hervir hasta que tuviera la consistencia deseada de las frutas con fines de conservación y comercialización de las diferentes variedades de frutas que son: mora, frutilla, manzana, piña, albaricoque, fresa, tomate de árbol, etc., que se cultivan en el país, ya que este producto contiene un alto grado de proteínas y vitaminas que contribuye en la seguridad alimentaria y nutricional, por lo cual se ha incrementado la demanda a nivel local, nacional.⁸

En el mercado existen mermeladas y jaleas de todas las calidades y precios, ya que el consumidor es muy variado, unos prefieren las de frutas tropicales que se procesan en Ecuador, otros con gustos más refinados las importadas de marca.

Este producto es consumido por lo general todo el año ya que por su método de conservación le permite al consumidor ecuatoriano disfrutarlo en cualquier época.

⁴ www.Sistemas de información de importaciones y exportaciones (SIDIE)

⁵ Ob.cit.

⁶ Ob.cit

⁷ Ob.cit

⁸ www.concope.gov.ec/.../index.php?option=com.

La producción nacional de mermelada ha venido creciendo a un ritmo anual del 9,5% en el período 2008-2009; al aumentar las ventas en el mercado externo y elevarse el rendimiento promedio anual de la tasa de crecimiento de las ventas de mermeladas en un 2.9%. Ecuador exporta alrededor 74.262 miles de dólares y su participación en el mercado es del 2.5%.⁹

Los principales mercados detallistas de mermelada son: SUPERMAXI, MEGAMAXI, supermercados TIENDAS INDUSTRIALES ASOSIADAS(TIA), supermercados AKi, supermercados SAN ANDRÉS, mercados SANTA MARIA, MI COMISARIATO, etc.¹⁰

La producción de mermelada en el Ecuador lo realizan empresas como:

EMPRESAS	MARCAS
Pronaca	Gustadina
Visoa Representaciones Guayas	Guayas
Facundo y Chivería	Facundo
Disasoc	Loja
Rancho J&F	Rancho J&F
Comercio Justo	Ideas
Caritas diocesana	Tenerife
Caseras el bosque	Caseras el bosque
Artesanales Valentina	Valentina

FUENTE: Revista la familia, el comercio, domingo, 4 de octubre del 2009.

AUTORAS: Rocío Colcha y Nancy López

El principal competidor de alta rotación en puntos de venta es la empresa Pronaca, con su mermelada Gustadina.¹¹

En la provincia Bolívar en el periodo 2008-2009, el consumo total de mermelada se ha incrementado en un 10%, su precio ha variado en un 11%, su producción

⁹ www. Progressive grocer .gov.ec/2008/2009

¹⁰ El Comercio, lunes 26 de octubre del 2009, pág. 11.

¹¹ www. Progressive grocer .gov.ec/2008/2009

destinada para la provincia Bolívar es de un 20% y su restante lo destinan a la exportación de la mermelada.¹²

La producción de mora y tomate las mismas que son principal materia prima para la producción de mermelada, en la provincia Bolívar las cuales se encuentran ubicadas en: San Miguel (Las Guardias, San Pablo), Chillanes, Guaranda, Chimbo (Vía Echeandia) El Tambo, Guarumal y Gualasay y otros cantones, hay 1. 870 hectáreas de mora y 472 hectáreas de tomate de árbol, la Parroquia La Magdalena, es una de las más importantes del Cantón Chimbo, se encuentra situada a 2.740. m.s.n.m., tiene una temperatura media de 12°C; dista a seis kilómetros de la cabecera cantonal y en posición noreste. Descansa en las estribaciones occidentales de la cordillera o ramal de Chimbo. Tiene una población de 2790 habitantes. Los límites naturales de la parroquia son los siguientes: por el norte, el Río denominado Tillirungo, que separa la parroquia de San Antonio (hoy Cantón Caluma); por el sur, el río denominado Guayco, que separa la parroquia de San Sebastián y que siguiendo hacia arriba termina en el Virrollo llamado Gualasay y los puntos Tundaloma y Aminchulli, que separa la parroquia Telimbela; por el oriente, el río, Panchigua, que separa la parroquias de San Antonio (hoy Cantón Caluma) y Telimbela.¹³

La principal actividad de los moradores de esta parroquia es la agricultura, quienes producen: mora en un volumen anual de 24.000 kilos al año, y tomate de árbol con un volumen anual de 20.000 kilos, los mismos que desde épocas pasadas son comercializadas en un 10% en el mercado local y en un 90% fuera de él;¹⁴ lo hacen a intermediarios que recorren las plantaciones, cuyo precio es fijado de acuerdo al comportamiento del mercado, imponiéndose el criterio del comerciante, por lo que en ocasiones el productor no recupera los costos de producción, incurriendo en pérdidas ya que no considera el trabajo familiar.¹⁵

El sistema de comercialización es deficiente ya que los productores no cuentan con medios de transporte para trasladar la mora y el tomate de árbol a los mercados

¹² <http://www.revistalideres.ec/CustomerFiles/Lideres/Especiales/2009/septiembre/provincias/9chimborazo/provincias9.html>
¹³ Estuardo, Monar. Libro: Chimbo Ciudad, Cantón Grande en la Historia, pág.155

¹⁴ Ob.cit.

¹⁵ Ob.cit.

locales, lo cual se lo realiza contratando vehículos de las cooperativas del sector, lo que incrementa de manera progresiva el costo de producción.

Entre los productores no existe una organización que los agrupe y les permita a los mismos comercializar la mora y tomate de árbol directamente a los empresarios que les garanticen un precio justo.

Durante el proceso de producción, los agricultores realizan inversiones en: fertilizantes, pesticidas, herbicidas, con el fin de proteger las plantaciones de mora y tomate de árbol, para obtener mayor producción, pero en temporada de cosecha el precio por kg de estos productos en los mercados locales, oscilan entre \$0,40 y 0,50¹⁶ respectivamente, lo que no les permite recuperar sus costos.

En lo concerniente a la mano de obra de los productores la mayoría de las actividades agrícolas la realizan de manera familiar, ya que los ingresos de la producción de mora y tomate de árbol que se da por su cosecha al año, no alcanza para solventar los gastos de manutención, por lo que los trabajadores han migrado a otras ciudades en busca de mejores ingresos.¹⁷

En el sector existe personal con experiencia rudimentaria en trabajos agrícolas tales como la producción de mora, tomate de árbol entre otros, dispuestos a prestar sus servicios a cambio de una remuneración que en la actualidad oscila, entre 6\$ a 8\$ diarios, pero no han podido insertarse en este mercado laboral porque los productores prefieren reducir costos trabajando familiarmente.¹⁸

Se ha observado que en la localidad no existe un centro de acopio que permita la conservación y preservación de mora y de tomate de árbol hasta llegar a los mercados de destino en óptimas condiciones garantizando la seguridad alimentaria.

La comercialización de la mora, tomate de árbol en los mercados locales como fuera de él, se lo realiza de manera informal, lo que quiere decir que no tienen ingresos

¹⁶ Colcha Rocío, López Nancy, Investigación de mercado

¹⁷ Vázquez Lola, Napoleón, Ecuador su realidad, Editor Edgar Tello, Quito, 2007, pág. 43.

¹⁸ [www. Recursoshumanos.com.ec](http://www.Recursoshumanos.com.ec)

seguros, no disponen de seguridad social y no tienen derechos reconocidos por la ley, provocando ingentes pérdidas económicas para los productores.

En tal virtud cabe señalar que en la parroquia no existe una empresa dedicada a la producción de mermeladas, de acuerdo con estas necesidades nos hemos propuesto buscar una nueva fuente de ingresos, para todas las familias de la parroquia y de esta manera servir a la sociedad, cumpliendo sus expectativas

Por lo que se hace imprescindible en la parroquia la Magdalena la implantación de una empresa dedicada a la producción de mermeladas, que aproveche la sobre producción de materia prima, generando mayor capacidad adquisitiva que permita mejorar las condiciones y calidad de vida de los moradores del sector; su comercialización se llevara a cabo en el sector urbano de la ciudad de Guaranda, ya que todo negocio grande, mediano o pequeño es importante para la economía, al ser fuente creadora de riqueza, generadora de empleo, lo que permitirá solucionar en parte, algunas de las necesidades más imperiosas, tanto del consumidor como de los proveedores.

El éxito de la empresa depende más de la creatividad que del análisis, sin descuidar el plan empresarial y las estrategias necesarias para enfrentarnos al mercado, por lo tanto mucho tiene que ver la competencia, sus propietarios y empleados para mantener, desarrollar y conseguir que el negocio prospere, dentro y fuera del medio.

1. 3. JUSTIFICACIÓN

El progreso de los pueblos ha dependido de la forma en que han manejado sus recursos productivos para garantizar la seguridad alimentaria y su excedente destinarle a la comercialización; proyectándose a su procesamiento y conservación, considerando que las expectativas del consumidor son cada vez más exigentes.

En la parroquia la Magdalena y sus sectores aledaños se puede observar: un débil sistema de comercialización en los mercados locales, limitaciones de transporte propio, no existencia de una asociación de productores, baja cotización de la mora y el tomate de árbol en el mercado local, alto índice de desempleo en el sector de la Magdalena¹⁹, falta de apoyo gubernamental con políticas de subsidios, incentivos y estímulos, existencia de un centro de acopio de mora y de tomate de árbol, la comercialización se realiza de manera informal, situaciones que ha generado que la mayoría de la población económicamente activa de esta localidad, migren a otros lugares del país en busca de mejorar sus oportunidades de vida.

Ante esta situación se propone elaborar un proyecto de inversión, para la producción de mermeladas en la parroquia la Magdalena, provincia Bolívar, que permita promover el desarrollo de la zona, contribuyendo de esta manera al mejoramiento económico de los productores y sus familias, enfrentando los problemas que sufre la población de la localidad: desaliento causado por la emigración de familiares al extranjero, crisis económica general del país²⁰, además, la producción de mermeladas es una manera de utilizar los grandes excedentes de mora y tomate de árbol que hay debido al clima.

Cabe recalcar que la investigación efectuada es muy importante debido a que estará instrumentada de estrategias operativas y recogerá las necesidades y expectativas de las comunidades tales como: Tambo, Guarumal, Gualasay de la parroquia la Magdalena, que son aproximadamente 120 productores de mora y tomate de árbol²¹, contribuyendo, positivamente a mejorar las condiciones económicas de su

¹⁹ Inec.censo.2001

²⁰ Vázquez Lola, Napoleón, Ecuador su realidad, Editor Edgar Tello, Quito, 2007, pág. 281.

²¹ <http://www.revistalideres.ec/CustomerFiles/Lideres/Especiales/2009/septiembre/provincias/9chimboraazo/provincias9.html>

población, disminuyendo la inequidad en el ingreso de las personas y de los hogares; combatir la especulación, reactivar las grandes potencialidades agroproductivas, para ser competitivos a nivel local regional y nacional.

El presente trabajo está orientado a fortalecer la parroquia La Magdalena convirtiendo a los productores en verdaderos emprendedores, con el fin de contribuir al desarrollo económico y social, se ha efectuado un estudio que permita relacionar sus necesidades con oportunidades y buscar un sistema que admita incentivar a los productores a ser los principales proveedores de mora y tomate de árbol, y se convierta en fortaleza tanto para los productores como para la empresa de mermelada.

En la parroquia Salinas, provincia de Bolívar existe una empresa dedicada a la producción de mermeladas, sus proveedores de la materia prima son los campesinos del mismo lugar dedicados a la actividad agropecuaria, la finalidad es dar a los campesinos organizados la posibilidad de una liberación social eliminando la dependencia de los intermediarios y el complejo de inferioridad respecto de los hacendados proporcionando de esta manera a propiciar el incremento de los ingresos que permita mejorar las condiciones de existencia de las familias campesinas, la producción de mermelada lo realiza de manera manual e industrial, produciendo en pocas cantidades, para el mercado local y en grandes cantidades, para el mercado nacional e internacional comercializando su producto a diferentes ciudades y países.²²

²² Cadena Mario, Boada Jorge, Las queserías rurales del Ecuador, Editor José Dubach, Salinas 2009, pág.15-21

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. General

Elaborar un proyecto de inversión para la creación de una empresa productora de mermelada, en la parroquia La Magdalena, cantón Chimbo, provincia Bolívar, año 2010.

1.4.2. Específicos

1. Elaborar un estudio de mercado en los lugares de influencia.
2. Realizar el estudio técnico y administrativo del proyecto.
3. Efectuar el estudio financiero que permita la identificación de los costos, inversiones, financiamiento, ingresos del proyecto.
4. Elaborar la evaluación financiera, social y ambiental del proyecto.

1.5. METODOLOGÍA

Bajo los métodos inductivo, deductivo, sistemático e histórico partimos desde una evaluación general de consumo de mermelada, hasta las opiniones dirigidas a la evaluación de un nuevo producto, que será la marca que se quiere introducir.

Para el presente trabajo de investigación se ha tomado en cuenta los diferentes métodos:

1.5.1. MÉTODOS

Método Inductivo.- Este método nos facilitó el reconocimiento de los recursos y talentos humanos que posee la parroquia La Magdalena, con la finalidad de aprovecharlos correctamente para mejorar el nivel de vida de los habitantes.²³

Método Deductivo.- Este procedimiento nos permite afirmar o negar las aseveraciones generales planteadas en nuestra empresa mediante técnicas apropiadas que me permita llegar a conclusiones particulares.

Método Sistemático.- A través de la unificación de la información recolectada realizamos un análisis que nos permitió conocer mejor los problemas existentes en el sector, para de esta manera relacionarlos con nuestro estudio y buscar mejorías para el bienestar de la colectividad.

Método Histórico.- Mediante este método investigamos los acontecimientos, ideas personas movimientos que han sido parte de la historia, los mismos que nos ayudaron a conocer cuál fue el inicio de los procesos productivos de la mermelada y de esta forma implementarlo y mejorarlo en nuestro proyecto.

²³ Sánchez Cegarra, Metodología De La Investigación Científica y Tecnológica, Ediciones Díaz de Santos, 2004 ISBN 8479786248, 9788479786243 N.º de páginas 28-34 páginas

1.5.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Teniendo en cuenta que no se han encontrado proyectos de estudios de mercados que estén relacionados con la investigación presente; se optará por una investigación de tipo exploratoria, correlacional, explicativa, descriptivo, bibliográfica y de campo ya que el diseño de investigación está cuidadosamente planeado y estructurado, a través de una encuesta y una muestra poblacional diseñada para tal fin.

Los estudios efectuados determinan las percepciones del comprador acerca de las características del producto y los perfiles de audiencia para diferentes medios de comunicación

Los tipos de investigación que utilizamos son:

Exploratoria.- Este tipo de estudio nos ayudó a recabar e identificar los principales datos acerca de la creación y producción de la mermelada, así como también la investigación de los principales ofertantes y la demanda insatisfecha del producto, estos datos nos permiten constatar la viabilidad del proyecto a ejecutarse.²⁴

Correlacional.- Este método nos sirve para medir las variaciones del precio, de producción productividad entre otros factores para establecer el nivel de ingresos que obtendremos con la oferta de la mermelada en el mercado.

Explicativa.- Mediante este método explicamos por qué se va a efectuar la creación de la empresa, ya que para llegar a concretar nuestro negocio se toma en cuenta algunas variables como es la competencia y el mercado, al cual va dirigido el producto.

Descriptiva.- Este método nos ayudó a relatar los diferentes procesos que se van a efectuar dentro del proyecto, logrando con ello especificar nuestro producto y los beneficios que se van a ofertar a nuestros clientes.

Bibliográfica.- A más del tipo de estudios planteados en nuestra investigación utilizamos la investigación bibliográfica ya que para nuestro proyecto investigamos

²⁴ Sánchez Cegarra, Metodología De La Investigación Científica y Tecnológica, Ediciones Díaz de Santos, 2004 ISBN 8479786248, 9788479786243 N.º de páginas 32-45 páginas

en libros, folletos, revistas, internet, para mejorar la estructuración de la empresa de mermeladas que nosotras planteamos.

De campo.- Acudimos a obtener información en el sector urbano de la ciudad de Guaranda, en los que es factible su estudio, con la finalidad de conocer gustos y preferencias de nuestros posibles clientes, información que es de fuente primaria.

1.5.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS

Se necesita una investigación que describa el tamaño del mercado, el poder adquisitivo de los consumidores, la disponibilidad de distribución y perfiles del comprador del producto. Además, se ha seleccionado como principal fuente de datos a los encuestados, ya que son los consumidores del producto investigado y base primaria sobre el conocimiento del producto, en lo que se refiere a actitudes, motivaciones, y conocimientos futuros de los mismos, mediante la formulación de preguntas para la obtención de información sobre el tema propuesto son las siguientes:

Encuesta.

Esta técnica nos ayudó a obtener opiniones escritas directamente de nuestros posibles clientes.

Para lo cual utilizamos un listado de preguntas escritas y se aplicó a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda, con el fin de una contestación escrita, por lo tanto nos sirvió para recabar información que sustente la factibilidad de nuestro proyecto.

Observación.

Aplicamos fichas de observación dirigidas a TIA, Multicomercio Guaranda y local de mermeladas “Salinerito”, con el fin de conocer el precio al que se vende el producto en el mercado de Guaranda.

1.5.4. UNIVERSO Y MUESTRA

Para el año 2009 según la información obtenida de la proyección realizada por el INEC, se ha estimado que en la ciudad de Guaranda habitan 21.136 personas obteniéndose una tasa de crecimiento del 1.9%.²⁵

Para nuestro estudio el universo constituye la población del sector urbano de la Ciudad de Guaranda, a la cual lo transformaremos en familias, tomando como dato que una familia tipo está conformada por 5 miembros, con esta información la población lo dividimos para 5 y se obtiene que en esta ciudad existe 4.227 familias, constituyéndose en el universo de estudio.

TAMAÑO DE LA MUESTRA

TOTAL: 21.136 habitantes (sector urbano de la ciudad de Guaranda)

$$21.136 / 5$$

Muestra: 4.227 Familias

$$n = \frac{M}{e^2(m-1)+1}$$

Donde

n= tamaño de la muestra

m= población

e= error admisible

$$n = \frac{4.227}{0,05^2(4.227-1)+1}$$

$$n = \frac{4.227}{0,0025(4.226)+1}$$

$$n = \frac{4.227}{10,57+1}$$

$$n = \frac{4.227}{11,57}$$

$$n = \mathbf{365}$$

²⁵ www.inec.com/2009

1.5.5. PROCESAMIENTO DE DATOS

A partir del modelo de encuesta, se realiza el levantamiento de información de la población objeto de estudio, procedemos a tabular, presentando los resultados en cuadros estadísticos, de cada una de las variables y las opiniones, calculando la frecuencia de respuestas vertidas, procedemos calcular los porcentajes utilizando el programa Microsoft Excel, posteriormente se gráfica y finalmente se analiza los resultados en forma cuantitativa y comparativa.

