



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PLANTA PROCESADORA DE HIDROMIEL UBICADA EN
ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO, PERIODO 2022-2026.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA:

JENYFFER PAOLA VILLAMARIN GALARZA

Riobamba – Ecuador

2022



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
PLANTA PROCESADORA DE HIDROMIEL UBICADA EN
ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO, PERIODO 2022-2026.**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto de Investigación

Presentado para optar al grado académico de:

LICENCIADA EN FINANZAS

AUTORA: JENYFFER PAOLA VILLAMARIN GALARZA

DIRECTOR: ING. ÁNGEL GERARDO CASTELO SALAZAR

Riobamba – Ecuador

2022

©2022, Jenyffer Paola Villamarin Galarza

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

Yo, Jenyffer Paola Villamarin Galarza, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 13 de diciembre de 2022



Jenyffer Paola Villamarin Galarza
C.I: 055048194-9

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; Tipo: Proyecto de Investigación, **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE HIDROMIEL UBICADA EN ARCHIDONA, PROVINCIA DE NAPO, PERIODO 2022-2026.**, realizado por la señorita: **JENYFFER PAOLA VILLAMARIN GALARZA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

FIRMA

FECHA

Ing. Carina del Rocío Cevallos Ramos
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



2022-12-13

Ing. Ángel Gerardo Castelo Salazar
DIRECTOR DEL TRABAJO
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



2022-12-13

Ing. Guido Javier Mazón Fierro
ASESOR DEL TRABAJO
DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



2022-12-13

DEDICATORIA

El presente proyecto lo dedico con mucho amor y gratitud a mis padres que confiaron íntegramente en mí, y me apoyaron en cada decisión que he tomado en este trayecto de mi vida. A mis hermanos que me impulsan a seguir adelante con el único objetivo de crecer juntos.

Jenyffer

AGRADECIMIENTO

Esta tesis he requerido de esfuerzo y mucha dedicación por parte del autor, director y miembro de tesis, quienes guiaron todo el proceso de investigación y sin ellos no hubiese sido posible su finalización. Quiero agradecer a Dios que me ha permitido llegar hasta este punto de mi vida con salud y con toda mi familia a mi lado apoyándome en cada uno de mis logros y derrotas enfrentadas en este camino. Agradezco a cada uno de mis amigas, amigos y compañeros que me han brindado palabras de aliento para poder continuar con mi meta en esos días difíciles. De igual manera mi más sincero agradecimiento a Tía Maria Toctaguano, mi Tío Alipio Galarza quienes han sido un gran apoyo en toda esta etapa universitaria ya que sin su apoyo esto no sería posible

Jenyffer

ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xv
RESUMEN.....	xvi
ABSTRACT	xvii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	2
1.1. Planteamiento del problema	2
1.2. Limitaciones y delimitaciones	2
1.3. Problema general de investigación.....	3
1.4. Problemas específicos de Investigación	3
1.5. Objetivos.....	3
1.5.1. <i>Objetivo general</i>	3
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i>	3
1.6. Justificación.....	4
1.6.1. <i>Justificación teórica</i>.....	4
1.6.2. <i>Justificación metodológica</i>	4
1.6.3. <i>Justificación práctica</i>.....	4

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes de la investigación	5
2.2. Referencias teóricas	5
2.2.1. <i>Proyecto</i>	5
2.2.1.1. <i>Tipos de proyectos</i>	5
2.2.2. <i>Factibilidad</i>	7
2.2.3. <i>Presupuesto</i>	7
2.2.4. <i>Etapas o estructura del proyecto de factibilidad</i>	8
2.2.5. <i>Inversión</i>	8
2.2.6. <i>Ciclo de vida de la gestión de un proyecto</i>	8

2.2.7.	<i>Apicultora</i>	9
2.2.8.	<i>Procesos industriales</i>	9
2.2.9.	<i>Historia del hidromiel</i>	10
2.2.10.	<i>Estudio de mercado</i>	10
2.2.10.1.	<i>Demanda</i>	11
2.2.10.2.	<i>Oferta</i>	11
2.2.11.	<i>Estudio técnico</i>	12
2.2.11.1.	<i>Localización del proyecto</i>	12
2.2.11.2.	<i>Tamaño óptimo</i>	12
2.2.12.	<i>Estudio legal</i>	14
2.2.13.	<i>Estudio administrativo</i>	14
2.2.14.	<i>Estudio financiero</i>	14
2.2.15.	<i>Costos</i>	15
2.2.15.1.	<i>Costo de producción</i>	15
2.2.15.2.	<i>Costos indirectos de fabricación</i>	15
2.2.15.3.	<i>Punto de equilibrio</i>	16
2.2.16.	<i>VAN</i>	16
2.2.17.	<i>TIR</i>	16
2.2.18.	<i>Apalancamiento financiero</i>	16
2.2.19.	<i>Segmentación del mercado</i>	16
2.2.20.	<i>Mercado objetivo</i>	16
2.2.21.	<i>Competitividad</i>	17

CAPÍTULO III

3.	MARCO METODOLÓGICO	18
3.1.	Enfoque de la investigación	18
3.1.1.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	18
3.1.2.	<i>Enfoque cualitativo</i>	18
3.2.	Nivel de investigación	18
3.3.	Diseño de la investigación	18
3.4.	Tipo de estudio	19
3.5.	Población y muestra	19
3.5.1.	<i>Cálculo de la muestra</i>	19
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	20
3.6.1.	<i>Métodos de investigación</i>	20
3.6.1.1.	<i>Método deductivo</i>	20

3.6.1.2.	<i>Método inductivo</i>	20
3.6.2.	<i>Técnicas de investigación</i>	21
3.6.3.	<i>Análisis de los datos</i>	21

CAPÍTULO IV

4.	MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	22
4.1.	Análisis e interpretación de resultados	22
4.1.1.	<i>Encuesta dirigida a posibles consumidores de Hidromiel</i>	22

CAPÍTULO V

5.	MARCO PROPOSITIVO	38
5.1.	Titulo de la propuesta	38
5.2.	Objetivo de la propuesta	38
5.3.	Ubicación	38
5.4.	Contenido de la propuesta	38
5.5.	Estudio de mercado	38
5.5.1.	<i>Demanda actual</i>	39
5.5.1.1.	<i>Proyección de la demanda</i>	40
5.5.2.	<i>Oferta actual</i>	40
5.5.3.	<i>Proyección de la oferta de Hidromiel</i>	41
5.5.4.	<i>Determinación de la demanda insatisfecha</i>	41
5.5.5.	<i>Análisis de datos e información de resultados</i>	42
5.5.6.	<i>Plan de comercialización</i>	42
5.5.6.1.	<i>Producto</i>	43
5.5.6.2.	<i>Marca</i>	44
5.5.6.3.	<i>Logotipo</i>	44
5.5.6.4.	<i>Precio</i>	44
5.5.7.	<i>Plaza</i>	44
5.5.8.	<i>Canales de distribución</i>	45
5.5.9.	<i>Promoción</i>	45
5.5.9.1.	<i>Relación con los clientes</i>	46
5.6.	Estudio técnico	46
5.6.1.	<i>Tamaño del proyecto</i>	46
5.6.2.	<i>Localización del proyecto</i>	47
5.6.2.1.	<i>Macro localización</i>	47

5.6.2.2.	<i>Factores que influyen en la macro localización</i>	48
5.6.2.3.	<i>Micro localización</i>	48
5.6.2.4.	<i>Factores que influyen la micro localización</i>	49
5.6.3.	<i>Ingeniería del proyecto</i>	50
5.6.3.1.	<i>Flujo de procesos</i>	50
5.6.4.	<i>Proceso de transformación</i>	50
5.6.4.1.	<i>Procesos de producción</i>	51
5.6.4.2.	<i>Herramientas, equipos y máquinas para la producción</i>	52
5.6.5.	<i>Análisis y descripción del proceso</i>	58
5.6.6.	<i>Distribución de la planta</i>	59
5.6.7.	<i>Capacidad instalada</i>	59
5.6.8.	<i>Impacto ambiental</i>	61
5.7.	Estudio legal y administrativo	61
5.7.1.	<i>Estudio legal</i>	61
5.7.1.1.	<i>Base legal</i>	61
5.7.2.	<i>Estudio administrativo</i>	63
5.7.2.1.	<i>Descripción de la empresa</i>	63
5.8.	Estudio financiero	69
5.8.1.	<i>Inversión inicial</i>	69
5.8.1.1.	<i>Activos fijos</i>	73
5.8.1.2.	<i>Activo diferido</i>	75
5.8.1.3.	<i>Capital de trabajo</i>	75
5.8.2.	<i>Estructura del financiamiento</i>	76
5.8.3.	<i>Depreciación de activos</i>	77
5.8.4.	<i>Costos y gastos</i>	77
5.8.4.1.	<i>Costo de producción</i>	77
5.8.4.2.	<i>Gastos indirectos de fabricación</i>	78
5.8.5.	<i>Punto de equilibrio</i>	79
5.8.5.1.	<i>Punto de equilibrio unidades</i>	79
5.8.5.2.	<i>Punto de equilibrio ventas</i>	80
5.8.6.	<i>Estados de resultados</i>	80
5.8.7.	<i>Flujos de caja</i>	80
5.8.8.	<i>Evaluación financiera</i>	81
5.8.8.1.	<i>VAN</i>	81
5.8.8.2.	<i>Tasa de Descuento</i>	81
5.8.8.3.	<i>TIR</i>	82
5.8.8.4.	<i>Relación Costo/Beneficio</i>	83

5.8.9. Viabilidad financiera	83
CONCLUSIONES.....	84
RECOMENDACIONES.....	85
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	Edad.....	23
Tabla 2-4:	Género	24
Tabla 3-4:	Ocupación de los posibles consumidores de hidromiel.....	25
Tabla 4-4:	Termino Hidromiel.....	26
Tabla 5-4:	Respuesta, le gustaría probar un vino de miel.....	27
Tabla 6-4:	Consumo de bebidas alcohólicas.....	28
Tabla 7-4:	Frecuencia de consumo	29
Tabla 8-4:	Tipo de alcohol.....	30
Tabla 9-4:	Factores de compra.....	31
Tabla 10-4:	Canales de comercialización	32
Tabla 11-4:	Redes sociales.....	33
Tabla 12-4:	Presentación.....	34
Tabla 13-4:	Cuanto pagaría.....	35
Tabla 14-4:	Posibilidad de compra	36
Tabla 1-5:	Demanda Actual	40
Tabla 2-5:	Proyección de la demanda.....	40
Tabla 3-5:	Oferta Actual	40
Tabla 4-5:	Proyección de la oferta	41
Tabla 5-5:	Demanda Insatisfecha.....	41
Tabla 6-5:	Precio.....	44
Tabla 7-5:	Especificaciones Técnicas de Fermetador.....	52
Tabla 8-5:	Especificaciones Técnicas de Mezclador	53
Tabla 9-5:	Especificaciones Técnicas de Chiler	53
Tabla 10-5:	Especificaciones Técnicas	54
Tabla 11-5:	Especificaciones Técnicas de Embotelladora.....	54
Tabla 12-5:	Especificaciones Técnicas de Lavadora	55
Tabla 13-5:	Especificaciones Técnicas de Etiquetadora.....	55
Tabla 14-5:	Especificaciones Técnicas de Congelador.....	56
Tabla 15-5:	Especificaciones Técnicas de Capsuladora Eléctrica	57
Tabla 16-5:	Especificaciones Técnicas de Filtro de Placas	58
Tabla 17-5:	Detalle de personal	65
Tabla 18-5:	Descripción de Puesto/ Gerente Administrativo	66
Tabla 19-5:	Descripción de Puesto/ Gerente Jefe de Producción	67
Tabla 20-5:	Descripción de Puesto/ Asesor de Ventas	68

Tabla 21-5:	Inversión del proyecto	69
Tabla 22-5:	Mano de Obra.....	70
Tabla 23-5:	Materia Prima Directa	70
Tabla 24-5:	Gastos Administrativos	70
Tabla 25-5:	Gasto Ventas.....	71
Tabla 26-5:	Servicios Básicos.....	72
Tabla 27-5:	Útiles de Aseo	72
Tabla 28-5:	Publicidad.....	72
Tabla 29-5:	Útiles de oficina.....	72
Tabla 30-5:	Útiles de oficina.....	73
Tabla 31-5:	Maquinaria y Equipo	73
Tabla 32-5:	Maquinaria y Equipo	74
Tabla 33-5:	Muebles y enseres	74
Tabla 34-5:	Equipos de Laboratorio	74
Tabla 35-5:	Equipos de Computo	75
Tabla 36-5:	Activo Diferido.....	75
Tabla 37-5:	Capital de Trabajo	75
Tabla 38-5:	Estructura del financiamiento.....	76
Tabla 39-5:	Depreciación de Activos	77
Tabla 40-5:	Costos y gastos	78
Tabla 41-5:	Materia prima directa	78
Tabla 42-5:	Gastos Indirectos de Fabricación	78
Tabla 43-5:	Gastos de Ventas	78
Tabla 44-5:	Gastos Administrativos	79
Tabla 45-5:	Gastos Financieros	79
Tabla 46-5:	Gastos de Depreciación y Amortización	79
Tabla 47-5:	Punto de equilibrio	79
Tabla 48-5:	Punto de equilibrio en ventas	80
Tabla 49-5:	Estados de Resultados	80
Tabla 50-5:	Flujos de Caja.....	81
Tabla 51-5:	Tasa de Descuentos	81
Tabla 52-5:	Flujos Netos.....	82
Tabla 53-5:	Relación beneficio costo	83

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1-2:	Etapas de un proyecto	8
Ilustración 1-4:	Edad.....	23
Ilustración 2-4:	Género	24
Ilustración 3-4:	Resultados de Ocupación	25
Ilustración 4-4:	Resultados	26
Ilustración 5-4:	Respuesta, le gustaría probar un vino de miel.....	27
Ilustración 6-4:	Consumo de bebidas alcohólicas.....	28
Ilustración 7-4:	Frecuencia de consumo	29
Ilustración 8-4:	Tipo de alcohol.....	30
Ilustración 9-4:	Factores de Compra.....	31
Ilustración 10-4:	Canales de comercialización	32
Ilustración 11-4:	Redes sociales más utilizadas.....	33
Ilustración 12-4:	Presentación	34
Ilustración 13-4:	Cuanto pagaría.....	35
Ilustración 14-4:	Compraría usted	36
Ilustración 1-5:	Demanda insatisfecha.....	42
Ilustración 2-5:	Planta procesadora.....	43
Ilustración 3-5:	Prototipo de botella	43
Ilustración 4-5:	Marca de Producto Final	44
Ilustración 5-5:	Logo de la Planta procesadora	44
Ilustración 6-5:	Canal de distribución Directa	45
Ilustración 7-5:	Canal de distribución Indirecta	45
Ilustración 8-5:	Redes sociales utilizadas para publicidad	46
Ilustración 9-5:	Mapa Geográfico de Ecuador.....	48
Ilustración 10-5:	Mapa de Archidona	49
Ilustración 11-5:	Mapa de Archidona	50
Ilustración 12-5:	Proceso de producción	51
Ilustración 13-5:	Organigrama Funcional.....	59
Ilustración 14-5:	Organigrama funcional.....	64
Ilustración 15-5:	Inversión Inicial.....	69
Ilustración 16-5:	Financiamiento.....	76

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

ANEXO B: FOTOS EVIDENCIAS DEL PROCESO

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo elaborar un análisis de factibilidad para la creación de una planta procesadora de Hidromiel ubicada en Archidona, Provincia de Napo, a fin de conocer la factibilidad productiva, técnica, administrativa, legal y económica, con la finalidad de impulsar el desarrollo y crecimiento económico del sector en conjunto con los pequeños apicultores que existen a sus alrededores. De esta manera se optó por una metodología de investigación con un enfoque mixto que permitió la recolección de datos de manera eficiente a través de las técnicas como son las encuestas que fueron de suma importancia para el desarrollo del producto final. Por otra parte, se presentó la investigación teórica en donde se analizó los diferentes autores con los cuales se sustentó la investigación al igual que en el marco propositivo se estructuró una propuesta que cumpla con las condiciones y requerimientos de los consumidores con lo cual se determinó la ubicación, canales de distribución, capacidad instalada, herramientas, equipos y máquinas para la producción de la planta procesadora de esta manera se presentó cada uno de los procesos por los cuales se tuvo que pasar para obtener el vino de miel (Hidromiel). Además, se realizó una evaluación financiera en donde se obtuvo un VAN de \$27,478.00 y un TIR de 31,60% los cuales arrojaron valores positivos indicativo que la puesta en marcha del proyecto es factible y atractiva para posibles inversionistas.

Palabras Clave: <FACTIBILIDAD>, <HIDROMIEL>, <COLOR AMBAR>, <PLANTA PROCESADORA>, <APICULTORES>.




25-01-2023

0241-DBRA-UPT-2023

ABSTRACT

This research aimed to elaborate a feasibility analysis for the creation of a mead processing plant located in Archidona, Napo Province, to know the productive, technical, administrative, legal, and economic feasibility, with the purpose of promoting the development and economic growth of the sector together with the small beekeepers that exist in the surrounding area. In this way, a research methodology was chosen with a mixed approach that allowed the collection of data in an efficient way through techniques such as surveys that were of utmost importance for the development of the final product. On the other hand, the theoretical research was presented, where the different authors with whom the research was supported and analyzed, as well as the propositional framework in which a proposal was structured to meet the consumers conditions and requirements, with which the location, distribution channels, installed capacity, tools, equipment, and machines for the production of the processing plant were determined, thus presenting each of the processes through which it had to pass to obtain the honey wine (mead). In addition, we achieved a financial evaluation, where a NPV (net present value) of \$27,478.00 and an IRR (internal rate of return) of 31.60% were obtained, which yielded positive values indicating that the implementation of the project is feasible and attractive to potential investors.

Keywords: <FACTIBILITY>, <MEAD>, <AMBER COLOR>, <PROCESSING PLANT>, <FARMERS>.



Lcdo. Leonardo E. Cabezas A.
0601880420

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está diseñada para el desarrollo de la parroquia de Cotundo que pertenece a la provincia de Napo posee grandes cualidades entre ellas es la gran floración que existe en la zona que permiten el desarrollo de varias especies entre ellas las abejas que son parte esencial del proyecto de investigación.

Además, que el proyecto tiene un enfoque social ya que está pensado en el desarrollo de pequeños productores de miel, los cuales se verán beneficiados directamente con la compra de su producto y con las capacitaciones necesarias para perfeccionar el proceso y recolección de miel.

CAPÍTULO I

Se identifica los antecedentes de investigación el cual tiene el sustento teórico con sus variables correspondientes, problemática del proyecto y justificación.

CAPÍTULO II

Se estructura el marco teórico correspondiente que es la base en la cual fue desarrollado el proyecto de investigación, donde se identifica los términos apropiados para el desarrollo del proyecto de manera objetiva.

CAPÍTULO III

Se realizo el Marco Metodológico en el cual se establece los métodos, tipos de investigación y técnicas que se van a utilizar en el proyecto de investigación.

CAPÍTULO IV

Se desarrollo la tabulación de los datos obtenidos por la muestra encuestada en el proceso de investigación del proyecto con sus debidos análisis de resultados.

CAPÍTULO V

Se expuso la propuesta, donde se desarrolla todos los estudios pertinentes como es el caso de los estudios de oferta, demanda, punto de equilibrio que permitieron tomar acciones que nos permita obtener respuestas favorables en el proyecto de factibilidad.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

La actividad apícola a nivel internacional ha mantenido una tendencia en aumento, el mayor productor de miel es China quien encabeza la clasificación mundial con un volumen de producción superior a las 450 000 en 2020 de acuerdo con los datos proporcionados por la página Statista.

En Ecuador la demanda de productos apícolas ha incrementado y cada vez existe un mercado más competitivo y en especial para los productos que brinda un valor agregado al consumidor final. De acuerdo con los datos proporcionados por la página “El Productor” en Ecuador existen 2034 apicultores que se distribuyen en 23 provincias del país excepto Galápagos.

