



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de investigación previo a la obtención
del título de Ingeniero en Gestión Empresarial.

Título del Proyecto de Investigación:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA, CANTÓN
QUEVEDO AÑO 2015.**

AUTOR:

PINARGOTE MENDOZA STALIN RAFAEL

DIRECTORA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Ing. GINA RENDON GUERRA M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2016

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **Stalin Rafael Pinargote Mendoza**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los hechos correspondiente a este trabajo, según lo establecido por la ley de propiedad intelectual, por su reglamento y por la normatividad institucional vigente.

STALIN RAFAEL PINARGOTE MENDOZA

CERTIFICACIÓN

La suscrito, **ING. GINA RENDON GUERRA** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el estudiante **Stalin Rafael Pinargote Mendoza**, realizó el proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA. CANTÓN QUEVEDO, AÑO 2015”** Bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

ING. GINA RENDÓN GUERRA M.Sc.

DIRECTORA



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TÍTULO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA, CANTÓN
QUEVEDO AÑO 2015.**

Presentado al consejo académico como requisito previo a la obtención de título de ingeniería en gestión empresarial.

Aprobado por:

BOZA VALLE JHON, ECON, M.Sc

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

CESAR MUÑOZ HEREDIA, ING, M.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

BOLIVAR YEPEZ YANEZ, LCDO, M.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

El autor deja constancia de su agradecimiento.

A la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en cuyas aulas los maestros me dieron todo de sí para crecer en conocimientos.

Lcdo. Edgar Pastrano. MSc. Decano de la a Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

A dios quien me ha permitido estar con vida.

A mi madre quien a echo un enorme sacrificio para poder hacer este sueño realidad. Ya que sin la ayuda de ella no hubiera sido posible.

A mis hermanos que de una forma u otras estuvieron hay brindándome su apoyo para seguir adelante.

Ing. Gina Rendón Guerra, MSc. Directora del proyecto de investigación

A los docentes que formaron parte de este proceso. Que de una forma u otra transmitieron sus conocimientos durante todo este tiempo de preparación.

PINARGOTE MENDOZA STALIN

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser él quien me ha permitido estar con vida para seguir adelante.

A mi madre quien me han brindado su amor, ternura y me ha motivado a seguir luchando por mis sueños, metas y proyectos q tengo en mente,

A mis hermanos que son unos pilares fundamentales para seguir adelante día a día, y quedo muy agradecidos con ellos por estar conmigo en las buenas y malas a mi lado porque sin ellos y Dios no vía podido sacar adelante este proyecto.

PINARGOTE MENDOZA STALIN

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

El presente trabajo de investigación fue realizado en el Cantón Quevedo que cuenta con 173575 habitantes según el censo poblacional del 2010, consistió en un estudio de mercado, técnico, económico, y evaluación financiera proyectada a 5 años plazo con la finalidad darle al inversionista una herramienta de sustento para la creación de una empresa que produzca y comercialice miel de abeja. Para el registro de la información se empleó un cuestionario para encuestar a los habitantes del Cantón Quevedo para determinar su criterio sobre calidad, precio, que ellos prefieren al momento de consumir miel de abeja. También por medio del estudio técnico se determinó que actualmente la empresa productora y comercializadora de miel de abeja tendrá una demanda de 112476 personas en el cantón Quevedo, además 52% de las personas encuestadas manifestaron que si estarían dispuestos a consumir la miel de abeja si la empresa lanzara el producto al mercado, La empresa tendrá en su planta una capacidad de 10500 kilogramos de producción de la miel, además comenzara su producción con 20 colmenas. La empresa contara con un Administrador, Secretaria, Operarios, Apicultores y Vendedores. El valor actual neto presentó un valor positivo de \$ **23.856.83** lo que significa el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Por lo tanto el proyecto es factible. La tasa interna de retorno es de **16%**, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. La relación beneficio costo se ha determinado dividiendo los beneficios netos para la tasa de interés del préstamo bancario; obteniendo el indicativo de \$ **1,44**.

PALABRAS CLAVES

Factibilidad Producción Comercialización

ABSTRAC AND KEY WORDS

This research was conducted in the Canton Quevedo which has 173,575 inhabitants according to the population census of 2010, it consisted of market research, technical, economic, and projected five years term financial evaluation in order to give the investor a tool of support for the creation of a company that produces and markets honey. For registration information, a questionnaire was used to survey people Quevedo Canton to determine the criteria on quality, price that they prefer when eating honey. Also through technical study found that currently the producer and seller of honey company will have a demand for 112476 people in the canton Quevedo, plus 52% of respondents stated that if they would be willing to consume honey if the company launched the product to market, the company will plant a capacity of 10,500 kilograms of honey production, also started production with 20 hives. The company will have a Director, Secretary, Workers, Beekeepers and Sellers. The net present value had a positive value of \$ 23.856.83 what the net return generated by the project updated. Therefore the project is feasible. The internal rate of return is 16%, which was higher than the market interest rate, so the project is feasible and viable from the economic point of view. The cost benefit ratio is determined by dividing the net profit for interest rate bank loan; achieving the target of \$ 1.44

KEY WORDS

Feasibility Production Marketing

ÍNDICE GENERAL

Contenido

PORTADA.....	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y SECIÓN DE DERECHO.....	II
CERTIFICACIÓN.....	III
APROBADO DEL URKUM.....	IV
CERTIFICADO DE APROBACIÓN POR TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	VI
AGRADECIMIENTO.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES.....	XIII
ABSTRAC AND KEY WORDS.....	IX
INDICEGENERAL.....	X
INDICE DE CUADRO.....	XI
INDICE DE GRAFICA.....	XII
CODIGO DUBLIN.....	XIII
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I CONTEXTUALIZACION DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACION.....	4
1.1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.1.1.1. Diagnóstico del problema.....	4
1.1.1.2. Pronostico.....	5
1.1.2. Formulación del Problema.....	5
1.1.3. Sistematización Del Problema	5
1.2. Objetivos.....	5
1.2.1. General.....	5
1.2.2. Específicos	6
1.3. Justificacion.....	6
CAPITULO II MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	7
2.1. Marco conceptual.....	8
2.1.1. Estudio de factibilidad.....	8
2.1.2. Mercado.....	8
2.1.3. Estudio de mercado.....	8
2.1.4. Investigacion de mercado.....	8
2.1.5. Selección de mercado objetivo.....	9

2.1.6. Segmentación de mercado.....	9
2.1.7. Demanda.....	9
2.1.8. Oferta.....	9
2.1.9. Precios.....	10
2.1.10. Estudio técnico.....	10
2.1.11. Localización.....	10
2.1.12. Estudio económico.....	10
2.1.13. Estudio financiero.....	11
2.1.14. Proyecto.....	11
2.1.15. Inversión.....	11
2.1.16. Comercialización.....	11
2.1.17. Canal de distribución.....	11
2.1.18. La apicultura.....	12
2.1.19. Historia de la apicultura.....	12
2.1.20. La miel de abeja.....	13
2.1.21. La abeja.....	13
2.1.22. Alimentación de la abeja.....	13
2.2. Marco referencial.....	14
2.2.1. Estudio de factibilidad.....	14
2.2.1.1. El estudio de mercado.....	14
2.2.1.2. El estudio técnico.....	16
2.2.1.3. El estudio económico financiero.....	16
2.2.2. Creación de empresa.....	16
2.2.2.1. La empresa.....	17
2.2.2.2. Ubicación y tamaño.....	18
2.2.2.3. Tipos de empresa.....	18
2.2.2.4. Nombre o razón social.....	18
2.2.2.5. Misión de la empresa.....	19
2.2.2.6. Visión de la empresa.....	20
2.2.2.7. Principios y valores de la empresa.....	20

2.2.2.8. Políticas de la empresa.....	20
2.2.2.9. Objetivo de la empresa.....	21
2.2.3. Empresa productora y comercializadora.....	23
2.2.3.1. Producción.....	23
2.2.3.2. Importancia de la producción.....	24
2.2.3.3. Factores de producción.....	25
2.2.3.4. Objetivo de la producción.....	25
2.2.3.5. Bienes de producción.....	26
2.2.3.6. Costo de producción.....	26
2.2.3.7. Comercialización.....	28
2.2.4. La apicultura.....	29
2.2.4.1. La abeja.....	30
2.2.4.2. Tipos de abeja.....	30
2.2.4.3. La miel de abeja.....	32
CAPITULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	33
3.1. LOCALIZACIÓN.....	34
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.2.1. De campo.....	34
3.2.2. Bibliográfica.....	34
3.3. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	34
3.3.1. Método de Observación.....	34
3.3.2. Método inductivo.....	34
3.3.3. Método deductivo.....	35
3.3.4. Método analítico.....	35
3.4. FUENTE DE RECOPIACION DE INFORMACIÓN.....	35
3.4.1. Fuente primaria.....	35
3.4.2. Fuente secundaria.....	35
3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.5.1. Población.....	35
3.5.2. Muestra.....	36

3.6.	INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	37
3.7.	TRATAMIENTO DE LOS DATOS.....	37
3.8.	RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES.....	37
CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....		38
4.1.	RESULTADOS.....	39
4.1.1.	ESTUDIO DE MERCADO	39
4.1.1.1	Descripción del producto.....	52
4.1.1.2	Logotipo del producto	52
4.1.1.3	Presentacion del producto.....	52
4.1.2.	ESTUDIO TÉCNICO.....	57
4.1.2.1	Microlocalización.....	57
4.1.2.2.	Tamaño.....	57
4.1.2.3.	Disponibilidad de recursos financiero.....	57
4.1.2.4.	Disponibilidad de mano de obra.....	58
4.1.2.5.	Disponibilidad de materia prima.....	58
4.1.2.6.	Disponibilidad de insumos.....	58
4.1.2.7.	Definición de la capacidad de producción.....	58
4.1.2.8.	Capacidad instalada.....	58
4.1.2.9.	Capacidad utilizada.....	58
4.1.2.10.	Selección de la zona para la ubicación de los aparos.....	59
4.1.2.11.	Proceso de producción.....	60
4.1.3.	ESTUDIO ECONÓMICO.....	64
4.1.3.1.	Presupuesto de inversión.....	64
4.1.3.2.	Financiamiento del proyecto.....	67
4.1.3.3.	Deprecacion de activos.....	70
4.1.3.4.	Ingresos.....	70
4.1.3.5.	Egresos.....	71
4.1.3.6.	Estado de pérdidas y ganancias.....	72
4.1.3.7.	Flujo neto.....	73
4.1.4.	Estudio financiero.....	74