CAPITULO II

2.1. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

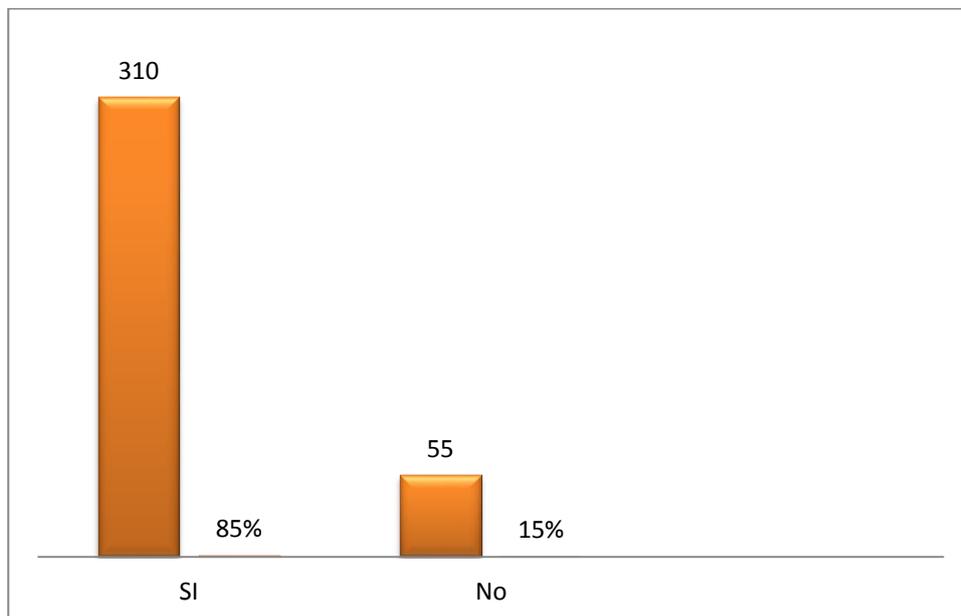
1. ¿Ha consumido usted mermeladas?

CUADRO N°1

DETALLE	N°. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
SI	310	85%	3.593
No	55	15%	634
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N° 1



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Claramente podemos notar que el sector urbano de la ciudad de Guaranda si tienen el hábito de consumir mermeladas lo cual nos demuestra que nuestro producto tendrá una acogida favorable en el mercado.

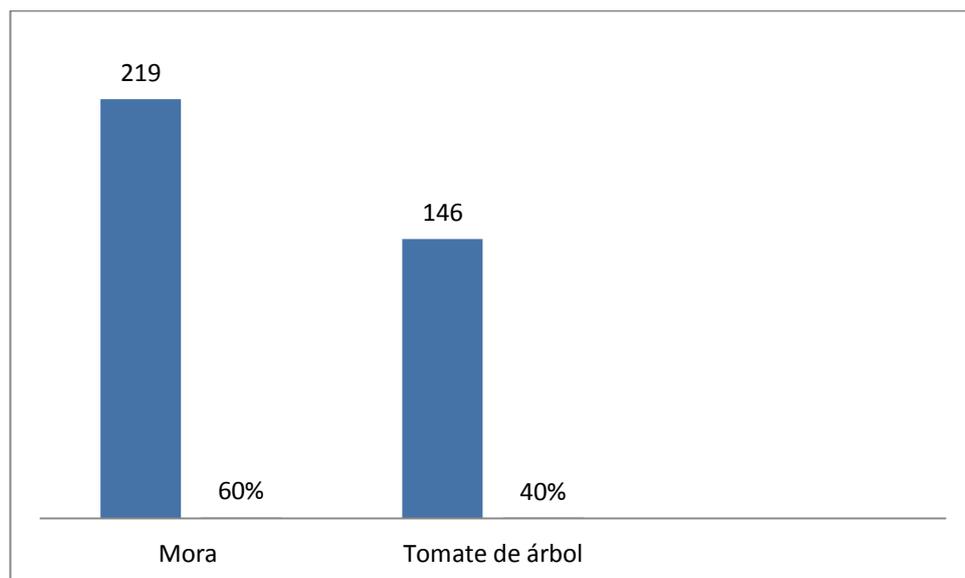
¿Qué sabores prefiere usted?

CUADRO N° 2

DETALLE	Nº. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Mora	219	60%	2.536
Tomate de árbol	146	40%	1.691
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N° 2



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Envase a la información obtenida podemos constatar que el sabor de preferencia de las familias es el de mora debido a su alto contenido de vitaminas y nutrientes lo que posibilitaría posicionar nuestro producto en el mercado.

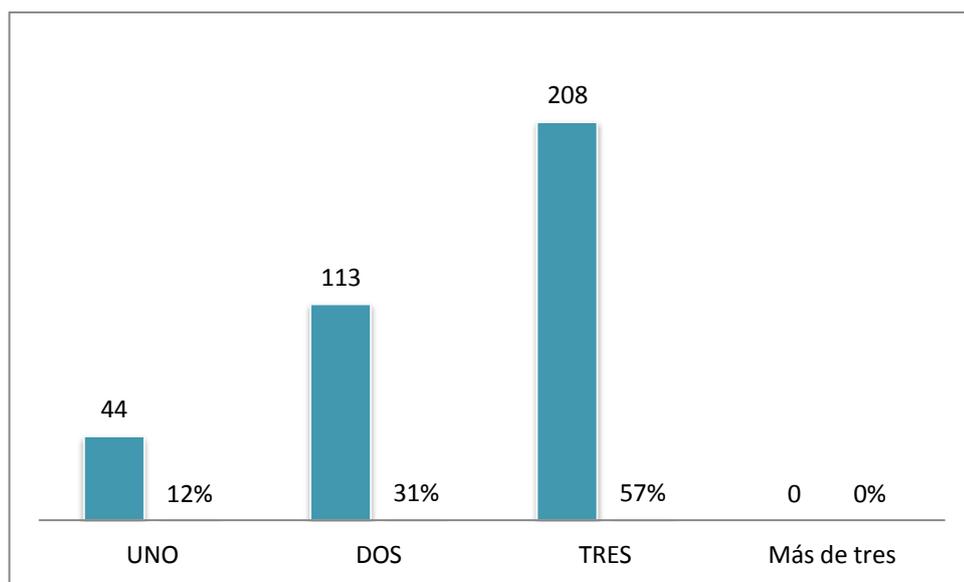
2. ¿Cuántos frascos de mermelada consume usted al mes?

CUADRO N°3

DETALLE	Nº. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
UNO	44	12%	507
DOS	113	31%	1.311
TRES	208	57%	2.409
Más de tres	0	0%	0
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N°3



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Al verificar el resultado vertido en esta pregunta del consumo mensual de mermelada por cada uno de los hogares hemos concluido que por lo general las familias consumen tres frascos ya son utilizados como postres.

3. ¿En qué tamaño prefiere la presentación de la mermelada?

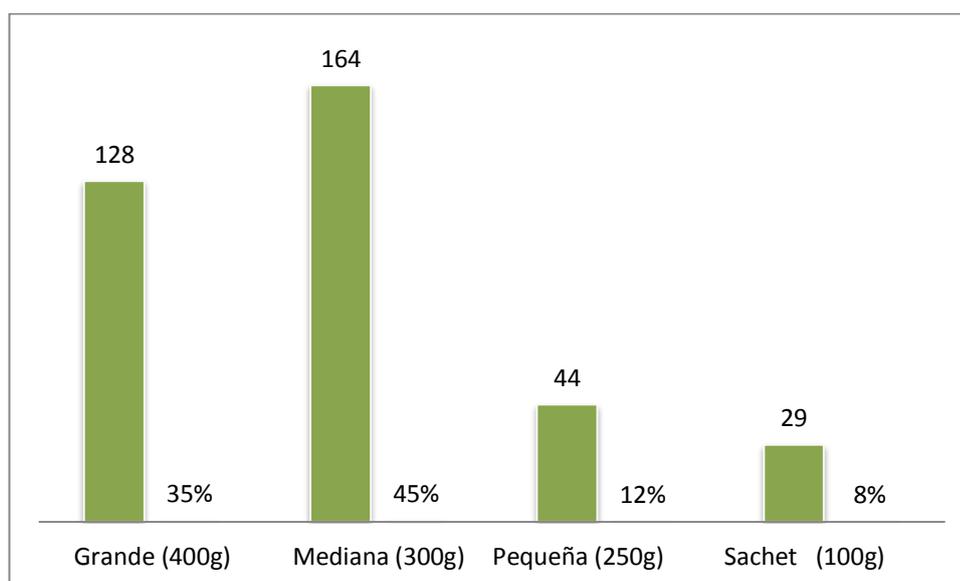
CUADRO N°4

DETALLE	Nº. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Grande (400g)	128	35%	1.480
Mediana (300g)	164	45%	1.902
Pequeña (250g)	44	12%	507
Sachet (100g)	29	8%	338
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N°4



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Como podemos apreciar en el cuadro el tamaño de frasco de mayor preferencia es el de 300 g esto obedece a su precio y a su fácil portabilidad.

4. ¿Cuál es el envase que prefiere para la presentación de la mermelada?

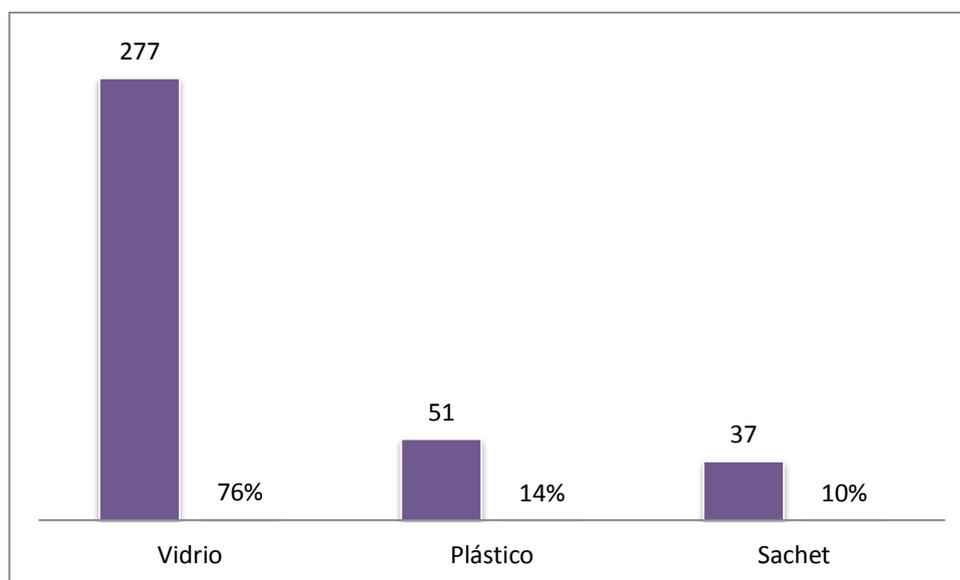
CUADRO N° 5

DETALLE	N°. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Vidrio	277	76%	3.213
Plástico	51	14%	592
Sachet	37	10%	422
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N°5



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Con esta información nos podemos dar cuenta claramente que el envase de mayor preferencia es el de vidrio por que permite mayor tiempo de conservación del producto y por su reutilización del envase.

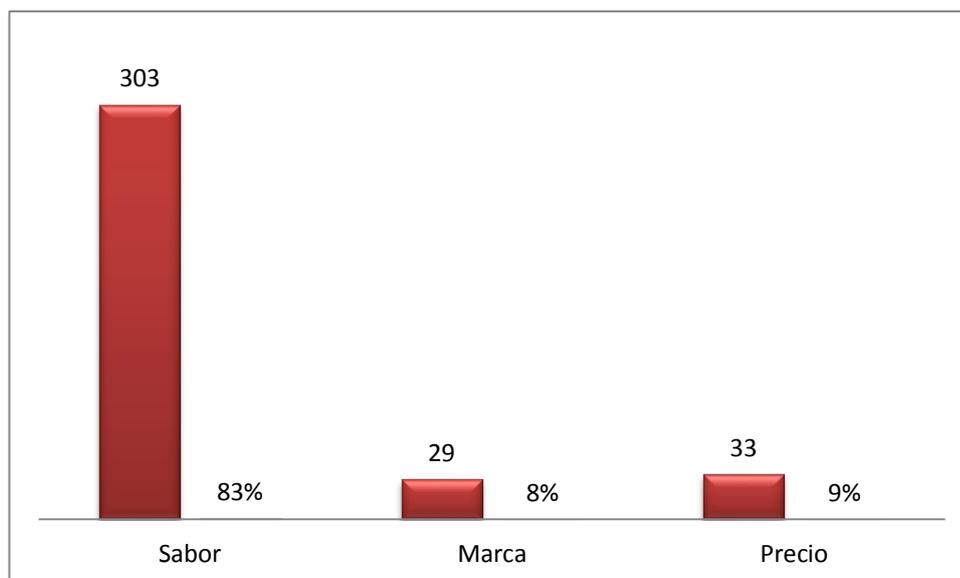
5. ¿Por qué compra el producto?

CUADRO N°6

DETALLE	Nº. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Sabor	303	83%	3.508
Marca	29	8%	338
Precio	33	9%	381
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N°6



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

La información obtenida nos refleja que las familias demandan el producto por su sabor dejando de lado la marca y el precio.

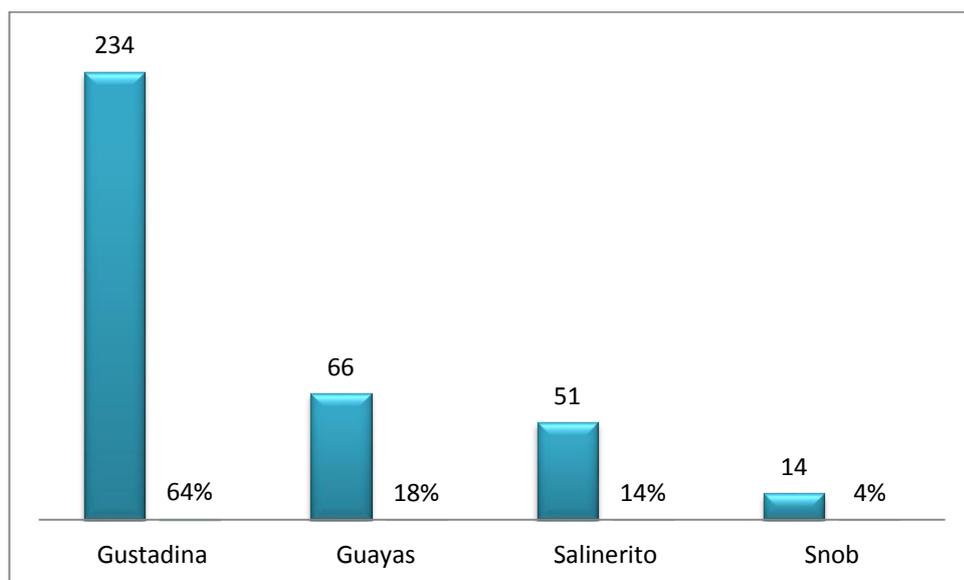
6. ¿Cuál de las siguientes marcas de mermelada es de su preferencia. ?

CUADRO N°7

DETALLE	N°. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Gustadina	234	64%	2.705
Guayas	66	18%	761
Salinerito	51	14%	592
Snob	14	4%	169
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N° 7



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

De la información arrojada de las encuestas efectuadas, nos revela que la mermelada de mayor preferencia es de la marca Gustadina ya que tiene mayor aceptación en el mercado por ser una marca reconocida y de prestigio nacional e internacional.

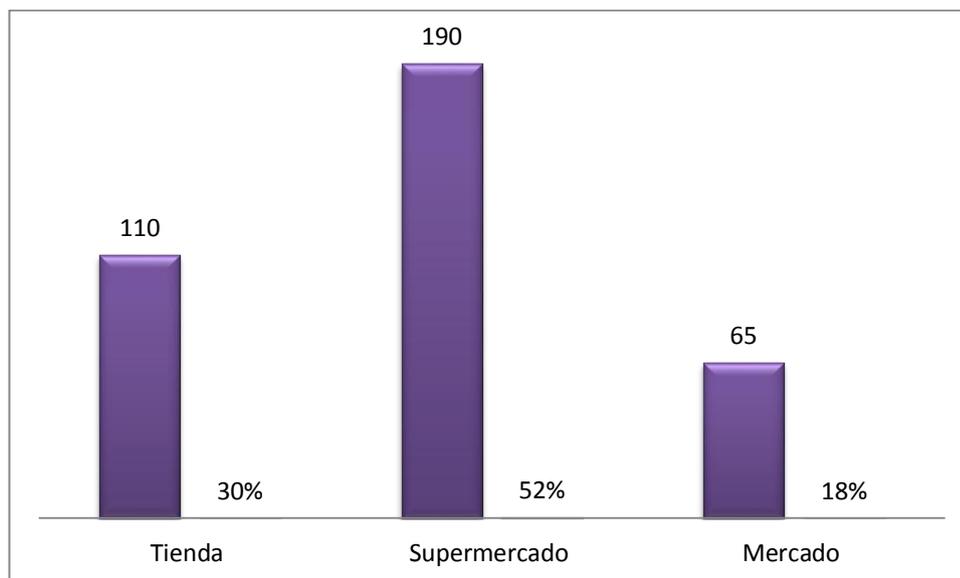
7. ¿Dónde compra?

CUADRO N° 8

DETALLE	Nº. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Tienda	110	30%	1.268
Supermercado	190	52%	2.198
Mercado	65	18%	761
Total	365	100%	4.227

Fuente: Encuestas aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N° 8



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

De la información arrojada de las encuestas efectuadas, nos revela como resultado que, las familias prefieren adquirir el producto en los supermercados por su precio y comodidad.