La apicultura está estrechamente relacionada con la actividad agropecuaria debido a que las abejas necesitan del néctar de la flor de los cultivos para producir miel, por lo tanto, los agricultores pueden aprovechar la apicultura como una forma de explotación agropecuaria y obtener un beneficio.

La falta de producción en la provincia de Napo imposibilita el desarrollo y crecimiento económico debido a la escasez de apicultores especializados en producción, dando como resultado un mercado insatisfecho, poniendo en evidencia la falta de emprendimientos que ayuden a dinamizar el mercado, es por eso que Archidona es un sitio ideal ya que cuenta con una ventaja climática que es óptima para la producción de la miel además que es un lugar turístico para nacionales y extranjeros, esto permitirá que se obtenga un resultado positivo en la creación de la Hidromiel (vino de miel) es por eso que el aporte de esta investigación se pretende dinamizar el mercado de los derivados de miel de abeja y a su vez fortalecer la economía de las familias generando plazas de empleo.

1.2. Limitaciones y delimitaciones

Este trabajo investigativo se desarrollará en:

Objeto: Desarrollo de un proyecto de factibilidad económico para el crecimiento de una planta procesadora de Hidromiel.

Campo de acción: Proyecto de Inversión

Parroquia: Cotundo

Cantón: Archidona

Provincia: Napo

Delimitación temporal: 2022-2026

1.3. Problema general de investigación

¿De qué manera contribuirá con el Cantón Archidona con la Implementación de una planta procesadora de Hidromiel?

1.4. Problemas específicos de Investigación

¿Por qué es necesario crear una planta procesadora de Hidromiel en el sector Cotundo?

¿Qué impacto social tendrá en la parroquia Cotundo?

¿Cuál es el nivel de aceptación de un producto procesado a base de miel?

¿De qué manera influirá económicamente una planta procesadora de Hidromiel a la localidad?

1.5. Objetivos

1.5.1. *Objetivo general*

Diseñar un proyecto de inversión mediante el estudio de factibilidad para la creación de una planta procesadora de Hidromiel con la finalidad de impulsar el desarrollo y crecimiento económico de Archidona.

1.5.2. *Objetivos específicos*

- Establecer la base teórica a través de la bibliografía que sustente la investigación del proyecto de factibilidad
- Determinar un estudio de mercado mediante encuestas, artículos, revistas relacionadas para conocer la oferta y demanda.
- Elaborar el proyecto de inversión a través de herramientas técnicas, legales y administrativas para la creación de una planta procesadora de Hidromiel.

1.6. Justificación

1.6.1. *Justificación teórica*

El presente trabajo de investigación se realizará mediante la ayuda de libros, artículos científicos, blogs internacionales y nacionales, revistas, información digital y tesis que se relacionan con el tema de investigación con el único objetivo de brindar información coherente.

1.6.2. *Justificación metodológica*

Durante la investigación realizada se puede observar métodos adecuados de investigación que brindaran un enfoque cuantitativo y cualitativo, con ayuda de técnicas de observación, encuestas y entrevistas que facilitarían la obtención de información para analizarla en el desarrollo del presente trabajo.

1.6.3. *Justificación práctica*

La creación de esta planta productora de Hidromiel en la ciudad de Archidona, permite crear oportunidades de empleo en especial para los apicultores de la zona que buscan ingresos adicionales para el crecimiento económico de su núcleo familiar.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

En la presente investigación Estudio de Factibilidad para la creación de una planta procesadora de Hidromiel en la Provincia del Napo, tienen como objetivo principal analizar la factibilidad de implementar una planta procesadora de hidromiel, el producto se comercializará principalmente en tiendas, supermercados y lugares en donde exista consumo masivo de licor como son: bares, restaurantes y discotecas.

Un estudio realizado por (Rios, 2016) en su trabajo de titulación “Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de Hidromiel (vino) en el Cantón Puyango, Provincia de Loja” pone en evidencia el incremento del consumo del Vino en Ecuador, ya que es el producto más demandado por consumidores ecuatorianos después de la cerveza y el whisky en especial para el sector de clase media. Así como también Ecuador es uno de los países que ha obtenido un crecimiento del consumo ya que cuenta con precios competitivos y calidad que los respalda al momento de producirlos.

El hidromiel es un producto antiguo ya que en la antigua Grecia ya la consumían y es considerado el primer licor creado por el hombre a base de fermentación de agua y miel, al cual se le atribúan varias propiedades energéticas, digestivas y relajantes. Incidencia.

2.2. Referencias teóricas

2.2.1. Proyecto

Proyecto es la concepción y la transcripción de una idea, de un objetivo o de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios, que requiere de planeación, trabajo en equipo y uso de diversas herramientas, con una adecuada supervisión y control de las actividades (Aceves, 2018).

2.2.1.1. Tipos de proyectos

Según (Gallardo & Maldonado, 2016) menciona que cuando se habla de proyecto simples es necesario especificar algo más que permita encuadrar el área o sector donde sus competencias se

desarrollarán. Existen muchos tipos de proyectos, pero los más comunes son:

Según el grado de dificultad que entraña su consecución

- **Proyectos simples:** fáciles de concretar, porque se necesitan pocos recursos humanos, materiales o tiempo para la obtención de la información necesaria para la toma de decisiones.
- **Proyectos complejos:** al contrario de los anteriores, requieren diversos elementos para su concreción, como por ejemplo la elección de un nuevo producto para su fabricación.

Según el capital de la organización que lo realice

- **Proyectos públicos:** realizados por organismos estatales.
- **Proyectos privados:** realizados por cualquier organización privada.
- **Proyectos mixtos:** involucran a distintas organizaciones.

Según el sector productivo que lo realiza

- Construcción
- Energía
- Minería
- Agrícola-ganadero o pesca
- Medioambiente
- Industriales
- De servicios

Según su área de influencia

- Internacionales
- Nacionales
- Regionales
- Locales

Según su orientación

- Productivos
- Sociales

- Legales
- Tecnológicos
- Económicos
- Artísticos
- Fiscales
- Educativos
- Comunitarios
- Comunitarios
- Financieros
- De investigación

2.2.2. *Factibilidad*

La factibilidad se trata de una propuesta en donde se resuelve un problema práctico o una necesidad donde se requiere de recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o poner a cabo actividades, procesos con el objetivo de obtener recursos económicos considerando costo de tiempo, costo de realización y el costo de adquirir nuevos recursos (Duvergel. & Argota, 2017).

2.2.3. *Presupuesto*

Hay que analizar en detalle muchas de sus características; al menos conviene conocer sus recursos, los puntos fuertes y débiles que presenta, y el posible comportamiento de sus costes. No basta con profundizar en el análisis de los competidores actuales; es preciso ir más allá, pensando —por ejemplo— en nuevas empresas que posiblemente acudan con posterioridad. También es aconsejable dedicar cierto tiempo a pensar en la evolución de productos sustitutos.

2.2.4. *Etapas o estructura del proyecto de Factibilidad*

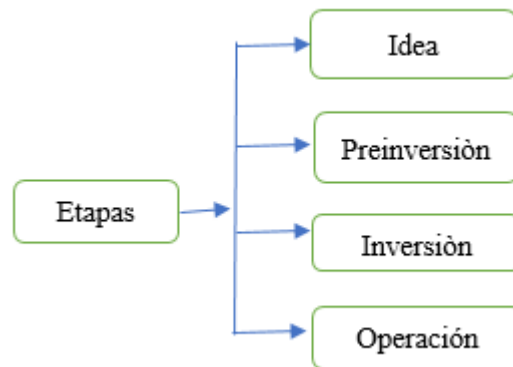


Ilustración 1-2: Etapas de un proyecto

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

La etapa de preinversión corresponde al estudio de la viabilidad económica de las diversas opciones de solución identificadas para cada una de las ideas de proyectos. Esta etapa se puede desarrollar de tres formas distintas, dependiendo de la cantidad y la calidad de la información considerada en la evaluación: perfil, prefactibilidad y factibilidad (Sapag, 2011).

2.2.5. *Inversión*

En economía se entiende por inversión a un conjunto de mecanismos de ahorro, ubicación de capitales y postergación del consumo, con el objetivo de obtener un beneficio, un rédito o una ganancia, es decir, proteger o incrementar el patrimonio de una persona o institución (Meza, 2013.).

Por lo general, la creación de empresa requiere de una fuerte suma de dinero; en este punto del plan de negocios, es indispensable detallar concretamente en qué se va a invertir: maquinaria, instalaciones, mano de obra, permisos, etc., y de dónde proviene el dinero: entidades financieras, capitales de riesgo, inversores, etc (Laos & Navarro, 2006).

2.2.6. *Ciclo de vida de la gestión de un proyecto*

Procesos de iniciación: procesos donde se engloba el conjunto de actividades para la toma de datos y aprobación del proyecto. dentro de estos procesos se enmarcan las actividades definidas anteriormente para la toma de requisitos: análisis de la información de definición de proyecto, identificación de las personas o colectivos de personas que es necesario involucrar en el proyecto, reuniones de trabajo para la toma de requisitos y emisión de cuestionarios y encuestas.

Procesos de planificación: procesos a través de los cuales se llevan a cabo las actividades para la definición de los objetivos del proyecto y la selección de las mejores alternativas para lograr el cumplimiento de estos objetivos. dentro de los procesos de planificación se encuentran actividades como la identificación de tareas del proyecto, la determinación de sus duraciones y dependencias, la estimación de costes y la asignación de recursos (económicos y profesionales).

Procesos de ejecución: este grupo de procesos comprende las actividades para la propia realización del proyecto y para la coordinación de las actividades y recursos involucrados en esta ejecución. Mientras en el resto de procesos las actividades son principalmente de gestión, administración, coordinación o planificación, los procesos de ejecución se centran en actividades más productivas como la asignación de actividades al equipo de trabajo, la redacción de documentación o el desarrollo de funcionalidades del producto.

Procesos de seguimiento y control: donde se incluyen las actividades destinadas a asegurar el cumplimiento de los objetivos del proyecto, dentro de las cuales se encuentran actividades como el seguimiento del grado de avance del proyecto, la detección de desviaciones o la definición y puesta en marcha de medidas correctivas y preventivas.

Procesos de cierre: procesos donde se cubren las actividades destinadas a formalizar la aceptación del proyecto y asegurar la correcta finalización del mismo, actividades como la revisión y aceptación final de toda la documentación entregada en el proyecto o la realización del acta final de cierre de proyecto (Campo, 2013).

2.2.7. Apicultora

Es una actividad dedicada a la crianza de las abejas y a ofrecerles los cuidados necesarios con el objetivo de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar, como la miel, polen, jalea real y la cera (Gutiérrez. & Pérez, 2012).

2.2.8. Procesos industriales

Se define como la aplicación de una serie de etapas lógicas y ordenadas que persigue un objetivo común. Si a este término se le agrega la palabra industrial, entonces se refiere a cualquier conjunto de actividades o serie de trabajos físicos y/o químicos que provoca un cambio físico o químico en la materia prima, con la finalidad de generar productos de valor comercial (Baca et al., 2014).

2.2.9. Historia del hidromiel

El Hidromiel o agua de miel es por definición una bebida fermentada que consta de miel y agua, que a lo largo de la historia han cambiado su receta. En la antigua Roma era habitual beber hidromiel fabricado a partir de agua, miel y zumo de uva, dando lugar a un hidromiel de alta graduación y muy aromático al que el mismísimo Julio César era muy aficionado. De esta época procede una de las primeras recetas documentadas de hidromiel:

"Coge agua de lluvia almacenada durante varios años y mezcla un sextario de este agua con una libra romana de miel. Para una hidromiel más débil mezcla un sextario de agua con nueve onzas de miel. La mezcla es expuesta al sol durante 40 días y después guardada en una estantería cerca del fuego. Si no tienes agua de lluvia hierva agua de manantial"(El Origen Del Hidromiel - Historia de La Bebida Alcohólica Más Antigua de La Humanidad | Todo Acerca Del Aguamiel y Los Vikingos| Curiosidades - Hidromiel Zangana, 2020.).

Históricamente el hidromiel fue consumido por griegos, celtas, sajones y nordico, dicha bebida era producida por los monjes de alto rango en monasterios. Los griegos lo conocían como “melikraton”, mientras tanto que los romanos le llamaban “aqua mulsum” en Polonia se conocía como “miòd pitny” que significa miel bebible, le atribuían propiedades energéticas, digestivas y relajantes.

2.2.10. Estudio de mercado

La economía es la ciencia que estudia el mercado con objeto de elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades y los deseos ilimitados de los individuos y las empresas. Para decidir respecto de la mejor opción de inversión, la empresa debe investigar las relaciones económicas actuales y sus tendencias, y proyectar el comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado particular (Sapag, 2011).

El estudio de mercado permite el reconocimiento del mercado, es decir, las variables internas y externas que se analizaron en el micro y macro entorno de la empresa. Los clientes, la demanda, la oferta, la comercialización, el consumo, el precio, entre otras, que conforman las variables internas, y las variables externas como la competencia, gustos, preferencias, tendencia del consumidor, las condiciones políticas y legales, la tecnología, etc

Los pasos fundamentales que se deben realizar en un estudio de mercado pasan por:

1. Definir correctamente los aspectos del estudio general del mercado que interesa en relación con el proyecto específico que se trata.
2. Recopilar información de antecedentes (uso del bien o servicio, series estadísticas de producción, importación exportación, etc., tipo y costumbres de los consumidores, distribución geográfica del mercado. Métodos de comercialización, posibles cambios demográficos.
3. Fijación de la cuantía de la demanda total actual, real y aparente.
4. Conclusiones y previsiones respecto a la comercialización del bien o servicio (formas de distribución, problemas de transporte.
5. Conclusiones y previsiones respecto a la incidencia de la política económica en el mercado (solución que se podría dar a problemas relacionados con funciones de precios, racionamiento, existencia de monopolios de distribución o transportación, protección aduanera, exenciones tributarias, subsidios, etc.
6. Proyección de la demanda

Todos estos puntos pueden ser abordados por los siguientes estudios:

- Análisis de la demanda
- Análisis de la oferta
- Análisis de los canales de comercialización
- Análisis de precios (Gonzalez, et al., 2014).

2.2.10.1. Demanda

Según (Martínez, 2017.) “Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición de un bien o servicio. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción”.

2.2.10.2. Oferta

El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. La información sobre la cantidad ofrecida de un bien y el precio aparece recogida en la tabla de oferta. La tabla de oferta individual recoge las distintas cantidades que un productor desea ofrecer para cada precio, por unidad de tiempo, permaneciendo los demás factores constantes (Vigo et al., 2018).

2.2.11. Estudio técnico

El estudio técnico permite verificar la viabilidad de los materiales a utilizar en el proceso y construcción de un proyecto, con la finalidad de conocer si es posible producir o vender el producto a servicio con calidad, cantidad y costo requerido. Es de gran importancia identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos y recursos humanos entre otros (Vigo, et al., 2018).

El estudio técnico debe ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio. El estudio técnico es realizado por expertos en el campo objetivo del proyecto de inversión (ingenieros, técnicos, arquitectos, etc.) y propone definir alternativas técnicas que permitan lograr los objetivos del proyecto y se constituye en una de las etapas de la prefactibilidad que mayor atención requiere debido a que toda la arquitectura financiera del proyecto, que corresponde a la estimación de inversiones, costos e ingresos está montada sobre sus resultados (Meza, 2013).

2.2.11.1. Localización del proyecto

El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental, porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar de domicilio. Lo ideal en los proyectos de inversión es que a la hora de tomar la decisión de seleccionar el sitio en donde se debe construir la obra civil de la futura empresa, éste no esté condicionado, es decir, que se puedan tomar en consideración elementos como: vías de comunicación, servicios de transporte, servicios públicos, mercado de materias primas, mercado de consumo del producto o servicio, disponibilidad de mano de obra y la configuración topográfica del sitio (Vigo, et al., 2018).

2.2.11.2. Tamaño óptimo

“Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo” (Vigo, et al., 2018).

En referencia a la capacidad de producción del proyecto, es necesario aclarar ciertos términos:

- **Capacidad diseñada:** es el nivel de producción o de prestación de servicios en condiciones

normales de operación.

- **Capacidad Instalada:** es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria y equipos e infraestructura disponible puede generar.
- **Capacidad utilizada o real:** es el porcentaje de la capacidad instalada que se alcanza, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas (Vigo, et al., 2018).

Según (Meza, 2013), en el estudio de localización del proyecto se deben analizar las siguientes variables:

- **Transporte de insumos y de productos.** Consiste en identificar aquellas localizaciones que hagan mínima la suma de los costos totales de trasladar los insumos hasta el centro de producción y los productos desde la planta hasta los centros de distribución.
- **Costos laborales.** Es importante este factor en la localización de proyectos, a tal punto de distinguir industrias orientadas hacia la mano de obra. Las empresas que se caracterizan por utilizar un alto porcentaje de mano de obra o por elaborar productos de alto valor unitario, suelen situarse cerca de los centros más poblados donde hay mayor disponibilidad o menor costo de ella.
- **Insumos, disponibilidad y costos.** Una de las limitaciones más importantes de cualquier proyecto es la existencia local de proveedores de materias primas y servicios.
- **Limitaciones tecnológicas.** Debe contarse con los conocimientos técnicos para crear realmente el producto en todos sus detalles, teniendo en cuenta la tecnología del proceso y los medios auxiliares disponibles.
- **Políticas nacionales o regionales.** Al implementar un proyecto de inversión se encuentran muchas veces una serie de limitaciones de tipo legal, que no fueron tenidas en cuenta en la formulación. La existencia de normas reglamentadoras sobre el uso de servicios públicos, horarios de trabajo, etc., pueden influir notablemente en la localización de un proyecto.
- **Consideraciones ambientales.** El uso de recursos naturales, como el agua y el aire, se hace por lo general en condiciones de libre apropiación por parte del proyecto. Algunas inversiones tienen características tales en su proceso de construcción que las hacen susceptibles de ser calificadas como “contaminantes”. El costo social de esta contaminación depende no solamente de la magnitud del volumen contaminante atribuible al proyecto, sino también de su localización. Se debe realizar un análisis de las externalidades del proyecto, que garantice que su localización sea óptima desde el punto de vista de la utilización de los recursos naturales.
- **En la localización de un proyecto,** se suelen seguir dos etapas básicas:
- **Macro localización.** Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales, basándose en las

condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

- **Micro localización.** Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad, considerando las variables mencionadas anteriormente en un mayor detalle (costos de terreno, facilidades de acceso a servicios públicos, facilidades administrativas o legales, etc.). Cuando se hace el estudio a nivel de perfil, basta con identificar la zona para efectos de localización.

2.2.12. Estudio legal

El estudio legal determina si es viable el desarrollo de un proyecto de acuerdo a las normas que lo rigen en cuanto a la localización de productos, subproductos y patentes al igual que toma en cuenta la legislación laboral y el impacto que este involucra (Guerrero. & Santacruz, 2016).

2.2.13. Estudio administrativo

Como cualquier otra actividad humana, la administración implica el ejercicio de habilidades, es decir, de capacidades altamente desarrolladas, así como de competencias. Las habilidades son el resultado de una combinación de aptitud, educación, capacitación y experiencia. Adquirir esas competencias mediante formación y capacitación se ha convertido en una prioridad tanto de quienes aspiran a ser gerentes como de las organizaciones donde trabajan (Hernández, 2014).

2.2.14. Estudio financiero

Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el período de evaluación del proyecto. Con esta información se realiza, a través de indicadores de rentabilidad, la evaluación financiera del proyecto (Meza, 2013).

2.2.15. Costos

Según (Gallardo & Maldonado, 2016) “son los sacrificios económicos necesarios para poder realizar el producto o servicio hasta que esté en condiciones de ser destinado a la venta, también denominados costos de venta (CMV).”

Existen diversas clasificaciones de los costos, como la que los divide en fijos o variables. Los primeros son los que no cambian con el volumen de producción (alquileres, sueldos fijos mensuales, etc.), los segundos, por el contrario, varían con la producción (materia prima, materiales, sueldos si se pagan por unidad de producción, etc.) (Gallardo & Maldonado, 2016).