4.1.4.1. Valor actual neto.....	74
4.1.4.2. Tasa interna de retorno.....	74
4.1.4.3. Relación beneficio costo.....	75
4.2. Discusión.....	76
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
5.1. CONCLUSIONES.....	78
5.2. RECOMENDACIONES.....	79
CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFIA.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	81
CAPÍTULO VII ANEXOS.....	82

ÍNDICE DE TABLA

Contenido

1. Consumo de la miel de abeja. En qué presentación.....	39
2. Frecuencia de consume la miel de abeja.	40
3. Bondades nutricionales de la miel de abeja.....	41
4. Por qué consume la miel de abeja.....	42
5. La manera que obtiene la miel de abeja.	43
6. Aspectos que influyen en la decisión de compras	44
7. Consumiría usted miel de abeja procesada por una empresa	45
8. Si estaría dispuesto a consumir miel de abeja de otra distribuidora	46
9. Presentaciones que le gustaría la miel de abeja	47
10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por cada presentación.	48
11. Cantidad que acostumbra a comprar la miel de abeja	49
12. Manera en que paga la miel de abeja cuando la adquiere	50
13. Que si los precios que existen actualmente en el mercado son	51
14. Demanda Histórica.....	53
15. Cálculo de la demanda histórica aplicando la formulo de mínimos cuadros	53
16. Demanda futura.....	53
17. Oferta histórica.....	54
18. Cálculo de la oferta histórica aplicando la formulo de mínimos cuadros	54
19. Oferta Futura.....	55
20. Demanda insatisfecha histórica.....	55
21. Demanda Insatisfecha Futura.....	56
22. Demanda a satisfacer por la empresa.....	56
23. frecuencia de consumo de la miel.....	56
24. Equipos e insumos de producción.....	64
25. Muebles y enseres	65
26. Equipos de oficina.....	65
27. Insumos de oficina.....	65
28. Equipos de computo	65
29. Gasto de funcionamiento.....	66
30. Personal de trabajo.....	66

31. Terreno	66
32. Vehículos	66
33. Capital de trabajo	67
34. Inversión del proyecto	67
35. Financiamiento del proyecto.....	67
36. tabla de amortización.....	68
37. Despreciacion activos.....	70
38. Ingresos.....	70
39. Egresos.....	71
40. Estado de pérdidas y ganancias.....	72
41. Flujo neto.....	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido

1. Consumo de la miel de abeja. En qué presentación.....	39
2. Frecuencia de consume la miel de abeja.	40
3. Bondades nutricionales de la miel abeja.	41
4. El por qué consume la miel de abeja.....	42
5. La manera que obtiene la miel de abeja.	43
6.Aspectos que influyen en la decisión de compras	44
7. Consumiría usted miel de abeja procesada por una empresa.	45
8. Si estaría dispuesto a consumir miel de abeja de otra distribuidora	46
9. Sobres las presentaciones que le gustaría la miel de abeja.....	47
10. Sobres las presentaciones que le gustaría la miel de abeja.....	48
11. La cantidad que acostumbra a comprar la miel de abeja.....	49
12. Manera en que paga la miel de abeja cuando la adquiere	50
13. Que si los precios que existen actualmente en el mercado son	51

XI. CÓDIGO DUBLIN

TITULO/ TITLE	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA.CANTON QUEVEDO.2015
AUTOR/CREATOR	STALIN RAFAEL PINARGOTE MENDOZA
PALABRA CLAVE:	Factibilidad Producción Comercialización
FECHA DE PUBLICACION	10/11/2015
EDITORIAL	Quevedo: UTEQ 2015
RESUMEN	<p>El presente trabajo de investigación fue realizado en el Cantón Quevedo que cuenta con 173575 habitantes según el censo poblacional del 2010, consistió en un estudio de mercado, técnico, económico, y evaluación financiera proyectada a 5 años plazo con la finalidad darle al inversionista una herramienta de sustento para la creación de una empresa que produzca y comercialice miel de abeja. Para el registro de la información se empleó un cuestionario para encuestar a los habitantes del Cantón Quevedo para determinar su criterio sobre calidad, precio, que ellos prefieren al momento de consumir miel de abeja. También por medio del estudio técnico se determinó que actualmente la empresa productora y comercializadora de miel de abeja tendrá una demanda de 112476 personas en el cantón Quevedo, además 52% de las personas encuestadas manifestaron que si estarían dispuesto a consumir la miel de abeja si la empresa lanzara el producto al mercado, La empresa tendrá en su planta una capacidad de 10500 kilogramos de producción de la miel, además comenzara su producción con 20 colmenas. La empresa contara</p>

con un Administrador, Secretaria, Operarios, Apicultores y Vendedores. El valor actual neto presentó un valor positivo de \$ **23.856.83** lo que significa el retorno líquido actualizado generado por el proyecto. Por lo tanto el proyecto es factible. La tasa interna de retorno es de **16%**, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. La relación beneficio costo se ha determinado dividiendo los beneficios netos para la tasa de interés del préstamo bancario; obteniendo el indicativo de \$ **1,44**.

DESCRIPCION/DESCRIPTION

URL:

INTRODUCCIÓN

A lo largo del presente proyecto de investigación podemos encontrar una breve explicación sobre la problemática del por qué y para que la elaboración de este proyecto con el fin de realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de abeja en el cantón Quevedo. En el año 2015.

Para lo cual será preciso realizar un estudio de mercado en dicha localidad, para determinar el nivel de aceptación del producto por parte de los clientes, descripción del producto, situación actual de la economía, la oferta y la demanda, y el precio.

Además realizaremos un estudio técnico y para saber la ubicación de la planta industrial, la dimensión del local comercial y la organización y distribución de la de la empresa.

También realizaremos un estudio económico-financiero para conocer los diferentes cuadros de la inversión a realizar.

La empresa comercializadora y productora de miel de abeja estará ubicada en el Cantón Quevedo para la cual se basara en las ventas de miel de abeja en distinto tamaño y proporciones a petición de los clientes y además tendrá la venta de productos complementarios para satisfacer las necesidades de los consumidores de las comunidades y sus alrededores. De manera de asegurar que el producto final sea el que se busca.

Primer capítulo tendremos el problema de investigación, planteamiento del problema, la formulación del problema, sistematización del problema, objetivos general y específico y por último la justificación.

Segundo capítulo tenemos todo lo referente al marco teórico.

Tercer capítulo tenemos la metodología de la investigación el cual nos muestra las técnicas y procedimiento del proyecto de investigación.

Cuarto capítulo tenemos la interpretación y los análisis obtenidos en el proceso de la investigación mediante los objetivos planteados y además la discusión.

Quinto capítulo tenemos lo que es las conclusiones y recomendaciones del proyecto de investigación.

Sexto capítulo se refiere a la biografía.

Séptimo capítulo tenemos lo que es anexos.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1. Planteamiento del problema.

La no existencia de empresas dedicadas a la producción y comercialización de miel abeja en el mercado local y el poco conocimiento de las personas de los beneficios nutricionales que contiene la miel de abeja que son ricas en vitaminas, minerales, energéticas y medicinales para la conservación de su vitalidad y su salud.

Además se ha podido observar en los habitantes del cantón una mala cultura alimenticia provocando el excesivo consumo de productos de bajo aportes nutricionales para el organismo no tan bueno para la salud provocando enfermedades en personas como niños, jóvenes y personas mayores de edades como la desnutrición, sobre peso y otras enfermedades.

1.1.1.1. Diagnóstico.

Causa

Poca participación de empresas que comercialicen la miel de abeja en el mercado.

Bajo conocimiento de las bondades que tiene la miel de abeja por partes de las personas.

Capacidad limitada del consumo de la miel de abeja.

Baja producción de la miel de abeja.

Efecto

Incrementar la participación de una empresa que comercialice la miel de abeja en el mercado.

Aumentar el conocimiento de las bondades que nos ofrece la miel de abeja.

Mejorar la capacidad de consumo de la miel de abeja.

Elevar la producción de la miel de abeja.

1.1.1.2. Pronostico.

De no existir empresas que produzcan y comercialicen miel de abeja se incrementara problemas relacionados con la salud de no aprovechar las bondades que nos brinda la miel de abeja en la población de Quevedo.

1.1.2. Formulación del problema.

¿De qué manera la creación de una empresa de producción y comercialización de miel de abeja se determinara mediante un estudio de factibilidad?

1.1.3. Sistematización del problema.

¿De qué manera el estudio de mercado determina el nivel de consumo de la miel abeja para su comercialización?

¿Cómo un estudio técnico determinara la producción de la miel de abeja?

¿Cuál será la rentabilidad económica y financiera de la producción y comercialización de la miel de abeja?

1.2. OBJETIVOS.

1.2.1. General.

Realizar un estudio de Factibilidad para determinar la creación de una empresa para la producción y comercialización de la miel de abeja, cantón Quevedo año 2015.

1.2.2. Específicos.

Realizar un estudio de mercado que determine el nivel de consumo de la miel de abeja para la comercialización.

Aplicar un estudio técnico para determinar la producción de la miel de abeja.

Determinar la rentabilidad económica y financiera de la producción y comercialización de la miel de abeja.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

El presente proyecto de investigación tiene como propósito, la realización del estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de abeja que se encontrara ubicada en el cantón Quevedo.

La apicultura es una fuente significativa de divisas y empleo. Adicionalmente es una actividad que no requiere de tecnología complicada y costosa.

El presente proyecto, pretende crear una empresa para aprovechar las bondades nutricionales de la miel de abeja. Y con poca inversión se pueda obtener no solo beneficios económicos, sino también sociales y medio ambientales.

Es de gran importancia el estudio de factibilidad el cual permite recopilar datos relevantes para el desarrollo del proyecto ya que da la pauta para tomar las mejores decisiones correspondientes y ponerse los objetivos claros el cual no da una misión y visión de lo que queremos ser y hacia donde queremos llegar.

Además es necesario destacar que la creación de la empresa productora y comercializadora de miel de abeja no contaminada el medio ambiente al contrario ayuda a la conservación del mismo para la polinización de las flores para la alimentación de las abejas.