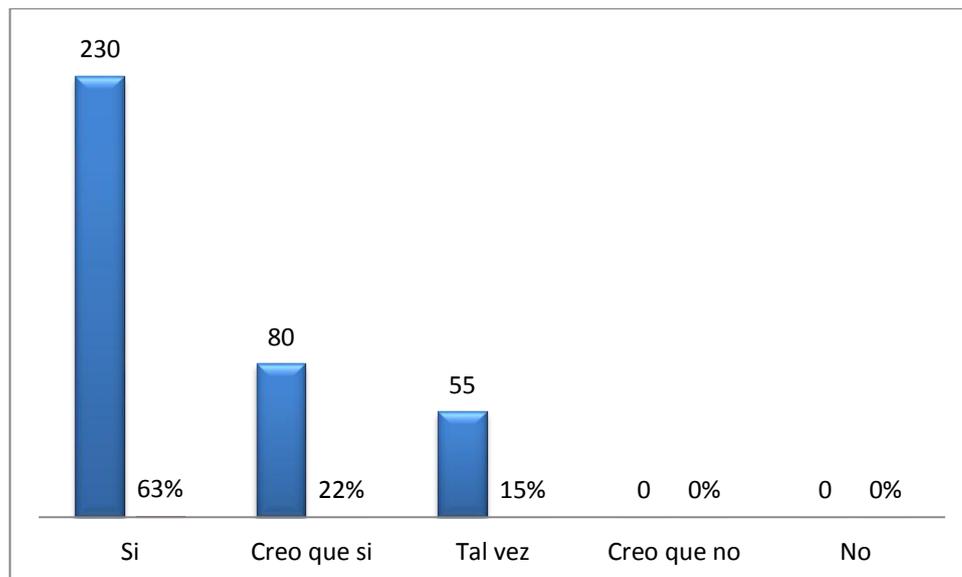
8. ¿Estaría dispuesto a consumir mermelada producida en la provincia Bolívar?

CUADRO N°9

DETALLE	Nº. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Si	230	63%	2.663
Creo que si	80	22%	930
Tal vez	55	15%	634
Creo que no	0	0%	0
No	0	0%	0
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

GRAFICO N°9



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

De la tabulación estadística realizada en esta pregunta a las familias del sector nos muestra que si consumirían mermelada producida en nuestra Provincia como apoyo a la producción nacional.

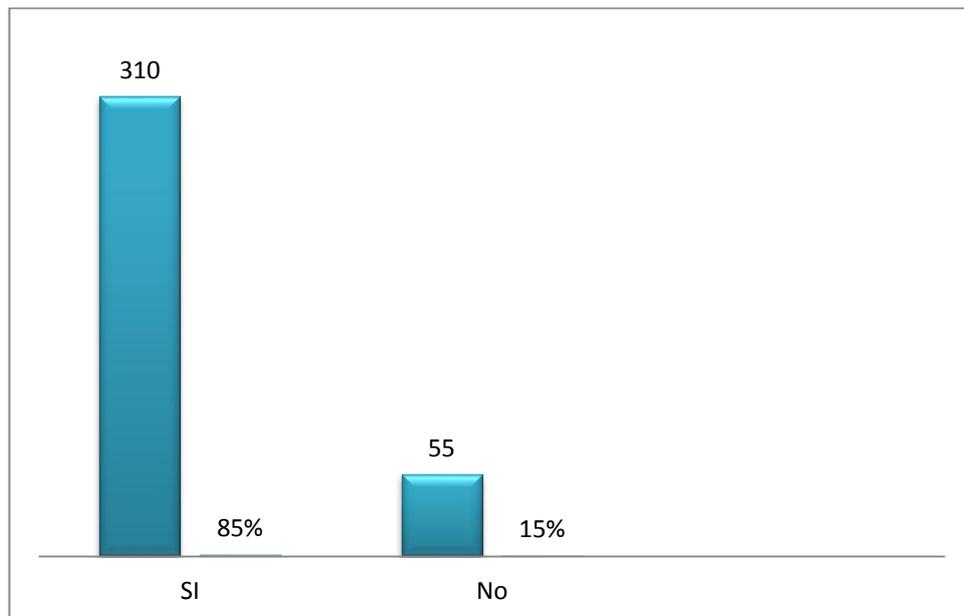
9. ¿Sustituiría las marcas de mermelada que usted consume por otra nueva que le proponemos?

CUADRO N°10

DETALLE	N°. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Si	530	85%	3.593
No	91	15%	634
TOTAL	621	100%	4.227

Fuente : Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

GRAFICO N°10



Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda
Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Examinando esta información reflejó que las familias si cambiarían la marca que prefieren por su calidad, cantidad y precio.

2.2. CONCLUSIONES

- Al realizar la encuesta a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda nos respondieron que si consumen mermeladas, lo cual es muy conveniente para nuestro proyecto de creación de una empresa productora de mermeladas.
- Las familias de la ciudad de Guaranda prefieren la presentación de las mermeladas en frascos de vidrio, por lo tanto nos ayuda a identificar el empaque que nuestro producto va a conservar, prefiriendo de esta forma el producto por calidad, cantidad y precio, por lo que se concluye que nuestra empresa debe cumplir con las exigencias del cliente para tener éxito y ser competitivos en el mercado.
- Las familias prefieren adquirir la mermelada en supermercados lo que demuestra que nuestro producto tendrá que ser ofertado en estos sitios.

CAPITULO III

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

La presentación de la mermelada que se ofrece al mercado tiene las siguientes características:

Sabores: Mora y tomate de árbol

Envase de vidrio herméticamente cerrado

Presentación en tamaños de 400 g y 300 g.

Embalado en cajas de cartón de 24 unidades

La etiqueta contiene la información normal de: fábrica elaboradora, nombre del producto, logotipo, componentes nutricionales, dirección, código de barras, ingredientes, contenido y número de registro de la Secretaría de Salubridad.

3.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA Y PROYECCIONES

Luego de haber levantado la encuesta en el sector urbano de la ciudad de Guaranda a nuestros posibles clientes hemos determinado que entre los sabores que ofertamos el de mayor preferencia es el de mora, por lo cual el mayor porcentaje de la capacidad instalada de la planta estará orientada a la producción de este producto.

CUADRO N° 1

ALTERNATIVA	N°. ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Mora	219	60%	2.536
Tomate de árbol	146	40%	1.691
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

La presentación de nuestro producto sera de 300 g y 400 g respectivamente puesto que estos son de mayor adquisición en el mercado.

CUADRO N° 2

TAMAÑO

DETALLE	N° ENCUESTAS	PORCENTAJE	UNIVERSO
Grande (400g)	128	35%	1.480
Mediano (300g)	164	45%	1.902
Pequeña (250g)	44	12%	507
Sachet (100g)	29	8%	338
TOTAL	365	100%	4.227

Fuente: Encuesta aplicada, el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

CUADRO 3

DEMANDA DE MERMELADAS

ALTERNATIVAS	N°. PERSONAS	PORCENTAJE	UNIVERSO	CONSUMO MES	CONSUMO ANUAL
UNO	44	12%	507	507	6.084
DOS	113	31%	1.311	2.622	31.464
TRES	208	57%	2.409	7.227	86.734
TOTAL	365	100%	4.227	10.358	124.282

Fuente: Encuesta aplicada el 6,7,8 de mayo del 2010 a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

Para el cálculo del cuadro de la demanda, se toma como referencia las respuestas vertidas en la pregunta número 3 de la encuesta realizada a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda, conociendo de esta manera el consumo mensual de mermeladas.

Posteriormente multiplicamos por 12 meses para establecer el consumo anual, respuestas que posteriormente nos servirán para realizar la proyección de la demanda.

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda se utilizó una tasa de crecimiento del 2% por los datos recopilados en el estudio de mercado, lo cual nos permite conocer el consumo a futuro.

Formula del monto

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

C_n = Consumo a futuro.

C_o = Consumo inicial

i = Tasa de crecimiento anual 2%.

n = Número de años.

AÑO	CONSUMO
2010	124.282
2011	126.767
2012	129.302
2013	131.888
2014	134.526
2015	137.217

Fuente: Cuadro número 3

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

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

$$C_n = 124.282 (1 + 0,02)^1$$

$$C_n = 124.282 (1,02)$$

$$C_n = 126.767$$

3.1.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para la mermelada en su presentación de 300 g y 400 g, la competencia directa, es: Jaleas, manjar, dulce de leche, miel de abeja, leche condensada.

Los sabores más comunes de mermeladas que ofrecen las diferentes marcas para la ciudad de Guaranda son:

PRODUCTOR	UBICACIÓN	SABORES QUE OFERTAN	PRODUCCIÓN ANUAL	PRODUCCIÓN TOTAL
Salinerito	Parroquia Salinas	Mora	5.000	8.000
		Guayaba	1.300	
		Frutilla	1.700	
Guayas	Guayaquil	Mora	7.000	11.000
		Guayaba	1.000	
		Frutilla	2.000	
		Piña	1.000	
Gustadina	Quito	Mora	8.000	12.200
		Guayaba	1.000	
		Frutilla	2.000	
		Piña	1.000	
Snob	Quito	Mora	2.000	4.000
		Guayaba	1000	
		Frutilla	1200	
		Piña	800	
TOTAL				35.200

Fuente: www.producciondemermeladas.com/ec.

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

De los datos vertidos por las empresas los sabores más vendidos son el de frutilla y el de mora dejando para segundo lugar los otros sabores.

PRINCIPALES COMPETIDORES

PRODUCTOR	UBICACIÓN	PRODUCCIÓN ANUAL
Salinerito	Parroquia Salinas	8.000
Guayas	Guayaquil	11.000
Gustadina	Quito	12.200
Snob	Quito	4.000
TOTAL		35.200

Fuente: www.producciondemermeladas.com/ec.

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

3.1.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y PROYECCIONES

Esto se realizó al obtener datos históricos de la oferta de la mermelada en el mercado, utilizando de esta manera la misma metodología de la proyección de la demanda.

PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑOS	OFERTA
2010	35.200
2011	35.904
2012	36.622
2013	37.354
2014	38.101
2015	38.863

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

$$C_n = 35.200 (1 + 0,02)^1$$

$$C_n = 35.200 (1,02)$$

$$C_n = 35.904$$

DEMANDA INSATISFECHA

Después de haber efectuado un estudio de mercado obtenemos como dato que existe en el sector urbano de la ciudad de Guaranda una demanda insatisfecha de 89.086 familias.

AÑOS	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2010	124.282	35.200	89.082
2011	126.767	35.904	90.863
2012	129.302	36.622	92.680
2013	131.888	37.354	94.534
2014	134.526	38.101	96.425
2015	137.217	38.863	98.354

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Demanda Insatisfecha = Demanda - Oferta

DI = D - O

124.282-35200= 89.082

3.1.4. ANÁLISIS DE PRECIOS

Los precios están relacionados con los establecidos por la competencia en este caso las marcas de meladas Salinerito, Guayas, Gustadina y la Snob, considerando que al precio se añade una utilidad.

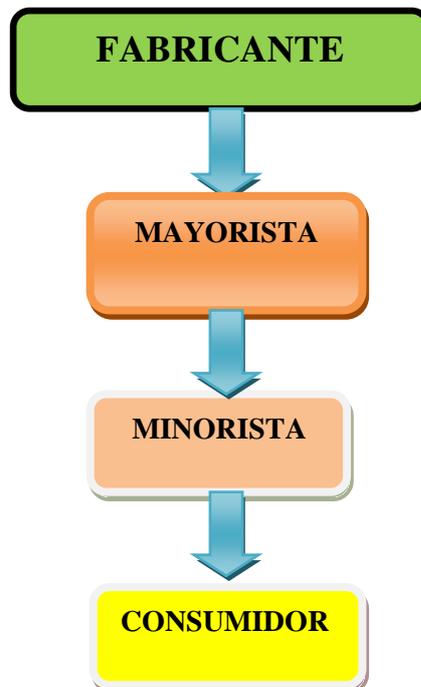
OFERENTES	TAMAÑOS	P.V.P.
Salinerito	(400g)	2,50
	(300g)	1,50
Guayas	(400g)	2,29
	(300g)	1,45
Gustadina	(400g)	2,50
	(300g)	1,60
Snob	(400g)	3,60
	(300g)	2,02
Precio propuesto por nuestra empresa	(400g)	2,30
	(300g)	1,50

Fuente: Fichas de observaciones realizadas el 14 de mayo del 2010 en supermercado TIA, multicomercio Guaranda, local del Salinerito.

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

3.1.5. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

La distribución del producto se efectúa mediante el siguiente canal de comercialización



Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

Entre los medios publicitarios utilizados para dar a conocer el producto son:

Radio.- Publicaremos un set publicitario en las emisoras más sintonizadas de la Provincia Bolívar

Afiches.- Colocaremos en lugares de mayor concurrencia pública de esta manera daremos a conocer nuestro producto

Hojas volantes. Estas serán repartidas en eventos públicos, lugares de mayor concurrencia, etc.

3.2 ESTUDIO TECNICO

3.2.1. TAMAÑO

Nuestra empresa de mermeladas mantendrá la siguiente capacidad de producción:

TAMAÑOS	SABOR	PRODUCCION ANUAL EN FRASCOS	PRODUCCION SEMANAL EN FRASCOS
Envase 400 g	Tomate	17.000	327
Envase 300 g		20.000	385
Total		37.000	
Envase 400 g	Mora	21.000	404
Envase 300 g		32.000	615
Total		53.000	

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

PRODUCTO	PRODUCCION ANUAL EN FRASCOS	PRODUCCION SEMANTAL EN FRASCOS
Mermelada 400 g	38.000	731
Mermelada 300 g	52.000	1.000
Total	90.000	1.731

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

Producción total de la materia prima en sector el sector de Cochabamba es de:

Tomate de árbol 20.000 kilos al año.

Mora 24.000 kilos al año.

La capacidad de procesamiento de la empresa para la elaboración de la mermelada es de: 14.720 kilos de tomate de árbol que es el 73.6 % de la producción total, y de mora 20.700 kilos, que representa el 86.25% de la producción total.

Es decir que su capacidad total de procesamiento al año es de 38.000 frascos de mermelada de 400 g y 52.000 de 300 g.

El rendimiento que se da al procesar la materia prima en producto elaborado mermelada es en un 85 % aproximadamente.

3.2.2. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

Nuestra empresa estará ubicada en la parroquia La Magdalena a 11.5 km del cantón Chimbo, por la cercanía a la fuente de producción de la materia prima, mano de obra, costo del transporte, entre otros factores, e impulsar el desarrollo del sector ya que la misma será creadora de fuentes de empleo.

MACROLOCALIZACION

La empresa de mermelada estará ubicada en:

Zona: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Bolívar

Cantón: Chimbo

Parroquia: La Magdalena

MICROLOCALIZACION

Sector: El Mirador, a dos kilómetros de la Parroquia La Magdalena.

Vía Chimbo La Magdalena

3.2.3 METODO CUALITATIVO DE LOCALIZACION

Realizamos una comparación entre algunos aspectos de la Parroquia La Magdalena y el sector de Cochabamba a la cual le otorgamos una calificación de acuerdo a la ubicación en la que se encuentra el sector

PARROQUIA LA MAGDALENA				SECTOR COCHABAMBA	
FACTOR	PESO	CALIFICACION	PROMEDIO	CALIFICACION	PROMEDIO
Vías de acceso	0,10	4	0,80	2	0.20
Transporte	0,10	4	0,40	2	0.20
Servicios básicos	0,20	5	0,80	4	0.80
Mercado	0,20	5	1,00	2	0.40
Mano de obra	0,20	5	1,00	3	0.60
Materia prima	0,20	2	0,40	5	1.0
TOTAL	1,00	22	4.4	18	3.2

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

3.2.4 INGENIERÍA O PROCESO PRODUCTIVO

DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA PRIMA

MORA



Nombre científico Rubus spp. Nombres comunes.- Mora, zarzamora

Sistemática. Reino: Vegetal Clase: Angiosperma Subclase: Dicotiledónea Orden: Rosae Familia: Rosaceae .Genero: Rubus.

La mora fue y aun es en parte el arbusto espinoso de los rastrojos cercas y montes del que se recogen frutos silvestres. Su distribución es mundial, pero la explotación comercial es mayor en las regiones templadas que en los trópicos.

La mora se cultiva en China desde hace siglos y se ha adaptado con éxito a otras zonas de las regiones templadas y subtropicales del hemisferio norte como en Europa México y América como plantas ornamentales.

La mora es un fruto de sabor agridulcede unos dos centímetros de largo, con forma ovalada, formado por la agregación de glóbulos pequeños, carnosos, blandos, agridulces y, una vez maduro, tienen un atractivo color rojo-morado, es una fruta de temporada poco consumida, debido a su difícil transporte y conservación.²⁶

²⁶ Frutas, enciclopedia/ agropecuaria, producción, agrícola.1.segunda edición, marzo 20001.pág 158-167

Las Calorías que aportan es muy bajo (60 calorías por cada 100 gramos) y su contenido en grasas es insignificante.

Aporta con Vitaminas A, C, B y E y minerales como el calcio, fósforo, magnesio y potasio.²⁷

Composición química de la parte comestible del fruto (100G)

Agua	88,50
Proteínas	1,28
Grasas	0,10
Carbohidratos	9,00
Fibra	0,42
Cenizas	0,70
Otros componentes (mg)	
Sodio	1.6
Calcio	9.0
Fosforo	23.0
Hierro	0.8
Ácido ascórbico	25.0
Calorías	47

Fuente: Frutas, enciclopedia/ agropecuaria, producción, agricola.1.segunda edición, marzo 2001.pág.170-172

²⁷ Frutas, enciclopedia/ agropecuaria, producción, agricola.1.segunda edición, marzo 2001.pág.170-172

EL TOMATE DE ARBOL



Nombre común o vulgar: Árbol de los tomates, Árbol del tomate.

Nombre científico o latino: *Cyphomandra betacea*

Es parte de la familia las Solanáceas, originaria de los Andes, ésta especie se encuentra en huertos familiares desde el norte de la Argentina hasta el sureste de México y en las Antillas. Son países productores Colombia, Brasil, Nueva Zelanda, Kenia, Sudáfrica, California (EE.UU.), India, Sri Lanka, Ecuador.

El tomate es un fruto comestible, pudiendo consumir crudos o guisados.

Tiene forma oviforme, su piel es lisa, turgente, brillante y de un cierto sabor amargo. El color varía del rojo al carmín, aunque también hay variedades de tonos anaranjados a los que se les han alterado sus propiedades siendo más dulces y conteniendo unas semillas más pequeñas y tiernas. La pulpa del tomate es de color naranja oscuro, gelatinoso y en su interior alberga numerosas semillas de color granate intenso. Su sabor es agridulce. Existen variedades de tomate de árbol amarillas naranja y frutas rojas.²⁸

Sus usos medicinales en Colombia y Ecuador están relacionados con las afecciones de garganta y gripe. El fruto o las hojas, previamente calentadas o soasadas, de aplican en forma tópica contra la inflamación de amígdalas o anginas.