2.2.15.1. Costo de producción

El coste de producción de un bien o servicio es el valor en unidades monetarias de los factores utilizados para su obtención.

Se puede clasificar en costes fijos y variables:

- Los fijos no dependen de la actividad de la empresa. Son una cantidad determinada, independientemente del volumen de producción o ventas que tenga la empresa, como por ejemplo los alquileres, costes de administración, costes generales de fabricación o producción, costes de financiación, gastos de investigación, desarrollo e innovación, seguros, etc.
- Los costes variables, por el contrario, dependen de las ventas, y a mayor volumen de ventas mayores son los gastos variables, como, por ejemplo, las mercaderías, mano de obra directa, suministros, etc (Martínez. & ProQuest., 2017).

2.2.15.2. Costos indirectos de fabricación

Todo lo que se gasta en fábrica son costos, y pueden ser incluidos dentro de los costos indirectos: las amortizaciones de las maquinarias, el impuesto inmobiliario, los sueldos y cargas sociales del jefe de los operarios, el servicio eléctrico consumido en el sector, los seguros de las personas que trabajan en el sector, y también los de las materias primas y maquinarias, etc., si estuvieran aseguradas (Gallardo et al., 2016).

2.2.15.3. Punto de equilibrio

Según (Martínez. & ProQuest., 2017) El punto de equilibrio indica el punto mínimo de ventas que tiene que alcanzar la empresa para no tener beneficios ni pérdidas, que su beneficio sea igual a cero, es decir, muestra aquella cifra de ventas en la cual la empresa cubre todos sus costes (fijos y variables).

2.2.16. VAN

Es un método de selección de inversiones dinámico, ya que además de la cuantía de los flujos de caja, tiene en cuenta el periodo en el que se generan, es decir, cuando se van a percibir dichos flujos. No es igual lograr cuantiosos flujos de caja positivos durante los últimos años de un proyecto de inversión, que, durante los primeros años, ya que la empresa podrá reinvertirlos y obtener mayores rendimientos de su dinero (Martínez. & ProQuest., 2017).

2.2.17. TIR

La Tasa Interna de Rentabilidad (TIR) es el tipo de interés que iguala el Valor Actual Neto (VAN) de una inversión a cero. Es decir, el tipo de interés necesario para que los flujos de caja actualizados amorticen la inversión inicial (Martínez. & ProQuest., 2017).

2.2.18. Apalancamiento financiero

En el apalancamiento financiero es importante considerar el riesgo del negocio, el cual se traduce en que tiene la empresa por operar en el negocio o sector, y es independiente del riesgo financiero en el que incurre la empresa por financiarse a través de deuda (Lavalle, 2017).

2.2.19. Segmentación del mercado

La segmentación de mercados tiene múltiples beneficios y utilidades para las empresas, tales como: facilita las ofertas de productos, las estrategias de la empresa, las estrategias de marketing, optimiza los recursos de la organización, mejora el nivel de satisfacción de los clientes y el valor de la organización (Lino Roger, 2022).

2.2.20. Mercado objetivo

La segmentación del mercado es un punto clave que se debe considerar al realizar la planeación

estratégica del mercado, pues al definir el mercado meta o segmento que atenderá la empresa, se plantean los objetivos y metas para poder llegar de forma precisa al mercado y así ofertar un producto que sin duda tendrá éxito total (Jaramillo et al., 2018).

La evaluación del negocio ofrece un formato que distribuye en segmentos a los clientes reales y potenciales. La segmentación permite agruparlos en conforme a características comunes de demografía, uso del producto y compra. De este modo se incluye el análisis de que grupo de clientes es actualmente la más rentable y que grupo ofrece el máximo potencial para la empresa (Rafael et al., 2013) .

2.2.21. Competitividad

Hay que analizar en detalle muchas de sus características; al menos conviene conocer sus recursos, los puntos fuertes y débiles que presenta, y el posible comportamiento de sus costes. No basta con profundizar en el análisis de los competidores actuales; es preciso ir más allá, pensando —por ejemplo— en nuevas empresas que posiblemente acudan con posterioridad. También es aconsejable dedicar cierto tiempo a pensar en la evolución de productos sustitutivos(Prado & Pascual, 2019).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación

La presente investigación se enfocará en la modalidad cualitativa y cuantitativa, debido a que se recogerá información numérica y datos oficiales en base a la población y el público objetivo, por tal motivo el estudio de factibilidad será con un enfoque mixto.

3.1.1. *Enfoque cuantitativo*

El método cuantitativo o método tradicional se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de manera deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados (Navarro, 2014).

3.1.2. *Enfoque cualitativo*

En un estudio cualitativo no solo estudia los acontecimientos físicos y sus conductas, sino también en como los participantes los interpretan y en como esa interpretación influye sobre sus conductas. En estudios cualitativos se centra en el proceso en el lugar y sus resultados (Maxwell, 2019).

3.2. Nivel de investigación

El presente trabajo de investigación tendrá bases en tres niveles de investigaciones, las cuales ayudarán a obtener resultados eficientes.

Documental: Uso de artículos científicos originales, tesis de grado, manuales y revistas especializadas.

Descriptiva: “En estos estudios se trata de realizar una descripción detallada de las características que presenta el sujeto en estudio. Son estudios observacionales en un solo tipo de población”

3.3. Diseño de la investigación

Una vez que se precisa el planteamiento del problema, el nivel de investigación, y se formula o no la hipótesis, el investigador debe responder a la pregunta de investigación de manera práctica,

y esto implica desarrollar un Diseño de investigación para aplicarlo al contexto particular de su estudio. Si el diseño está concebido cuidadosamente, el producto final de un estudio (sus resultados) tendrá mayores posibilidades de éxito para generar conocimiento (Moscariello, 2016).

3.4. Tipo de estudio

- **Estudio exploratorio.** Primer nivel de conocimiento, permite al investigador familiarizarse con el fenómeno que se investiga. Es el punto de partida para la formulación de otras investigaciones con el mayor nivel de profundidad. De la observación de los hechos o fenómenos concretos y sus posibles relaciones, mediante un proceso inductivo.
- **Estudio descriptivo.** Según el nivel de conocimiento. Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba asociación entre variables. De la información empírica disponible la cual puede provenir de diferentes fuentes de otras investigaciones sobre el problema, de la experiencia que posee el propio investigador el cual tiene un papel relevante, en tanto que es el que en un plano subjetivo, especulativo la propone (Cortés et al., 2004).

3.5. Población y muestra

La población objetivo de este estudio se encuentra en el centro del cantón Archidona de la Provincia de Napo la cual se extrajo una muestra.

3.5.1. Cálculo de la muestra

La muestra es analizada con la probabilidad de que las personas acepten y consuman el producto en la ciudad de Archidona, para propios y extraños.

De acuerdo con los datos proporcionados por el INEC existe una población en el cantón Archidona de 24,969 habitantes conformados por hombres y mujeres.

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

Donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Total de la población

p= Variabilidad positiva

q= Variabilidad negativa

Z= Nivel de confianza

e= precisión o margen de error 6%

Reemplazando en la fórmula:

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

$$n = \frac{24,969 * 1,96^2 * (0,5)(0,5)}{0,06^2 * (24,969 - 1) + 1,96^2 * (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{95,920.9104 * 0,25}{0,0036 * 24,968 + 0,9604}$$

$$n = \frac{23,980.2276}{89,8848 + 0,9604}$$

$$n = \frac{23,980,2276}{90,8452}$$

$$n = 264$$

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

3.6.1. Métodos de investigación

3.6.1.1. Método deductivo

El método deductivo permite determinar las características de una realidad particular que se estudia por derivación o resultado de los atributos o enunciados contenidos en proposiciones o leyes científicas de carácter general formuladas con anterioridad. Mediante la deducción se derivan las consecuencias particulares o individuales de las inferencias o conclusiones generales aceptadas (Baca, 2014).

3.6.1.2. Método inductivo

El método inductivo plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método

comparativo (Baca, 2014).

3.6.2. Técnicas de investigación

Para la realización del proyecto de investigación se utilizaron técnicas que permitieron recolectar información valiosa para el desarrollo del proyecto.

- **Observación:** La observación permite identificar las técnicas adecuadas para manejar un ambiente de confianza frente al estudio de mercado, donde se pueda identificar una localización óptima para llevar a cabo el proyecto.
- **Encuestas:** Esta técnica nos facilita la recolección de datos necesarios para tener un referente en los gustos y preferencias de nuestro público objetivo y partir para el desarrollo del proyecto de la planta procesadora.
- **Revisión bibliográfica:** Se utilizaron fuentes bibliográficas como son: libros, tesis, folletos, revistas que aportaron con la investigación.

3.6.3. Análisis de los datos

Según (Hernández, 2014.), en el análisis de los datos, la acción esencial consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les proporcionamos una estructura. Los datos son muy variados, pero en esencia consisten en observaciones del investigador y narraciones de los participantes:

- a. visuales (fotografías, videos, pinturas, entre otras).
- b. auditivas (grabaciones).
- c. textos escritos (documentos, cartas, etc.).
- d. expresiones verbales y no verbales (como respuestas orales y gestos en una entrevista o grupo de enfoque), además de las narraciones del investigador (anotaciones o grabaciones en la bitácora de campo, ya sea una libreta o un dispositivo electrónico)

CAPÍTULO IV

4. MARCO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de resultados

4.1.1. *Encuesta dirigida a posibles consumidores de Hidromiel*

Para facilitar el proceso de recolección de información se utilizará la técnica de la estadística descriptiva en sus tres fases tabulación. Elaboración de tablas y elaboración de gráficos.

Los resultados respectivos estarán acompañados del análisis correspondiente.

APLICACIÓN DE ENCUESTAS

Después del levantamiento de información aplicando 264 encuestas que es el resultado de la muestra para el respectivo estudio de mercado se obtuvo los siguientes resultados que son de gran importancia para el desarrollo del proyecto.

PREGUNTA N.º 1 Edad

Tabla 1-4: Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18 - 25	109	41,29%
25 - 30	50	18,94%
30 - 38	69	26,14%
más de 38	36	13,64%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

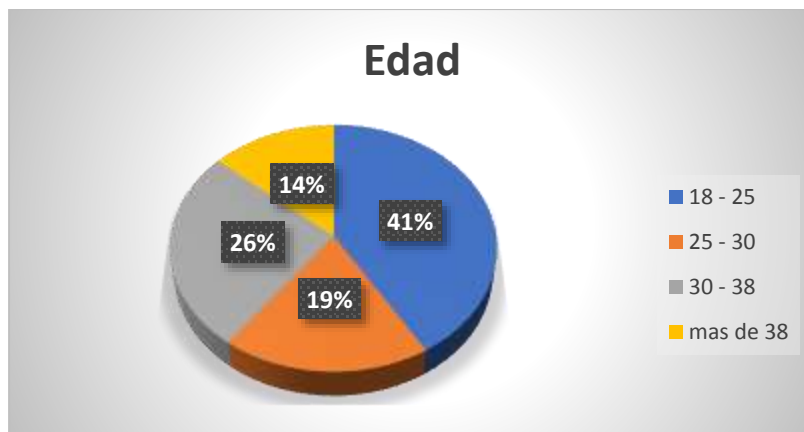


Ilustración 1-4: Edad

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación:

De acuerdo a nuestra muestra encuestada se puede observar que el mayor porcentaje se encuentra en un promedio de 18 a 25 años de edad con un 41,39% de las personas encuestas, seguido de las personas de 30 a 38 años con un 26,14% al igual que las personas de 25 a 30 obtuvieron un 18,94% y finalmente las personas mayores a los 38 años con un 13,64%

PREGUNTA N°2 Género

La presente tabla muestra el porcentaje correspondiente al género que consume más alcohol, dando como resultado un 51,1% de género masculino mientras que el 48,9% corresponde al género femenino.

Tabla 2-4: Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	135	51,14%
Femenino	129	48,86%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

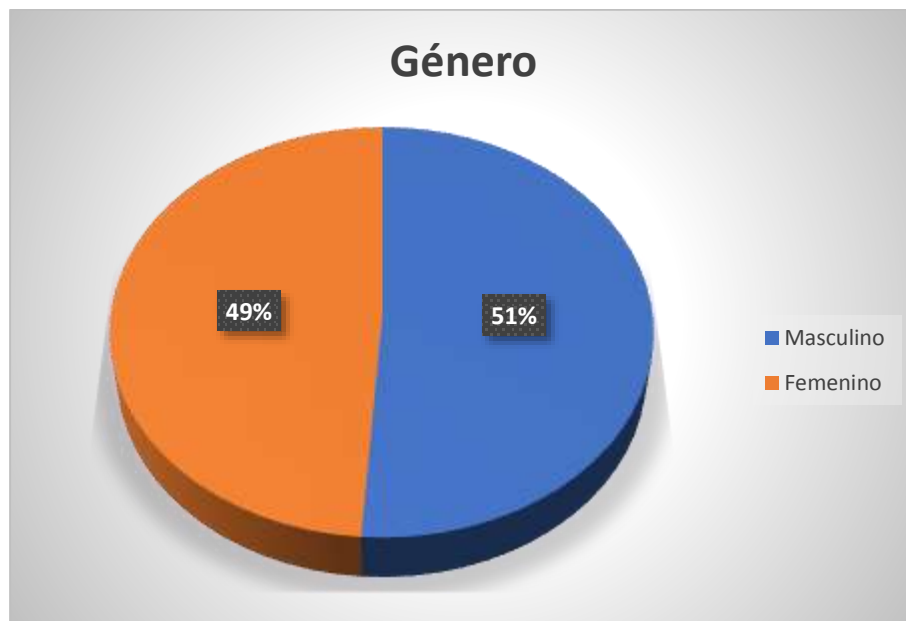


Ilustración 2-4: Género

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación:

En la ilustración presentada anteriormente se puede observar que por un 51% el género masculino es quien tiene una mayor tendencia a consumir alcohol, mientras que por otro lado se muestra un 49% el género femenino, dando como resultado una mínima diferencia en el consumo de alcohol. Esto nos permite desarrollar un enfoque hacia los dos géneros en cuestión de promoción del producto.

PREGUNTA N°3 ¿Cuál es su ocupación?

Por otro lado, se realizó la pregunta de su ocupación para tenerlo en cuenta al momento de promocionar el producto, dando como resultado la siguiente tabla.

Tabla 3-4: Ocupación de los posibles consumidores de hidromiel

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	96	36.80%
Profesional	69	26.40%
Empresario	45	17.20%
Trabajador Independiente	38	13.80%
Jubilado	9	3.9%
Docente	1	0.4%
Trabajador Privado	1	0.4%
Trabajador Operativo	1	0.4%
Ama de casa	1	0.4%
Egresado	1	0.4%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

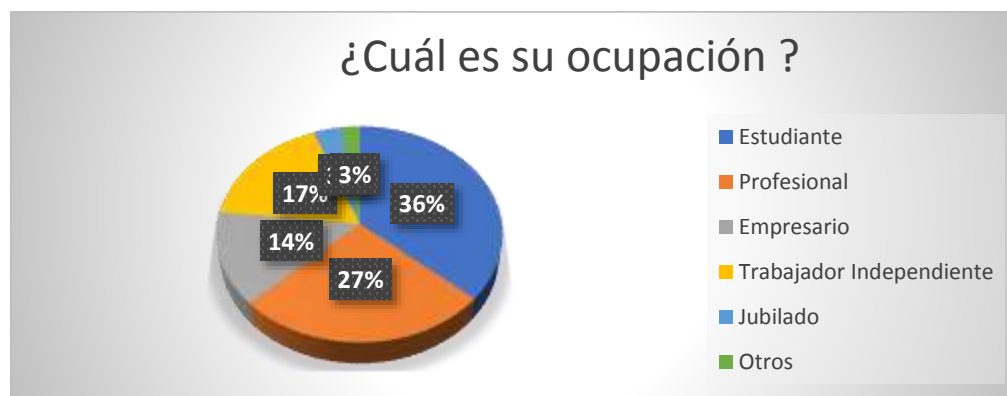


Ilustración 3-4: Resultados de Ocupación

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

Es muy importante conocer la ocupación de las personas encuestadas ya que mediante este dato podremos conocer la disposición o el tiempo que tendrían hacia nuestro producto y por ende a nuestra marca. Dando como resultado que los mayores consumidores de alcohol son los estudiantes con un 36,8%, profesionales con 26,4% y empresarios con un 17,2%.

La aplicación de esta pregunta se pretende conocer la ocupación de las personas que consume alcohol en la sociedad y poder determinar un producto que satisfaga sus requerimientos.

PREGUNTA N.º 4 ¿Ha escuchado el termino Hidromiel?

Tabla 4-4: Termino Hidromiel

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	207	78,41%
NO	57	21,59%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por : Villamarin, J. 2022.

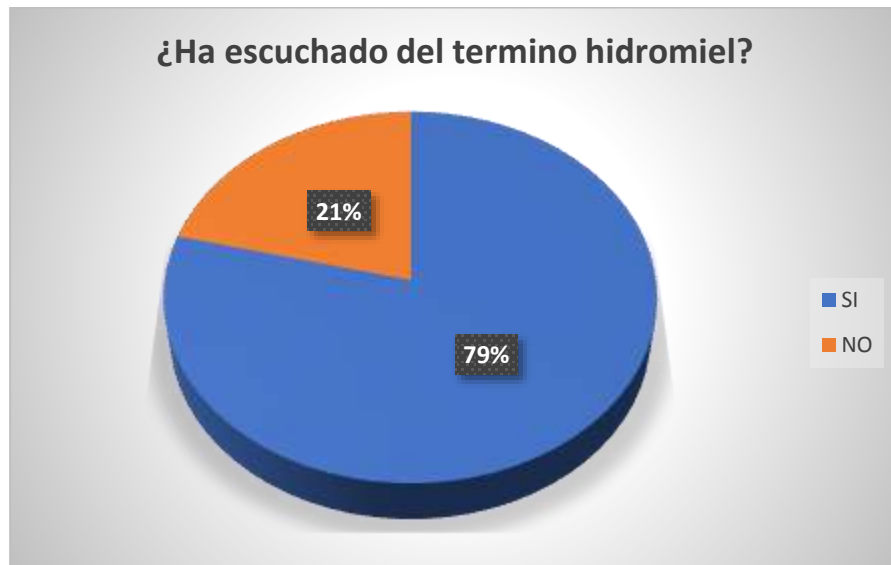


Ilustración 4-4: Resultados

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

Lo que se pretendía mediante esta pregunta es saber si las personas encuestadas sabían o conocían de la existencia de esta palabra para lo cual el 78,9% desconoce este término sin embargo al 21,1 % si han escuchado este término, pero no todos lo saben identificar.

PREGUNTA N.º 5 ¿Le gustaría a usted probar un vino de miel (Hidromiel)?

Tabla 5-4: Respuesta, le gustaría probar un vino de miel

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	252	95,45%
NO	12	4,60%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin Galarza, Jenyffer, 2022

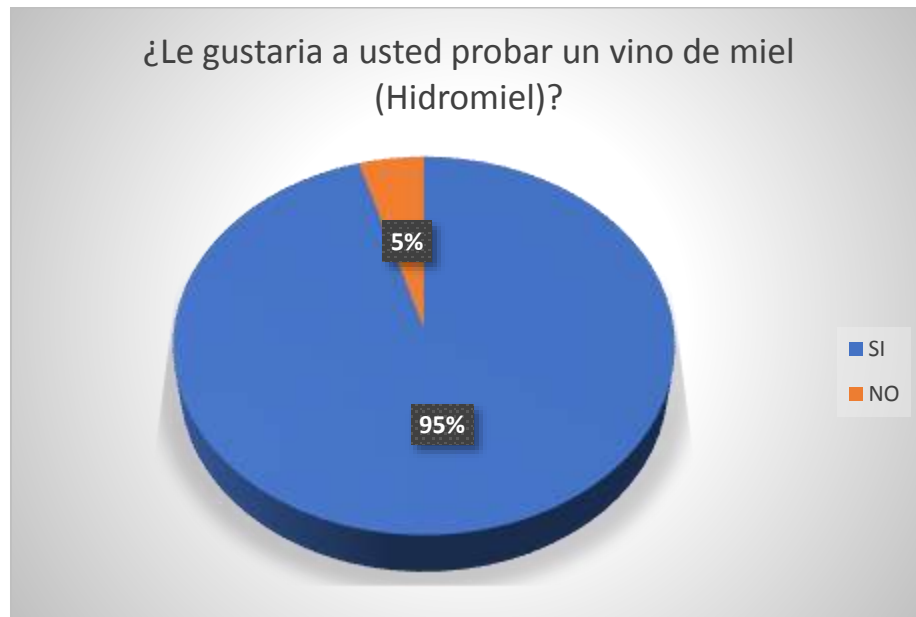


Ilustración 5-4: Respuesta, le gustaría probar un vino de miel

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

Si bien es cierto que un gran porcentaje de la muestra que fue encuestada no conocía el término, sin embargo, les llamó mucho la atención al momento de compartir la idea ya que se les hace algo innovador.