Con este precepto se provee lograr los objetivos y las metas planteadas con el propósito de crear una empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de abeja en un determinado tiempo, con un determinado presupuesto minimizando todo tipo de riesgo implicado en la consecución de los objetivos planteados.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. MARCO CONCEPTUAL

2.1.1. Estudio de factibilidad.

(Galindo, 2011) Se refiere que la factibilidad o viabilidad de un plan de negocio debe surtir una serie de etapas sobre la información recolectada, clasificada y analizada ya que ello depende el éxito del proyecto a implementar, la información sobre la cual se va a evaluar el plan de negocio debe estar soportada con fuente de información primaria.

2.1.2. Mercado.

(Van den berghe, 2010) Define qué Mercado es encontrar las necesidades y deseos de los compradores actuales y potenciales, suministrándoles bienes y servicios que satisfagan o excedan sus expectativas de tal manera que el cliente quede satisfecho con su compra y dispuesto a realizar nuevas adquisiciones de productos logrando que la empresa tenga una utilidad o ganancia continua

2.1.3. Estudio de mercado.

(Galindo, 2011) Indica que El estudio de mercado es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio, el estudio de mercado requiere de análisis complejos y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto porque de sus resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizaran a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta de bien o servicio.

(Baca, 2010)El estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuente de información secundaria en algunos productos, siempre es recomendable información de la fuente primaria ya que proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos.

2.1.4. Investigación de mercado.

(Florez, 2010) Define que es la forma de obtener información sobre las actividades, deseos, necesidades de los consumidores; la naturaleza y presentación del producto; sobre las condiciones de los competidores, con el fin de elaborar criterios para toma de decisiones en torno a la comercialización del bien o servicio.

2.1.5. Selección de mercado objetivo.

(Van den berghe, 2010) Indica que el mercado objetivo es un grupo de personas, posibles clientes que tienen similares deseos y necesidades y que se espera que tengan interés en los productos de la empresa por tal razón la compañía mediante su estudio de investigación de mercado debe conocerlo, dirigiendo hacia ellos las actividades y esfuerzos del departamento de mercados, dando como resultado una satisfacción mutua para la compañía y para el cliente en sus operaciones del marketing mix y de ventas tratando la empresa de aumentar continuamente la satisfacción de sus clientes

2.1.6. Segmentación de mercado.

(Van den berghe, 2010) Es el proceso de dividir un mercado en categorías o tipos de consumidores.

Una vez realizado el pronóstico, se debe decidir cómo se entrará al mercado, comúnmente llamado el descreme (en algunos países se llaman romper el hielo), determinando cuáles son los segmentos que ofrecen mayor oportunidad de alcanzar los objetivos. El proceso de definir el mercado en grupos definidos de compradores con diferentes características y comportamiento es lo que se denomina segmentación de mercado.

2.1.7. Demanda.

(Florez, 2010) Indica que la demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio para su estudio es necesario conocer los datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo conocer la tendencia que muestra el bien o servicio que se va a comercializar y con base en esta información poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda.

2.1.8. La oferta.

(Florez, 2010) Define que no es fácil estimar la oferta de un plan de negocio determinado, por cuanto la información generalmente se encuentra en poder de la empresa competidora. Una forma de tener rápido conocimiento de la oferta de los productos es la observación de número de empresas que compiten en el mercado, identificando si son empresas monopólicas, oligopólicas o si existen muchos competidores.

2.1.9. Precios.

(Florez, 2010) Según que la empresa fijara precio de sus bien/o servicio teniendo en cuenta cuanto le cuesta elaborarlo, cual es el comportamiento de la demanda y del mercado. El precio es la resultante del comportamiento de la oferta y la demanda dependiendo de la clase del producto y/o servicio se puede definir alguna estrategia para la fijación de precios.

2.1.10. Estudio técnico.

(Galindo, 2011) Con el estudio técnico se pretende verificar las posibilidades técnicas de fabricación, o producción de servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad cantidad y costo requerido. Para ello es necesario identificar la tecnología, maquinarias, equipos, insumos, materia prima, procesos, y recursos humanos.

(Baca, 2010) Indica que el estudio técnico presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis administrativo y organizativo y legal.

2.1.11. Localización.

Se habrá de realizar el análisis de las variables que permita determinar el lugar donde se ubicada el proyecto, teniendo en cuenta los criterio de maximización de utilidades y minimización de los costos de producción y gastos operacionales.

El estudio de localización comprende la identificación de zonas geográficas que van desde un concepto amplio conocido como macro localización hasta identificar una zona urbana más pequeña conocido como microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.

2.1.12. Estudio Económico.

(Baca, 2010) Se refiere que el estudio económico es la encargada de ordenar y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaboran los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica.

2.1.13. Estudio financiero.

(Galindo, 2011) Corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de lo estudio de mercado, estudio técnico. La etapa mencionada es secuencial, lo que indica que se debe realizar en este orden. Una vez el evaluador del proyecto se haya dado cuenta que existe mercado para bien o servicio, que no existe experimento 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 costo durante el periodo de evaluación del proyecto.

2.1.14. Proyecto.

(Baca, 2010) Dice que un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema la cual tiende a resolver una necesidad humana, en este sentido puede ser diferentes ideas, inversiones de montos distintos, tecnología y metodología de diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas como pueden ser educación alimentación, salud ambiente y cultura.

2.1.15. Inversión.

(Galindo, 2011) Explica que es la etapa del ciclo del proyecto en la cual se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios. La inversión se realiza en un periodo de tiempo determinado y que generalmente con un producto o con los elementos necesarios para la prestación de un servicio.

2.1.16. Comercialización.

(Baca, 2010) Indica que la comercialización no es la simple transferencia de productos hasta la mano del consumidor; esta actividad debe conferirle al producto los beneficios del tiempo y lugar es decir una buena comercialización es la que coloca el producto en un sitio y momento adecuado para dar al consumidor la satisfacción que la espera con la compra.

2.1.17. Canal de distribución.

(Baca, 2010) Se refiere que un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar de productor a los consumidores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria. En cada intermediario o punto que se detenga en esa trayectoria existe un pago o transacción, además de un intercambio de información. El productor siempre tratará de elegir el canal más ventajoso desde todo punto de vista.

2.1.18. La apicultura

(Sánchez, 2014). Se manifiesta que las abejas: “Proviene del latín Apis (abeja) y Cultura (cultivo), es decir, la ciencia que se dedica al cultivo o cría de las abejas utilizando la tecnología, para obtener beneficios económicos.

La apicultura es sí se refiere a la crianza de abejas, utilizando los medios tecnológicos, para así obtener beneficios tanto para el propietario del negocio como para los consumidores de estos productos.

Además se puede decir que la apicultura es el arte y la ciencia de la cría y mantenimiento de las abejas con vistas a obtener de su trabajo, los productos apícolas y generar un beneficio económico para los mismos.

2.1.19. Historia de la apicultura

(Sanchez & a., 2014) Dice que la Apicultura nace cuando el hombre al transformarse de cazador nómada en agricultor y pastor sedentario, se proveyó de troncos de árboles, que ya ahuecados de forma natural o bien tras un laborioso trabajo de vaciado, se convertirían en un perfecto sucedáneo de las viviendas originales de las abejas. De poseer algunas colonias aisladas una a otras o reunir las y formar con ellas un colmenar o apiario solo había un paso, puesto que así se simplificaba mucho las labores de vigilancia de las mismas para protegerlas de sus enemigos (animales salvajes, otros hombres, etc.), proveerlas de protección contra los elementos naturales (vientos, excesivo calor o frío, incendios, etc.) o simplemente para facilitar la captura de nuevos enjambres para aumentar el número de colonias o reemplazar las que habían muerto o desaparecido por otras causas.

Así pues, dado el salto de recolector a cultivador, comienza una nueva etapa en la historia de la apicultura, con el desarrollo, invención o descubrimiento de nuevas técnicas de manejo, de observaciones sobre la biología de la abeja, y con un aumento de la producción de miel y cera, dos de los productos más valiosos y apreciados de los elaborados por estos insectos.

Uno de los pueblos de la antigüedad que con mayor detalle nos legaron sus técnicas apícolas fueron los Egipcios. Quienes describen con detalle tanto el tipo de colmena utilizada como la forma de extracción de la miel y los métodos de almacenamiento y conservación de esta. Otro de los pueblos que dedicaron más cuidados y estudios sobre la abeja fueron los Griegos. Incluso entre sus vestigios arqueológicos se han encontrado restos de vasijas de cerámica que fueron usadas como habitáculos para las colonias de abejas. También los Romanos tuvieron en gran estima a las abejas y a los productos de la colmena, como reflejaron en sus textos apícolas.

2.1.20. La miel de abeja

(Sanchez & a., 2014) Manifiesta q la miel es conocida ampliamente como edulcorante. En menor medida se la conoce como expectorante, y suavizante de la garganta y vías respiratorias, y mucho menos como cicatrizante. Todo ello fue cosa de viejas durante muchísimos años, hoy es reconocido científicamente, más otras propiedades.

2.1.21. La abeja

(Sanchez & a., 2014) nos indica que las abejas: “Son insectos voladores provistos usualmente de aguijón, que utilizan el néctar y el polen de las flores para alimentarse a sí mismo y a sus larvas. Existen dos grupos principales de abejas: las solitarias y las sociales (que forman colonias de gran número de individuos)”. Las abejas son insectos, que se dividen en varias razas, siendo la especie melífera la más valiosas para el hombre, ya que constituyen un medio de producción y generación de ingresos económicos, para quienes practica la actividad apícola.

2.1.22. Alimentación de las abejas

(Sanchez & a., 2014) Se manifiesta que las obreras como la abeja reina se alimentan de jalea real durante los primeros tres días del estado larval. Luego, las obreras cambian por una dieta de polen y néctar o miel diluida, mientras que aquellas larvas elegidas para ser abeja reinas continúan recibiendo jalea real.