²⁸Frutas, enciclopedia/ agropecuaria, producción, agricola.1.segunda edición, marzo 2001.pág. 170-172

Propiedades nutritivas

Composición química de la parte comestible del fruto (100G)

Agua	88,50
Proteínas	1,28
Grasas	0,10
Carbohidratos	9,00
Fibra	0,42
Cenizas	0,70
Otros componentes (mg)	
Sodio	1.6
Calcio	9.0
Fosforo	23.0
Hierro	0.8
Ácido ascórbico	25.0
Calorías	47

Fuente: Frutas, enciclopedia/ agropecuaria, producción, agrícola.1.segunda edición, marzo 2001, pág. 170-172

Su componente mayoritario es el agua. Es un fruto de moderado valor calórico, a expensas de su aporte de hidratos de carbono.

Destaca su contenido de provitamina A y C, de acción antioxidante, y en menor proporción contiene otras vitaminas del grupo B, como la B6 o piridoxina, necesaria para el buen funcionamiento del sistema nervioso. Su contenido de fibra (soluble, pectina) es alto; mejora el tránsito intestinal.

La vitamina C interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las infecciones.

La provitamina A o beta caroteno se transforma en vitamina A en nuestro organismo conforme éste lo necesita.

La vitamina A es esencial para la visión, el buen estado de la piel, el cabello, las mucosas, los huesos y para el buen funcionamiento del sistema inmunológico. Ambas vitaminas, cumplen además una función antioxidante.²⁹

²⁹ Frutas, enciclopedia/ agropecuaria, producción, agrícola.1.segunda edición, marzo 2001.pág.170-172

PROCESO PRODUCTIVO

1. Recepción de la materia prima

En esta actividad se recibe la mora y el tomate de árbol los mismos que deben ser maduros, firmes y frescos, para la elaboración de la mermelada, se registran las características principales, proveedor, procedencia, precio, peso y estado.

2. Almacenamiento de la materia prima

Mora, por tratarse de un producto altamente perecible será almacenada como fruta fresca en un congelador, hasta su empleo posterior según requerimientos. Las compras se realizan semanalmente porque la cosecha se efectúa los días viernes una vez por semana.

El tomate de árbol por tratarse de un producto no muy perecible, se almacenará en un lugar fresco y ventilado hasta por una semana.

3. Selección de la materia prima

Visualmente y por tacto, se selecciona tanto la mora como el tomate de árbol que entrará en el proceso, debiendo elegirse principalmente la fruta muy fresca, madura y firme, eliminándose la fruta sobremadura.

4. Lavado:

La mora, el tomate de árbol deberán ser lavados con abundante agua limpia, con el objeto de eliminar polvo, suciedad y retirar huesitos que llevan adheridos.

Una vez efectuado el lavado y retirado los huesitos, la mora, el tomate de árbol se pesan y se deposita en recipientes plásticos, para ser transportados manualmente al área de despulpado.

5.- Escaldado o pelado de la fruta

En el caso del tomate de árbol se hace necesario que primero pase por un proceso de eliminación de la corteza o cascara para continuar con el proceso productivo ya que su corteza es de sabor amargo, para ello se procede al escaldado del fruto, dependiendo de la madurez de la fruta, se escaldará en agua hirviendo a una temperatura de 40° C hasta que las frutas estén blandas pero sin deshacerse.

6.- Despulpado:

Se requiere que tanto el tomate de árbol como la mora pase por un proceso de despulpado para eliminar el exceso de pepas o semillas que tiene los frutos, obteniendo de esta manera la pulpa como ingrediente principal para la elaboración de mermelada.

7. Mezcla de ingredientes

La relación frutas fresca: panela es de 1:1, es decir 1 kg de panela por 1 kg de pulpa de mora o tomate de árbol, la pectina se agrega en una cantidad de 5g por kilo y agua en un 20% de la cantidad total de fruta asignada para el proceso.

8. Mezcla y cocción

El agua, el puré de mora o tomate de árbol, la panela y la pectina se colocan en el mezclador o marmita en el orden descrito y se procede a calentarlo a los 50 a 60°C, alcanzado esta temperatura en 1 hora aproximadamente, con agitación permanente hasta lograr una mezcla homogénea y obtener la concentración deseada.

9. Verificación del porcentaje de sólidos solubles o concentración brix

Al finalizar la evaporación se toma una muestra por medio del muestreador para determinar que el producto está listo en esta etapa.

El porcentaje de sólidos solubles obtenido con un refractómetro debe tener según especificaciones un 68%.

En caso necesario se realizan los ajustes correspondientes para garantizar la calidad del producto.

10. Enfriamiento

Para el proceso de enfriamiento, el producto se bombea del tanque final y se hace pasar a través de un intercambiador de calor, el cual opera por medio de un recirculamiento de agua fría, en el cual se reduce la temperatura a 45°C,

11. Inspección final

Una vez que el producto sale del cambiador de calor cae a la mesa de inspección donde se realiza la revisión final de la mermelada.

Las especificaciones de calidad de la mermelada de mora o de tomate de árbol incluyen entre otras:

a) Características Organolépticas:

- Aspecto - Mermelada poco fluida
- Color - Rojo ligeramente oscuro
- Sabor - Dulce, ligeramente agrio
- Olor - Característico, agradable.

b) Pruebas Objetivas:

- % de sólidos solubles - de 66.5 a 68.5%
- pH- de 3 a 3.4
- Índice de dispersión- de 0.5 a 0.7 cm²/gr
- Benzoato- 0.1% máximo
- Colorante- 0.024% máximo

c) Estándares Microbiológicos:

- Cuenta total-Máximo 500 colonias por gramo

- Coliformes-Negativa
- Estafilococos-Negativa
- Hongos-Máximo 50 colonias por gramo
- Levadura-Máximo 50 colonias por gramo

Un lote será rechazado cuando no se cumpla con cualquiera de los siguientes puntos:

- El índice de dispersión sea cero
- El % de sólidos solubles sea menor de 65
- El pH sea cero
- El color califique cero
- El sabor califique cero
- La apariencia de la mermelada califique cero

12. Envasado

Una vez aprobado el producto por el área de control de calidad se procede a su envasado.

El producto se pasa a una envasadora mecánica para el llenado y tapado del frasco de cristal.

13. Etiquetado

Una vez cerrado el envase de la mermelada se procede al etiquetado del producto.

La etiqueta debe incluir la información normal de: fábrica elaboradora, dirección, código de barras, ingredientes, contenido, número de registro de la Secretaría de Salubridad y nutrientes

14. Manejo y almacenamiento del producto terminado.

Los envases de mermelada se colocan en el almacén de producto terminado.

Este producto no se debe mover hasta 24 horas después de su elaboración, lo cual permite que se termine la gelificación completa de la mermelada, de lo contrario el movimiento antes de este tiempo provoca el rompimiento del gel que está aún muy tierno (gelificación pobre aún), provocando el drenado (sinéresis) del producto que puede traer como consecuencia la formación de colonias de hongos y la descomposición de la mermelada, además de tener una presentación pobre, ya que el producto se ve aguado.

El almacenaje del producto final deberá hacerse en lugares secos, semiobscuros y con circulación de aire para mantener el producto en buen estado.

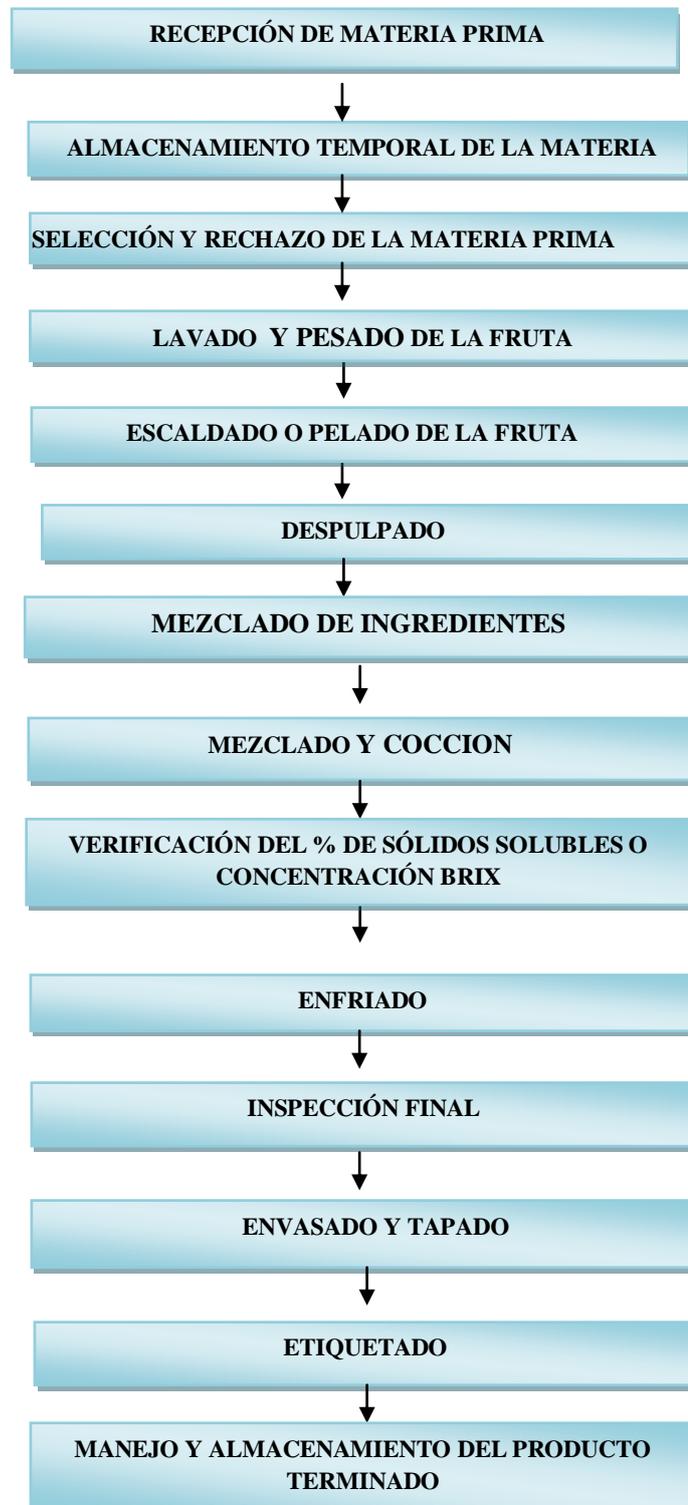
La mermelada debe tener el menor manejo posible.

El transporte se realizara de preferencia en camiones tipo furgón para evitar en lo posible que los envases de la mermelada tengan mucho movimiento, lo cual provoca el rompimiento del gel.

La carga y descarga deberá realizarse sin golpear las cajas de los envases.

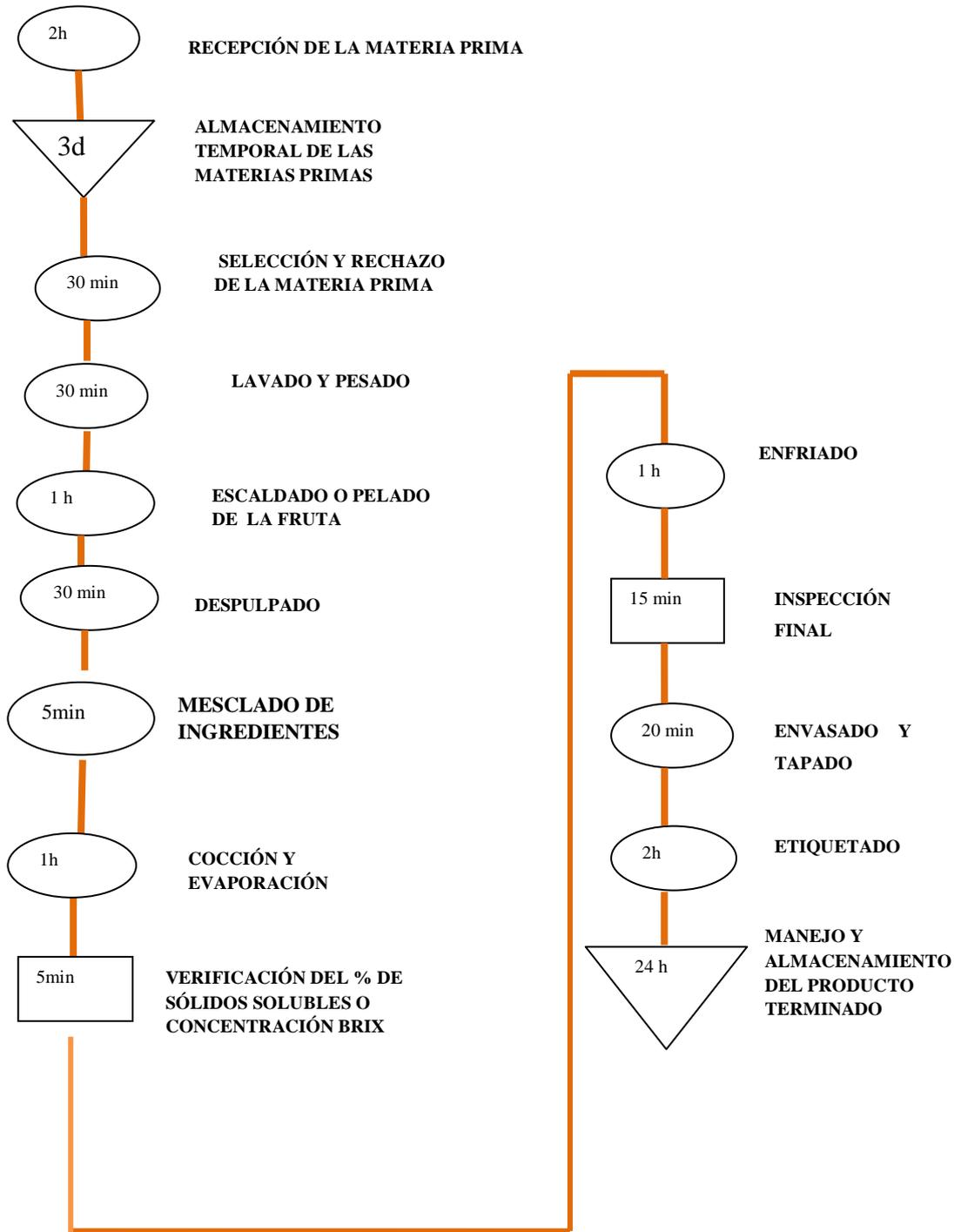
Este producto tiene una vida de anaquel de 6 meses aproximadamente.