PREGUNTA N.º 6 ¿Consume usted bebidas alcohólicas?

Tabla 6-4: Consumo de bebidas alcohólicas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	208	78,79%
NO	56	21,21%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

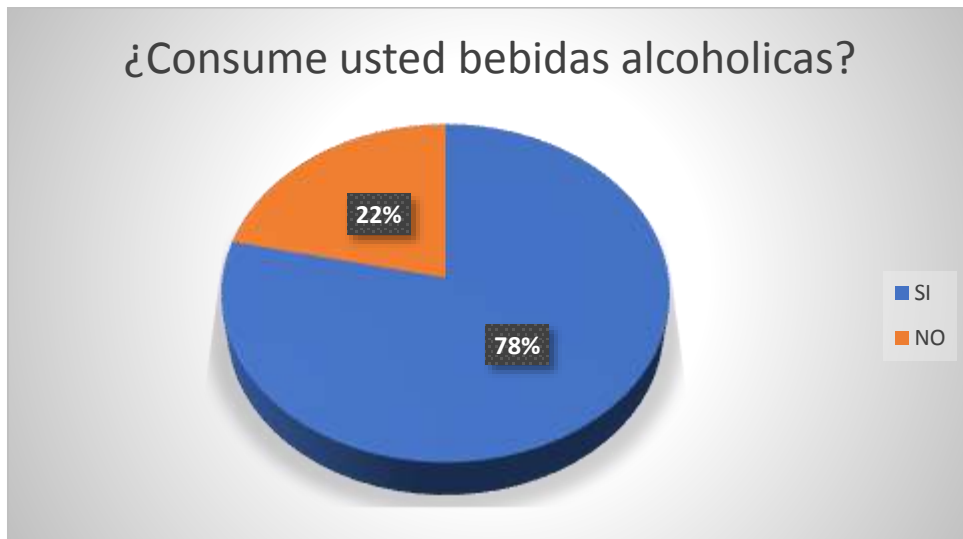


Ilustración 6-4: Consumo de bebidas alcohólicas

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

De acuerdo con la información levantada con las encuestas se puede evidenciar que un 78,5% de la muestra si consume bebidas alcohólicas y un 21,5% no ingiere bebidas alcohólicas.

PREGUNTA N.º 7 ¿Con que frecuencia ingiere alcohol?

Tabla 7-4: Frecuencia de consumo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	7	2,65%
Semanalmente	30	11,36%
Quincenalmente	82	31,06%
Mensualmente	99	37,50%
No ingiere	46	17,42%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.



Ilustración 7-4: Frecuencia de consumo

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

Con esta pregunta se pretende conocer la periodicidad del consumo de alcohol, las cuales nos permite evidenciar que el 31,2 % de los encuestados consumen licor cada mes, por otro lado, el 31% cada quince días, adicionalmente el 11,5% consume alcohol cada semana y por último con 17,6% de los encuestados que no consumen bebidas alcohólicas.

PREGUNTA N°8 ¿Qué tipo de alcohol consume a menudo?

Tabla 8-4: Tipo de alcohol

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Vino	92	35,20%
Cerveza	57	60,20%
Ron	52	19,90%
Tequila	49	18,80%
Whisky	63	24,10%
Ninguno	22	8,40%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

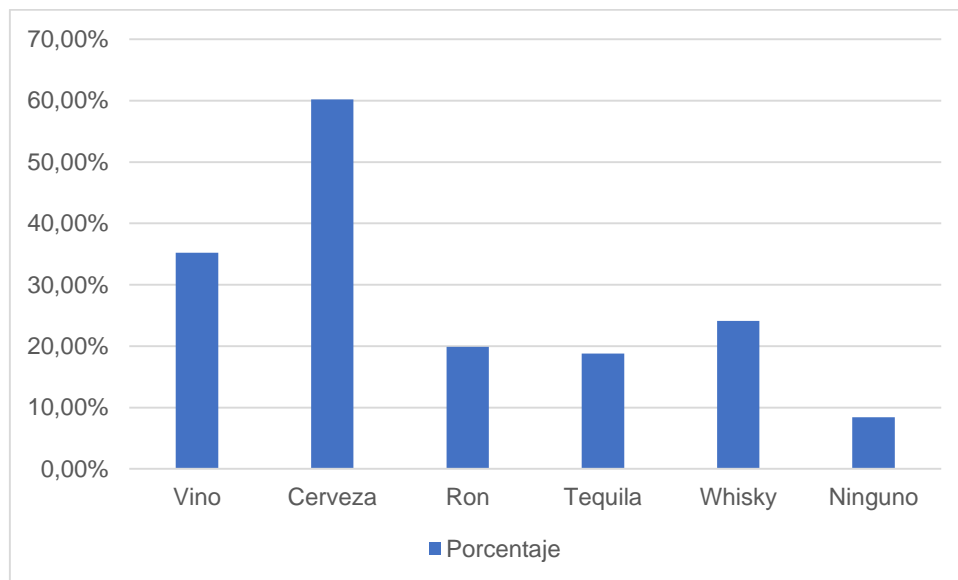


Ilustración 8-4: Tipo de alcohol

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

En esta respuesta constan las bebidas alcohólicas de consumo frecuente en la sociedad como es el caso de Vino con 32,20 %, Cerveza con 60,20 % Ron con 19,90% Tequila con 18,80, Whisky con 24,10%,

PREGUNTA N°9 ¿Cuáles son los factores a considerar al momento de comprar bebidas alcohólicas?

Tabla 9-4: Factores de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Grados de Alcohol	77	29,5%
Procedencia del alcohol	48	18,4%
Presentación	156	59,8%
Calidad	73	28,0%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

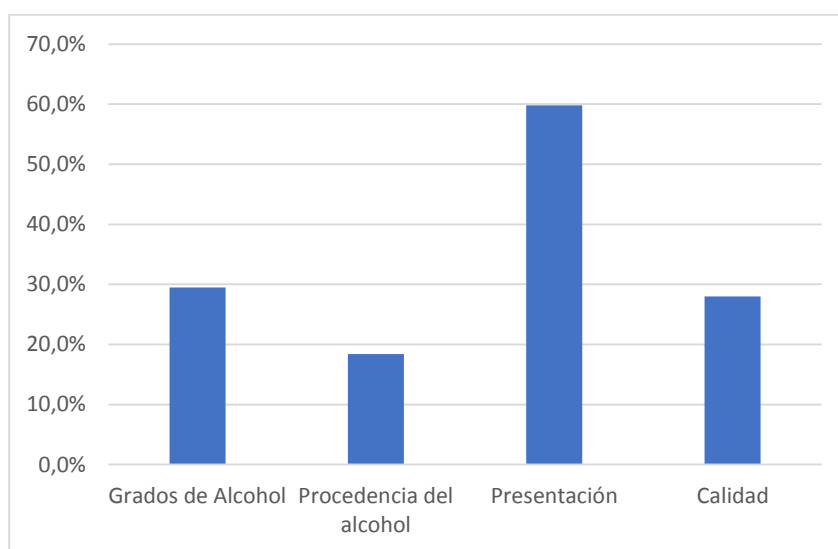


Ilustración 9-4: Factores de Compra

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

Por medio de esta pregunta se desea conocer cuáles son las características que busca el consumidor al momento de comprar e ingerir alcohol, dando como resultado que el 59,8 % prefiere la presentación al momento de decidirse por comprar uno licor y específico, de manera consecutiva prefieren los grados de alcohol con un 29,5%.

PREGUNTA N.º 10 ¿Qué canales de comercialización del producto prefiere?

Tabla 10-4: Canales de comercialización

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tienda en línea	44	16,90%
Supermercado	129	49,40%
Bar y Restaurantes	138	52,90%
Tiendas Artesanales	112	42,90%
Otras	6	0,24%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

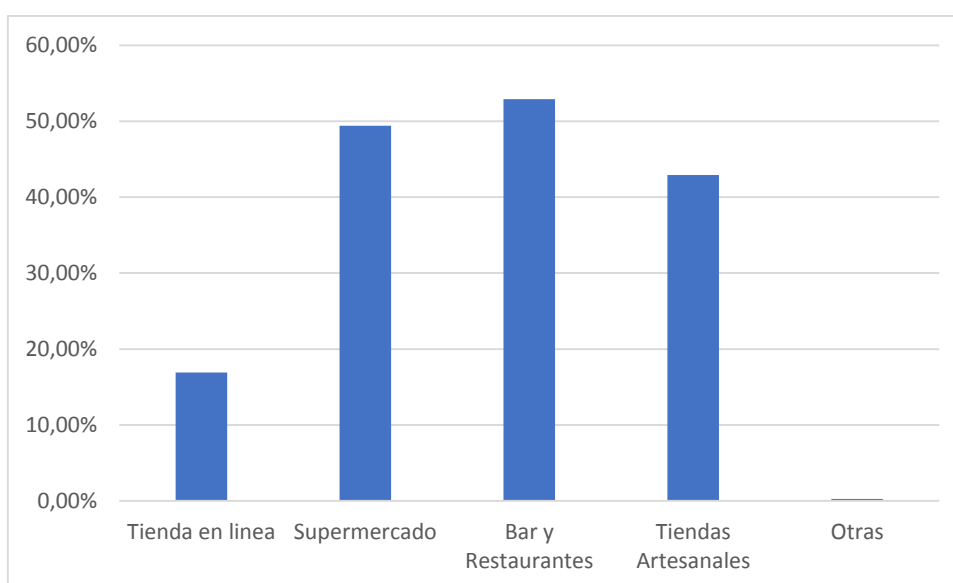


Ilustración 10-4: Canales de comercialización

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Connotación

De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas se obtuvo como resultado que las personas desean encontrar bebidas alcohólicas en bares y restaurantes con un 52,90%, en supermercados 49,40%, Tiendas artesanales 42,90% y en tiendas en línea 16,90%. Además, los encuestados recomendaron lugares como tiendas de barrio, distribuidoras y licorerías dando como totalidad de un 2,40%.

PREGUNTA N.º 11 ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?

Tabla 11-4: Redes sociales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	177	67,80%
Instagram	142	54,40%
Whatsapp	164	62,80%
LinkedIn	47	18,00%
Twitter	43	16,50%
Tik Tok	77	29,50%
Otros	2	0,80%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

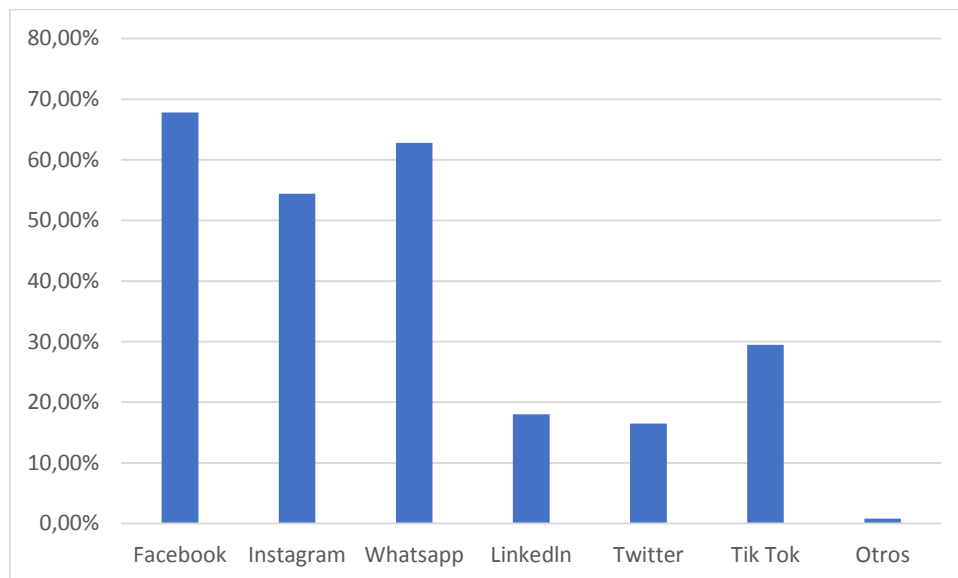


Ilustración 11-4: Redes sociales más utilizadas

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

El objetivo de esta pregunta es determinar las redes sociales que más utilizadas por la muestra para poder desarrollar publicidad objetiva y poder obtener buenos resultados al momento de elaborar una estrategia de marketing. Obteniendo como resultado que la red social más utilizada en Facebook con 67,80%, Whatsapp 62,80%, Instagram 54,40%, Tik Tok 29,50%, LinkedIn 18% y twitter con 16,20%.

PREGUNTA N.º 12 ¿Qué presentación le gustaría que tenga el vino de miel?

Tabla 12-4: Presentación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
200ml	39	14,90%
375ml	69	26,40%
750ml	94	36,00%
1000ml	59	22,60%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.



Ilustración 12-4: Presentación

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

Estos datos permiten conocer la aceptación por una cantidad en específico para la primera producción a realizarse para el consumidor final, dando como resultado final que la cantidad deseada por la muestra en de 750ml 36%, 375ml 26,40%, 1000ml 22,60% y 200ml 14,90%.

PREGUNTA N.º 13 ¿Cuánto pagaría usted por una botella de Hidromiel de 200ml?

Tabla 13-4: Cuanto pagaría

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$2,00	125	47,90%
\$2,50	73	28,00%
\$3,00	62	23,80%
\$4,00	0	0,00%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

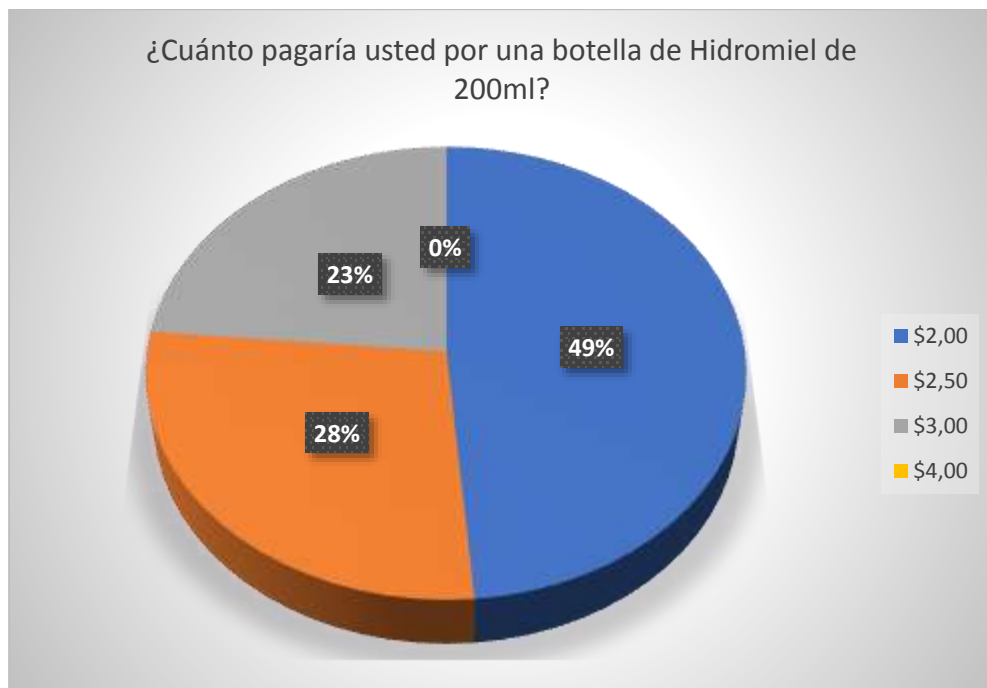


Ilustración 13-4: Cuanto pagaría

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

Esta pregunta ayuda a brindar una expectativa al precio que se desea dar al nuevo producto obteniendo como resultado que para una botella de 200ml están dispuestos a pagar \$2.00 por una botella con un 47,90%, \$2,50 con un 28% y el 23,8% de las personas encuestados están dispuestas a pagar hasta \$3,00 por una botella de 200ml, por otro lado, se obtuvo un 0% a los \$4.00.

PREGUNTA N.º 14 ¿Compraría usted el producto Hidromiel "Sorbo"?

Tabla 14-4: Posibilidad de compra

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	248	95,00%
NO	13	5,00%

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.



Ilustración 14-4: Compraría usted

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Connotación

La pregunta final nos permite evaluar la aceptación del producto y marca de Hidromiel planificada, los posibles consumidores se encuentran a la espera del producto. Los datos levantados por medio de esta pregunta nos dan como resultado un total del 95% de aceptación y tan solo un 5% que no desea adquirirlo.

Análisis General

Los principales resultados de la encuesta son los siguientes:

- De acuerdo a la edad de los encuestados, se determina que las personas que más consume alcohol estarían en un rango de 18 a 25 años, obteniendo un 41,3% teniendo en cuenta que serían personas que están cursando sus estudios o muchos de ellos ya están ejerciendo su título.
- El género que lidero en la muestra encuestada fue el género masculino obteniendo un 51,1% entendiéndose así que los hombres consumen más bebidas alcohólicas, mientras que las mujeres un 48,9% consume alcohol.
- El 78,4% de la población no ha escuchado el término hidromiel y desconoce su potencial.
- Un 95,5% de las personas encuestadas están dispuestas a consumir un Hidromiel, les parece una bebida interesante que les causa intriga.
- El consumo de bebidas alcohólicas se generaliza con un total de 78,8% por parte de los encuestados.
- La frecuencia de consumo de alcohol es de 37,5% en promedio mensual.
- Los encuestados prefieren la cerveza como principal bebida de consumo con un 59,5,20%.
- Los factores que influyen a la hora de comprar un licor es su precio con un 60,2% seguido de la calidad con un 52,7%.
- Los principales canales de distribución de licor preferido por los encuestados son los bares y restaurantes con un 53%
- Las redes sociales más utilizadas son Facebook, WhatsApp e Instagram, de esta manera se puede tener una idea más clara al momento de desarrollar una estrategia de marketing que nos permita un buen crecimiento en el mercado.
- Un 95% de la muestra encuestada desea probar Hidromiel

CAPÍTULO V

5. MARCO PROPOSITIVO

5.1. Título de la propuesta

Proyecto de Factibilidad para la creación de una Planta Procesadora De Hidromiel ubicada en Archidona, Provincia de Napo, Periodo 2022-2026.

5.2. Objetivo de la propuesta

El objetivo de la propuesta es la creación de una planta procesadora de Hidromiel que se encuentra ubicada en Archidona, provincia de Napo.

5.3. Ubicación

Está ubicada en la zona centro del Cantón Archidona provincia de Napo, sus límites son al Norte con el Cantón Quito, Sur Cantón Tena, Este con la provincia de Orellana y Oeste con las provincias de Pichincha y Cotopaxi. Tiene una superficie de 3029,2 Km², con rangos altitudinales que van de 613) mínima= hasta los 4,294) Cordillera de los Andes), tiene una temperatura promedio de 24°C y una presión atmosférica de 712 mm hg. Archidona se encuentra a una distancia de 150 Km de Quito y 8 Km de la ciudad de Tena.

5.4. Contenido de la propuesta

Para la apropiada realización de la propuesta se tomará en cuenta los siguientes estudios: Mercado, Técnico, Administrativo, Legal y Financiero.