2.2. MARCO REFERENCIAL

2.2.1 Estudio de factibilidad

El estudio de Factibilidad “representa la posibilidad de llevar a cabo un proyecto, tomando en cuenta la necesidad identificada, los costos y beneficios del proyecto, los recursos técnicos y humanos, financiamiento, estudios de mercado, beneficiarios del proyecto”. Según la precitada autora deben tenerse en cuenta tres objetivos fundamentales en toda elaboración de proyectos como son: El Estudio de Mercado. Se refiere esencialmente a la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta. La cuantificación de la oferta y la demanda se obtendrá por medio de encuestas. Estudio Técnico. Debe demostrar la viabilidad técnica del proyecto, además de demostrar y justificar cual es la alternativa que mejor se ajusta a los criterios de optimización que corresponda aplicar al proyecto. Estudio Financiero y económico. Determina la manera de obtener los recursos económicos para cubrir los costos del proyecto; esto se desarrolla partiendo del análisis de costo, estimando el capital disponible, y luego estableciendo un plan de financiamiento para cubrir las necesidades totales de capital para determinar la viabilidad financiera del proyecto. (Bazán & M., 2010)

Un estudio de factibilidad consiste en un conjunto de actividades vinculadas entre sí, cuya ejecución permitirá el logro de objetivos previamente definidos en atención a resolver un problema o necesidad previamente detectada en el medio. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen los estudios de mercado, técnico, económico financiero y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Un proyecto es factible o se puede ejecutar cuando se han aprobado las evaluaciones de los diferentes estudios de mercadeo, técnico, organizacional, legal, ambiental, financiero y los demás que se requieran. Estudios que componen el estudio de factibilidad.

2.2.1.1. El estudio de mercado.

Este estudio va más allá del sólo análisis de la oferta y demanda o de los precios del proyecto. Muchos costos de operación pueden pronosticarse simulando la situación futura y especificando las políticas y procedimientos que se utilizarán como estrategia comercial, mediante el conocimiento de los siguientes aspectos: El consumidor y las demandas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. La competencia y las ofertas del mercado y del proyecto, actuales y proyectadas. Comercialización del producto o servicio del proyecto. Los proveedores y la disponibilidad y precios de los insumos, actuales y proyectados.

El análisis del consumidor tiene por objetivo caracterizar a los consumidores actuales y potenciales, identificando sus preferencias, hábitos de consumo, motivaciones, nivel de ingreso promedio, ente otros, para obtener el perfil sobre el cual pueda basarse la estrategia comercial.

El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto. El estudio de la competencia es fundamental, para poder conocer las características de los productos o servicios que ofrecen el resto de los productores, con el fin de determinar las ventajas y desventajas que aporta dicha competencia. El análisis de la comercialización del proyecto depende de los resultados que se obtienen de los estudios del consumidor, la demanda, la competencia y la oferta.

Las decisiones (en cuanto a precio, promoción, publicidad, distribución, calidad, entre otras) adoptadas aquí tendrán repercusión directa en la rentabilidad del proyecto por las consecuencias económicas que se manifiestan en sus ingresos y egresos. Los proveedores de insumos necesarios para el proyecto pueden ser determinantes en el éxito o fracaso de éste.

De ahí la necesidad de estudiar si existe disponibilidad de los insumos requeridos y cuál es el precio que deberá pagarse para garantizar su abastecimiento, por lo que la información que se obtenga de los proveedores puede influir en la selección de la localización del proyecto. Atendiendo al estudio de cada una de las variables que influyen en el mercado, es que su objetivo principal está dirigido a la recopilación de carácter económico que se representa en la composición del flujo de caja del proyecto

2.2.1.2. El estudio técnico.

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en él.

2.2.1.3. Estudio Económico-Financiero.

Este incluye la evaluación del tamaño del proyecto y de la localización. → Tamaño del proyecto. Puede referirse a la capacidad teórica de diseño, a su capacidad de producción normal o a su capacidad máxima. La primera se refiere al volumen de producción que bajo condiciones técnicas óptimas se alcanza a un costo unitario mínimo. La capacidad de producción normal es la que bajo las condiciones de producción que se estimen, registrará durante el mayor tiempo a lo largo del período considerado al costo unitario mínimo.

La capacidad máxima se refiere a la mayor producción que se puede obtener sometiendo los equipos al máximo esfuerzo, sin tener en cuenta los costos de producción. → Localización. Con el estudio de microlocalización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios. En la decisión de ubicación se pueden considerar los siguientes aspectos, según el tipo de proyecto. (Osorio & Herrera, publicado 2014)

2.2.2. CREACIÓN DE EMPRESA

Algunos de los puntos del esquema de la fase de creación de una empresa no se desarrollan detalladamente en este libro porque tiene un carácter específico para cada unidad de negocio. Así por ejemplo el plan técnico para una empresa manufacturera exige el estudio de layout, la selección de la maquinaria, los equipos de manutención. La capacidad instalada, etc. Otros aspectos varían con el tiempo debido a los cambios de la normativa o disposiciones de la administración pública de manera de que no se entrara en los detalles de las gestiones y trámite para la constitución efectiva de la empresa para estas cuestiones el emprendedor generalmente optara por delegar estas actividades a un consultor o a un gestor administrativo profesional.

Las fases para la constitución de una empresa pueden resumirse en los siguientes puntos.

- Generación de las ideas: creatividad.
- Evaluación de las oportunidades del negocio, a partir de las habilidades, capacidades y recursos disponibles.
- Desarrollo del concepto del negocio sobre tres pilares.
 - ✓ Estrategia empresarial
 - ✓ Estructura de la organización

✓ Sistema administrativo y procesos de negocios

La creación de una empresa se recomienda utilizar un diagrama de Gantt, ya que le permite la representación gráfica de la estructura de un proyecto (en este caso la creación de una empresa), y las reacciones de dependencia entre las actividades (conociendo su fecha de inicio y finalización) el diagrama de Gantt que es muy eficaz en las etapas iniciales de la planificación, facilitara la toma de decisiones a la de imponer una variación sobre el curso normal del trabajo bien por necesidad de tiempo. O bien por falta de recurso para realizar la actividad. El esquema siguiente representa una propuesta de guion para la elaboración del plan de empresa que servirá de guía para no perder el rumbo durante la navegación a lo largo del libro. (Rajadel, tercera edicion 2009)

2.2.2.1. La Empresa

La empresa es la unidad económico-social en la que el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para realizar una producción socialmente útil, de acuerdo con las exigencias del bien común. Los elementos necesarios para formar una empresa son: capital, trabajo y recursos materiales. (Charria, 2015)

La empresa es una entidad legal, con un organismo productivo que le permite procesar ciertos bienes o servicios para satisfacer las necesidades y exigencias de un mercado necesitado y con capacidad de compra y que posee administrar un patrimonio propio.

Es entidad legal, para poseer activos con capacidad de negociar y celebrar contratos, demandar y ser demandada.

Un patrimonio de respaldo, que le permita operar satisfactoriamente.

Un organismo productivo, que le permita combinar los factores de trabajo, capital, recursos naturales y tecnológicos para producir bienes y servicios necesarios para satisfacer las necesidades de las comunidades. (Palacios, 2012)

2.2.2.2. Ubicación y tamaño

La ubicación permite determinar el medio ambiente q rodea la empresa y de q forma contribuye o afecta su entorno. El tamaño puede ser micro, pequeña, mediana o grande empresa; es importante dado la legislación y apoyo existente en cada caso. (Palacios, 2012).

2.2.2.3. Tipos de empresas.

Se refiere a la ocupación principal y/o sector al que va a permanecer; puede ser: de extracción, industria manufacturera o de transformación, comercial y de servicios.

La elección de la forma legal de propiedades es una decisión muy importante que exige investigar detalladamente cada forma de propiedad, las diversas ventajas y desventajas de tipos: organizacional, tributarias, legal, riesgo costos responsabilidad civil etc.

Deberá considerar si el negocio es propio o entre uno o más socios; que activos requerirá y como serán los aportes, como se financiara cual será el grado de control que desea mantener sobre el negocio; tiempo que perdurara el negocio, etc.

Si el emprendedor ha decidido afrontar la puesta en marcha de su empresa con dos o más personas atreves de alguna de las principales forma de asociación, tendrá la oportunidad de escoger entre algunas sociedades comerciales; una empresa asociativa de trabajo, o una sociedad agraria de transformación. (Palacios, 2012)

2.2.2.4. Nombre o razón social.

El nombre de la empresa es su carta de presentación, es el reflejo de su imagen, su sello distintivo. Debe reunir las siguientes características.

Descriptivo: refleja el giro de la empresa.

Original: que no exista, se constituye por palabras, logo o símbolos o el nombre propio de una persona.

Atractivo: fácil de recordar, que identifique el objeto del negocio, que tenga aceptación y que se pueda memorizar.

Claro.

Simple.

Agradable. (Palacios, 2012)

2.2.2.5. Misión de la empresa.

La misión de una empresa es su razón de ser; es el propósito o motivo por el cual existe por lo tanto da sentido y guía las actividades de la empresa; la misión debe contener y manifestar características que le permitan permanecer en el tiempo así:

- Atención orientación al cliente
- Alta calidad del producto / servicio
- Mantener una filosofía de mejoramiento continuo
- Creatividad, ingenio e innovación, mediante investigación y desarrollo
- Especificaciones del producto/ servicio.

La misión debe ser válida y funcional; amplia sin que se pierda la naturaleza y carácter de la empresa; motivadora para que se inspire a los colaboradores pero no tan ambiciosa que parezca inalcanzable; congruente con los valores de la empresa y lo de su personal.

En términos generales, la misión de una empresa responde a las siguientes preguntas:

Cuál es su negocio

Cuáles son sus valores

Quiénes son sus clientes

Cuál es su prioridad

Cuáles son los deberes y derechos de sus colaboradores

Cuáles son sus objetivos organizacionales

Cuales sus producto y mercado

Para q existe la empresa. (Palacios, 2012)

2.2.2.6. Visión de la empresa.

Es la declaración amplia y suficiente de donde quiere que su empresa o negocio este dentro de cinco o más años debe ser estimulante amplia, inspiradora conocida y que promueva la pertenecía de todos los miembros de la organización o negocios.

La visión señala el rumbo y la dirección, es la cadena o lazo q une las empresa del presente con las del futuro.