DIAGRAMA DE BLOQUES



Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

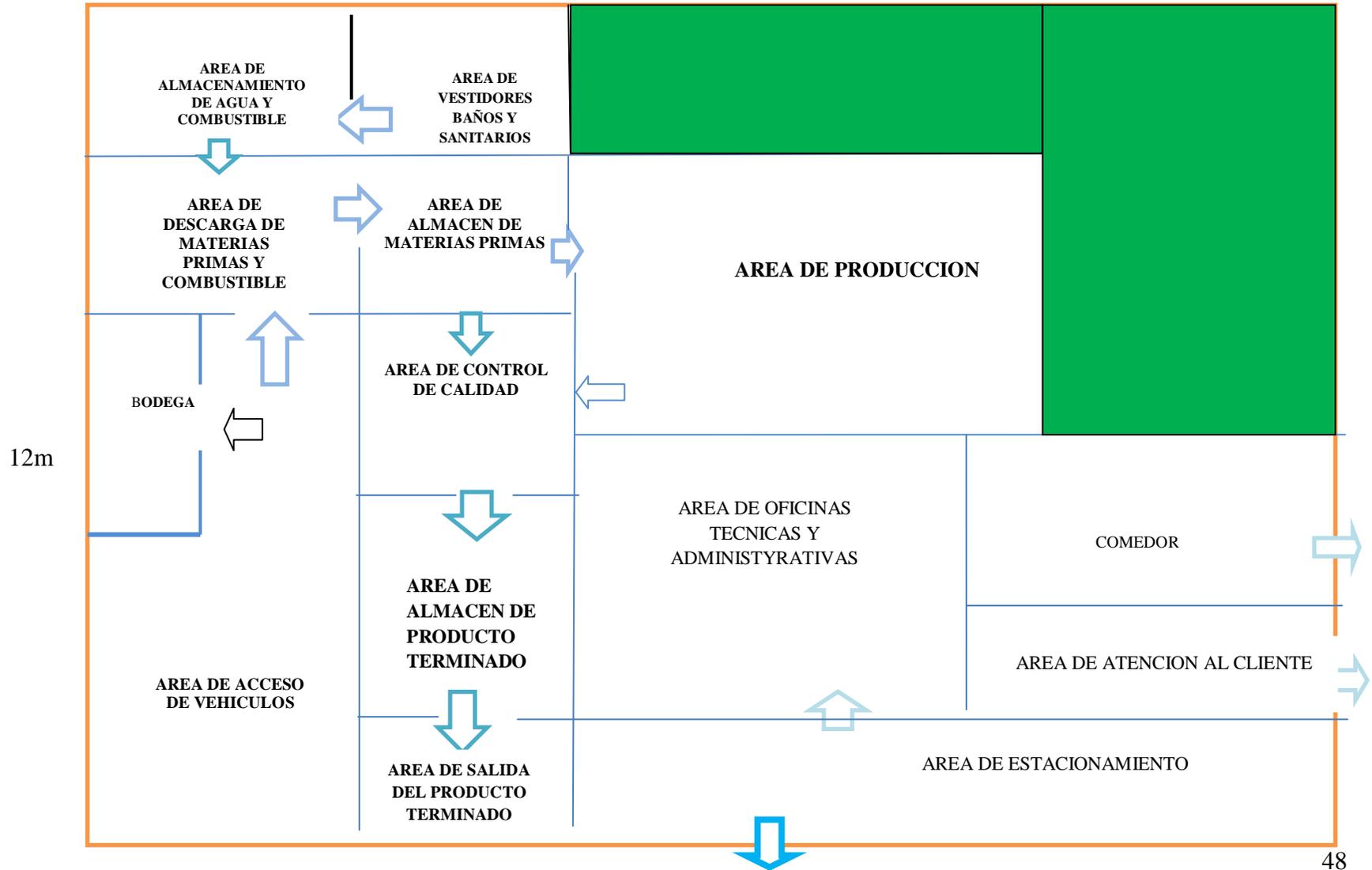
DIAGRAMA DE FLUJOS TIEMPOS DEL PROCESO PRODUCTIVO



Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

3.2.5 DISTRIBUCIÓN INTERNA DE LAS INSTALACIONES DE LA EMPRESA

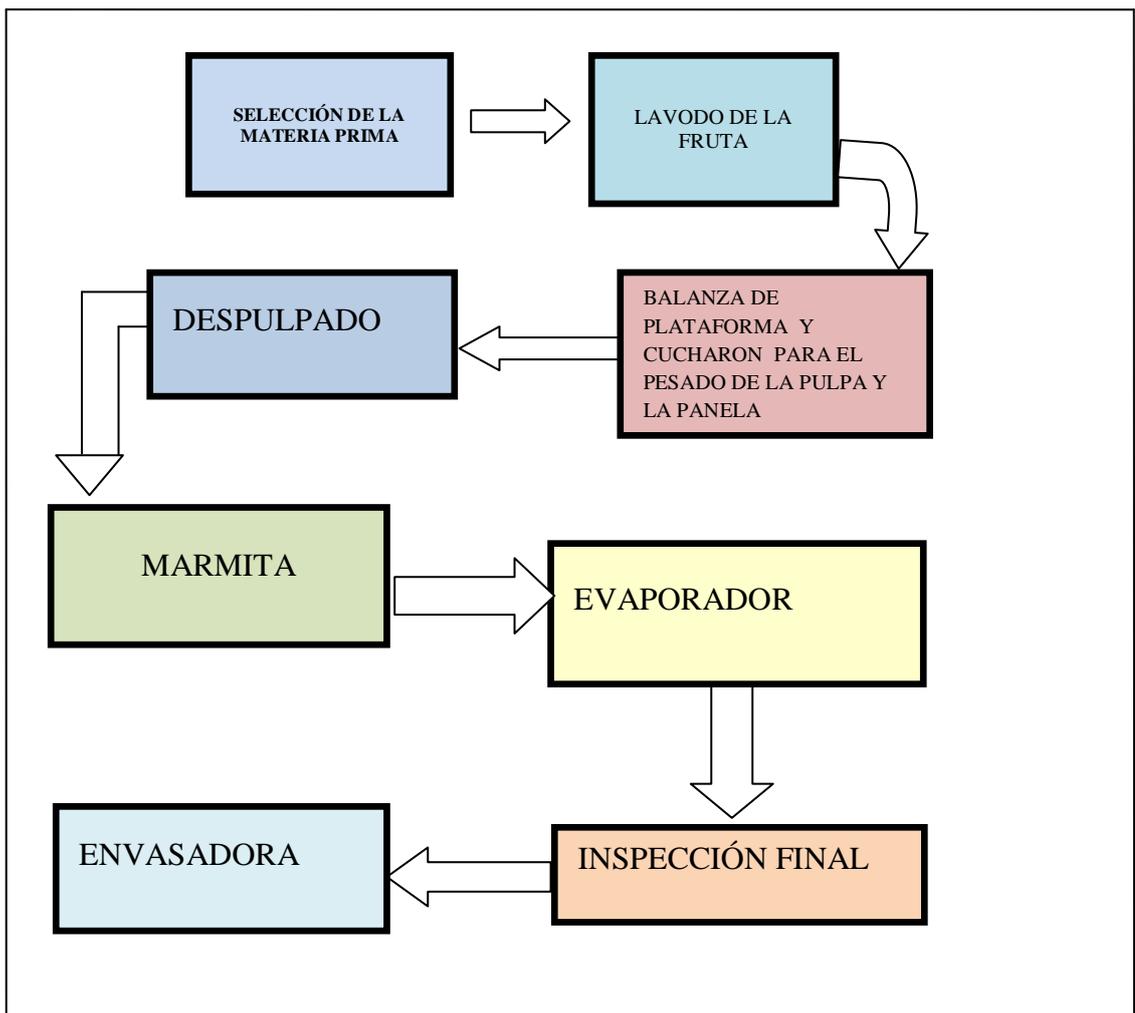
18m



Elaborado: por Rocío colcha y Nancy López

DISTRIBUCIÓN DEL AREA DE PRODUCCION

Además de la localización de la empresa, es importante estudiar con detenimiento el problema de la distribución de la planta de producción, para lograr una disposición ordenada y bien planeada de la maquinaria y equipo, acorde con los desplazamientos lógicos de las materias primas y de los productos terminados, de modo que se aproveche eficazmente el equipo, el tiempo y las actitudes de los trabajadores.



Elaborado: por Rocío colcha y Nancy López

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

NOMBRE DE LA MAQUINARIA	TIPO	CAPACIDAD	TIPO DE COMBUSTIBLE / ENERGÍA	AÑO	NACIONAL/ IMPORTADO	ESPACIO m ²
Balanza de plataforma y cucharón	Semiautomática	80 kg	Eléctrica	2011	Nacional	1
Despulpadora	Automática	40 kg/hora	Eléctrica			1
Marmita	Semiautomática	100 kg por cada carga de producción	Eléctrica	2007	Nacional	1
Evaporador	Semiautomática	Capacidad de 100kg por carga	Eléctrica	2007	Importada	1.5
Envasadora	Automática	25 envases/h	Eléctrico	2007	Importada	1

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy Lòpez

3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL

3.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA: “MERMELADAS DULMER”

Su nombre se debe a que se tomo las primeras siglas de dulce y mermelada

3.3.2. ACCIONISTAS

APORTACIÓN DE ACCIONISTAS

NOMBRE	EFFECTIVO	PORCENTAJE (%)
Rocío Colcha	16.000	50
Nancy López	16.000	50
TOTAL	32. 000	100%

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

Para la instalación y funcionamiento de la empresa existe la participación de dos socias: Rocío Colcha y Nancy López, quienes tomaron la decisión de aplicar los conocimientos adquiridos durante la carrera universitaria con el fin de crear fuentes de empleo beneficiando a la sociedad y por ende obtener un ingreso económico estable.

3.3.3. SLOGAN

EL SABOR QUE TU FAMILIA PREFIERE

3.3.4 GIRO DEL NEGOCIO: Mermeladas **DULMER**, es una empresa dedicada a la producción y comercialización de mermeladas.

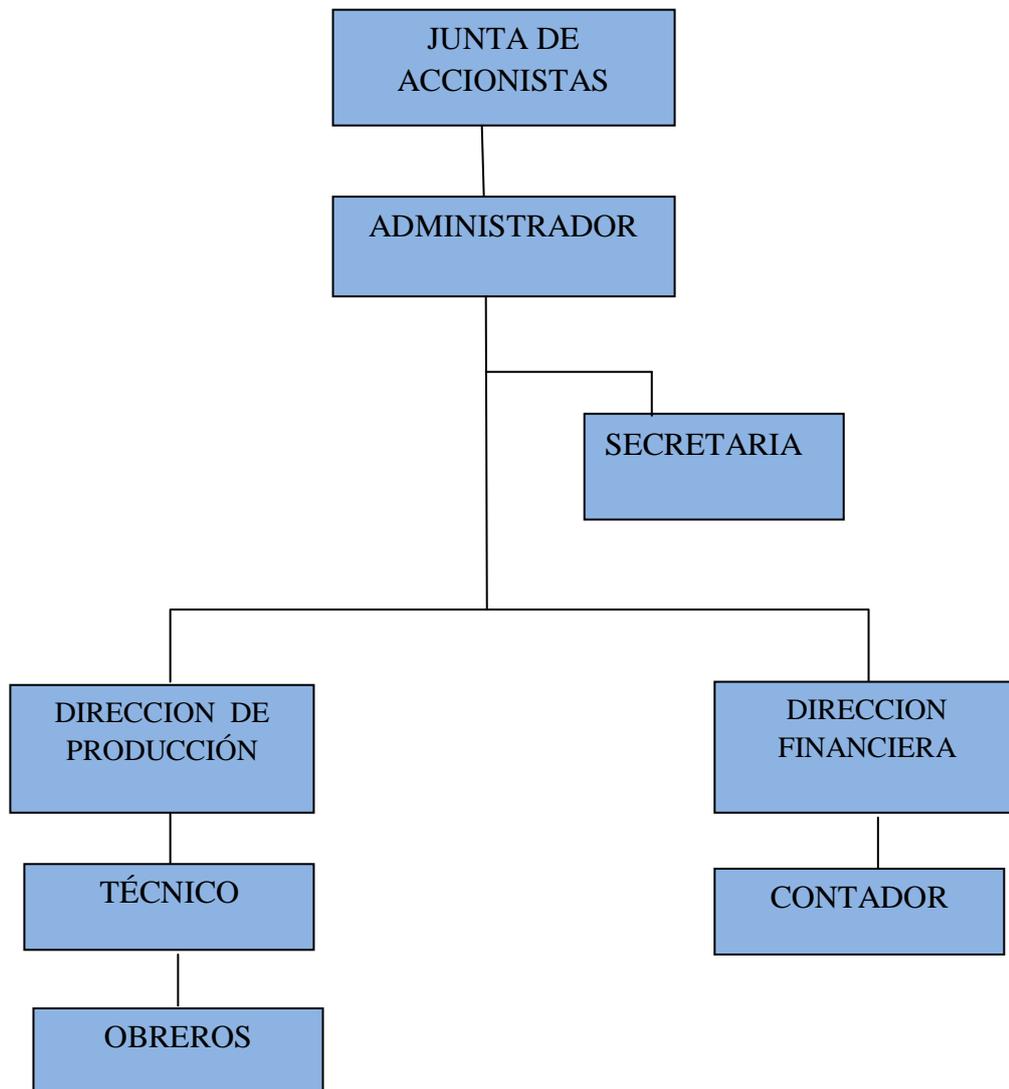
MISIÓN

Elaborar y comercializar mermeladas, bajo estándares de calidad, que brindan al consumidor beneficios nutricionales a bajo costo en las zonas urbana de la ciudad de Guaranda.

VISIÓN

Ser líderes en producción y comercialización de mermeladas, con un mercado local, posicionando productos de calidad, buscando la satisfacción de los clientes, con una empresa fortalecida, proactiva y abierta al mejoramiento continuo; con personal competente según sus áreas de trabajo.

3.3.5 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



Elaborado: por Rocío colcha y Nancy López

3.3.6. ORGÁNICO FUNCIONAL

Junta de accionistas: Está conformada por dos personas las mismas que aportaran o financiaran la instalación y funcionamiento de la empresa, ya sea en bienes o económicamente.

Administrador: Representante legal de la empresa, su labor se centra en la toma de decisiones y en la planeación empresarial, es el puesto en el cual se centra el mayor poder dentro de la organización, sus decisiones están centradas en lo que es inversión y en los contratos en los representa a la empresa, a demás es el encargado de dirigir

todo factores endógenos de la empresa así tenemos lo referente a personal, proveedores, levantamiento de inventario de activos, facturación, supervisión y gestión de actividades de mantenimiento, desarrollo organización, administración de personal, etc.

Las atribuciones son:

- Dirigir todas las actividades técnicas y administrativas de la empresa y ser responsable ante la Junta Directiva por el correcto y eficaz funcionamiento de la entidad.
- Velar por la correcta aplicación de la presente ley y sus reglamentos en todos los procesos ejecutados por la empresa.
- Convocar a las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Junta Directiva.
- Supervisa y dirige el trabajo general
- Toma decisiones de carácter medio.

- Realizar el seguimiento de las acciones programadas para la evaluación correspondiente.
- Proponer la realización de cursos de capacitación al personal y participar en la organización, desarrollo de los mismos.
- Participar en el desarrollo de los estudios administrativos y de organización que contribuyan a elevar la eficiencia de las diversas áreas que conforman la empresa.

Secretaria: Es una profesional que trabaja en equipo, gestionando todo aquello que su jefe delega en ella y establece relaciones personales efectivas con el entorno interno y externo de la empresa.

Misión:

Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tareas establecidas, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir en el área de mercadeo.

Perfil:

Debe ser una persona en la que tenga plena confianza, y que cumpla con las siguientes características:

- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Persona proactiva, y organizada
- Facilidad para interactuar en grupos.
- Dominio de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet.
- Brindar apoyo a todos los departamentos.
- Desempeñarse eficientemente en cualquier área Administrativa.
- Conocimientos en el área de logística, créditos, cobranzas atención al cliente.
- Aptitudes para la organización.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Dinámica y entusiasta.
- Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
- Capacidad de trabajar en equipo y bajo presión.
- Una secretaria de gerencia debe tener las siguientes características:
- Comunicación constante con los sectorizas de los distintos bancos para el seguimiento de Cartas Fianzas, Pagarés, Líneas de Crédito, Sobregiros.

Funciones:

- Redacta correspondencia y documentos complejos, con solo indicaciones de su contenido, preparándolos para su firma y salida.

- Mecanografía/procesa documentación confidencial y archiva la misma con absoluta reserva.
- Busca y sintetiza informaciones dentro y fuera de la empresa (periódicos y revistas especializadas, publicaciones, etc.), en función de los objetivos encomendados.
- Reagrupa y sintetiza información periódica sobre la Empresa.
- Organiza el archivo según criterio propio.
- Se responsabilizará de la agenda de trabajo
- Organiza y gestiona viajes de trabajo
- Redacta informes y actas sobre lo tratado en reuniones y despachos
- Sigue la evolución de los asuntos y vigila la buena ejecución de las decisiones.
- Pide y facilita informaciones de cierta complejidad.
- Toma conocimiento de los problemas, peticiones e intereses de los visitantes en el ámbito de su competencia y responsabilidad y procura ofrecer las soluciones procedentes.
- Fomenta la cooperación y la calidad de las relaciones interpersonales en su entorno de actuación profesional.
- Tiene acceso no restrictivo a la información generada y obtenida en la empresa, incluso a la de carácter estratégico (proyectos de reestructuración, desarrollo de nuevos productos y servicios, entre otras cuestiones).
- Por delegación, realiza tareas ejecutivas.
- Supervisa el trabajo de uno o varios empleados bajo su dependencia

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN.

Dentro de este departamento se encuentran los obreros.

Obreros

Son los que ejecutan las labores diarias en el proceso productivo.

Funciones.

- Apoyar el plan de trabajo de producción.
- Llevar a cabo la transformación de la materia prima en producto elaborado.
- Usar adecuadamente, de acuerdo con su naturaleza y los riesgos previsibles, las máquinas, aparatos y herramientas, utilizadas en el proceso productivo.
- Contribuir al cumplimiento de las obligaciones establecidas para proceso productivo.
- Cooperar con sus mandos directos para poder garantizar la calidad de los productos.
- Mantener limpio y ordenado su entorno de trabajo, localizando los equipos y materiales en los lugares asignados.
- Sugerir las medidas que considere oportunas en su ámbito de trabajo para mejorar la calidad de la producción.

El Técnico

Un técnico debe tener los siguientes conocimientos y aptitudes.

- a) Secundaria más una carrera técnica de 1 año.
- b) Destreza y habilidad en mantenimiento.
- c) Instrucciones fijas, sencillas y rutinarias.
- d) No menos de seis meses de experiencia en un puesto de nivel inferior de la rama afín.

2.- Jornada laboral.

Su jornada laboral está sujeta a las necesidades de su cargo, a efecto de verificar el buen funcionamiento de la maquinaria que se opera en el proceso productivo.

Procurar un buen ambiente de trabajo.

FUNCIONES DEL TÉCNICO EN MANTENIMIENTO

Revisar el estado operativo de la maquinaria utilizada en el proceso productivo.

Revisar y mantener en óptimas condiciones la maquinaria y sus instalaciones generales.

Revisar periódicamente el sistema de almacenamiento, suministro de agua y planta de tratamiento de agua residual, desarrollando las acciones necesarias para su operación en las mejores condiciones de funcionamiento.

Informar de inmediato al Administrador o en su ausencia al Encargado de Turno, sobre los trabajos que impliquen hacer conexiones eléctricas, hidráulicas, sanitarias o de otro tipo, ajenas a las establecidas.

Desempeñar todas aquellas funciones que le asigne el Administrador de la empresa al cual brinda sus servicios.

Controlar que la maquinaria se encuentre en buen estado para ejecutar las operaciones de proceso productivo.

Corregir alguna imperfección del funcionamiento de la maquinaria existente en la empresa al cual presta su servicio.

Dirección financiera

El objetivo será garantizar el control financiero de tesorería y contable, la fiabilidad de la información, controlar los costos financieros, gestión de cobros y pagos.

Contador

Para el cumplimiento de sus labores; dependerá del administrador.

Las funciones del Contador están determinadas por las normas y código de ética establecidos para el ejercicio de la profesión.

Funciones

Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para Fondos de Empleados.

Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.

- Asesorar al administrador y a la Junta Directiva en asuntos relacionados con el cargo, así como a toda la organización en materia de control interno.
- Llevar el archivo de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información tanto internas como externas.
- Presentar los informes que requieran la Junta Directiva, el administrador, el Revisor Fiscal y los asociados, en temas de su competencia.
- Asesorar a los asociados en materia crediticia, cuando sea requerida. Efectuar las operaciones financieras de contabilidad, presupuesto y caja.
- Efectuar los pagos que deba realizar la empresa.
- Elaborar anualmente el anteproyecto de presupuesto de la empresa, de conformidad con el plan y la programación de actividades que formule el Comité Ejecutivo y otros que establezca la ley.

3.4 ESTUDIO FINANCIERO

3.4.1 COSTOS

1. Costo de Producción.

Dentro de nuestro proceso de producción realizaremos inversiones en: materia prima, mano de obra directa e indirecta depreciación y amortización de intangibles. El costo de producción de nuestro proyecto asciende a 71.273,73 dólares representando el 75,45% del costo total.

2. Costos de administración.

Incurren para la administración de nuestra empresa de mermeladas DULMER, los cuales son: sueldos y salarios útiles de oficina, útiles de limpieza, servicios básicos, seguros, cargos por depreciación y amortización. El costo de administración del proyecto asciende a 12.696,40 dólares representando el 13.44% del costo total

3. Costos de Venta.

Incide en nuestra empresa de mermeladas DULMER para la venta de nuestra producción y son: sueldos y salarios, publicidad, transporte y fletes. El costo de venta de nuestro proyecto asciende a 7.220,00 dólares lo cual representa el 7,64 % del costo total del proyecto

4. Costos financieros.

El valor de los intereses que debemos pagar por los créditos obtenidos, asciende a 3.273,69 dólares representando el 3,47% del costo total.

5. Costo Total.- El costo total asciende a 94.463,82 dólares lo cual representa el 100%

CUADRO N° 1
COSTO TOTAL
(Expresado en dólares)

DESCRIPCION	REFERENCIA.	PARCIAL	TOTAL
1. Costos de producción			71.273,73
Costos directos			
Materia prima	Anexo N° 1	21.252,00	
Insumos	Anexo N° 2	21.269,70	
Materiales	Anexo N° 3	11.555,00	
Mano de obra directa	Anexo N° 4	12.056,13	
Costos indirectos			
Depreciación	Cuadro N°3	2.940,90	
Mantenimiento	Anexo N° 5	1.200,00	
Amortización	Cuadro N°4	600,00	
Mano de obra indirecta	Anexo N° 6	400,00	
2. Costos de administración			12.696,40
Sueldos y salarios	Anexo N° 7	8.218,60	
Materiales de oficina	Anexo N° 8	49,80	
Útiles de aseo	Anexo N° 9	252,00	
Servicios básicos	Anexo N°10	4.176,00	
3. Costo de venta			7.220,00
Publicidad	Anexo N° 11	5.140,00	
Trasporte y fletes	Anexo N° 12	2.080,00	
4. Costos financieros			3.273,69
Intereses	Cuadro N° 5	3.273,69	
COSTO TOTAL			94.463,82

Fuente: Anexos 1, 2 ,3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

Está elaborado de acuerdo al tamaño del proyecto, es decir todo aquello que se va a utilizar para la producción de mermeladas de los sabores y tamaños ya mencionados anteriormente, se expresa el costo total del proyecto.