5.5. Estudio de mercado

El cantón Archidona ubicado al nororiente del Ecuador, en el costado occidental de la provincia de Napo, cruzada por las vías Quito-Tena y Tena-Coca, con una extensión de 3028 Km² y habitado por 24.696 personas, de los cuales el 49,87% son mujeres y el 50,13% son hombres; culturalmente el 83,7% son Kichwas y el 16,3% mestizos entre otros grupos culturales (GADM Archidona - Turismo, 2019.).

La producción en el cantón Archidona ha ido incrementado, pero aún se encuentra limitada ya

que no existen emprendimientos ni empresas que desarrollen productos que se encuentran ya en transformación de la miel de abeja. Por tal motivo el presente análisis está enfocado en determinar la factibilidad del proyecto en base a la información obtenida a lo largo de la investigación con el objetivo de dinamizar el mercado del Cantón.

Cotundo es el sector en la actualidad se encuentra una muy buena producción de miel debido a la cantidad de floración que existe en el sector y sus alrededores al igual de los ríos y riachuelos que se abren camino y de las cuales las abejas se alimentan y les permite generar una miel de calidad que cuenta con varios entre ellos se destacan los beneficios a la salud ya que es eficaz para tratamientos de la piel, la tos, alergias, el colesterol y ayuda a prevenir problemas del corazón y el estreñimiento, ayuda a la digestión.

5.5.1. Demanda actual

De acuerdo con las encuestas realizadas en el estudio de mercado se puede evidenciar que el 78,50% de la población consume bebidas alcohólicas de manera habitual, mediante esta observación se toma en consideración los principales grupos que pasan a ser nuestros clientes potenciales.

Analizando la demanda que existe en cuanto a este nuevo producto, se aprecia que los encuestados tienen gran aceptación e intriga por catar esta bebida.

Para determinar la demanda actual es necesario realizar un cálculo a la población o mercado objetivo y el consumo per cápita, de esta manera nos apoyamos en los datos que nos proporciona la OMS.

Para calcular la demanda actual (QA), utilizaremos la siguiente expresión matemática:

$$QA = n * Cpc$$

Donde:

QA= Demanda Actual

n=Población o mercado meta

Cpc= Consumo per cápita

En la siguiente tabla:

Tabla 1-5: Demanda Actual

Año	Población	¿Compraría usted el producto Hidromiel "Sorbo"? (95.0%)	Población objetivo	Consumo per-cápita (Litros)	Demanda (Litros)/Anual
2022	24969	95,00%	23721	0,75	17790,41

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Según el expreso el crecimiento de la última década paso a ser de una copa a una botella es decir el consumo de vino en Ecuador es de 0,75 litros per cápita.

5.5.1.1. Proyección de la demanda

Los resultados expuestos a continuación se obtuvieron mediante una proyección con datos de INEC, resultado de la encuesta aplicada y los datos levantados por diario el expreso en el consumo per cápita.

Tabla 2-5: Proyección de la demanda

Año	Población (2.8% tasa anual de crecimiento)	¿Compraría usted el producto Hidromiel "Sorbo"? (95.0%)	Población objetivo	Consumo per-cápita (Litros)	Demanda (Litros)/Anual
2023	25668	95,00%	24385	0,75	18288,54
2024	26387	95,00%	25067	0,75	18800,62
2025	27126	95,00%	25769	0,75	19327,04
2026	27885	95,00%	26491	0,75	19868,20

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

De esta manera se observa que se tiene una demanda proyectada en el año 1 de 17,790.41 litros anual, permitiendo así identificar los recursos necesarios para llevar a cabo el buen desenvolvimiento de la planta procesadora de Hidromiel.

5.5.2. Oferta actual

Para el correspondiente análisis de la oferta que existe en el cantón Archidona, se realiza un sondeo de los lugares en donde se distribuyen y comercializan vinos como en este caso se encontró con: tiendas, supermercados, licorerías, restaurantes y tiendas artesanales.

Tabla 3-5: Oferta Actual

Cantidad	Envases Promedio 750ML	Ventas Semanales	Mes
1	Tía S.A	12	48
2	Comercial el Danielito	3	12
3	Centro comercial el Mercadon 1	2	8
4	Centro comercial el Mercadon 2	4	16
5	Tienda Nahomi	2	8
6	Vinos "Elixir"	7	28
7	El Chomporiz "Choza Bar"	3	12

8	Capoa Cabana	2	8
9	Otros	5	20
Total			160

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.3. Proyección de la oferta de Hidromiel

Ante la falta de datos históricos locales para la realización de proyecciones de la oferta se la determinara mediante la fórmula del monto a interés compuesto.

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

En donde:

C_n= Consumo del año de n

C₀= Consumo del año 0

I=Tasa de incremento del consumo

n=Número de años a proyectar

Tabla 4-5: Proyección de la oferta

Periodo	Años	Proyección de la oferta (ml)
1	2022	1454,40
2	2023	1468,94
3	2024	1483,63
4	2025	1498,47
5	2026	1513,45

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.4. Determinación de la demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha se encuentra con \$16,336,01 litros para los cuales se necesitarán 13060 unidades de botellas de 750ml.

Tabla 5-5: Demanda Insatisfecha

Años	Demanda (Lts)	Oferta (Lts)	Demanda Insatisfecha (Lts)	ESCENARIO DE PROD. (Lt) 60%	CANTIDAD DE BOTELLAS (750ML)
2022	17790,41	1454,40	16336,01	9801,61	13069
2023	18288,54	1468,94	16819,60	10091,76	13456
2024	18800,62	1483,63	17316,99	10390,19	13854
2025	19327,04	1498,47	17828,57	10697,14	14263
2026	19868,20	1513,45	18354,74	11012,85	14684

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

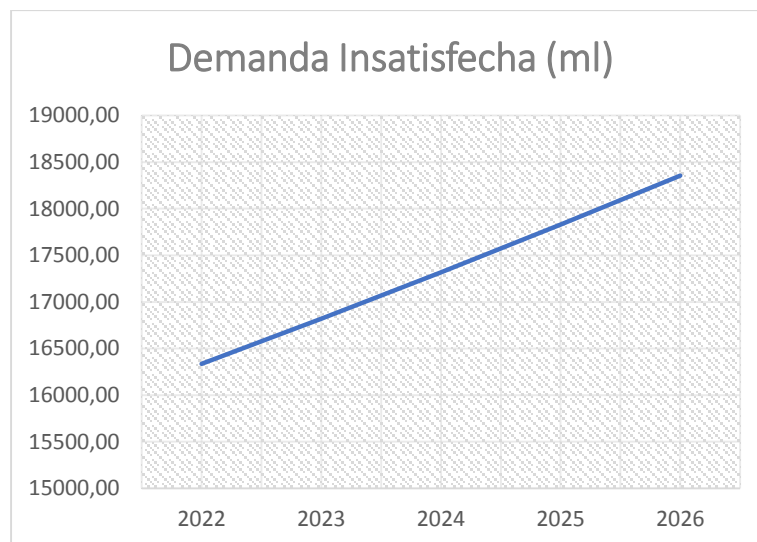


Ilustración 1-5: Demanda insatisfecha

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.5. *Análisis de datos e información de resultados*

En la parroquia de Cotundo es una gran productora de una miel de calidad en donde existen varios apicultores que realizan la recolección de miel de abeja en pequeñas y grandes cantidades de acuerdo a sus capacidades estas ya sean, porque cuentan con grandes campos de floración y el ambiente de humedad les permite obtener una miel de color ambar la cual es apreciada por propios y extraños.

Es por ello que se escogió el cantón Archidona, parroquia Cotundo y de esta manera poder apoyar a los apicultores locales con la compra de su cosecha, siempre y cuando cumpla los requerimientos de la planta procesadora,

5.5.6. *Plan de comercialización*

El plan de comercialización es una estrategia de marketing en donde se plantean pautas para mejorar la distribución de los recursos a utilizar en el proceso de dar a conocer un bien, producto o servicio.

Para el presente proyecto de investigación, es necesario establecer un plan de comercialización, en donde se involucre a la localidad.

Es por eso que se opta por darle la siguiente identidad a la planta con el siguiente logotipo que tendrá la planta procesadora que permitirá tu distinción en el sector. La imagen está representada

por su nombre “HIDROMIEL” y combina un pequeño chorro de miel con unas hojas de color verde que representan la naturaleza.



Ilustración 2-5: Planta procesadora

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.6.1. *Producto*

El hidromiel es una bebida alcohólica que nace de la fermentación de miel, agua y levadura hasta alcanzar una cierta concentración de alcohol que esta varia de 3% hasta 12%.

Los atributos presentados por este proceso de fermentación es el olor a miel que se mantiene en todo el proceso de producción, además de que su sabor es agradable al paladar.

Contiene una fuente importante de vitamina B de la presencia de las sales nutritivas y levaduras.



Ilustración 3-5: Prototipo de botella

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.6.2. Marca

Al momento de generar un nombre que se llamativo y no ir por una línea convencional o tradicional, se opta por el nombre de “Sorbo” ya que es una palabra que muchas veces la hemos utilizado es familiar para muchos y lleva una sinfonía des complicada.



Ilustración 4-5: Marca de Producto Final

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.6.3. Logotipo



Ilustración 5-5: Logo de la Planta procesadora

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.6.4. Precio

Para determinar el precio del producto se analizó los costos totales de producción, administración, comercialización y financieros que implica en el proceso de transformación.

Llegando así a un costo de producción unitario de \$5,95 y un margen de utilidad de 30% siendo así que nos da un precio para el público de \$ 7,74 para el primer año.

Tabla 6-5: Precio

PRECIO	\$7,74	\$7,84	\$7,94	\$8,04	\$8,14
---------------	--------	--------	--------	--------	--------

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.7. Plaza

Para la distribución y comercialización del producto se cuenta con un proceso que garantice el

buen manejo del producto en el trayecto de llegar a su destino.

5.5.8. *Canales de distribución*

La comercialización es un proceso de suma importancia ya que gracias a la distribución eficiente se asegura las condiciones óptimas. De esta manera se generan dos canales de distribución que son:

Canal directo

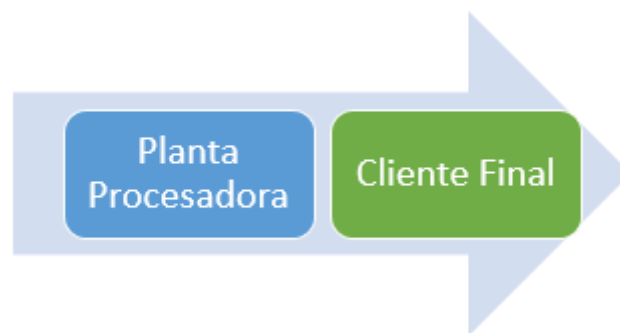


Ilustración 6-5: Canal de distribución Directa
Fuente: Investigación de campo, 2022.
Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Canal indirecto



Ilustración 7-5: Canal de distribución Indirecta
Fuente: Investigación de campo, 2022.
Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.5.9. *Promoción*

La promoción facilitará la relación del cliente, la cual será motivada por medio de publicidad en

lugares estratégicos de la ciudad de igual manera que en redes sociales. Se realizará muestras gratuitas en los lanzamientos del producto y en cada uno de los locales que se ofrezca el producto, las cuales serán pactadas de manera objetiva para obtener volúmenes de compra y sobre todo una frecuencia de compra.

La estrategia de publicidad será por medio de las redes sociales más utilizadas con el objetivo de conseguir interactuar de una forma didáctica y dejar lo convencional a un lado.



Ilustración 8-5: Redes sociales utilizadas para publicidad

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

El objetivo central de la publicidad es brindar información en el mercado del producto (Hidromiel) ya que es un nuevo licor e innovador en el mercado ecuatoriano.

5.5.9.1. Relación con los clientes

Las personas constituyen un pilar fundamental dentro y fuera de una organización es por eso que la planta procesadora debe contar con personal capacitado para brindar atención al cliente en donde el personal debe tener una buena presencia, modales y buen comportamiento hacia los demás. De esta manera la relación con los clientes debe generarse de manera objetiva para poder e incrementar la captación de nuevos cliente.

5.6. Estudio técnico

La elaboración del estudio técnico determinara el tamaño óptimo para el desarrollo de las instalaciones físicas, determinación de los requerimientos adecuados en las materias primas, maquinarias, equipos e instalaciones adecuadas para el buen desenvolvimiento de una planta procesadora.

5.6.1. Tamaño del proyecto

El objetivo principal del estudio técnico consiste en determinar el tamaño adecuado para la planta

procesadora de Hidromiel. Es de suma importancia determinar de manera clara los requerimientos necesarios.

Asimismo, otros elementos que se deberían considerar para la determinación del tamaño serían los siguientes:

- La capacidad de inversión, en recursos propios y ajenos.
- La estrategia general de comercialización, diferenciación por costo o por calidad.
- Los distintos niveles de estructura para las economías de escala.
- El estilo de producción intensivo.
- La tecnología disponible.
- La capacitación del personal requerida.
- Las capacidades técnicas de las principales maquinarias.
- Disponibilidad de insumos y proveedores.
- El punto de equilibrio (Guerrero, 2018.).

5.6.2. Localización del proyecto

Para obtener una localización que permita el buen desarrollo de las actividades dentro y fuera de la planta procesadora es indispensable contar con un lugar estratégico para su localización es por eso que se requiere de:

- Un espacio de un 100 a 150 mts²
- Un espacio para el almacenamiento del producto final y de la materia prima al igual de la maquinaria que se desee utilizar.
- Una estructura organizacional adecuada

5.6.2.1. Macro localización

La macro localización describe la zona geográfica más óptima para el desarrollo del proyecto, que nos sirve como base para obtener una ubicación atractiva para una inversión.

Es por esta razón que se tomó en consideración a Ecuador como país, región Oriente, Provincia de Napo, Cantón Archidona para el desarrollo del proyecto.



Ilustración 9-5: Mapa Geográfico de Ecuador.
Fuente: Elordenmundial. 2022.

5.6.2.2. Factores que influyen en la macro localización

- Disponibilidad de Materia Prima
- Costo del Transporte
- Facilidades de comercialización a personas extranjeras
- Sociales

5.6.2.3. Micro localización

La micro localización nos permite identificar un sitio en específico para la instalación del proyecto, una vez desarrollado el análisis correspondiente a la macro localización.



Ilustración 10-5: Mapa de Archidona
Fuente: Espacio informativo del Ecuador (all.ec) 2012

5.6.2.4. Factores que influyen la micro localización

- Existencia de vías de comunicación y medios de transporte
- Lugar turístico
- Condiciones ambientales
- Disponibilidad de Mano de Obra
- Competencia
- Tamaño y tecnología

La planta procesadora estará en el centro de Archidona, es un local adecuado justamente para la bodega de distribución y ventas, cuenta con seguridad, vías de acceso y todos los servicios básicos.

5.6.3. Ingeniería del proyecto

5.6.3.1. Flujo de procesos

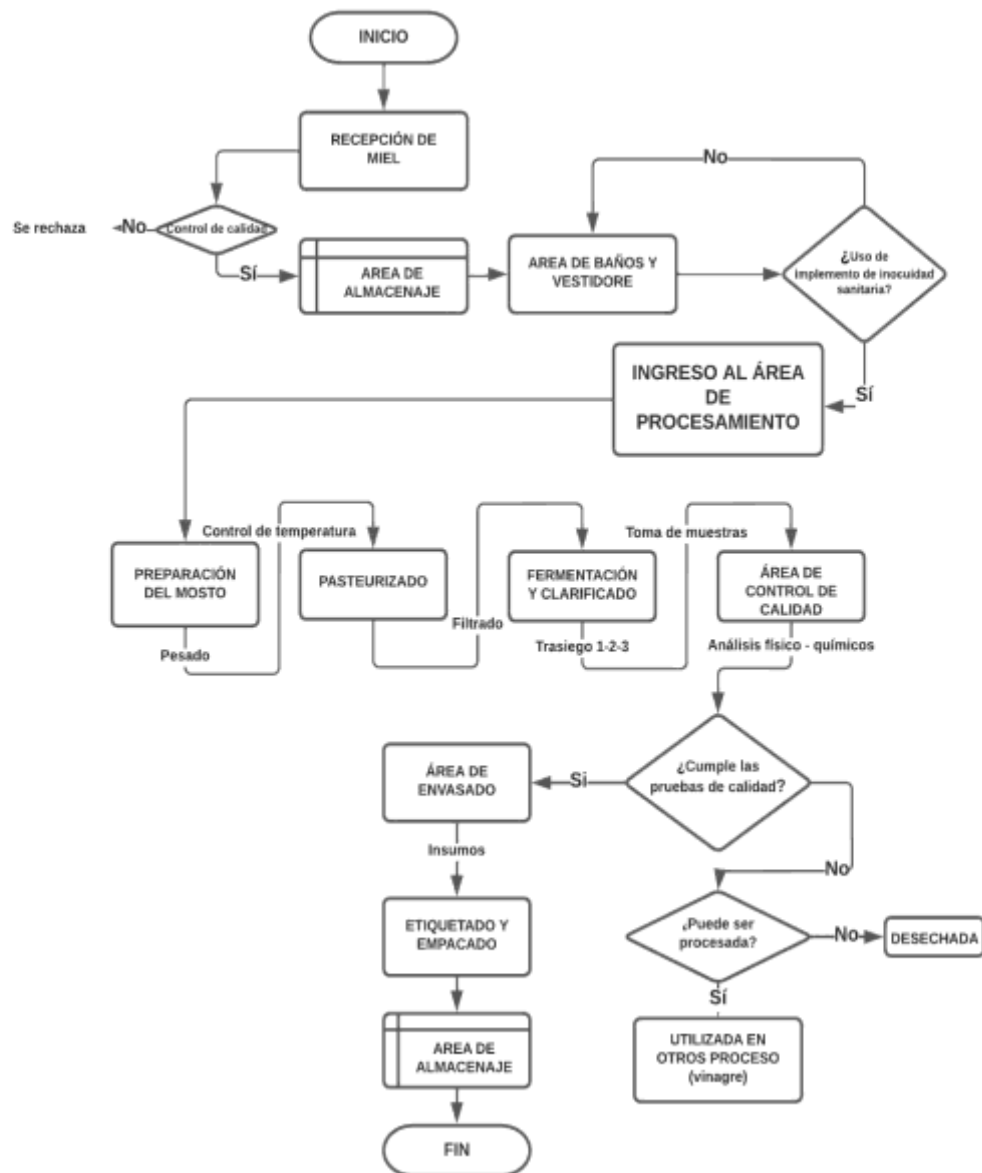


Ilustración 11-5: Mapa de Archidona

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarín, J. 2022

5.6.4. Proceso de transformación

El proceso de transformación nos permite conocer los procesos y herramientas que se va utilizar en los procesos de producción e involucrarnos en los procesos necesarios para obtener un producto final, de este dependerá la producción y capacidad de la planta procesadora.