La visión sirve de guía en la formulación de estrategias de la empresa, se hace tangible cuando se materializa en proyectos y metas específicas cuyos resultados debe ser mediante índices de gestión bien definido. (Palacios, 2012)

2.2.2.7. Principios y valores de la empresa.

Son las creencias y valores que guían o inspiran la vida de una organización o negocios. Define lo importante para una empresa. Guían el actuar de las personas y la sociedad y demanda liderazgo. Son ejemplos de principios y valores;

Convicciones morales, Acatamiento a la constitución y las leyes, Respeto por el ser humano y la entidad cultural, Transparencia y efectividad en todos los actos, la unión la cooperación y el cambio, derechos y libertades individuales, fomento de la creatividad, defensa de la biodiversidad, responsabilidad social, desarrollo sostenible, legalidad, justicia, igualdad, soberanía, convivencia, tolerancia, participación, entrega, tesón devoción, competencia disciplina. (Palacios, 2012)

2.2.2.8. Políticas de la empresa

Las políticas sirven para guiar las acciones y decisiones requeridas para lograr los objetivos. Las políticas establecen las condiciones de contorno para que las acciones y decisiones se encausen por un camino concreto en busca de los objetivos. Las políticas permiten a la dirección operar sin su constante intervención y una vez establecidas permiten a otros trabajar con un sistema sin solicitar decisiones o consejo de sus superiores.

Existen varios niveles de políticas que pueden afectar las acciones de una empresa; las principales son.

- Políticas corporativa, aplicada al negocio en su conjunto o nivel institucional.

- Política funcional, se aplica a las funciones, producción, compras, finanzas, personal, mercadeo, etc.
- Política departamental. Se aplica al departamento para distribuir trabajo, monitorear procesos y controlar resultados.
- Política industrial, se aplica a una industria en particular, tal como los códigos de conductas establecidas por acciones profesionales para un cierto tipo de negocios. (Palacios, 2012)

2.2.2.9. Objetivos de la Empresa

Son las bases para determinar qué actividades se deben ejecutar con qué criterios se deben evaluar y que tan bien sean ejecutado.

Son los resultados a corto mediano y largo plazo que un negocio espera obtener para ser real su misión y visión.

Se deben especificar solamente el que y el cuándo y evitar el aventurarse en el por qué y cómo. El procedimiento en la fijación de los objetivos debe ser.

- Empiece con un verbo en infinitivo.
- Especifique un resultado clave que se desea conseguir.
- Determine una fecha de cumplimiento.
- Cuantifique o cualifique el objetivo.
- Cuide que sea realista y alcanzable, que represente un reto significativo
- Sea consecuentes con recursos y políticas disponibles
- Asigne un responsable. (Palacios, 2012)

El concepto de empresa (palabra que proviene del latín prenderé, acometer una cosa que implica trabajo o presenta dificultades) no es simple y, consecuentemente, ha recibido distintos comentarios.

Desde el enfoque neoclásico la empresa es considerada como una unidad económica de producción y representa una forma para llegar a configurar un plan de acción para optimizar su función objetivo. Consiste en maximizar sus beneficios. A partir de 1940 surgieron nuevas corrientes algunas de las definiciones que se exponen son complementarias en ella subyace

la idea de que una empresa ha de ser capaz de obtener producto o servicio para vender con eficiencia de lo que lo haría sus partes consecutivas por separados.

Un primer enfoque, iniciado por Coase y Knight, es el contractual, donde el concepto de empresa se basa en la relación de agencia o contrato por el que el agente realiza algo por cuenta del principal con delegación de autoridad decisoria internamente la empresa es una organización definida por una relación de autoridad o sea como un conjunto de elementos humano, técnico y financiero. Ordenado según determinada jerarquía o estructura organizativa y que dirige una función directiva o empresarial.

El profesor Campos define la empresa como un agente que organiza con eficiencia factores económicos para producir (otros actores añaden el término comercializar) bienes y servicios para el mercado con el ánimo de alcanzar ciertos objetivos. Esta definición expresa el concepto de empresa como sistema socio técnico abierto. Compuesto por cinco elementos principales o aspectos organizativos (técnico. De dirección. Humano. Cultural y político) para lograr eficiencia en sus transacciones con el entorno. La empresa como sistema representa un conjunto de elementos estructurados agrupados en subsistemas de manera que la eficiencia de una empresa es superior a la suma de eficacia de cada uno de los subsistemas que actúan en el seno de la misma. (Rajadel, tercera edición 2009)

2.2.3 Empresa Productora y Comercializadora

2.2.3.1. Producción.

La producción consiste en saber cómo (método, proceso o sistema) fabricar el producto o prestar el servicio, cuánto (cantidad) producir o comprar, cuándo (tiempo) producir o prestar el servicio y calcular los recursos materiales, técnicos económicos y humanos que será necesario para cumplirlo eficientemente, eficaz y productivamente.

Al establecer el diagrama del proceso de producción y operaciones o el ciclo de producción o prestación de servicios, se facilita calcular el tiempo estándar para la realización de cada tarea y los recursos materiales y humanos necesarios.

La producción es la fabricación de un objeto físico mediante operarios, materiales y equipos, o la prestación de un servicio por persona directamente o con ayuda de instalaciones o equipo.

Las responsabilidades básicas de la producción al elaborar producto o servicios son; producir la cantidad requerida por la demanda, entregarla en la fecha acordada, con el diseño y la calidad requerida, elaborado con los métodos y procedimientos más económicos.

El ejercicio de esta responsabilidad exige;

1. Planear. o sea prever la demanda de productos o servicios, mediante pronósticos y traducir esta previsión en las necesidades equivalentes para cada uno de los diferentes factores de producción.
Clase y cantidad de materiales.
Maquinarias y equipos de producción y
Mano de obra capacitada.
2. Programar. El trabajo en el tiempo, o sea distribuir y dirigir las distintas actividades de la producción o servicio conforme al tiempo disponible, para cumplir la entrega. Se utiliza el diagrama Gant.
3. Organizar y dotar de recursos:
Técnico
Económico y
Humanos.
Ordenados en un flujo equilibrado para cumplir eficaz, eficiente y productivamente, las tareas encomendadas.

4. Dirigir. o funcionar mediante el proceso de orientar, guiar, motivar, conseguir e interpretar los planes para las personas y dar las instrucciones de cerca de como ejecutar y garantizar la consecución de los objetivos.
5. Controlar. La cantidad la calidad y los costos, utilizando las instalaciones adecuadas, la tecnología los equipos y maquinarias apropiados, la materia prima y su manejo correcto, la medida de trabajo y los incentivos salariales para una mano de obra motivada y eficientes. (Palacios, 2012)

2.2.3.2. Importancia de la producción.

Un país es materialmente rico cuando tiene un alto estándar de vida y cuando sus habitantes pueden disponer de los bienes y servicios para satisfacer la mayoría de sus necesidades.

Las riquezas naturaleza por sí sola no garantiza el estándar de vida de la población de un país. Puede ser rico potencialmente y en realidad ser pobre por su bajo estándar de vida. Por ejemplo tener mucho petróleo, las mejores esmeraldas del mundo, carbón, níquel, oro etc. Bajo su tierra pero si no la sabe explotar y agregarle valor de nada sirve; su tierras pueden ser muy ricas y si no se sabe cultivar, no producirán alimentos

Para que la población de un país se beneficie de las riquezas naturales estas deben ser explotadas con eficiencias elaborada eficientemente y estar lista para consumir cuando el cliente lo requiera.

El dinero, visto en conjunto, no representa riqueza para un país solo sirve para comercializar productos. Por lo tanto no es posible elevar el estándar de vida si no se fabrican productos y se presentan servicios para satisfacer las necesidades de la población de un país.

2.2.3.3. Factores de producción.

Existen tres factores necesarios para la producción de riquezas: tierra, mano de obra y capital.

La tierra corresponde a todos los recursos naturales: tierra, minas, agua, clima, etc. Y en una factoría representa la materia prima e insumos.

La mano de obra, incluyen los operarios, técnicos, supervisores, administradores, ejecutivos. Etc.

El capital lo integra el dinero transformado en equipo de producción, maquinarias, herramientas, capital de trabajo, instalaciones, etc.

La producción combina eficaz y racionalmente estos tres factores para generar los bienes y servicios indispensables para satisfacer las necesidades humanas. Los procesos productivos en sus infinitas variedades, son unas de las actividades más fascinantes de la vida moderna.

2.2.3.4. Objetivos de la producción

Los objetivos del sistema productivo son:

1. Producir bienes y servicios tangibles como fabricar ladrillos, intangible como los servicios de un banco.
2. Satisfacer las necesidades y exigencias del cliente entregándoles los bienes y servicios, en la cantidad, calidad, el diseño, el costo y el momento que se lo requiera.
3. Generar utilidades representativas conforme a la inversión para motivar a los inversionistas.
4. Ganar la confianza del inversionista o dueño del negocio mediante la entrega de dividendos satisfactorios y la buena imagen de la organización.
5. El mantenimiento de buenas relaciones obrero-patronales mediante un ambiente agradable y seguro de trabajo. Equipos y herramientas apropiadas para el trabajo y una justa remuneración que motive a todos los empleados y trabajadores a comprometerse con la empresa.
6. Cumplir con las responsabilidades de tipo social, legal y ambiental para ser sostenible y crecer.

2.2.3.5. Bienes de producción

Una empresa puede producir:

Bienes de consumo, o sea las cosas ya lista para consumir directamente pueden ser durable como: automóviles, vivienda, neveras, televisores, muebles, libros, etc. Y no durable comidas, bebidas, vestidos, medicinas, etc.

Bienes de capital, o sea todas las cosas que no se consumen, si no que sirven para producir otros bienes como: maquinaria, herramientas, obras de ingenierías, etc.

Servicios como lo que prestan los bancos, los hoteles, los restaurantes, las compañías de seguros, las empresas de transportes, los despachos de abogados, médicos e ingenieros, etc.

2.2.3.6. Costo de producción

El costeo de producto es una actividad que interviene en el proceso de planeación, es el control de costos y en la continuidad o sustitución de un producto. El análisis de costo comprende.