3.4.2. INVERSIONES

Utilizaremos un capital para la instalación de nuestra empresa productora de mermeladas DULMER que asciende a 59.280,78 dólares

Inversión Fija.- Se destinara a la adquisición de activos fijos requeridos para el funcionamiento de la empresa DULMER, la misma que asciende a 49.110,00 dólares representando el 82,84% de la inversión total.

Inversión Intangible.- adquiriremos de activos diferidos y gastos que se realizara para la puesta en marcha de la empresa DULMER de manera legal. La inversión intangible del proyecto asciende a 3.000,00 dólares representando el 5,06% de la inversión total.

Capital de Trabajo.- Estará disponible una parte de la inversión para el funcionamiento normal de la empresa DULMER durante un ciclo de producción. El capital de trabajo asciende a 7.170,78 dólares representando el 12,10% de la inversión total.

CUADRO N° 2
INVERSIÓN TOTAL
MERMELADAS DULMER
Expresado en dólares

RUBRO	REFERENCIA	PARCIAL	TOTAL
1. Inversión Fija			49.110,00
Terreno		3.000,00	
Construcciones	Anexo N° 13	33.400,00	
Maquinaria	Anexo N° 14	7.200,00	
Equipo	Anexo N° 15	3.810,00	
Muebles de oficina	Anexo N° 16	300,00	
Equipo de computo	Anexo N° 17	1.400,00	
2. Inversión Intangible			3.000,00
Estudios		900,00	
Gastos de organización		800,00	
Patentes, Marcas		200,00	
Registro sanitario		700,00	
Capacitación de Personal		400,00	
3. Capital de trabajo			7.170,78
Materia Prima	Anexo N° 1	1.771,00	
Insumos	Anexo N° 2	1772,48	
Materiales	Anexo N° 3	962,92	
Mano de obra directa	Anexo N° 4	1.004,68	
Costos de Administración		1.058,03	
Costos de ventas		601,67	
INVERSIÓN TOTAL			59.280,78

FUENTE: Anexos
 Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

3.4.3. DEPRECIACIONES

Para el cálculo de la depreciación en nuestro proyecto, hemos utilizado el método lineal, mediante el cual se hacen depósitos anuales iguales en el fondo para la depreciación durante la vida útil del activo.

**CUADRO N° 3
DEPRECIACIÓN
Expresado en dólares**

RUBROS	VALOR	VIDA UTIL	%	AÑOS					VALOR RESIDUAL
				2010	2011	2012	2013	2014	
Maquinaria	7.200,00	10	10	648,00	648,00	648,00	648,00	648,00	3.960,00
Equipo	3.810	10	10	342,90	342,90	342,90	342,90	342,90	2.095,50
Construcciones	33.400,00	20	5	1.503,00	1.503,00	1.503,00	1.503,00	1.503,00	25.885,00
Muebles de oficina	300,00	10	10	27,00	27,00	27,00	27,00	27,00	165,00
Equipo de computo	1400,00	3	33,33	420,00	420,00	420,00			140,00
TOTAL	46.110,00			2.940,90	2.940,90	2.940,90	2.520,90	2.520,90	32.245,50

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

$$\text{DEPRECIACION} = \frac{\text{VALOR INICIAL} - 10\% \text{ DEL VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

$$D = \frac{7.200 - 10\%}{10} \quad D = \frac{7200 - 720}{10} \quad D = \frac{6.480}{10} \quad D = 648$$

3.4.4 AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

Las amortizaciones se aplicara a los activos diferidos como seguros, gastos de organización , estudios,etc.

CUADRO N° 4
AMORTIZACIÓN
MERMELADAS DULMER

Expresado en dólares

RUBROS	VALOR	%	1	2	3	4	5
Estudios	900,00	20	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00
Gastos de Organización	800,00	20	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Capacitación de personal	400,00	20	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00
Patentes y marcas	700,00	20	140,00	140,00	140,00	140,00	140,00
Registro sanitario	200,00	20	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00
TOTAL	3.000,00		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

3.4.5. FINANCIAMIENTO

La inversión total asciende a 59.280,78 dólares de lo cual, como aporte propio se ha destinado la cantidad de 32.000,00 dólares representando el 53,98% de la inversión total y la diferencia establecida como crédito asciende a 22.110,00 dólares.

CUADRO N° 5

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

MERMELADAS DULMER

Expresado en dólares

FUENTE	INVERSION FIJAE. INV. INTANGIBLE	%	CAPITAL DE TRABAJO	%	TOTAL	%
Aporte propio	30.000,00	57,57	2.000,00	29,01	32.000,00	53,98
Crédito	22.110,00	42,43	5.170,78	70,99	27.280,78	46,02
TOTAL	52.110,00	100	7.170,78	100	59.280,78	100

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

En este cuadro se puede apreciar el aporte propio como accionistas que es de 32.000 dólares el mismo que será aportado en efectivo y el crédito que se realizará para llevar a cabo la instalación y funcionamiento de nuestra empresa, es decir nos muestra de donde provendrá el dinero para ejecutar el proyecto.

TABLA DE AMORTIZACION DE LA DEUDA

De acuerdo a la tasa referencial que la Corporación Financiera Nacional fija para inversiones en la producción, se realiza el cálculo de amortización con el formato de aplicaciones de Microsoft Excel, donde se fija los parámetros del préstamo, mismo que se espera cancelar en pagos anuales durante cinco años, a una tasa de interés de 12%; así:

CUADRO N° 6
TABLA DE AMORTIZACIÓN
MERMELADAS DULMER
Expresado en dólares

AÑOS	DEUDA	INTERES	AMORTIZACIÓN	CUOTA FIJA
0	27.280,78			
1	22.986,52	3.273,69	4.294,26	7.567,95
2	18.176,95	2.758,38	4.809,57	7.567,95
3	12.790,23	2.181,23	5.386,72	7.567,95
4	6.757,11	1.534,83	6.033,12	7.567,95
5	0	810,85	6.757,11	7.567,95
TOTAL	-	-	-	37.839,75

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

Monto: 27.280.78

CALCULO DE LA TASA DE INTERÉS

%: 12

I=D*%

Plazo: 5 años

I= 27.280,78*12%

I= 3.273,69

$$CF = D \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$CF = 27.280,78 \frac{0,12 (1+0,12)^5}{(1+0,12)^5 - 1}$$

$$CF = 27.280,78 \frac{0,12 (1,12)^5}{(1,12)^5 - 1}$$

$$CF = 27.280,78 \frac{0,12(1,762341683)}{(1,762341683) - 1}$$

$$CF = 27.280,78 (0,277409732)$$

$$CF=27.280,78 (0,277409732)$$

$$CF= 7.567,95$$

3.4.6. ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos se clasifican en fijos y variables, los cuales nos sirve para determinar el punto de equilibrio del proyecto.

Los costos fijos ascienden a **35.247,12** dólares

Los costos variables ascienden a **59.216,70** dólares

Sumando los dos costos nos dan un costo total de **94.463,82** dólares

CUADRO N° 7
ESTRUCTURA DE COSTOS
MERMELADAS DULMER
Expresado en dólares

DESCRIPCION	FIJO	VARIABLE	TOTAL
1° COSTO DE PRODUCCIÓN			71.273,73
Materia prima		21.252,00	
Insumos		21.269,70	
Materiales		11.555,00	
Mano de Obra directa	12.056,13		
Depreciación	2.940,90		
Mantenimiento	1.200,00		
Amortización	600,00		
Mano de Obra indirecta	400,00		
2° COSTOS DE ADMINISTRACIÓN			12.696,40
Sueldos y salarios	8.218,60		
Útiles de aseo	252,00		
Materiales de oficina	49,80		
Servicios básicos	4.176,00		
3° COSTOS DE VENTAS			7.220,00
Publicidad		5.140,00	
Transporte y fletes	2.080,00		
4° COSTOS FINANCIEROS			3.273,69
Intereses	3.273,69		
TOTAL	35.247,12	59.216,70	94.463,82

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

3.4.7. INGRESOS

Los ingresos constituyen la parte más importante de nuestro proyecto, provienen de la venta de los bienes o servicios principales, subproductos y desperdicios.

PROCEDIMIENTO PARA EL CALCULO DE LOS INGRESOS

Calculo para determinar el costo total unitario de producir un frasco de 400g y 300g respectivamente.

$$38.000 * 300g = 11'400.000$$

$$52.000 * 400g = 20'800.000$$

$$11'400.000 + 20'800.000 = 32'200.000g$$

$$\text{COSTO TOTAL UNITARIO} = \frac{\text{COSTO total}}{\text{TOTAL DE GRAMOS A PRODUCIR}} (\text{CANTIDAD DE GRAMOS DE CADA FRASCO A PRODUCIRCE})$$

$$CTU = \frac{94.463,82}{32'200.000} (400g)$$

$$CTU = \frac{94.463,82}{32'200.000} (300g)$$

$$CTU = 0.002933659(400g)$$

$$CTU = 0.002933659 (300g)$$

$$CTU = 1,17$$

$$CTU = 0,88$$

Precio de venta con un porcentaje de utilidad de un frasco de mermelada de 400g.

VENTAS FRASCOS DE 400g

GRUPOS	COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Mayorista	1,17	31%	1,53
Minorista	1,17	57%	1,84
Consumidor final	1,17	97%	2,30

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

COSTO DE VENTA=COSTO DE PRODUCCION *PORCENTAJE DE UTILIDAD

CV=1,17+33%

CV=1,53

CUADRO DE VENTAS FRASCOS DE 300g

GRUPOS	COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
Mayorista	0,88	23%	1,08
Minorista	0,88	42%	1,25
Consumidor final	0,88	71%	1,08

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

CALCULO DE INGRESO TOTAL

Este cálculo se lo realiza para estar al corriente en su totalidad, en cuanto al ingreso que vamos a obtener durante el año.

Los ingresos se calculan multiplicando el precio de venta al público por la cantidad de productos.

CALCULO DE INGRESO

FRASCOS DE 400g

GRUPOS	COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	GRUPOS
Mayoristas	70%	36.400	1,53	55.692,00
Minoristas	18%	9.360	1,84	17.222,40
Consumidor final	12%	6.240	2,30	14.352,00
Total				87.266,40

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

I= P*Q

I= 1, 53*36.400,00

I=55.692,00

Cuadro de ingresos para los frascos de mermelada de 300g

CALCULO DE INGRESO

FRASCOS DE 300g

GRUPOS	COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	UTILIDAD	PRECIO DE VENTA	GRUPOS
Mayoristas	70%	26.600	1,08	28.728,00
Minoristas	18%	6.840	1,25	8.550,00
Consumidor final	12%	4.560	1,50	6.840
Total				44.118,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

$$IT = 87.266,40 + 44.118,00$$

$$IT = 131.384,40$$

CUADRO N° 8

INGRESOS TOTALES

PRODUCTOS	INGRESOS
Mermelada 400g	87.266,40
Mermelada 300g	44.118,00
TOTAL	131.384,40

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

3.4.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

En base a las ventas y de costos de producción, administración y ventas; el punto de equilibrio tiene la intención de establecer el volumen mínimo de producción, en donde su rentabilidad sea igual a cero, entonces para identificar aquello se deberán clasificar los costos como fijos y variables, en conjunto con la gráfica determinar dicha función.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Nos permite observar el volumen productivo, del cual no se obtiene ni pérdidas ni ganancias, es decir los ingresos de este proyecto cubren los costos.

Fórmula para calcular el punto de equilibrio, tomando en cuenta los ingresos:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{IT}}$$

$$PE = \frac{35.247,12}{1 - \frac{59.216,70}{131.384,40}}$$

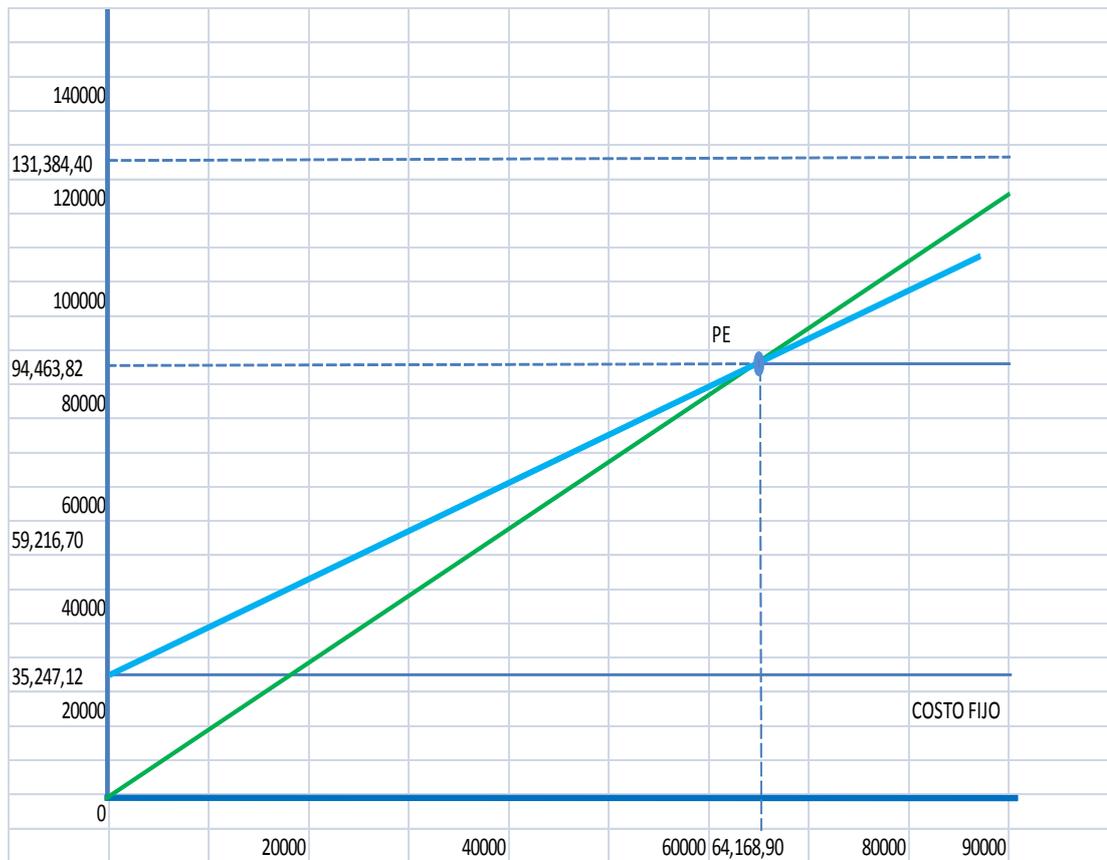
$$PE = \frac{35.247,12}{1 - 0,4507133267}$$

$$PE = \frac{35.247,12}{0,5492866733}$$

$$PE = 64.168,90 \text{ Dólares}$$

INGRESO	131.384,40
COSTO FIJO	35.247,12
COSTO VARIABLE	59.216,70
COSTO TOTAL	94.463,82

PUNTO DE EQUILIBRIO
MÉTODO GRAFICO
GRAFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

La cantidad de 64.168,90 Unidades que corresponden a un ingreso de equilibrio de 131.384,40 dólares, es decir bajo este valor no incurre pérdidas, es decir que el punto de equilibrio, con esta producción e ingresos obtendremos en 8 meses 5 días.

3.4.9. ESTADO DE RESULTADOS

CUADRO N° 9
ESTADO DE RESULTADOS
“MERMELADAS DULMER”
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2010
Expresado en dólares

INGRESOS		131.384,40
Costos		94.463,82
Costos de producción	71.273,73	
Costos de administración	12.696,40	
Costos de ventas	7.220,00	
Costos financieros	3.273,69	
Utilidad bruta		36.920,58
15% participación de los trabajadores		5.538,09
Utilidad antes de impuesto a la renta		31.382,49
25 % de impuesto a la renta		7.845,62
Utilidad neta		23.536,87

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

Es un documento contable formulado para determinar la utilidad o pérdida del ejercicio, con el análisis realizado en base a los ingresos, costos, impuesto a la renta y la participación de los empleados determinamos una utilidad neta de **23.536,87** dólares.

CUADRO N° 10

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

“MERMELADAS DULMER”

Al 31 de Enero del 2010

Expresado en dólares

ACTIVOS			PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE				
Caja Bancos		7.170,78	Crédito a largo plazo	27.280,78
ACTIVOS FIJOS		49.110,00		
Terreno	3000,00		Patrimonio	
Construcciones	33.400,00		Capital social	32.000,00
Maquinaria	7.200,00			
Equipo	3.810,00			
Muebles de oficina	300,00			
Equipo de computo	1.400,00			
OTROS ACTIVOS		3.000,00		
Estudios	900,00			
Gastos de organización	800,00			
Capacitación del personal	400,00			
Registro sanitario	700,00			
Patentes y marcas	200,00			
ACTIVO TOTAL		59.280,78	Pasivo total + patrimonio	59.280,78

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

3.4.10 ESTADO DE SITUACIÓN FINAL

CUADRO N° 11
ESTADO DE SITUACIÓN FINAL (PROFORMA)
“MERMELADAS DULMER”
Al 31 de Diciembre del 2010
Expresado en dólares

Activos				Pasivos	
Activo Corriente		19.792,52		Crédito a largo Plazo	22.986,52
Caja Bancos	7.170,78			-Amortización del crédito	4.294,26
Cuentas por cobrar	6.904,52				
Documentos por cobrar	5.717,22				
INVENTRIOS		5.867,51			
Materia prima	1.000,00				
Insumos	1.000,00				
Materiales	8.00,00				
Productos en proceso	1.200,00				
Artículos terminados	1.867,51			Total Pasivos	18.692,26
Total Activos Corrientes			25.660,03	Patrimonio	
Activos Fijos				Capital Social	32.000,00
Terrenos			3.000,00	Utilidad del Ejercicio	23.536,87
Construcciones	33.400,00			Total de Patrimonio	55.536,87
Maquinaria y Equipo	7.200,00			Total Pasivo + Patrimonio	74.229,13
Muebles de Oficina	3.810,00				
Equipo de Cómputo	3.00,00				
		46.110,00			
(-) Depreciación Acumulada		(2.940,90)			
Total Activos Fijos			43.169,10		
Activos Intangibles					
Estudios	900,00				
Gastos de Organización	800,00				
Capacitación de Personal	400,00				
Registro sanitario	700,00				
Patentes	200,00				
		3.000,00			
(-) Amortización		(600)			
Total Activos Intangibles			2.400,00		
Total Activos			74.229,13		

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

Nos muestra la forma en que se han invertido los recursos, en el activo consta lo que la empresa posee, el pasivo es lo que se adeudamos a terceros y el patrimonio es lo que como inversionistas aportamos para la implementación de nuestro proyecto dándonos un total de 74.229,13 dólares.