5.6.4.1. Procesos de producción

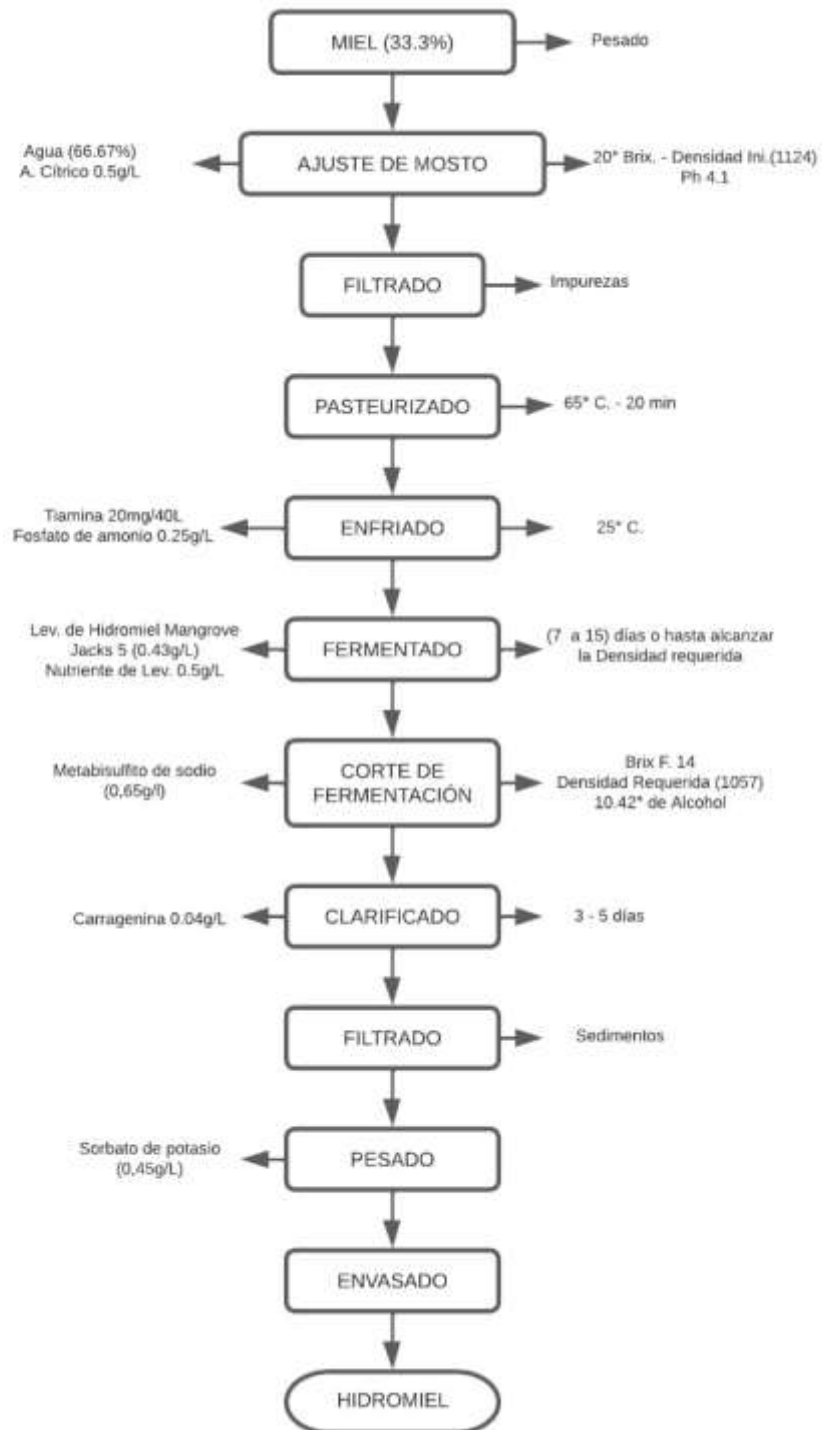


Ilustración 12-5: Proceso de producción

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.6.4.2. Herramientas, equipos y máquinas para la producción

Fermentador de 1000L



Tabla 7-5: Especificaciones Técnicas de Fermentador

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
Modelo	HG-FJ-1000L
Capacidad bruta	1300L
Capacidad útil	1000L
De espesor	Grosor interior (SUS304): 3,0mm; Chaqueta externa (SUS304) Grosor: 2,0mm
Material	Acero inoxidable 304
Manera de enfriamiento	Dimple chaqueta placa
Limpieza de manera	Limpieza CIP in sitio, con bola de limpieza rotativa
Aislamiento	Poliuretano-grosor: 100mm
Accesorios	Válvula de muestra, manómetro, válvula de respiración, medidor de temperatura, Alcantarilla superior, Bola de lavado, válvulas de mariposa, brazo CIP, puerto de salto, brazo de descarga, etc.

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Mezclador y calentador 500L



Tabla 8-5: Especificaciones Técnicas de Mezclador

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
Los componentes principales:	Autómata, motor, motor
Tipo:	Equipo de cocina
Los campos de aplicación:	Vegetal planta de procesamiento, Fábrica de conservas.
Nombre:	Hervidor de sopa de gas con camisa de vapor Zongon.
Material:	Acero inoxidable 304
Uso:	Equipos para la Industria Alimentaria.
Capacidad:	500 litros
Dsign presión:	0,35 MPa
Experimento de presión:	0.44Mpa
Temperatura más alta:	147 °C

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Chiler glicol 13L



Tabla 9-5: Especificaciones Técnicas de Chiler

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
Enfriador de glycol con tanque de 13 litros de capacidad. 110V, 60Hz
Máxima distancia a la torre: 10-23m
Compresor: 1/4HP
Termostato electrónico.
FUNCIONAMIENTO.
Este práctico enfriador está diseñado para proveer la recirculación de glycol en las torres de dispensación o líneas de líquido provistas de manguera para la recirculación de glycol.

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Tanque plástico para depósito



Tabla 10-5: Especificaciones Técnicas

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
Tanque de 200 Lts	
Para usos múltiples	

Fuente: Indeltro, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Embotelladora



Tabla 11-5: Especificaciones Técnicas de Embotelladora

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
MAQUINARIA DE LA CAPACIDAD:	400 HPB
Nombre:	Llenadora Semiautomática
Peso:	40kg
Cantidad de llenado la cabeza:	4
La capacidad de:	24 botellas/min

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Lavadora de botellas



Tabla 12-5: Especificaciones Técnicas de Lavadora

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
Nombre:	Lavadora de botellas de vidrio NT-108
La capacidad de llenado:	108 botellas/h
Dimensión (L * W * H):	3500x750x1000mm
Poder:	3KW
Peso:	400kg

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Etiquetadora



Máquina adhesiva de etiquetas para botellas redondas, etiqueta adhesiva de botellas de vino, máquina de embalaje pequeña.

Tabla 13-5: Especificaciones Técnicas de Etiquetadora

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	
Velocidad:	30 veces/min
Precisión:	+/-0,5 mm
Diámetro interior del rollo de etiquetas:	≥ 75 mm
Diámetro del rollo de etiquetas:	≤ 150 mm
Diámetro de la botella:	15-120 mm, H \leq 150 mm

Ancho de la etiqueta: 10-110 mm
Longitud de la etiqueta: 10-300 mm
Tamaño de la máquina: 400* 240*210mm
Peso de la máquina: 4,5 kg

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Congeladora



Tabla 14-5: Especificaciones Técnicas de Congelador

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
Congelador Frost Horizontal Opción Dual 150Litros - EFCC15A6HQW
Dimensiones: 88cm (alto) x 74cm (ancho) x 57cm (profundidad).
Tensión (voltaje): 110v

Capsuladora eléctrica



Esta capsuladora le permite comprimir las cápsulas termocontraíbles para botellas de vino facilitando totalmente el trabajo. Simplemente coloque la cápsula en la botella de vino y ubíquela en la capsuladora.

Tabla 15-5: Especificaciones Técnicas de Capsuladora Eléctrica

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
Alimentación: 110V, 60Hz
Potencia de calentamiento: 700W
Altura ajustable, se adapta a cualquier tipo de botella

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

Filtro de Placas



Esta máquina de filtrado es usada para bombear fluido desde un recipiente, a través de tres almohadillas de filtro y de regreso a otro recipiente. Diseñado para enólogos caseros que filtrarán más de 10 galones a la vez. Tiene una bomba Flojet incorporada, que se puede usar para trasvasar vino de un recipiente a otro sin pasar por las almohadillas de filtro. La bomba es relativamente pequeña, consume 0,5 amperios y es estándar de 110 V. Las características adicionales incluyen un asa de transporte, manómetro integrado, interruptor de encendido / apagado y cable de alimentación de 1.2m. El manómetro le indicará cuándo debe reemplazar las almohadillas.

El paquete de filtro incluye 2.4m de tubería de 1/2 ID en el lado de entrada y 1.2m de tubería de 1/2 "ID en el lado de salida. El lado de entrada incluye punta de sedimento.

El fabricante sugiere que moje las almohadillas antes de insertarlas en la carcasa del filtro. Deje correr un par de galones de agua a través de las almohadillas antes de comenzar a filtrar el vino. Para ayudar a neutralizar las almohadillas, puede usar una o dos cucharaditas de ácido cítrico en 2 galones de agua y pasar eso a través del filtro.

Sugerimos pasar una solución desinfectante de reserva de metabisulfito de potasio y ácido cítrico (1 cucharada de cada uno en un galón de agua) por el filtro seguido de un enjuague con agua fría, para tratar los elementos de filtrado antes de usarlos.

Lea también las instrucciones que se incluyen con el filtro antes de la operación.

Tabla 16-5: Especificaciones Técnicas de Filtro de Placas

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS
8 pies como máximo en la manguera de extracción
30-35 pies en el lado de empuje
Tiene un límite de 35 PSI más allá del cual reducirá el flujo.

Fuente: Alibaba, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

5.6.5. *Análisis y descripción del proceso*

El proceso de producción de la Hidromiel debe tener un proceso de optimización de los recursos empleados en dicha transformación con el objetivo de dar un buen aprovechamiento a toda la materia prima a utilizar.

Etapa 1: Elaboración de Hidromiel

- **Sanidad de la planta:** El espacio utilizado para la creación de esta bebida debe ser debidamente desinfectada y ordenada como corresponde a cada uno de los materiales y herramientas a utilizar.
- **Recepción:** Consiste en verificar la pureza de la miel al ingresar a la planta ya que existe miel que es modificada y eso podría causar que no se obtenga el resultado esperado al terminar el proceso de creación de la Hidromiel.
- **Almacenaje:** Área en la cual se destina su respectivo tanque para disponer en el proceso requerido por el jefe de producción u operario.
- **Pesado:** En este proceso se pesa la cantidad requerida a ser transformada.
- **Preparación del mosto:**
- **Pasteurización:** para la pasteurización, el mosto debe estar a una temperatura de 90 grados centígrados por un tiempo de 10 a 20 min.
- **Fermentación y clarificado:** para su fermentación debe reposar por 3 días para obtener una Hidromiel de buena calidad y una buena concentración.
- **Control de calidad:** se realiza una filtración para evitar impurezas o a su vez alguna sustancia efecto de su fermentación.
- **Enfriamiento y pre-ensado:** se procede a dejar enfriar en su contenedor para proceder a el pre envasado.

Etapa2: Acondicionamiento de los envases

- **Lavado y esterilización de los envases:** Antes de proceder a envasar, los envases pasan por un proceso de lavado y se esterilizan.

Etapa 3: Fase Final

- **Envasados:** Una vez lavados y secados están listos para ser llenados por el hidromiel a cada uno de sus botellas y pesadas para garantizar la calidad y cantidad del producto.
- **Etiquetados:** Las botellas después de ser envasadas son etiquetadas pasando por una pequeña maquina semi-manual que facilita el proceso.
- **Empaquetado:** Una vez envasado y etiquetado se procede a ser empacados en cajas de cartón.

5.6.6. Distribución de la planta

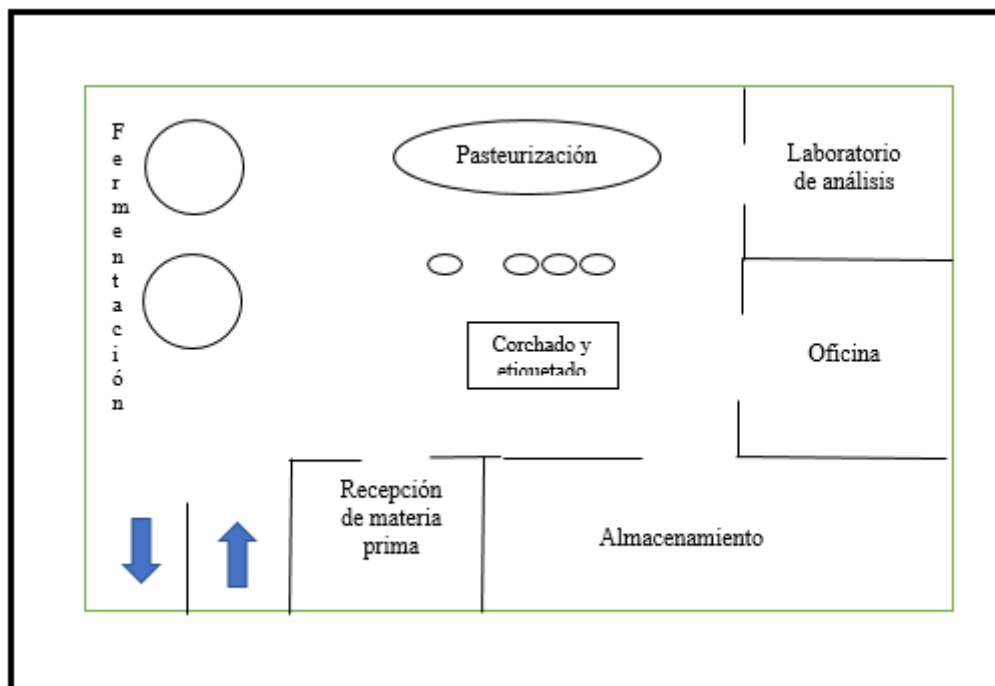


Ilustración 13-5: Organigrama Funcional

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022

5.6.7. Capacidad instalada

Para determinar la capacidad instalada es importante conocer el rendimiento máximo que se puede producir en la planta en un cierto periodo.

Es una medida de eficiencia entre la manera en abastecer al cliente y el tener la capacidad óptima para el buen funcionamiento de la misma.

Se estima que la capacidad instalada para elaborar el hidromiel sería de 1000 litros. Por lo que cada proceso de producción dura un periodo estimado de entre 14 a 21 días y se ha estimado un capital de trabajo para una producción consecutiva de tres meses, por lo tanto, se estima producir entre 2500 a 3000 litros de hidromiel. Su producción se estableció de acuerdo con la capacidad de almacenamiento del tanque fermentador, así como del total de demanda insatisfecha que se estima en 16336 litros para primer año se trabaja con un escenario de producción del 60%. Esto significa que se obtendrá una producción anual de 9801.61 litros de vino de miel de abeja (hidromiel), lo que su vez representa 13069 botellas de 750ml.

En este sentido la cantidad de producción de vino se define así:

N° de producciones año = días año / días de duración del proceso productivo

N° de producciones = $365 / 30 = 12$

Capacidad Instalada por proceso

$$C \cdot \text{Ints por Proceso} = Q \cdot \text{Tanques} \times C \cdot \text{Lts}$$

$$C \cdot \text{Instalada} = 1 \times 1000$$

$$R = 1000 \text{Lts}$$

Capacidad Instalada al año

$$C \cdot \text{Ints al año} = C \cdot \text{Ints por Proceso} \times \# \text{ de producción al año}$$

$$C \cdot \text{Ints al año} = 1000 \times 12 = 12000 \cdot \text{Litros año.}$$

Dado que la porción de demanda insatisfecha a cubrir es solo el 60% de total es decir 9801.61 litros en el primer año y que la capacidad instalada es de 12000 litros lo que implicaría que se estaría trabajando con el 81.68% de capacidad porcentaje que muestra que aún existe un margen que podríamos explotar, pero se tendrá que analizar un incremento en el capital de trabajo o a su vez ir aumentando en cada periodo de producción hasta llegar al 90%.

5.6.8. *Impacto ambiental*

La sostenibilidad con el pasar de los años ha tomado fuerza en cada uno de los procesos de transformación de pequeños y grandes empresas o negocios, es por eso que la planta procesadora de Hidromiel en sus procesos no se desperdicia ningún producto ni mucho menos altera el ecosistema de sus alrededores si nos mas bien permite el incentivo del cuidado.

5.7. Estudio legal y administrativo

5.7.1. *Estudio legal*

En esta sección se determinará los aspectos legales como:

Ubicación:

Región: Oriente

Provincia: Napo

Cantón: Archidona

Parroquia: Cotundo

5.7.1.1. *Base legal*

Nombre o Razón Social

Para el presente proyecto de factibilidad se eligió el nombre de “Hidromiel” porque se considera un nombre llamativo.

Titularidad

La empresa que se constituirá será una compañía de responsabilidad limitada, de acuerdo con lo establecido en la Ley de Compañías en el Art. 136 se requiere de:

- Escritura Pública de Constitución de la compañía.
- Aprobación en la super de Compañías.
- Depósito de un monto de dinero en una cuenta bancaria.
- Inscripción en el Registro Mercantil.

Pasos para la obtención del RUC:

- Copia de estatuto

Pasos para la Afiliación:

- Solicitud para nuevo socio CCR, firmado por quien ejerza la representación legal.
- Copia de cedula del representante legal y certificado de votación
- Copia del RUC
- Foto tamaño carnet, del representante legal
- Copia de la escritura de constitución de la compañía
- Original y copia de la resolución de la superintendencia de compañías.
- Original y copia de la razón de inscripción de constitución de la compañía en el registro mercantil.
- Original y copia del nombramiento del representante legal
- Formulario autorizado de débito bancario firmada por socio y la firma de quien se constituye como firma autorizada.
- Croquis de ubicación física del socio, especificando la dirección de cobro y referencia de la dirección.

Requisitos para la obtención del número patronal IESS

- Solicitud de entrega de clave
- Copia del RUC
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de un delegado en caso de autorizar el retiro de la clave
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones a del certificado de abstención del representante legal y de un delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de servicios básicos
- Calificación artesanal si es artesano calificado
- Original de la cedula de identidad

Certificado de seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos

- Copia del RUC
- Informe de inspección de local emitido por técnicos
- Pago de tasa

5.7.2. Estudio administrativo

5.7.2.1. Descripción de la empresa

La Planta Procesadora de Hidromiel es una empresa de producción de vinos que ofrece variedad de sabores de concentraciones de frutales y hojas de procedencia Amazónica que va creciendo de la mano de las necesidades de un mercado en crecimiento, con el compromiso de incentivar el desarrollo del sector

Misión:

- ✚ La misión de la empresa es procesar y comercializar Hidromiel a nivel nacional proporcionando una bebida de buena calidad para el deleite del paladar más exigente.

Visión:

- ✚ Consolidar la empresa a nivel nacional e internacional con producción de gran variedad con altos estándares de calidad, llegando directamente a los clientes minoristas y mayoristas.

Objetivo de la organización:

- ✚ Crear fuentes de empleo para pequeños y medianos productores de hidromiel, permitiendo así el fortalecimiento económico del sector.

Valores:

- ✚ Honestidad
- ✚ Confianza
- ✚ Sentido de pertinencia
- ✚ Actitud positiva
- ✚ Respeto
- ✚ Responsabilidad social

Políticas:

- ✚ La miel utilizada en los procesos de producción debe ser exclusiva del sector.
- ✚ De ser necesaria un incremento de mano de obra tener en cuenta a las personas que viven en sus alrededores.

- ✚ Realizar cursos frecuentes de incentivo a la producción apícola en los sectores aledaños a la planta procesadora.
- ✚ Brindar un entorna amigable, solidario y positivo.
- ✚ No brindar apoyo a la corrupción.
- ✚ Determinar precios justos y accesibles al público.

Políticas de Calidad

- ✚ Innovación
- ✚ Compromiso con las normas de calidad establecida por el ARCSA
- ✚ Productividad y espíritu de servicio
- ✚ Integridad personal
- ✚ Creatividad e innovación
- ✚ Consciencia

Estructura Organizacional

Organigrama Funcional:



Ilustración 14-5: Organigrama funcional

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Necesidad de Recursos Humanos: Para el correcto uso de los recursos económicos y técnicos de la empresa se realizará una selección que asegure la idoneidad del personal que aporte de manera objetiva los requerimientos planteados en el proyecto.

Análisis y diseño de puestos

El número de personal y puesto se estima de acuerdo a la relevancia de sus funciones principales que serán necesarios en al inicio del proyecto, que será incrementando a medida que alcance su crecimiento.