1. Costos de oportunidad. Es la alternativa de no hacer un producto por fabricar otro. Si una empresa tiene la opción de fabricar dos líneas de productos diferentes, pero ambas líneas de manufactura no pueden fabricarse con la misma disponibilidad teniendo en cuenta que el producto a puede contribuir con \$12000 de utilidades y el producto b con 20000, es obvio que el producto b debe seleccionarse. el costo de oportunidad de escoger b es el sacrificio de los 12000 que podrían ganarse con el producto a. luego el beneficio real de producir b seria la utilidad anual generada por fabricar el producto b menos el costo de oportunidad de no producir el producto a ($20000 - 12000 = 8000$).
2. Costo de capital. Son los gastos que cuando se hacen, suministran a la compañía un servicio por un periodo de tiempo mayor a un año. Ejemplo costo inicial de una pieza de un equipo de producción que tiene una vida útil de 5 años.
3. Costos fijos. Son los gastos que ocurren aunque no se produzcan ningún producto o servicio, como el alquiler de instalaciones, el salario de los empleados, el impuesto predial, las depreciaciones de edificios, etc.

4. Costos variables. Son los costos que varían con relación al nivel de producción de bienes o servicios como el costo de materia prima, el costo de la mano de obra directa. Etc.
5. Costo marginal o incremental, es la adición al costo total que se atribuye a una unidad más de fabricación y se expresa así:
6. Costos indirectos o gastos de fabricación, corresponden a los egresos por materia o servicios esenciales en la producción de un artículo o servicio pero no forman parte integral del producto y sus costos deben prorratearse entre varios productos o fases del proceso de fabricación para obtener el costo por unidad.
7. Costo de depreciación, es la cantidad que se disminuye un activo, por su utilización por un periodo de tiempo determinado, el cálculo se lo hace con arreglo a la ley que se establezca en cada país.
8. Costo de un artículo en existencia. Este costo depende del método empleado para obtenerlo. Actualmente se utilizan los siguientes métodos.
 - Método de dar salida a los primeros artículos que entran (peps o fifo)
 - Método de dar salida al último que entra (ueps o lifo)
 - Método de costo promedio (cp)
 - Método de costo estándar (cs) (Palacios, 2012)

2.2.3. Comercialización

Es el sitio donde se exhiben los productos o servicio de la empresa, a este lugar se dirigen los clientes o consumidores para comprarlo de igual manera sirve de referente para los competidores del mercado, ellos evalúan el nivel de rotación de inventarios, precios, potencial de competencia (liderazgo) locución para establecerlo se debe tener en cuenta; número de establecimiento iguales o similares, estudio del sector, área de influencia. (Galindo, 2011)

La comercialización se tiene en cuenta la forma de almacenamiento los sistema de transporte empleados, la presentación del producto o servicio el crédito a los consumidores la asistencia técnica a los usuarios, los mecanismo de promoción y publicidad.

La importancia del estudio de comercialización varía dependiendo del producto que se trate, si es de consumo final, intermedio o de capital o si se trata de productos agrícola, industriales mineros, etc.

El conocer los canales de comercialización permite fijar el costo del producto por el efecto de su distribución. El canal de distribución es la forma de llevar el producto o servicio al consumidor final supone una relación entre la empresa que produce el bien o atiende el servicio y los intermediarios que se encargan de llegar al consumidor final. Entre más larga sea cadena de la comercialización del producto o servicio este se hará más costoso al igual que se pierde conocer la opinión del consumidor final sobre el producto ofrecido.

Con el fin de identificar con algún grado de detalle los canales de comercialización serian importante tener en cuenta el grado de concentración geográfica del mercado. Las comisiones y descuentos que son necesarios dar para la comercialización del producto, cuál será el precio más indicado para la comercialización del producto o servicio, que políticas de ventas se deben establecer, donde se encuentran localizado los principales compradores del producto o servicio que norma existen con respecto a la comercialización del producto o servicio y cuál será el margen de comercialización más indicado para el plan de negocio. (Florez, 2010)

2.2.4. La apicultura.

La apicultura en el contexto agrícola y pecuario. Hasta mediados del siglo XVIII, en la mayoría de los países se practicaba una agricultura de subsistencia, hecho que cambió a partir del siglo pasado, bajo la presión del desarrollo demográfico y el aumento de la demanda de alimentos.

Esto obligó a rediseñar (sobre todo en los países desarrollados) los sistemas productivos agrícolas y agropecuarios por otros modernos e intensivos y a incorporar nuevas áreas agrícolas, muchas de ellas con cultivos-incluso transgénicos o monocultivos no melíferos en grandes extensiones de terreno- para producir biocombustibles o alimentos. Todos estos son dependientes de plaguicidas que, por paradoja, también en el caso de los cultivos

entomófilos, dependen de las abejas como agentes polinizadores. Estos ecosistemas productivos, agrícolas o agropecuarios, tienen marcadas diferencias que repercuten en la disponibilidad de los alimentos para las familias de abejas y en el modo de practicar la apicultura.

A su vez, los cambios en la demanda de alimentos, modifican los sistemas productivos apícolas por otros modernos e intensivos que dan respuesta a los nuevos contextos, como parte del entramado de relaciones que se establecen entre los sistemas agrícolas y agropecuarios, y que hacen del hombre el principal intermediario entre el animal y el ecosistema donde se inserta y produce.

La apicultura mundial se trabaja hoy en ecosistemas que, en su mayoría, se encuentran deteriorados por causas antrópicas. Se incluye aquí el impacto drástico que provocan las guerras, la pérdida de flora melífera por la tala o poda indiscriminada, la urbanización, los desplazamientos de asentamientos humanos hacia áreas que fueron antes de flora silvestre entomófila, los cultivos abundantes en flora melífera, los bosques nativos profusos en vegetación arbórea y sotobosques melíferos, así como la introducción de especies invasoras, las contaminaciones ambientales o la fragmentación de los hábitats naturales.

En el caso de los ecosistemas agrícolas, el intenso laboreo de la tierra tiende a reducir, y hasta destruye los nichos naturales de insectos polinizadores. De esta forma, la agricultura intensiva se desarrolla según modelos cada día más dependientes de la apicultura moderna e intensiva (casi siempre trashumante) con abejas melíferas, sometidas a presiones y modificaciones antrópicas complejas o al límite con su existencia, que la conducen a un equilibrio precario, de no ser racional y eficaz la intervención del hombre como mediador entre las colonias de abejas y los ecosistemas productivos, donde estos insectos siguen siendo protagonistas como polinizadores.

No se debe desestimar el efecto de la agricultura intensiva en la biodiversidad, donde resulta baja la conservación de los nutrientes por la lixiviación del terreno y la exportación de las cosechas que se llevan en sí el aporte de estos componentes y el agua. Este tema es poco estudiado en lo que respecta al efecto de este tipo de agricultura en la nutrición y el equilibrio de las abejas insertas en estos agro ecosistemas. Seguridad alimentaria y apicultura.

El acceso físico, social y económico de todas las personas, y en todo momento, a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimentarias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana, son los rasgos que definen la seguridad alimentaria. Se habla también de este concepto cuando se aseguran alimentos sanos al alcance de todos. (Maida, 2014)

2.2.4.1 La abeja.

Es un insecto, y como tal tiene su cuerpo dividido, en cabeza, tórax y abdomen y pertenecen al grupo de las himenópteras, miembros del clado Anthophila que evoluciona a partir de la súper familia Apoidea, posiblemente de la familia Colletidae (dado se interpreta como un conjunto de especies emparentadas con un antepasado común) este escenario también se da una sub familia de la familia Vespidae, las abejas son las polinizadoras más importantes de las plantas de flor, se calcula que un tercio de los alimentos humanos son polinizados por insectos en su mayoría abejas. (Fernández, 2011)

2.2.4.2. Tipos de abejas

Las abejas eusociales son insectos sociales con tres diferentes tipos de individuos o castas en la colonia:

- 1) Abeja reina.
- 2) Abeja obrera.
- 3) Abeja zángano.

Cada casta tiene su función especial y desarrollan un tipo de trabajo diferenciado en la colonia. La reina y las obreras son hembras y los zánganos son machos. Cada casta tiene un tiempo o ciclo de desarrollo diferente propio para cada especie y se cría en distintos tipos de celdas. La abeja reina dependiendo de las condiciones climáticas suele comenzar a poner huevos en primavera. Esta actividad está condicionada por la información que recibe desde el exterior (ej. flujo de néctar, recolección de polen, duración del día, temperatura, etc.).

Las abejas reinas liberan feromonas para regular las actividades de la colmena. Las feromonas de la reina, entre otras funciones, modifican el comportamiento de las obreras de

modo que éstas alimentan las nuevas larvas como obreras y no como reinas en condiciones normales. Muchas abejas obreras también producen feromonas para comunicarse con otras y distintas abejas. (Ibídem) La reina es la única hembra fértil y deposita los huevos de los cuales nacerán todas las demás abejas.

La reina deposita sus huevos, en panales de cera que las obreras construyen con celdas hexagonales. El huevo después del tercer día se transforma en una pequeña larva que es alimentada por las abejas nodrizas (abejas obreras jóvenes).

Las abejas obreras son hembras infértiles. Ellas segregan la cera utilizada para construir los panales y son también las encargadas de limpiar y mantener la colmena, criar a las larvas, vigilar el panal y recolectar el néctar y el polen.

Las abejas obreras succionan néctar de las flores, que es el alimento energético, y polen, del cual obtienen las proteínas, grasas y minerales necesarios para la supervivencia de los habitantes de la colonia. Los zánganos son la abeja macho de la colonia.

Los huevos que luego producirán zánganos no han sido previamente fecundados, por lo tanto tienen la mitad de la dotación genética de la especie. Los zánganos no recolectan néctar ni polen. El principal propósito de los zánganos es fertilizar a la nueva reina. Éstos copulan con la reina en pleno vuelo. Tras finalizar la cópula, el zángano muere. La abeja reina copula con varios zánganos (más de 15) en los diversos vuelos de fecundación. Los zánganos no poseen aguijón, ya que el aguijón es en realidad un contenedor de huevos modificado. (PALACIOS, 2013)

2.2.4.3 La miel de abeja

La miel se define como la sustancia dulce elaborada por las abejas a partir del néctar de las flores, las cuales recogen, combinan con sustancias específicas, transforman y almacenan en panales para servir posteriormente como alimento energético

La transformación de néctar a miel se produce debido a cambios físicos y químicos. (Moguel, Echazarreta, & Mora, 2005).