3.4.11 FLUJO DE FONDOS EN EFECTIVO PROYECTADO

El flujo de fondos en efectivo muestra la forma en que ha ingresado los recursos y como han sido invertidos en las diferentes operaciones de la empresa DULMER durante un periodo de cinco años.

Se toma el valor de los ingresos como de los costos, los cuales se restan para obtener la utilidad en operaciones, calculando el 15% correspondiente a la participación de los trabajadores, y del resultado se calcula el 25% que corresponde al impuesto a la renta del cual obtenemos la utilidad neta.

Una vez obtenida la utilidad neta, se suman los valores de depreciación y amortización, del cual se resta la amortización correspondiente al crédito requerido de esta forma obtenemos el flujo neto en efectivo para cada año de proyección.

CUADRO N° 12

**FLUJO DE FONDOS EN EFECTIVO PROYECTADO
MERMELADAS DULMER
AÑO 2010-2015
Expresado en dólares**

RUBROS	2010	2011	2012	2013	2014	2015
INGRESOS		131.384,40	137.953,62	144.851,30	152.093,87	159.698,56
Valor Residual						32.245,50
- Costos		94.463,82	96.353,10	98.280,16	100.245,76	102.250,68
Utilidad bruta		36.920,58	41.600,52	46.571,14	51.848,10	57.447,88
15% particip, de los trabajadores		5.538,09	6.240,08	6.985,67	7.777,22	8.617,18
Utilidad antes de impuesto a la renta		31.382,49	35.360,45	39.585,47	44.070,89	48.830,70
25% impuesto a la renta		7.845,62	8.840,11	9.896,37	11.017,72	12.207,68
Utilidad neta		23.536,87	26.520,33	29.689,10	33.053,17	36.623,03
Depreciación		2.940,90	2.940,90	2.940,90	2.520,90	2.520,90
Amortización		600	600	600	600	600
Inversión fija	-49.110,00					
Inversión intangible	-3.000,00					
Recuperación del capital de trabajo	-7.170,78					7.170,78
Amortización del crédito		4.294,26	4.809,57	5.386,72	6.033,12	6.757,11
Flujo fondos de efectivo	-59.280,78	22.783,51	25.251,66	27.843,28	30.140,95	72.403,10

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

El flujo de fondos nos muestra la forma en que han ingresado los recursos y como han sido invertidos.

Para la evaluación del proyecto se requiere que al menos se proyecte para 5 años.

Para el cálculo de las proyecciones tanto en los ingresos como en los costos efectuamos un incremento del 5% y el 2% respectivamente para cada año, es decir al año inicial le sumamos el 5%, efectuada la operación obtenemos la cantidad que es para el segundo año y continuamente se realiza el mismo proceso para encontrar los resultados para los otros años, así:

Ingresos $131384,40 * 5\% = 6569,22$

Ingresos $6569,22 + 131384,40$

Ingresos total para el siguiente año de $= 137953$

El mismo proceso indicado para el cálculo de los ingresos proyectados se efectúa para los costos pero con la única diferencia que a los costos se le incrementa un 2% así.

Costos $94.463,82 * 2\% = 1889,28$

Costos $1889,28 + 94463,82 = 96353,10$

Costos total para el siguiente año de $= 96353,10$

CAPITULO IV

4.1. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de un proyecto se la realiza al culminar los cinco años, es decir todos los cálculos de los costos totales, inversiones y financiamiento.

4.1.1. TASA DE RENDIMIENTO ECONÓMICA MÍNIMA ACEPTABLE (TREMA)

La tasa de rendimiento aceptable es un promedio para el inversionista, la cual consiste en una tasa de oportunidad o tasa de descuento aplicadas sobre las distintas alternativas de inversión.

CALCULO DE LA TREMA

TREMA= Tasa de inflación actual + Premio al riesgo

$$\text{TREMA} = 4,84\% + 5,16\% = 14\%$$

4.1.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Son los valores del proyecto actualizados expresados en términos monetarios representados en el flujo de fondos neto en el periodo de la evaluación sobre la tasa de rendimiento económica mínima aceptable (4,84%). Se calcula encontrando la sumatoria de los valores actualizados a la tasa de descuento restando la inversión inicial.

$$\text{VAN} = -\text{IO} + \frac{\text{FFE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FFE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FFE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FFE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FFE5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN}_1 = -59.280,78 + \frac{22.783,51}{(1+0,14)} + \frac{25.251,66}{(1+0,14)^2} + \frac{27.843,28}{(1+0,14)^3} + \frac{30.140,95}{(1+0,14)^4} + \frac{72.403,10}{(1+0,14)^5}$$

$$\text{VAN}_1 = -59.280,78 + \frac{22.783,51}{1,14} + \frac{25.251,66}{1,2996} + \frac{27.843,28}{1,481544} + \frac{30.140,95}{1,68896016} + \frac{72.403,10}{1,925414582}$$

$$\text{VAN}_1 = -59.280,78 + 19.985,54 + 19.430,33 + 18.793,42 + 17.845,60 + 37.603,90$$

$$\text{VAN}_1 = -59.280,78 + 113.658,79$$

$$\text{VAN}_1 = 54.378,01 \text{ Dólares}$$

Significa que bajo la tasa de oportunidad del 14% , nos resulta un valor adicional equivalente a 54.378,01. Dólares

Nuestro proyecto es factible por cuanto nos da un valor actual neto superior a uno.

4.1.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Es el rendimiento total del proyecto derivado del cálculo del valor actual neto, en donde, se deberá obtener el valor actual neto negativo a una tasa de oportunidad determinada en contraste con el valor actual neto positivo.

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

Para el cálculo de la tasa interna establecemos dos VAN, el primero con valor positivo y el segundo con valor negativo.

$$\text{VAN 1} = \$ 54.378,01$$

$$\text{VAN 2} = \$ -9.130,63$$

$$I = 14\%$$

$$I = 50\%$$

$$\text{VAN}_2 = -59.280,78 + \frac{22.783,51}{(1+0,50)^2} + \frac{25.251,66}{(1+0,50)^2} + \frac{27.843,28}{(1+0,50)^3} + \frac{30.140,95}{(1+0,50)^4} + \frac{72.403,10}{(1+0,50)^5}$$

$$\text{VAN}_2 = -59.280,78 + \frac{22.783,51}{1,50} + \frac{25.251,66}{2,25} + \frac{27.843,28}{3,375} + \frac{30.140,95}{5,0625} + \frac{72.403,10}{7,59375}$$

$$\text{VAN}_2 = -59.280,78 + 15.189,00 + 11.222,96 + 8.249,86 + 5.953,77 + 9.534,56$$

$$\text{VAN}_2 = -59.280,78 + 50.150,15$$

$$\text{VAN}_2 = -9.130,63 \text{ Dólares}$$

APLICAMOS LA FORMULA

$$\text{TIR} = I_1 + (I_2 - I_1) \frac{\text{VAN}_1}{\text{VAN}_1 - \text{VAN}_2}$$

$$\text{TIR} = 0,14 + (0,50 - 0,14) \frac{54.378,01}{54.378,01 - (-9.130,63)}$$

$$\text{TIR} = 0,14 + (0,50 - 0,14) \frac{54.378,01}{54.378,01 + 9.130,63}$$

$$\text{TTIR} = 0,14 + (0,50 - 0,14) \frac{54.378,01}{63.508,64}$$

$$\text{TIR} = 0,14 + (0,36)0,8562301129$$

$$\text{TIR} = 0,14 + 0,3082428407$$

$$\text{TIR} = 0,4482428407 * 100$$

$$\text{TIR} = \mathbf{44,82\%}$$

La tasa interna de retorno alcanza el 44,82% superior a la tasa de oportunidad del 14%, por lo que el proyecto es viable.

Nosotras como inversionistas hemos decidido invertir en la producción de mermelada por cuanto al realizar el estudio financiero obtenemos una tasa de rentabilidad superior a la tasa de rendimiento económica mínima aceptable.

4.1.4 PERIODO DE LA RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Mide en cuanto tiempo se recupera la inversión inicial más el costo del capital involucrado, es decir, el plazo establecido para recuperar la inversión del proyecto.

$$PRI = \frac{\text{Inversion neta}}{\text{Utilidad promedio}}$$

$$PRI = \frac{59.280,78}{29.884,50}$$

$$PRI = 1,98$$

Nos indica que la inversión recuperamos en un lapso de 1 año 9 meses y 8 días.

4.1.5 RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

Define la rentabilidad del proyecto, dividiendo los ingresos actualizados para los costos actualizados, más la inversión.

$$RB/C = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados} + \text{Inversion}}$$

$$ING = \frac{ING1}{(1+i)^n} + \frac{ING2}{(1+i)^n} + \frac{ING3}{(1+i)^n} + \frac{ING4}{(1+i)^n} + \frac{ING5}{(1+i)^n}$$

$$ING = \frac{131.384,40}{(1+0,14)} + \frac{137.953,62}{(1+0,14)^2} + \frac{144.851,30}{(1+0,14)^3} + \frac{152.093,87}{(1+0,14)^4} + \frac{159.698,56}{(1+0,14)^5}$$

$$ING = \frac{131.384,40}{(1,14)} + \frac{137.953,62}{(1,14)^2} + \frac{144.851,30}{(1,14)^3} + \frac{152.093,87}{(1,14)^4} + \frac{159.698,56}{(1,14)^5}$$

$$ING = \frac{131.384,40}{(1,14)} + \frac{137.953,62}{1,2996} + \frac{144.851,30}{1,481544} + \frac{152.093,87}{1,68896016} + \frac{159.698,56}{1,925414582}$$

$$ING = 115.249,47 + 106.150,83 + 97.770,50 + 90.051,78 + 82.942,43$$

$$ING = 492.165,01 \text{ Dólares}$$

$$\text{COS} = \frac{\text{COS1}}{(1+i)^n} + \frac{\text{COS2}}{(1+i)^n} + \frac{\text{COS3}}{(1+i)^n} + \frac{\text{COS4}}{(1+i)^n} + \frac{\text{COS5}}{(1+i)^n}$$

$$\text{COS} = \frac{94.463,82}{(1+0,14)} + \frac{96.353,10}{(1+0,14)^2} + \frac{98.280,16}{(1+0,14)^3} + \frac{100.245,76}{(1+0,14)^4} + \frac{102.250,68}{(1+0,14)^5}$$

$$\text{COS} = \frac{94.463,82}{(1,14)} + \frac{96.353,10}{(1,14)^2} + \frac{98.280,16}{(1,14)^3} + \frac{100.245,76}{(1,14)^4} + \frac{102.250,68}{(1,14)^5}$$

$$\text{COS} = \frac{94.463,82}{1,14} + \frac{96.353,10}{1,2996} + \frac{98.280,16}{1,481544} + \frac{100.245,76}{1,68896016} + \frac{102.250,68}{1,925414582}$$

$$\text{COS} = 82.863 + 74.140,58 + 66.336,31 + 59.353,54 + 53.105,80$$

$$\text{COS} = 335.799,23 \text{ Dólares } \text{Costos Actualizados}$$

$$\text{RB/C} = \frac{492.165,01}{335.799,23 + 59.280,78}$$

$$\text{RB/C} = \frac{492.165,01}{395.080,01}$$

$$\text{RB/C} = 1,25 \text{ DÓLARES}$$

Es decir que por cada dólar incurrido en el costo más la inversión recibimos el valor de 1 dólar con 25 centavos por concepto de ingresos a valores actualizados.

4.1.6 INDICES FINANCIEROS

MÉTODO QUE NO TOMAN EN CUENTA EN EL VALOR DEL DINERO ÍNDICE DE LIQUIDEZ

$$\text{Razon corriente o indice de solvancia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón corriente o índice de solvencia} = \frac{7.170,78}{27.280,78}$$

Razón corriente o índice de solvencia=0,26 Centavos

Por cada dólar de pasivo corriente la empresa tiene 0,26 centavos que cubrirá la deuda de los activos corrientes y en ventas más que la empresa, si tiene fortaleza para el promedio industrial porque es mayor que el indicador.

$$\text{Razon acida o liquida} = \frac{\text{Activo corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razon acida o liquida} = \frac{7.170,78 - 5.867,51}{27.280,78}$$

$$\text{Razon acida o liquida} = \frac{1.303,27}{27.280,78}$$

Razon acida o liquida = 0,04 Centavos

Nos indica la disponibilidad que se tiene para pagar las deudas en el corto plazo

INDICES DE ACTIVIDAD

$$\text{Periodo medio de cobro} = \frac{\text{Cuentas por Cobrar}}{\text{Ventas Diarias}}$$

$$\text{Periodo medio de cobro} = \frac{6.904,52}{359,96}$$

Periodo medio de cobro = 19 Meses

De acuerdo al total de las cuentas por cobrar y el total de las ventas diarias se determina que el cobro de la deuda se obtendrá en un periodo de 19 meses.

$$\text{Rotacion del activo total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rotacion del activo total} = \frac{131.384,40}{59.280,78}$$

$$\text{Rotacion del activo total} = 2,22$$

Por cada dólar que se tiene en activos, se genera 2 dólares con 22 centavos en ventas es decir que la empresa está utilizando sus activos de una manera eficaz para generar ventas.

INDICE DE ESTRUCTURA FINANCIERA

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo total}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{27.280,78}{59.280,78}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0,46$$

Del total de los activos la deuda ha sido financiadas con deuda de 0,46 centavos en él año.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{59.280,78}{32.000,00}$$

$$\text{Apalancamiento}=1,85$$

Por cada dólar generado en patrimonio, ha generado 1 dólar con 85 centavos en cada activo lo cual nos lleva a la factibilidad financiera.

ÍNDICES DE RENTABILIDAD

$$\text{Margen neto en ventas} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen neto en ventas} = \frac{23.536,87}{131.384,40}$$

$$\text{Margen neto en ventas} = 0,18$$

Por cada dólar invertido en activos, se genera 0,18 centavos de ganancia

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{23.536,87}{32.000,00}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 0,74$$

Por cada dólar invertido se ha obtenido 0,74 centavos de utilidades.

$$\text{Rentabilidad del activo} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = \frac{23.536,87}{59.280,78}$$

$$\text{Rentabilidad del patrimonio} = 0,40$$

Por cada dólar invertido en activos se obtiene 0,40 centavos de utilidades.

4.3 IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

El estudio del impacto ambiental es un instrumento de análisis que permite tomar decisiones a través de las cuales, un proyecto puede garantizar su idoneidad y vida útil en el largo plazo.

Al trabajar con maquinaria industrial que utiliza lubricantes y repuestos de cierta rotación es importante gestionar los desechos que genera a través de políticas y campañas de reciclamiento.

Los desechos que se genere serán clasificados de acuerdo a su grado de afección, considerando materiales peligrosos y biodegradables.

Los materiales peligrosos que podrían causar un impacto al recurso suelo y al producto sería los lubricantes que son utilizados en las maquinas ya que los dispositivos y mecanismos son impulsados por la fuerza motriz de un moto reductor, transmitiendo movimiento a todas las partes móviles que necesitan lubricación, otro de los materiales que podrían causar daño al ambiente son los residuos de partes de tubería y repuestos que a medida que se produzca necesitan recambio.

En cuanto al material biodegradable se encuentra los frascos que pueden ser triturados y nuevamente vueltos a ser materia prima para producir envases nuevos, la planta se comprometería en entregar estos materiales a la empresa proveedora para que haga el trabajo de reciclado.

Para el proceso los respectivos departamentos ya sea producción y oficina generan papel proveniente de formatos de toda índole que pueden ser clasificados para desecharlos como material reciclable.

La empresa no ocasionará daños a la capa de ozono, ya que los materiales a utilizarse no son nocivos para la salud de las personas, sino más bien se pretende resguardar el medio ambiente protegiéndolo para el desarrollo humano de nuestro país y a la vez existe una seguridad industrial la misma que cuidará el bienestar de los empleados.

En nuestra empresa hemos concluido que los factores más relevantes son la fauna,

hidrografía, desechos tóxicos; ya que los mismos afectan directamente a las personas que habitan en el sector, lo cual ocasionaría daños irreversibles tanto en la salud como en el medio ambiente.

IMPORTANCIA POR IMPACTO

Seguridad Industrial (+)

Es muy importante la Seguridad Industrial en la planta, ya que la misma ayudará al correcto manejo y utilización de herramientas y sobre todo cuidando la seguridad de cada individuo que labora en la entidad.

Flora (-)

La implementación de la planta afectará notablemente a las plantas que se cultivaban en dicho suelo ya que con la construcción de la empresa; la flora morirá dando así un impacto negativo.

Fauna (-)

Se considera como negativo porque el alimento a consumir por los animales podría afectar la salud del mismo ocasionando muertes, todo esto se da por los químicos que utiliza la entidad.

Mano de Obra (+)

A través de la apertura de la fábrica fomentaría fuentes de trabajo para las personas aledañas dando así un ingreso a las familias y ayudando a la economía.

Hidrografía (-)

Se considera como impacto negativo, ya que la entidad desearía sus químicos en los ríos de la población.

Desechos Tóxicos (-)

Son perjudiciales para la salud humana y para el desarrollo de la vida, es decir pueden contaminar de alguna manera el medio ambiente.

Mitigación del Impacto Ambiental (-)

En la entidad no existe un cuidado adecuado para preservar nuestro medio ambiente y proteger a la naturaleza que nos rodea.

Consumo y cultivo de un producto oriundo (cultura) (+)

Gracias a la creación de la empresa las personas podrán consumir un producto 100% natural y sobre todo hecho en nuestra ciudad.