Tabla 17-5: Detalle de personal

Puesto de Trabajo	Cantidad
Gerente	1
Jefe de Producción	1
Asesor de ventas	1
Total, Personal	4

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Procedimientos de selección de personal a implementar:

En el proceso de selección se contará con 5 pasos:

- Recepción y valoración de carpetas (CV)
- Contacto Inicial
- Entrevista personal
- Evaluación y levantamiento de referencias
- Toma de decisiones
- Notificación a todos los participantes

Gerente Administrativo

Tabla 18-5: Descripción de Puesto/ Gerente Administrativo

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
I. IDENTIFICACIÓN:
1.Nombre del Puesto: Gerente 2. Dependencia a la que pertenece: Junta de Accionistas 3. Subordinados Inmediatos: Jefe de Producción 4. Coordina con: Departamento de Producción, Departamento Comercial
II. RESUMEN DEL PUESTO:
El Gerente se encargará de controlar la marcha del negocio, buscar nuevos clientes y proveer a los vendedores y encargados de producción de todas las cosas que necesiten.
III. ACTIVIDADES PERMANENTES:
<ul style="list-style-type: none">• Coordinar y supervisar todos los trabajos relacionados al área de mantenimiento y la red de distribución.• Control de caja y efectivo de la empresa.• Control y supervisión de inventarios• Planificación de actividades y presupuestos durante todo el año.• Control de las horas de ingreso y salida del personal.
ACTIVIDADES PERIÓDICAS
<ul style="list-style-type: none">• Participar en las reuniones de evaluación• Procurar el bienestar de los trabajadores.
ACTIVIDADES EVENTUALES:
<ul style="list-style-type: none">• Participar en cursos de capacitación en áreas relacionadas a sus funciones• Tomar decisiones y trabajar bajo presión.
REQUISITOS DEL PUESTO:
Nivel Académico: Superior Título Académico: Lic. en Finanzas, Lic. en Administración de empresas. Experiencia Mínima: 3 años Cursos Deseables: Relaciones Humanas Informática y Sistemas Control Interno
CARACTERISTICAS PERSONALES
Edad: 30 Años Género: Hombre o Mujer Actitudes: Responsable, ético, honesto y respetuoso. Habilidades: Buena Comunicación, Facilidad de Palabra, Negociación, Trabajar bajo presión.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Jefe de Producción

Tabla 19-5: Descripción de Puesto/ Gerente Jefe de Producción

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
I. IDENTIFICACIÓN:
1. Nombre del Puesto: Jefe de Producción 2. Dependencia a la que pertenece: Junta de Accionistas 3. Subordinados Inmediatos: Operario 4. Coordina con: Departamento de Producción, Departamento Comercial
II. RESUMEN DEL PUESTO:
El Gerente se encargará de controlar la marcha del negocio, buscar nuevos clientes y proveer a los vendedores y encargados de producción de todas las cosas que necesiten.
III. ACTIVIDADES PERMANENTES:
<ul style="list-style-type: none">• Coordinar y supervisar todo el proceso de producción de la empresa.• Crear y controlar los planes de producción de la planta• Control y supervisión materias primas• Planificación de actividades y presupuestos durante todo el año.• Control de las horas de ingreso y salida del personal.
ACTIVIDADES PERIÓDICAS
<ul style="list-style-type: none">• Participar en las reuniones de evaluación• Procurar el bienestar de los trabajadores.
ACTIVIDADES EVENTUALES:
<ul style="list-style-type: none">• Participar en cursos de capacitación en áreas relacionadas a sus funciones• Tomar decisiones y trabajar bajo presión.
REQUISITOS DEL PUESTO:
Nivel Académico: Superior Título Académico: Lic. en Finanzas, Lic. en Administración de empresas. Experiencia Mínima: 3 años Cursos Deseables: Relaciones Humanas Informática y Sistemas Control Interno
CARACTERÍSTICAS PERSONALES
Edad: 30 Años Género: Hombre o Mujer Actitudes: Responsable, ético, honesto y respetuoso. Habilidades: Buena Comunicación, Facilidad de Palabra, Negociación, Trabajar bajo presión.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Asesor de Ventas

Tabla 20-5: Descripción de Puesto/ Asesor de Ventas

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO
I. IDENTIFICACIÓN:
1.Nombre del Puesto: Asesor Comercial 2. Dependencia a la que pertenece: Jefe de Producción, Gerente 3. Subordinados Inmediatos: Ninguno 4. Coordina con: Departamento de Producción, Departamento Comercial
II. RESUMEN DEL PUESTO:
El Asesor se encargará de controlar la marcha del negocio, buscar nuevos clientes y proveer a los vendedores y encargados de producción de todas las cosas que necesiten.
III. ACTIVIDADES PERMANENTES:
<ul style="list-style-type: none">• Implantación de nuevas estrategias comerciales.• Diseña, planifica y supervisa las actividades encaminadas para lograr el posicionamiento de la empresa.• Control y supervisión de inventarios• Control de la satisfacción de los clientes.
ACTIVIDADES PERIÓDICAS
<ul style="list-style-type: none">• Participar en las reuniones de evaluación• Procurar el bienestar de los trabajadores.
ACTIVIDADES EVENTUALES:
<ul style="list-style-type: none">• Participar en cursos de capacitación en áreas relacionadas a sus funciones• Tomar decisiones y trabajar bajo presión.
REQUISITOS DEL PUESTO:
Nivel Académico: Superior Título Académico: Lic. en Marketing, Lic. en Administración de empresas. Experiencia Mínima: 3 años Cursos Deseables: Relaciones Humanas Informática y Sistemas Control Interno
CARACTERÍSTICAS PERSONALES
Edad: 30 Años Género: Hombre o Mujer Actitudes: Responsable, ético, honesto y respetuoso. Habilidades: Buena Comunicación, Facilidad de Palabra, Negociación, Trabajar bajo presión.

Fuente: Investigación de campo, 2022.

5.8. Estudio financiero

El estudio financiero que se presenta a continuación brinda información relevante al proyecto operativo necesario para la puesta en marcha con información como son: costos y gastos que se van a generar en el proceso de ejecución.

5.8.1. Inversión inicial

Se presenta una inversión inicial consiste en el desembolso de dinero en el periodo cero del proyecto, para garantizar la puesta en marcha y funcionamiento de la planta procesadora.

La tabla muestra que esta agrupada por los activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Tabla 21-5: Inversión del proyecto

Concepto	Valor
Inversión de activos fijo	\$31.900,61
Inversión de activos diferidos	\$1.170,00
Capital de trabajo	\$20.545,98
Total	\$53.616,59

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin Galarza, Jenyffer, 2022

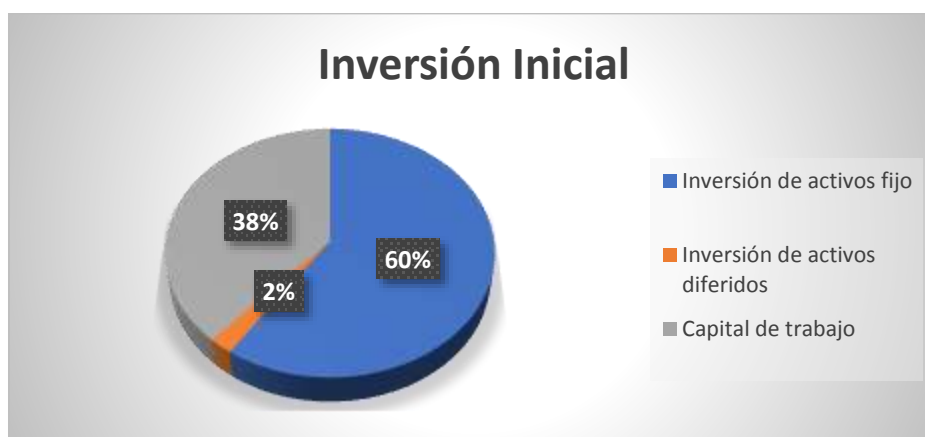


Ilustración 15-5: Inversión Inicial

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

La distribución de la inversión inicial posee un mayor porcentaje por su capital de trabajo puesto que se encuentra constituido por mano de obra directa, materia prima directa, materia prima indirecta, gastos administrativos, gasto ventas, gasto servicios básicos, gastos útiles de aseo, gasto publicidad, gastos útiles de oficina.

Se detallará de mejor manera en las siguientes tablas con sus respectivos valores.

Mano de Obra Directa

Tabla 22-5: Mano de Obra

COSTOS DEL PROYECTO	CONCEPTO	Trimestralmente	PERIODOS				
			1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa		\$3.640,46	\$14.561,83	\$15.471,94	\$16.438,94	\$17.466,37	\$18.558,02
TOTAL		\$3.640,46	\$14.561,83	\$15.471,94	\$16.438,94	\$17.466,37	\$18.558,02

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Materia Prima Directa

Tabla 23-5: Materia Prima Directa

COSTOS DEL PROYECTO	CONCEPTO	Trimestralmente	PERIODOS				
			1	2	3	4	5
Materia Prima Directa		\$7.852,63	\$31.410,51	\$32.290,00	\$33.194,12	\$34.123,56	\$35.079,02
TOTAL		\$7.852,63	\$31.410,51	\$32.290,00	\$33.194,12	\$34.123,56	\$35.079,02

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Gasto Administrativo

Tabla 24-5: Gastos Administrativos

COSTOS DEL PROYECTO	CONCEPTO	Trimestralmente	PERIODOS				
			1	2	3	4	5
Gerente		\$3.070,97	\$12.283,88	\$13.051,62	\$13.867,35	\$14.734,06	\$15.654,94
TOTAL		\$3.070,97	\$12.283,88	\$13.051,62	\$13.867,35	\$14.734,06	\$15.654,94

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Gasto ventas

Tabla 25-5: Gasto Ventas

COSTOS DEL PROYECTO	CONCEPTO	PERIODOS				
		Trimestralmente	1	2	3	4
Asesor comercial / Ventas	\$2.144,50	\$8.577,98	\$9.114,10	\$9.683,74	\$10.288,97	\$10.932,03
Publicidad y otros	\$390,00	\$1.560,00	\$1.560,44	\$1.560,87	\$1.561,31	\$1.561,75
TOTAL	\$2.534,50	\$10.137,98	\$10.674,54	\$11.244,61	\$11.850,28	\$12.493,78

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Servicios básicos

Tabla 26-5: Servicios Básicos

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor (3 meses)
Agua	3	\$8,00	\$24,00
Luz	3	\$7,00	\$21,00
Teléfono	3	\$6,00	\$18,00
Internet	3	\$20,00	\$60,00
Total			\$123,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Útiles de aseo

Tabla 27-5: Útiles de Aseo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor (3 meses)
Trapeador	1	\$4,00	\$4,00
Escoba	1	\$4,00	\$4,00
Desinfectante	1	\$7,00	\$28,00
Papel Higienico	1	\$3,00	\$12,00
Toallas	6	\$4,00	\$24,00
Jabón de baño	3	\$1,00	\$12,00
Recogedor	1	\$4,00	\$4,00
Yodóforo IO Star 1L	3	\$19,20	\$57,60
Basurero	1	\$8,00	\$8,00
Guantes N8	1	\$1,25	\$1,25
Total			\$117,60

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Publicidad

Tabla 28-5: Publicidad

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor (4 meses)
Publicidad	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Otros	3	\$ 30,00	\$ 90,00
Total			\$ 390,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Útiles de oficina

Tabla 29-5: Útiles de oficina

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor (3 meses)
Resma	2	\$4,00	\$8,00
Tinta	1	\$15,00	\$15,00
Grapas	1	\$0,50	\$0,50
Esferos	12	\$0,25	\$3,00
Corrector	4	\$0,50	\$2,00
Borrador	4	\$0,30	\$1,20
Lápiz	12	\$0,30	\$3,60
Carpetas	12	\$0,75	\$9,00
Total			\$18,80

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.1.1. Activos fijos

Los activos fijos se encuentran constituidos por activos tangibles que se encuentra en posesión de la empresa para crear la planta procesadora de Hidromiel.

Tabla 30-5: Útiles de oficina

Concepto	Valor
Terreno	\$2.000,00
Edificio y Adecuaciones	\$4.000,00
Maquinaria y equipos	\$8.278,99
Equipos de oficina	\$207,32
Muebles y enseres	\$400,05
Equipo de laboratorio	\$335,25
Equipo de computación	\$1.679,00
Vehículo	\$15.000,00
Total	\$31.900,61

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Maquinaria y Equipo

En la presente tabla se presenta la maquinaria y equipo que se utilizara en el proceso de transformación.

Tabla 31-5: Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Precio	Valor Total
Mezclador y Calentador 500L	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Fermentador de 1000L	1	\$1.650,00	\$1.650,00
Chiller glycol 13L	1	\$995,00	\$995,00
Tanques plásticos para deposito	5	\$30,00	\$150,00
Embotelladora	1	\$1.250,00	\$1.250,00
Lavadora de botella	1	\$789,00	\$789,00
Estoqueadora	1	\$99,00	\$99,00
Congeladora	1	\$408,99	\$408,99
Corchadora Italiana	1	169	\$169,00
Capsuladora Eléctrica	1	169	\$169,00
Filtro de placas	1	599	\$599,00
TOTAL			\$8.278,99

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Equipos de Oficina

Los equipos de oficina serán utilizados para el área administrativa para llevar a cabo la documentación de procesos y su respectivo archivo.

Tabla 32-5: Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Calculadoras	3	\$10,00	\$30,00
Teléfono 3 en uno con base	1	\$131,00	\$131,00
Engrampadoras	3	\$9,99	\$29,97
Perforadoras	3	\$5,45	\$16,35
Total			\$207,32

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Muebles y enseres

Estos muebles y enseres serán utilizados por el área de Administración.

Tabla 33-5: Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Escritorio de computador	3	\$47,25	\$141,75
Estantería	1	\$103,95	\$103,95
Sillas	3	\$51,45	\$154,35
Total			\$400,05

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Equipos de Laboratorio

Los instrumentos detallados en la tabla serán utilizados para realizar las pruebas de calidad del producto al igual que el control de calidad del ingreso de materia prima.

Tabla 34-5: Equipos de Laboratorio

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Tubos de ensayo	6	\$0,50	\$3,00
Pipetas	2	\$3,00	\$6,00
Balanza digital	1	\$15,00	\$15,00
Picnómetro	1	\$8,00	\$8,00
Termómetro	1	\$10,00	\$10,00
Refractómetro	1	\$35,54	\$35,54
Termómetro	1	\$11,16	\$11,16
Densímetro triple escala (cerveza-vino)	1	\$11,47	\$11,47
Probeta plástica 200ml	1	\$5,35	\$5,35
Medidor de PH digital	1	\$19,46	\$19,46
Medidor de acidez para vino	1	\$210,27	\$210,27
Total			\$335,25

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Equipos de Computo

En la tabla se muestra el equipo de cómputo que serán utilizados en el proceso.

Tabla 35-5: Equipos de Computo

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
Laptop HP AMD 2,3ghz	3	\$430,00	\$1.290,00
Impresora HP Smart Tank 530	1	\$389,00	\$389,00
Total			\$1.679,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.1.2. Activo diferido

Los activos diferidos que se utilizaran para el desarrollo de proyecto como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 36-5: Activo Diferido

Detalle	Valor
Gastos de constitución	\$150,00
Permiso de funcionamiento	\$96,00
Registro Sanitario	\$700,00
Búsqueda fonética	\$16,00
Registro de marca	\$208,00
Total	\$1.170,00

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Obteniendo como resultado \$ 1,170.00

5.8.1.3. Capital de trabajo

Para la puesta en marcha de planta procesadora de Hidromiel se cuenta con un capital de trabajo de \$ 19,515.62 que se estima en un periodo de 3 meses, debido a que el proceso se llevara a cabo por etapas.

Tabla 37-5: Capital de Trabajo

Concepto	Valor
Mano de Obra Directa	\$3.640,46
Materia Prima Directa	\$7.852,63
Materia Prima Indirecta	\$3.188,03
Gastos Administrativo	\$3.070,97
Gastos en Ventas	\$2.144,50
Serv. Básicos	\$123,00
Gasto Útiles de Aseo	\$117,60
Gasto Publicidad	\$390,00
Gasto Útiles de Oficina	\$18,80
Total	\$20.545,98

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.2. Estructura del financiamiento

La estructura de financiamiento se constituye por un 15,41% de participación por parte del capital social y de un 84,59% del financiamiento por parte de un préstamo bancario por las cantidades que se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 38-5: Estructura del financiamiento

Financiamiento	Porcentaje
Préstamo Bancario	\$32.824,97
Capital social	\$20.791,62
Total	\$53.616,59

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

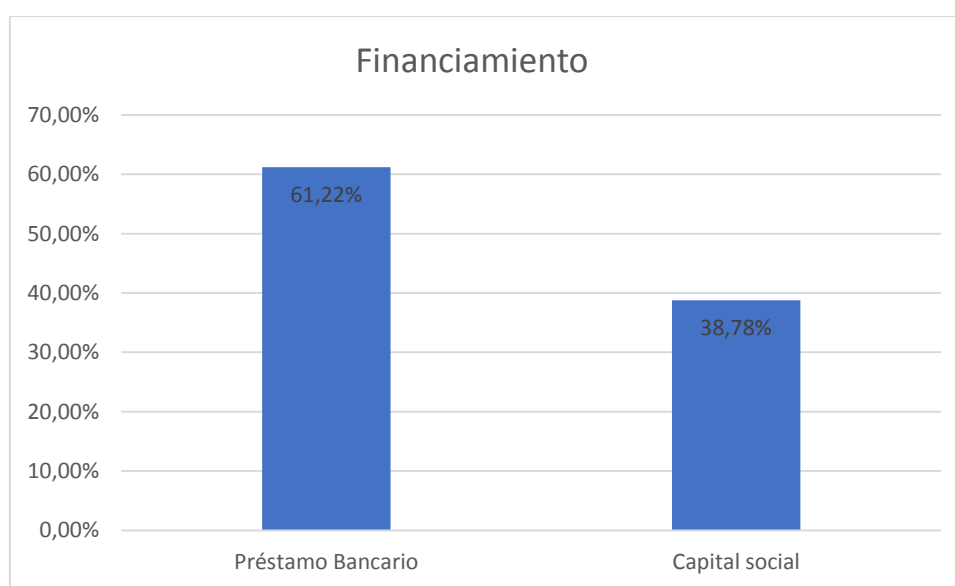


Ilustración 16-5: Financiamiento

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Partiendo de esto se toma como referencia el interés de la institución financiera del BanEcuador, dado a que esta se encuentra enfocado más en los sectores productivos.

Y planteando como un plazo de 5 años con una tasa de interés de 9,26%.

Requisitos para acceder al crédito productivo de BanEcuador.

Características:

- **Plazo de pago:** Hasta 10 años para activos fijos y 3 para capital de trabajo.
- **Periodo de gracia:** total o parcial de hasta 3 años para activos fijos y 1 año para capital de trabajo,

- **Forma de pago:** mensual, bimestral, semestral, anual o vencimiento.
- **Garantía:** personal o real.
- **Tasa de interés:** 15,30 % comercio y servicios, y 11,25% producción.

Requisitos iniciales:

- Presentación de la cedula de identidad y papeleta de votación.
- Planilla de servicios básicos.

5.8.3. Depreciación de activos

La depreciación es un mecanismo el cual nos da a conocer el desgaste que sufren los activos fijos en el proceso de desarrollo de una actividad.

La presente tabla muestra el gasto por concepto de depreciación de acuerdo a los activos fijos.

Tabla 39-5: Depreciación de Activos

RUBROS DE INVERSIÓN	VI DA UT IL	VALOR ADQUI SI CIÓN	CÁLCULO DE DEPRECIACIONES					TOT AL	V. DE SALVAM ENTO
			1	2	3	4	5		
ACTIVOS FIJOS									
Edificio y Adecuaciones	20	\$4.000,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$200,00	\$1.000,00	\$3.000,00
Maquinaria y equipos	10	\$8.278,99	\$827,90	\$827,90	\$827,90	\$827,90	\$827,90	\$4.139,50	\$4.139,50
Equipos de oficina	10	\$207,32	\$20,73	\$20,73	\$20,73	\$20,73	\$20,73	\$103,66	\$103,66
Muebles y enseres	10	\$400,05	\$40,01	\$40,01	\$40,01	\$40,01	\$40,01	\$200,03	\$200,03
Equipo de laboratorio	3	\$335,25	\$111,75	\$111,75	\$111,75	\$0,00	\$0,00	\$335,25	\$0,00
Equipo de computación	3	\$1.679,00	\$559,67	\$559,67	\$559,67	\$0,00	\$0,00	\$1.679,00	\$0,00
Vehículo	5	\$15.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$15.000,00	\$0,00
TOTAL DEPRECIACIÓN ANUAL		\$29.900,61	\$4.760,05	\$4.760,05	\$4.760,05	\$4.088,64	\$4.088,64	\$22.457,43	\$7.443,18

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarín, J. 2022.