La miel es de mucho más importante de los productos por que la sustancia azucarada que en las colmenas aprovisionan las abejas tienen múltiples aplicaciones y pueden llegar a ser recurso de primer orden. No solo la miel se consume directamente o se utiliza como remedio, sino que también puede reemplazar al azúcar en muchas circunstancias en fin y hay un punto de los más esenciales que ha de tenerse en cuenta la fermentación de esta materia azucarada natural permite fabricar por manera muy sencilla el hidromiel, bebida alcohólica tan saludable como el vino. Las aplicaciones de la miel no son susceptibles de tomar como la de la miel considerable desarrollo de todo modo emplease respetable cantidad de aquella en la industria. (Geogers de layens, 2008).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. LOCALIZACIÓN.

El siguiente proyecto de investigación se lo realizó en el canto Quevedo perteneciente a la Provincia de los Ríos.

Provincia: Los Ríos

Cantón: Quevedo

País: Ecuador

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

3.2.1. De Campo.

La investigación de campo se la realizó en el Cantón Quevedo para lo cual se aplicaron encuesta y entrevista a los habitantes obteniendo la información necesaria para la realización del proyecto de investigación.

3.2.2. Bibliográfica.

Se aplicó la investigación bibliográfica para la recopilación de datos conceptuales obtenida de fuente como los libros revista para la complementación de marco teórico.

3.3. METODOS DE INVESTIGACIÓN.

3.3.1. Método de observación.

El método de observación lo aplicamos mediante un sondeo previo en el cantón donde se implantará la empresa para conocer el consumo de la miel de abeja.

3.3.2. Método inductivo.

Este método permitió recopilar información y razonar sobre la investigación realizada con el objetivo de crear la empresa dedicada a la producción y comercialización de miel de abeja en el Cantón Quevedo.

3.3.3. Método deductivo.

Permitió analizar y deducir toda la información obtenida de la investigación y determinar la viabilidad del proyecto.

3.3.4. Método analítico.

Mediante este método analizamos todo el proceso paso a paso para la ejecución del proyecto de investigación.

3.4. FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

3.4.1. Fuentes Primaria

La fuente de recolección de datos primario se obtuvo a través de encuesta directa a la población del Cantón Quevedo y un sondeo preliminar para la realización del proyecto de investigación.

3.4.2. Fuente Secundaria.

En cuanto a la técnica de recolección secundaria se obtuvo mediante investigación bibliográfica y revista de páginas del internet.

3.5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

La investigación está diseñada de la siguiente manera: localizando la ubicación del proyecto con tipos de investigación de campos y bibliográficas realizando métodos de observación, inductivos, deductivos, con fuente de recopilación de datos primarios y secundarios aplicando como instrumento de investigación un cuestionario de preguntas abiertas y cerradas para la realización de encuesta a la población del cantón Quevedo utilizando Excel para los tratamientos de los datos y por último recursos humanos y materiales.

3.5.1. Población.

Se determinó el universo de la investigación es la población de la ciudad de Quevedo, y según datos proporcionado por el INEC. La población del cantón Quevedo es de 173.575 según censo 2010. Y la población proyectada para el 2015 es de 196.769

POBLACION PARA EL AÑO 2015.

AÑOS	POBLACIÓN
2010	173.575
2011	182.855
2012	186.349
2013	189.834
2014	193.308
2015	196.769

3.5.2. Muestra.

Para obtener la muestra realizamos la siguiente formula:

Simbología:

n= tamaño de la muestra

P= probabilidad de aceptación (50%)

Q= probabilidad de rechazo (50%)

E= error máximo admisible 5% (0.05)

Z= nivel de confianza 95% = 1.96

N= población 196.769

FORMULA

$$n = \frac{NPQZ^2}{(N - 1)(e)^2 + PQZ^2}$$
$$n = \frac{196.769 (0.50)(0.50)(1.96)^2}{(196.769 - 1)(0.05)^2 + (0.50)(0.50)(1.96)^2}$$
$$n = \frac{196.769(0.50)(0.50)(3.8416)}{196.768(0.0025) + (0.50)(0.50)(3.8416)}$$
$$n = \frac{188.976,95}{491,92 + 0.9604}$$
$$n = \frac{188.976,95}{492.88}$$
$$n = 383$$

3.6. INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN.

La técnica o instrumento aplicado para la consecución de datos es un cuestionario para la encuesta a la población de Quevedo con pregunta entre abiertas y cerradas que sirvieron como fuente de recolección de datos para la ejecución del proyecto.

3.7. TRATAMIENTO DE LOS DATOS.

Para los tratamientos de los datos y ejecución de las fórmulas de los datos recopilados que utilizamos Excel.

3.8. RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES.

HUMANO

MATERIAL

Est. Stalin Pinargote
Mendoza.

Cuaderno

Ing. Gina Rendón
guerra.

Lapiceros

Lápiz

Rema de papel A4

Pendrive

Población de Quevedo.

Calculadora

Carpeta

Copias

Internet

Laptop

Impresiones

CAPÍTULO IV

RESULTADO Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Estudio de mercado.

Análisis de los datos y tabulación e interpretación de los resultados obtenido mediante la encuesta que se realizó a la población del cantón Quevedo. Para conocer la demanda en el consumo de la miel de abeja.

1. En qué presentación ha consumido la miel de abeja.

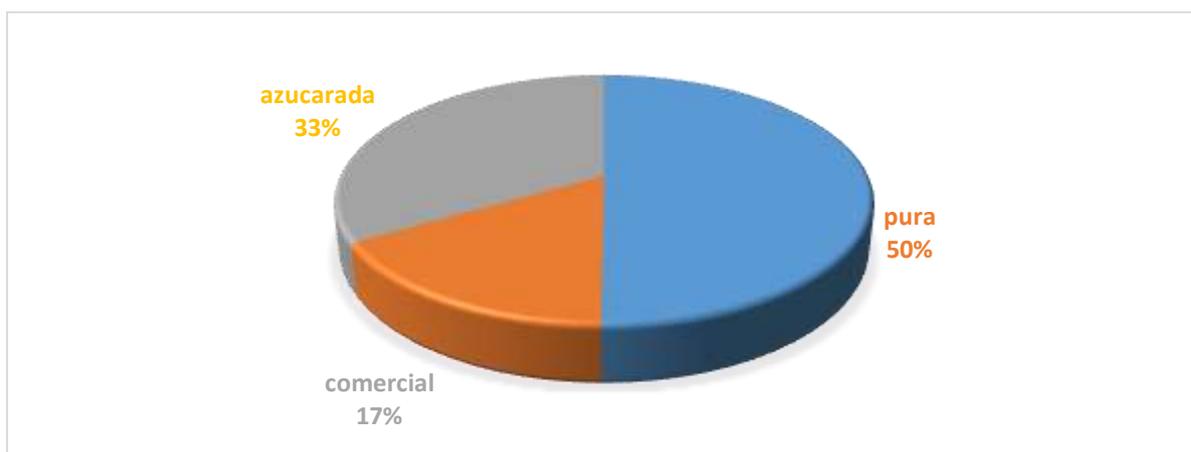
TABLA 1. Consumo de la miel de abeja. En qué presentación

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Pura	192	50.13%
Comercial	63	16.45%
Azucarada	128	33.42%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 1. Consumo de la miel de abeja. En qué presentación



ANÁLISIS: Analizando la gráfica 1 se observa que el 50% de las personas encuestadas ha consumido miel de abeja pura mientras que el 33% ha consumido miel de abeja azucarada y que el 17% ha consumido la miel comercial.

2. Con qué frecuencia consume la miel de abeja.

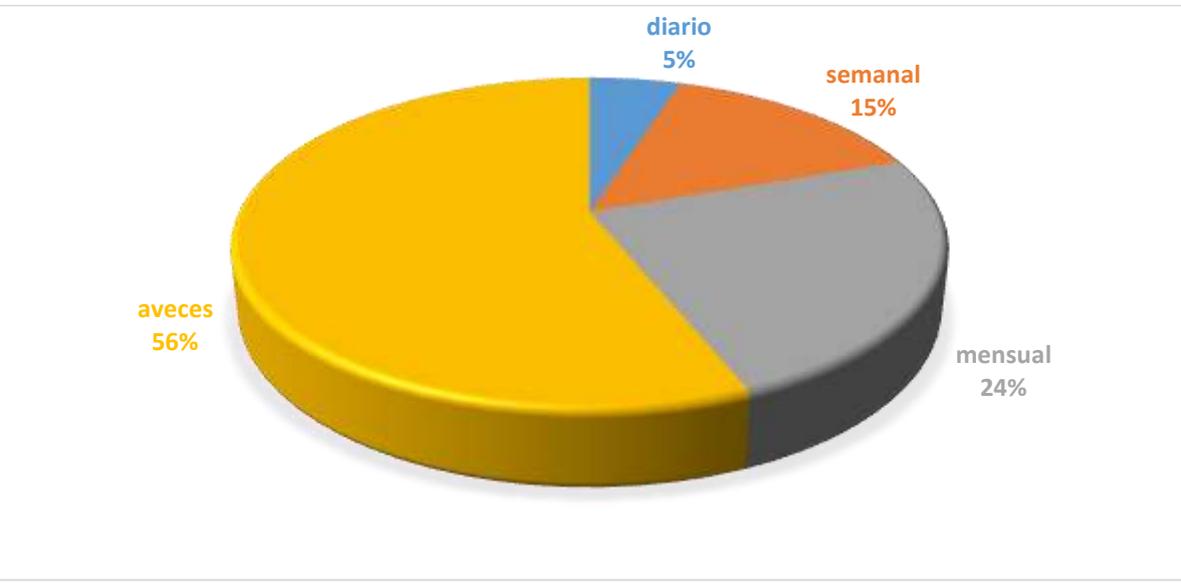
TABLA 2. Frecuencia de consume la miel de abeja.

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Diario	19	4.96%
Semanal	56	

		14.62%
Mensual	93	24.28%
a veces	215	56.14%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)
 Elaborado por: investigador

GRÁFICA 2. Frecuencia de consume la miel de abeja.



ANÁLISIS:

En la gráfica 2 se observa que el 5% de las personas consume la miel de abeja diariamente mientras que el 15 % de las personas la consume semanalmente y que mensualmente la consume un 24% y el 56% de las personas la consume a veces.

3. Conoce de las bondades nutricionales de la miel de abeja

TABLA 3. Bondades nutricionales de la miel de abeja.