Nuevos productos en base a residuos generados en el proceso (+)

Los desechos o residuos que quedan en el proceso son implementados como abonos los mismos que restauran las plantas muertas.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL PROYECTO

La mermelada ha constituido uno de los productos de consumo de mayor aceptación en todos los estratos sociales y económicos, como objetivo principal del presente proyecto era establecer la viabilidad de la producción de mermelada; después de haber hecho el análisis siguiendo un orden cronológico y específico se ha llegado a la conclusión de que se puede construir una empresa de mermelada, tomando en cuenta directrices y requerimientos de los potenciales consumidores.

El estudio de mercado que fue efectuado se estableció en cuatro ejes principales, demanda, oferta, precio y comercialización que permitieron conocer al consumidor y sus expectativas de un producto que busca captar parte del mercado donde está presente competidores importantes.

La información que ha sido obtenida se ha presentado en forma de tablas y gráficos que dieron lugar al análisis cuantitativo y cualitativo de la información.

Existe una demanda potencial insatisfecha de este producto, que es aprovechada por nuestra empresa para posicionarlo en los diferentes nichos de mercado de esta localidad, con un mayor valor agregado, de calidad y que cumple con las diferentes normas de higiene, sanitarias y fitosanitarias.

Con la ejecución de este proyecto hemos logrado, la reactivación productiva de esta localidad, mediante la utilización progresiva de la mano de obra, mejorando notablemente los ingresos de los jefes de hogar, posibilitando mejorar de las condiciones y calidad de vida.

A demás se demostró que se cuenta con los elementos humanos y técnicos necesarios para instalar y operar nuestra empresa de mermelada.

RECOMENDACIONES

La empresa de mermelada debe estar concebida bajo normativas legales y ambientales donde las personas que integren la producción deben conocer la misión y visión e identificarse para cumplir con responsabilidad buscando el bien común dentro de un entorno sustentable.

Las utilidades generadas en los diferentes periodos deben ser reinvertidos para fortalecer la empresa y pueda tener un crecimiento sustentable en el tiempo.

Lograr alianzas estratégicas con varios proveedores para conseguir beneficios crediticios para tener la posibilidad de no verse en riesgos al depender de un solo proveedor, la diversificación podría dar mucha ventaja y poder de negociación.

No perder de vista a competidores teniendo en cuenta recomendaciones de los canales de distribución para tener más retroalimentación de los clientes finales.

Tener en cuenta usar un marketing social para ayuda a la comunidad en donde se va a remplazar la planta de producción ya que se le puede considerar como una ganancia mutua porque resulta publicidad para la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- CHIMBO CIUDAD, CANTÓN GRANDE EN LA HISTORIA, Estuardo , Monar.pág,155
- FRUTAS, enciclopedia/ agropecuaria ,PRODUCCIÓN, agricola.1.segunda edición, marzo 20001.pág 158-167
- Chavenato Alberto ADMINISTRACIÓN, pág. 267
- WILMER MARTINES TRITTON.monografias.com/trabajos16/publicidad /mercadeo/publicidad mercadeo.shtml, monosearch, ANTECED. Antecedentes de la publicidad 2009.
- kleppner, atto.publicidad.12.edicion, 2009.pág 469-470
- Microsoft ® Encarta ® 2009. © 1993-2008 Microsoft corporation. Reservados todos los derechos.
- Martínez Estrada Alejandro, elementos de economía ediciones maya número de edición 1999 pág. 6, 7,8 ,9.
- Cooperación Internacional Cida, Metodología de análisis, empresas Públicas Financieras.
- Sánchez Yábar Guido, El Marketing en las pequeñas empresas. Lambin, JJ. Ed. Mc Graw-Hill, marketing strategic, pág.25, 80.
- Kuczynski Pedro Pablo,Ortiz de Cevallos Felipe, marketing o mercadeo:competir y crear empleo, pág.58-78
- Durkheim Emile, las reglas del método sociológico- Fondo de Cultura Económico Edición 2001pág 26,309.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller dirección de marketing Autores Edición12 Editor Pearson Educación, 2009ISBN9702607639, 9789702607632N.º de páginas 729.
- Fleming Paul, Alberdi Lang María José, hablemos de marketing interactivo: reflexiones sobre marketing digital y comercio electrónicoEdición2EditorESIC Editorial, 2008ISBN8473562488, 9788473562485N. de páginas 219.

- Josep Alet, marketing directo e interactivo profesionales de empresa, Editor ESIC Editorial, 2007ISBN8473565223, 9788473565226N.º de páginas482
- Stephen Robbins, Administración, Edición8EditorPearson Educación, 2005ISBN9702605555, 9789702605553N.º de páginas 614
- Eduardo López Lozano, Aspectos Contractuales Y Fiscales Sobre Sueldos Y Salarios 2005 Edición4EditorEdiciones Fiscales ISEF, 2005ISBN9706767320, 9
- Sánchez, Cegarra, Metodología De La Investigación Científica Y Tecnológica Editor Ediciones Díaz de Santos, 2004ISBN8479786248, 9788479786243N.º de páginas355

NET GRAFÍA:

http://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados"

Categorías: Wiki pedía: Fusionar | Mercadotecnia | Estudios de mercado

www.mailxmail.com/curso-cocina-conservas-saladas-dulces/origen-conservas

www.anabelly.com/historia_de_la_jalea_y_mermelada.html

<http://www.revistalideres.ec/CustomerFiles/Lideres/Especiales/2009/septiembre/provincias/9chimborazo/provincias9.html>

<http://www.mailxmail.com/curso/vida/mermeladas/capitulo10.htm>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Pedagog%C3%ADa>

<http://www.mincultura.gov.co/eContent/library/documents/DocNewsNo227DocumentNo356.PDF>

ANEXO N° 1
MATERIA PRIMA

FRUTAS	CANTIDAD ANUAL KILOS	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Tomate de árbol	14.720	0,60	8.832
Mora	20.700	0,60	12.420,00
Total			21.252,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N°2
INSUMOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD ANUAL KILOS	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Panela	35.420	0,60	21.252,00
Pectina	177	0,10	17,70
Total			21.269,70

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 3
MATERIALES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Cajas	3.750	0,10	375,00
Embaces 400g	38.000	0,09	3.420,00
Embaces 300g	52.000	0,08	4.160,00
Etiquetas	90.000	0.04	3.600,00
Total			11.555,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 4
MANO DE OBRA DIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO INDIVIDUAL	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE DEL EMPLEADO AL IESS 9,35	APORTE DEL EMPLEADOR AL IESS 12,15	FONDO DE RESERVA 8,33	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	TOTAL
Obreros	3	275,00	825,00	9.900,00	336,6	437,4	68,73	825,00	825,00	12.056,13

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N°5
MANTENIMIENTO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Guaípe	10	Libras	2,00	20,00
Brochas grandes	5	Unidad	3,25	16,25
Brochas medianas	3	Unidades	2,50	7,50
Brochas pequeñas	3	Unidades	1,80	5,40
Desengrasantes	6	Frasco	10,80	64,80
Agujas para shiglores	10	Unidad	5,50	55,00
Frascos de grasa liviana	30	Unidades	3,80	114,00
Frascos aceitadores	5	Unidades	12,50	62,50
Engrasadores	3	Unidades	2,50	7,50
Cilindros de Aire comprimido de 600 kg	5	Unidades	28,50	142,50
Juego de desarmadores	3	Unidades	15,00	45,00
Playos	3	Unidades	3	9,00
Pinzas	3	Unidades	2,50	7,50
Juego de llaves	1	Unidad	15,15	15,15
Aceite para maquinaria	30	Litros	20,93	627,90
TOTAL				1.200,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 6

MANO DE OBRA INDIRECTA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO ANUAL
Técnico	1	200,00
Contador	1	200,00
TOTAL		400,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 7

SUELDOS Y SALARIOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	APORTE DEL EMPLEADO AL IESS 9,35	APORTE DEL EMPLEADOR AL IESS 12,15	FONDO DE RESERVA 8,33	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	Total
Administrador	1	300,00	3.600,00	112,20	145,80	24,89	300,00	275,00	
Secretaria	1	275,00	3.300,00	112,20	145,80	22,91	275,00	275,00	
TOTAL			6.900,00		145,80	47,80	575,00	550,00	8.218,60

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 8
MATERIALES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Esferos	2	Docenas	2,00	4,00
Corrector	6	Unidades	0,80	4,80
Resma de papel A4	8	Resmas	4,00	32,00
Facturero	1	Unidad	6,00	6,00
Notas de venta	1	Unidad	3,00	3,00
TOTAL				49,80

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 9
UTILES DE ASEO

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Escobas plásticas	3	Unidad	1,50	4,50
Recogedores	1	Unidad	1,00	1,00
Fundas de basura	500	Unidad	0,05	25,00
Toallas de mano	10	Unidad	1,00	10,00
Desinfectante	250	Litros	0,80	200,00
Jabones	12	Unidad	1,00	12,00
TOTAL				252,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N°10
SERVICIOS BÁSICOS

DESCRIPCIÓN	VALOR/MES	TOTAL ANUAL
Agua potable	20,00	240,00
Energía eléctrica	320,00	3.840,00
Teléfono	8,00	96,00
TOTAL		4.176,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N°11
PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Afiches	5.000	0,25	1.250,00
Hojas volantes	10.000	0,15	1500,00
Radio	100	23,90	2.390
TOTAL			5.140,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 12
TRASPORTE Y FLETES

DESCRIPCION	CANTIDAD	VIAJES	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Alquiler	104	104	20,00	2.080,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 13

CONSTRUCCION

DESCRIPCION	UN	CANTIDAD	PREC.UNIT.	PREC.TOTAL
REPLANTEO	M2	266	1,00	266,00
H. SIMPLE REPLANTILLO	M3	10	88,00	880,00
H.SIMPLE CAD.INF. Y COLUMNAS	M3	30	131,00	3.930,00
H.SIMPLE EN VIGAS Y LOSA	M3	20	55,25	1.105,00
ACERO DE REFUERZO FY=4200KG/CM2	KG	300	5,00	1.500,00
PISOS Y CONTRAPISOS	M2	200	12,00	2.400,00
MAMPOSTERIA DE LADRILLO	M2	500	10,50	5.250,00
AGUAS SERVIDAS PVC 4"	PTO	20	12,00	240,00
AGUA POTABLE	PTO	30	23,00	690,00
VENTANA DE ALUMINIO	M2	20	70,00	1.400,00
PUERTA DE MADERA PANELADA LACADA	U	8	150,00	1200,00
ILUMINACION	PTO	22	19,00	418,00
TOMACORRIENTE DOBLE	PTO	25	19,00	475,00
INODORO TANQUE BAJO BLANCO FV Y/O EDESA	U	10	80,00	350,00
MAMPOSERIA BLOQUE DE 10	M2	300	9,00	2700,00
TUBERIA PVC DE 4 "PLASTIGAMA	M	99	7,00	693,00
BLOQUES ALIVIANAMIENTO 40x20x0.12	U	1300	0,40	520,00
HOJAS DE ZINC	8pies	50	8,60	430,00
CERAMICA DE PISO Y PAREDES	M2	150	19,00	2850,00
PINTURA DE CAUCHO	M2	600	2,50	1.500,00
ENLUCIDO HORIZONTAL	M2	300	7,50	2.250,00
ENLUCIDO VERTICAL	M2	300	5,90	1.770,00
PROTECCION DE VENTANAS	M2	20	29,15	583,00
TOTAL				33.400,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

**ANEXO N° 14
MAQUINARIA**

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Despulpador 80 kg/hora	1	3.200,00
Evaporador 100 kg	1	1.000,00
Marmita 100 kg	1	3.000,00
TOTAL		7.200,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

**ANEXO N°15
EQUIPO**

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Balanza 150 kg	1	500,00
Congelador 500 kg	1	1500,00
Envasadora 50 frascos/hora	1	1.200,00
Refractómetro	1	280,00
Potenciómetro	1	180,00
Dispersómetro	1	150,00
TOTAL		3.810,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 16

MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorio	3	60,00	180,00
Sillas giratoria	3	30,00	90,00
Sillas normales	6	5,00	30,00
TOTAL			300,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

**ANEXO N°17
EQUIPOS DE CÓMPUTO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora+ Impresora	1	800,00	800,00
Portátiles	1	600,00	600,00
TOTAL			1400,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 18

FICHA DE OBSERVACIÓN “TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA)”

Efectuadas el 14 de mayo del 2010

FICHA TÉCNICA			
OBJETIVO:	Investigar cual es el precio con el que se distribuye la mermelada en este local.		
NOMBRE:	TIENDAS INDUSTRIALES ASOCIADAS (TIA)		
DESCRIPCIÓN:	Se encuentra ubicado en la zona céntrica de la ciudad de Guaranda sector plaza roja: avenida Chimborazo 217y Luque calle 9 de abril y 10de agosto		
Marcas de mermelada	Gustadina	400g	2,50
	Gustadina	300g	1,50
	Guayas	400g	2,29
	Guayas	300g	1,45
	Snob	400g	2,50
	Snob	300g	1,60

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 19

FICHA DE OBSERVACIÓN “MULTICOMERCIO GUARANDA”

Efectuadas el 14 de mayo del 2010

FICHA TÉCNICA			
OBJETIVO:	Investigar cual es el precio con el que se distribuye la mermelada en este local.		
NOMBRE:	MULTICOMERCIO GUARANDA		
DESCRIPCIÓN:	Se encuentra ubicado en la zona céntrica de la ciudad de Guaranda sector plaza roja: avenida Chimborazo 217y Luque calle 9 de abril y 10de agosto		
Marcas de mermelada	Gustadina	400g	2,49
	Gustadina	300g	1,49
	Guayas	400g	2,29
	Guayas	300g	1,44
	Snob	400g	2,49
	Snob	300g	1,59

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 20

FICHA DE OBSERVACIÓN “LOCAL EL SALINERITO”

Efectuadas el 14 de mayo del 2010

FICHA TÉCNICA			
OBJETIVO:	Investigar cual es el precio con el que se distribuye la mermelada en este local.		
NOMBRE:	LOCAL EL SALINERITO		
DESCRIPCIÓN:	Se encuentra ubicado en la zona céntrica de la ciudad de Guaranda sector plaza roja.		
Marcas de mermelada	SALINERITO	400g	2,50
	SALINERITO	300g	1,50

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 21

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Encuesta dirigida a las familias del sector urbano de la ciudad de Guaranda

Objetivo: Conocer la aceptación de la mermelada en el mercado local.

CUESTIONARIO:

Lea con atención y marque con una X de acuerdo a su criterio a las siguientes preguntas:

1.- ¿Ha consumido usted mermeladas?

SI () NO ()

2.- ¿Qué sabores prefiere usted?

Mora ()

Tomate de árbol ()

3.- ¿Cuántos frascos de mermelada consume al mes?

Uno ()

Dos ()

Tres ()

Más de tres ()

4.- ¿De qué tamaño prefiere la mermelada?

Grande (400g) ()

Mediano (300g) ()

Pequeña (250g) ()

Sachet (100g) ()

6.- ¿Cuál es el envase que prefiere para la mermelada?

Vidrio () Pastico () Sachet ()

7.- ¿Por qué compra el producto?

Sabor ()

Marca ()

Precio ()

8.- ¿Qué marca de mermelada prefiere. ?

Gustadina ()

Guayas ()

Salinerito ()

Snob ()

9.- ¿Dónde compra?

Tienda ()

Supermercado ()

Mercado ()

9.- ¿Estaría dispuesto a consumir mermelada producida en la provincia Bolívar?

Si () Creo que si () Tal vez () Creo que no () No ()

10.- ¿Sustituiría la marca de mermelada que usted consume por otra nueva que le proponemos. ?

Si () No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 22

PRESUPUESTO

ACTIVIDADES	VALOR
VIAJES	200,00
DERECHO DE TESIS DIRIGIDA	300,00
USO DE COMPUTADORA E INTERNET	250,00
INFORMACIÓN (ENCUESTAS)	180,00
ENCUADERNACIÓN DE LOS TRABAJOS DE TESIS	300,00
SOCIALIZACIÓN DE LA TESIS	150,00
MATERIAL ACADÉMICO	300,00
IMPRESIONES Y FOTOCOPIAS	300,00
OTROS	250,00
TOTAL	2.230,00

Elaborado por: Rocío Colcha y Nancy López

ANEXO N° 23

**FOTOGRAFIAS DE LA MATERIA PRIMA UTILIZADA PARA LA
ELABORACION DE MERMELADA**



ANEXO N° 24

FOTOGRAFIAS DEL PROCESO PRODUCTIVO



ANEXO N° 25

**FOTOGRAFIAS DE LOS ENVASES DE VIDRIO PARA LA
MERMELADA DE 400 Y 300g**



ANEXO N° 26

FOTOGRAFIAS DE LA MAQUINARIA UTILIZADA EN LA ELABORACION DE MERMELADA



ANEXO N° 27
ETIQUETAS

DULMER

EL SABOR QUE TU FAMILIA PREFIERE

Vitaminas: B1, B2, B6.	
ANÁLISIS NUTRICIONAL	
Proteína	30-40%
Grasas	35-55%
Carbohidratos	4-8%
Fibra	24%



INGREDIENT
ES:

MORA
PANELA
PECTINA

REG. SAN. 07630

FECH. ELAB.

Te ofrecemos un buen sabor, cuida tu salud

"CONSUME DULMER"

DULMER

EL SABOR QUE TU FAMILIA PREFIERE



Vitaminas: B1, B2, B6.	
ANÁLISIS NUTRICIONAL	
Proteína	30-40%
Grasas	35-55%
Carbohidratos	4-8%
Fibra	24%

Te ofrecemos un buen sabor, cuida tu salud

"CONSUME DULMER"

INGREDIENTES:

TOMATE DE ARBOL
PANELA
PECTINA

REG. SAN. 07630

FECH. ELAB. 12/12/2010

ANEXO N°28
AFICHES

MERMELADAS DULMER

EL SABOR QUE TU FAMILIA PREFERE



Te ofrecemos un buen sabor, cuida tu salud

"CONSUME DULMER"

**DIRECCIÓN: VIA A LA MAGDALENA SECTOR EL MIRADOR A 11.5 KM DEL
CANTÓN CHIMBO,**

PARA PEDIDOS AL CEL. 091684540

ANEXO N° 29
HOJAS BOLANTES

MERMELADAS DULMER

EL SABOR QUE TU FAMILIA PREFERE



Te ofrecemos un buen sabor, cuida tu salud

"CONSUME DULMER"

HA LLEGADO A GUARANDA LAS EXQUISITAS MERMELADAS "DULMER" EL SABOR QUE TU FAMILIA PREFERE, ¡CÓMPRALO YA Y DISFRUTA DE SU SABOR!

DIRECCIÓN: VIA A LA MAGDALENA SECTOR EL MIRADOR A 11.5 KM DEL CANTÓN CHIMBO,

PARA PEDIDOS AL CEL. 091684540