5.8.4. Costos y gastos

5.8.4.1. Costo de producción

Los costos de producción son aquellos que se genera por los insumos que se emplean en el proceso de instalación y manejo de la planta procesadora de Hidromiel.

Tabla 40-5: Costos y gastos

MANO DE OBRA DIRECTA						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Trimestralmente	1	2	3	4	5
Mano de Obra Directa	\$3.640,46	\$14.561,83	\$15.471,94	\$16.438,94	\$17.466,37	\$18.558,02
TOTAL	\$3.640,46	\$14.561,83	\$15.471,94	\$16.438,94	\$17.466,37	\$18.558,02

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Tabla 41-5: Materia prima directa

MATERIA PRIMA DIRECTA						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Trimestralmente	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	\$7.852,63	\$31.410,51	\$32.290,00	\$33.194,12	\$34.123,56	\$35.079,02
TOTAL	\$7.852,63	\$31.410,51	\$32.290,00	\$33.194,12	\$34.123,56	\$35.079,02

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.4.2. Gastos indirectos de fabricación

Tabla 42-5: Gastos Indirectos de Fabricación

GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Trimestralmente	1	2	3	4	5
Servicios Básicos	\$123,00	\$492,00	\$505,78	\$519,94	\$534,50	\$549,46
Suministros	\$136,40	\$545,60	\$560,88	\$576,58	\$592,73	\$609,32
TOTAL	\$259,40	\$1.037,60	\$1.066,65	\$1.096,52	\$1.127,22	\$1.158,78

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

GASTOS

Tabla 43-5: Gastos de Ventas

GASTOS DE VENTAS						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Trimestralmente	1	2	3	4	5
Asesor comercial / Ventas	\$2.144,50	\$8.577,98	\$9.114,10	\$9.683,74	\$10.288,97	\$10.932,03
Publicidad y otros	\$390,00	\$1.560,00	\$1.560,44	\$1.560,87	\$1.561,31	\$1.561,75
TOTAL	\$2.534,50	\$10.137,98	\$10.674,54	\$11.244,61	\$11.850,28	\$12.493,78

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Tabla 44-5: Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO	Trimestralmente	1	2	3	4	5
Gerente	\$3.070,97	\$12.283,88	\$13.051,62	\$13.867,35	\$14.734,06	\$15.654,94
TOTAL	\$3.070,97	\$12.283,88	\$13.051,62	\$13.867,35	\$14.734,06	\$15.654,94

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Tabla 45-5: Gastos Financieros

GASTOS FINANCIEROS						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO		1	2	3	4	5
Préstamo BanEcuador		\$9.462,56	\$8.841,90	\$8.221,23	\$7.600,57	\$6.979,91
TOTAL		\$9.462,56	\$8.841,90	\$8.221,23	\$7.600,57	\$6.979,91

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Tabla 46-5: Gastos de Depreciación y Amortización

GASTOS DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES						
COSTOS DEL PROYECTO		PERIODOS				
CONCEPTO		1	2	3	4	5
Depreciaciones		\$4.760,05	\$4.760,05	\$4.760,05	\$4.088,64	\$4.088,64
Amortizaciones		\$234,00	\$234,00	\$234,00	\$234,00	\$234,00
TOTAL		\$4.994,05	\$4.994,05	\$4.994,05	\$4.322,64	\$4.322,64

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.5. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos sirve de referencia a los valores tanto de costos como de gastos necesarios para encontrar un valor en el cual se permita cubrir los costos y gastos de la empresa. Es el volumen en el cual se tienen un mínimo de producción y ventas en el cual la empresa se puede mantener en el mercado.

El cual se calcula por la siguiente formula:

$$P.E = \frac{CF}{P - CV}$$

5.8.5.1. Punto de equilibrio unidades

Tabla 47-5: Punto de equilibrio

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
P.E	7869	7889	7925	7845	7915

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.5.2. Punto de equilibrio ventas

Tabla 48-5: Punto de equilibrio en ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
P.E	\$65.902,57	\$66.917,69	\$68.082,28	\$68.255,55	\$69.747,10

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.6. Estados de resultados

El estado de resultados proyectado, nos sirve de apoyo para conocer las pérdidas o ganancias en el periodo de duración del proyecto, también se determina el estimado del precio del producto y sus posibles ventas, al igual que refleja los probables egresos que son calculados en base a los costos de producción, los gastos administrativos, de ventas y financieros.

Tabla 49-5: Estados de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CONCEPTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(+) VENTAS	\$101.138,04	\$105.464,87	\$109.973,55	\$114.671,66	\$119.567,06
Costos de producción	\$43.920,02	\$45.652,16	\$47.464,21	\$49.360,35	\$51.345,03
(=) UTILIDAD BRUTA	\$57.218,02	\$59.812,71	\$62.509,35	\$65.311,31	\$68.222,03
(-) Gastos de Administración	\$12.283,88	\$13.051,62	\$13.867,35	\$14.734,06	\$15.654,94
(-) Gastos Ventas/Publicidad	\$10.137,98	\$10.674,54	\$11.244,61	\$11.850,28	\$12.493,78
(-) Gasto Depreciación	\$1.760,05	\$1.760,05	\$1.760,05	\$1.088,64	\$1.088,64
(-) Gasto Amortización	\$234,00	\$234,00	\$234,00	\$234,00	\$234,00
(=) UTILIDAD OPERATIVA	\$32.802,11	\$34.092,49	\$35.403,34	\$37.404,33	\$38.750,68
(-) Gasto Financiero	\$9.462,56	\$8.841,90	\$8.221,23	\$7.600,57	\$6.979,91
(=) UTILIDAD ANTES DE PART. A TRABAJADORES	\$23.339,55	\$25.250,60	\$27.182,10	\$29.803,76	\$31.770,78
(-) 15% Part. A Trabajadores	\$3.500,93	\$3.787,59	\$4.077,32	\$4.470,56	\$4.765,62
(=) UTILIDAD ANTES DE IMP. A LA RENTA	\$19.838,62	\$21.463,01	\$23.104,79	\$25.333,20	\$27.005,16
(-) 25% Imp. a la Renta	\$4.959,65	\$5.365,75	\$5.776,20	\$6.333,30	\$6.751,29
(=) UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	\$14.878,96	\$16.097,25	\$17.328,59	\$18.999,90	\$20.253,87
(-) 10% RESERVA LEGAL	\$1.487,90	\$1.609,73	\$1.732,86	\$1.899,99	\$2.025,39
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA NETA DEL EJERCICIO	\$13.391,07	\$14.487,53	\$15.595,73	\$17.099,91	\$18.228,48

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

5.8.7. Flujos de caja

Para evaluar un proyecto es necesario tener en cuenta todos los costos y los beneficios que se pueden ser relevantes, para de esta manera poder tomar una decisión acertada o a su vez optar por otras alternativas.

Tabla 50-5: Flujos de Caja

FLUJOS NETOS DE CAJA						
FLUJO DE CAJA NETA	0	1	2	3	4	5
(=) UTILIDAD NETA	\$0,00	\$13.391,07	\$14.487,53	\$15.595,73	\$17.099,91	\$18.228,48
(+) VALOR RESIDUAL ACTIVOS FIJOS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$7.443,18
COMPRA DE ACTIVO FIJO	\$16.900,61					
COMPRA DE ACTIVO DIFERIDO	\$1.170,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$19.517,24					
FLUJOS NETOS DE CAJA	\$37.587,85	\$13.391,07	\$14.487,53	\$15.595,73	\$17.099,91	\$25.671,66

Fuente: Investigación de campo, 2022.

5.8.8. Evaluación financiera

5.8.8.1. VAN

Cuando el valor capital (VC) o valor actual neto de la inversión (VAN) de un proyecto de inversión es igual al capital invertido no hay contribución alguna de la inversión al capital de la empresa, simplemente se cubre el costo de lo invertido. Si el VC o VAN es mayor, aumenta el valor del capital de la empresa. En cambio, si el VC o VAN es menor, el proyecto está disminuyendo el valor del capital de la empresa. Según este criterio, un proyecto de inversión debe aceptarse cuando su VC es positivo o mayor a cero (Gallardo et al., 2016).

5.8.8.2. Tasa de Descuento

Es necesario tener en cuenta la tasa de descuento pondera ya que el financiamiento proviene de un préstamo bancario al igual que una parte es proveniente del capital propio.

Tabla 51-5: Tasa de Descuentos

CALCULO DEL VAN		
Tasa de descuento		9,14%
Sumatoria FCN Actualizados		\$65.066,28
Inversión Inicial	\$37.587,85	
Total Inversión		
VAN		\$27.478,43

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Partiendo de este se calcula el VAN con los resultados obtenidos en el Flujo de Caja, más la tasa de descuento de 9,14%.

Tabla 52-5: Flujos Netos

FLUJOS NETOS DE CAJA	\$37.587,85	\$13.391,07	\$14.487,53	\$15.595,73	\$17.099,91	\$25.671,66
-----------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Fuente: Investigación de campo, 2022.

Realizado por: Villamarin, J. 2022.

$$VAN = Inversión Inicial + Flujos Netos de Caja$$

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

Obteniendo como resultado un VAN de: **\$27,478,43**

Criterios del VAN

El valor obtenido deber ser interpretado con los siguientes parámetros.

- VAN > 0: el proyecto es rentable y genera ganancias
- VAN=0: el proyecto es rentable pero no genera ganancias
- VAN <: el proyecto o es rentable y no genera una rentabilidad mínima.

5.8.8.3. TIR

La tasa interna de retorno se encuentra mediante la siguiente formula:

$$\sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

Criterios de la TIR

- TIR es mayor que la tasa de descuento, es conveniente invertir ya que el proyecto será rentable.
- TIR es igual a la tasa de descuento el proyecto, el proyecto presenta un VAN igual a 0 y la TIR es conveniente para el inversionista.
- TIR es menor a la tasa de descuento, no es conveniente invertir en el proyecto.

5.8.8.4. *Relación Costo/Beneficio*

Para el proyecto se presente una relación Costo/Beneficio de:

Tabla 53-5: Relación beneficio costo

VNA	\$65.066,28
TOTAL, INVERSIÓN	\$ 37.587,85
RELACION BENEFICIO COSTO	\$1,73

Fuente: Investigación de campo, 2022.
Realizado por: Villamarin, J. 2022.

Dando como resultado que por cada \$1 se recupera un \$1.73.

5.8.9. *Viabilidad financiera*

En esta etapa, después de haber analizado los indicadores como es el TIR, VAN y el periodo de recuperación de la inversión, con la finalidad de lograr determinar la factibilidad financiera del proyecto.

El proyecto es restable ya que cuenta con un VAN de **\$27,478,43** un TIR de **31,60%** y un periodo de recuperación aceptable

CONCLUSIONES

Después de concluir con los capítulos del Trabajo de Investigación se concluye que:

- La investigación teórica y bibliográfica utilizada para el trabajo de investigación permitió garantizar las herramientas utilizadas por autores reconocidos que permiten y facilitan este tipo de procesos.
- Los estudios realizados para garantizar o descartar la factibilidad el proyecto fue fundamentado y respaldado por datos oficiales al igual que el levantamiento de datos por medio de encuestas que facilitaron la obtención de gustos y preferencias de los posibles consumidores del sector. El estudio técnico permitió determinar las herramientas adecuadas para cada proceso de transformación dentro y fuera de la planta procesadora de hidromiel.
- La ejecución del proyecto de inversión requiere de una inversión significativa, pero que atraerá la atención de los clientes

RECOMENDACIONES

Después de realizar las respectivas conclusiones se recomienda:

- Se recomienda realizar levantamiento de datos del Cantón Archidona tanto en el sector de producción y recolección de colmenas como en producción de productos apícolas, al igual que se debe realizar capacitaciones en el sector para que esta profesión no desaparezca con el pasar de los años.
- La innovación juega un rol fundamental a nivel mundial, es por eso que se recomienda brindar una capacitación técnica a los productores de miel de abeja para que puedan explorar nuevos procesos de producción y cosecha de la miel.
- Finalmente se recomienda poner en práctica y apoyar el incremento de los emprendimientos que se da en la región amazónica, ya que cuenta con un gran potencial por parte de los turistas nacionales como extranjeros.

BIBLIOGRAFÍA

- Aceves, P. (2018). *Administración de proyectos enfoque por competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Abreu, J. (2014). *El Método de la Investigación*. Recuperado de: [http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf).
- Baca, G., Cruz, M., Vázquez, I., Baca, G., Gutiérrez, J., Pacheco, A., Rivera, & Rivera, A. (2014). *Introducción a la Ingeniería Industrial*. México: Grupo Editorial Patria.
- Campo, R. (2013). *Gestión de proyectos*. Recuperado de: https://elibro.net/es/ereader/epoch/105623?as_all=estructura__de__un__proyecto&as_all__op=unaccent__icontains&prev=as&fs_page=2
- Cobas, Y. & Argota, L. (2017). *Estudio de factibilidad económica del producto sistema automatizado cubano para el control de equipos médicos*. Recuperado de: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2017/04/20.pdf>.
- Cortés, M. & Iglesias, M. (2004). *Colección Material Didáctico 10 Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. Recuperado de: https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Feijjo, I., Guerrero, J. & García, J. (2018). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Recuperado de: <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf>
- GADM Archidona. (2019). *El Cantón Archidona*. Recuperado de: <https://www.archidona.gob.ec/turismo.html>
- Gallardo, D., & Maldonado, V. (2016). *Proyectos organizacionales*. Buenos Aires: Editorial Maipue.
- González, M., Alba, E., & Ordieres, J. (2014). *Ingeniería de proyectos*. Madrid: Dextra Editorial.
- Guerrero, V. & Santacruz, A. (2016). *Estudio de mercados, administrativo y legal, para la construcción de un centro de acopio de productos agrícolas en el Municipio de Puerto Wilches (SANTANDER)*. Recuperado de: <https://www.studocu.com/en-us/document/syracuse-high-school-utah/german-history/165080-nfbmm/37336234>.
- Gutiérrez, M. & Pérez, A. (2012). *Manual de apicultura 2012*. Recuperado de: <https://zootecnia.chapingo.mx/assets/ftapicultura.pdf>
- Hernández, M. (2014). *Administración de empresas*. Madrid: Pirámide.
- Hernández, R. (2017). *Metodología de la investigación*. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Laos, J. & Navarro, S. (2006). *Plan de negocios: una herramienta fundamental para las empresas con miras a exportar*. Colombia: Reimpresia
- Lavalle, A. (2017). *Análisis financiero*. México: Editorial Digital UNID.

- Lino, R. (2022). *Segmentación de mercados por estilos de vida*. Recuperado de: <http://www.utepsa.edu/v2/Descargas/Segmentaci%C3%B3n%20de%20mercados%20por%20estilos%20de%20vida-Libro.pdf>
- Martínez, E. (2017). *Proyecto y viabilidad del negocio o microempresa*. Recuperado de: https://elibro.net/es/ereader/epoch/45236?as_all=proyectos&as_all_op=unaccent__icontains&as_title_type=BOOK&as_title_type_op=in&as_themes=Administraci%C3%B3n%20de%20empresas&as_themes_op=icontains&prev=as
- Maxwell, J. (2019). *Diseño de Investigación cualitativa*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Recuperado de: <http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/1402/Evaluaci%C3%B3n%20financiera%20de%20proyectos.pdf?sequence=1>
- Moscariello, M. (2016). *Diseño de Investigación*. Recuperado de: <https://proyectoseducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/CAPÍTULO-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-2-diseno-de-investigacion/>
- Navarro, J. (2014). *Epistemología y Metodología*. México: Grupo editorial Patria.
- Rafael, A., Santoyo, R., Patiño, A., Beatriz, S. & Aguilar, M. (2013). *Fundamentos De Mercadotecnia Antología*. Recuperado de: http://www.adizesca.com/site/assets/me-fundamentos_de_mercadotecnia-ar.pdf
- Ríos, P. (2016). *Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercialización de Hidromiel (vino) en el Cantón Puyango, Provincia de Loja* (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Loja). Recuperado de: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/17411/1/Paqui%20Lucia%20Rios%20Rojas.pdf>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación 2*. México: Pearson Educación.
- Vigo, V., Virgil, S., Sánchez, M. & Medianero, D. (2018). *Manual de Diseño de Proyectos de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de: <https://www.losandes.org.pe/libros/LIBRO-DISENO-DE-PROYECTOS-ALAC.pdf>
- Zángana, H. (2020). *El Origen del Hidromiel - Historia de la Bebida Alcohólica Más Antigua de la Humanidad*. Recuperado de: <https://hidromielzangana.es/blog/el-blog-de-hidromiel-zangana/-el-origen-del-hidromiel-la-historia-sobre-la-bebida-alcoholica-mas-antigua-de-la-humanidad>



ANEXOS

ANEXO A: ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información acerca del consumo del alcohol para obtener un aproximado de la demanda y el grado de aceptación del Hidromiel. La información que proporcionará será utilizada con fines académicos.

1. Edad

De 18 a 25

De 25 a 30

De 30 a 38

Mas de 38

2. Género

Masculino

Femenino

3. ¿Cuál es su Ocupación?

Estudiante

Profesional

Empresario

Trabajador Independiente

Jubilado

Otros (Especifique)

4. ¿Ha escuchado el término Hidromiel?

Si No

5. ¿Le gustaría a usted probar un vino de miel (Hidromiel)?

Si No

6. ¿Consumes usted bebidas alcohólicas?

Si No

7. ¿Con que frecuencia ingiere alcohol?

Diariamente

Semanal

Quincenal

Mensual

8. ¿Qué tipo de alcohol consume a menudo?

Vino

Cerveza

Ron

- Tequila
- Whisky
- Otros (Especifique)

9. ¿Cuáles son los factores a considerar al momento de comprar bebidas alcohólicas?

- Grados de alcohol
- Procedencia del alcohol
- Precio
- Presentación
- Calidad
- Otros

10. ¿Qué canales de comercialización del producto prefiere?

- Tienda en línea (entrega a domicilio)
- Supermercados
- Bar y Restaurantes
- Licorerías
- Tiendas Artesanales
- Otros

11. ¿Cuáles son las redes sociales que más utiliza?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Tik Tok
- Otras

12. ¿Qué presentación le gustaría que tenga el vino de miel?

- 200 ml
- 375 ml
- 750 ml
- 1000ml

13. ¿Cuánto pagaría usted por una botella de Hidromiel de 207ml?

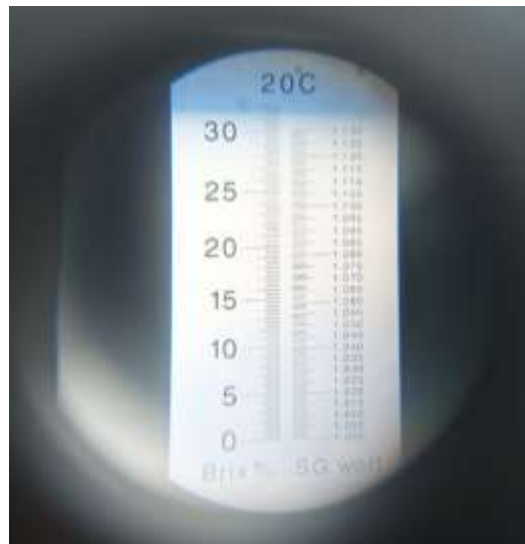
- \$2.50
- \$3.25
- \$4.00

14. ¿Compraría usted el producto Hidromiel “sorbo”?

- Si
- No

ANEXO B: FOTOS EVIDENCIAS DEL PROCESO













epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 25 / 01 / 2023

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: JENYFFER PAOLA VILLAMARIN GALARZA
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: LICENCIADA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: ING. JOSÉ LIZANDRO GRANIZO ARCOS MGRT.

0241-DBRA-UPT-2023