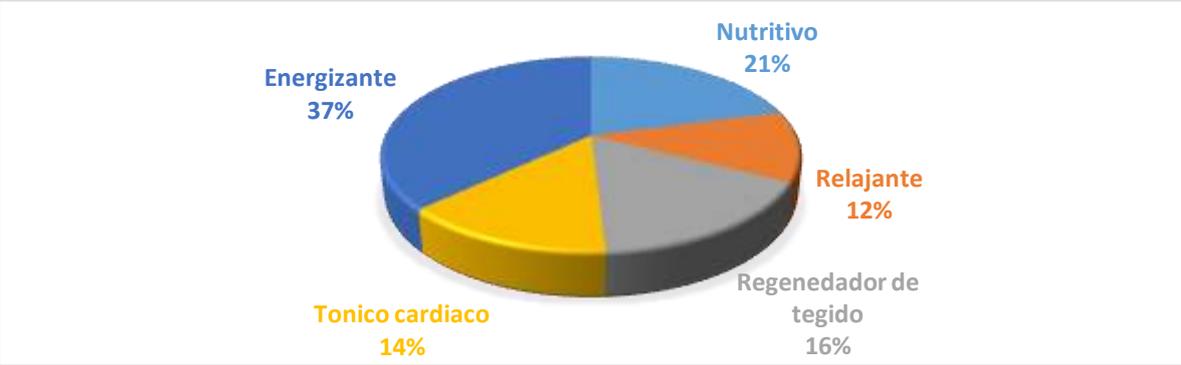
Descripción	Cantidad	Porcentaje %
-------------	----------	--------------

Nutritivo	80	20,89%
Relajante	45	11,75%
Regenerador de tejido	63	16,45%
Tónico cardiaco	53	13,84%
Energizante	142	37,07%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 3. Bondades nutricionales de la miel abeja.



ANÁLISIS:

Observando la gráfica 3 que nos muestra las bondades nutricionales de la miel de abeja los encuestado indicaron que es nutritivo el 21% es relajante el 12% que es generador de tejido el 16% que es tónico cardiaco el 14%y que es energizante el 37 % estos son los aspectos fundamentales sobre las bondades nutricionales de la miel de abeja.

4. Por qué consume la miel de abeja.

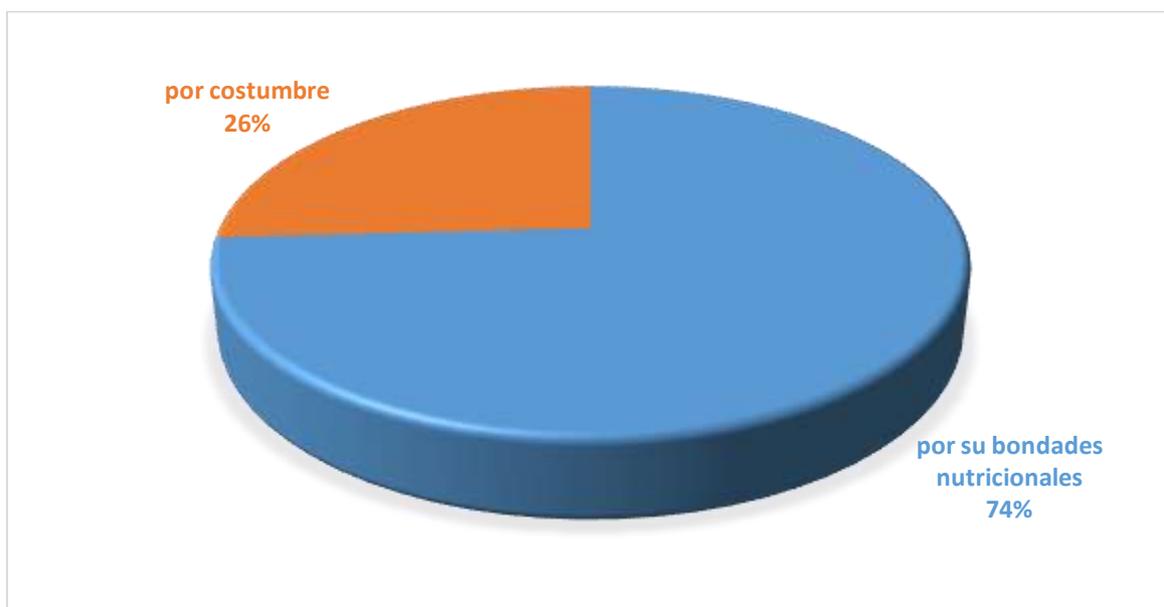
TABLA 4. Por qué consume la miel de abeja

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Por costumbre	99	26.00%
Por sus bondades	284	74.00%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 4. El por qué consume la miel de abeja.



ANÁLISIS:

En esta grafica 4 se observa que el 74% de las personas consume la miel de abeja por sus bondades nutricionales y el 26% la consume por costumbre.

5. De qué manera la obtiene la miel de abeja.

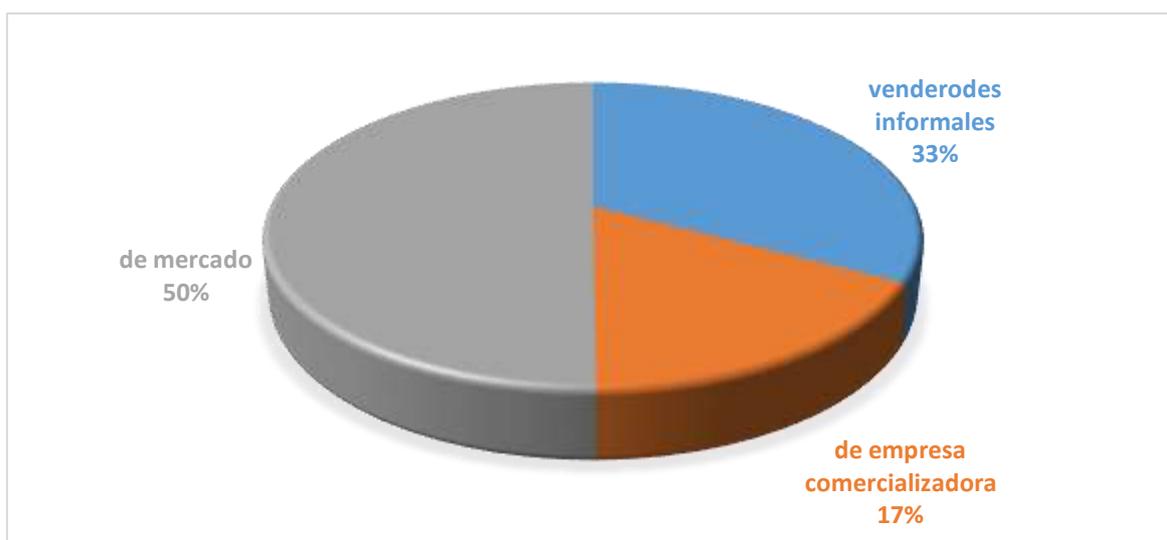
TABLA 5. La manera que obtiene la miel de abeja.

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
De vendedores informales	126	32.90%
De empresa comercializadora	65	16.97%
En el mercado	192	50.13%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 5. La manera que obtiene la miel de abeja.



ANÁLISIS:

En la gráfica 5 se observa que el 33% de las personas encuestadas obtienen la miel de abeja de vendedores informales y que el 17% la obtienen de empresa comercializadora y el 50% de las personas la obtienen en el mercado.

6. Cuando usted adquiere la miel de abeja que aspecto influye para su decisión de compra.

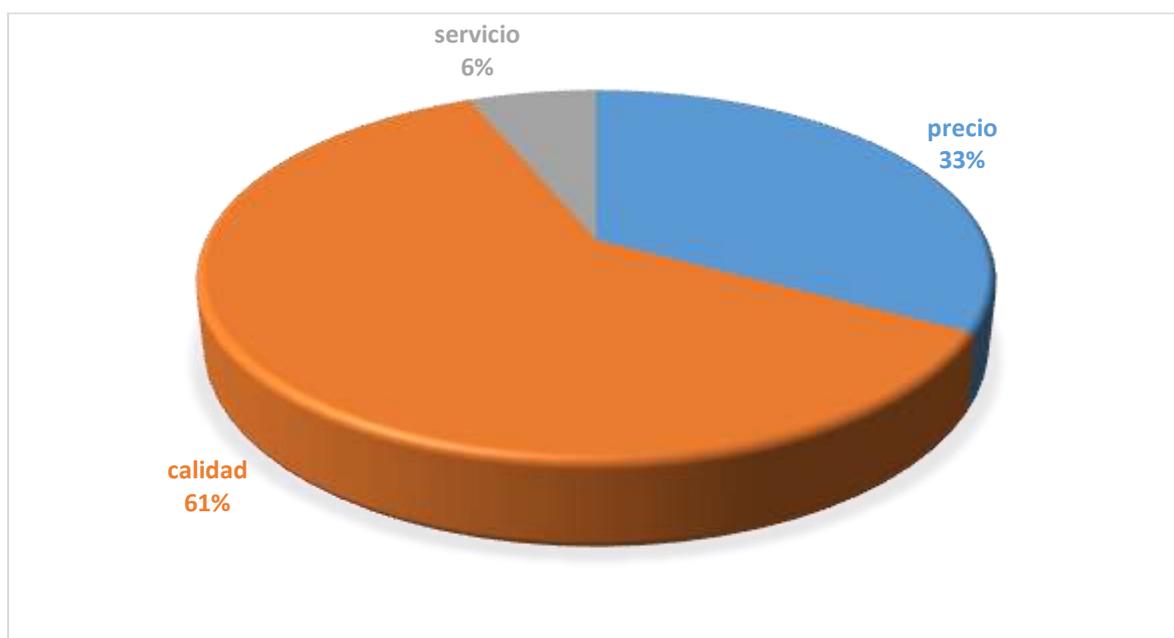
TABLA 6. Aspectos que influyen en la decisión de compras

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Precios	126	32.90%
Calidad	233	16.97%
Servicio	24	50.13%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 6. Aspectos que influyen en la decisión de compras



ANÁLISIS:

Teniendo en cuenta la gráfica 6 en las personas encuestadas los aspectos que as influyen en su decisión de compra nos dice que es la calidad con el 61% seguida por su precio con el 33% y por último el servicio con el 6% estos son los aspectos relevante para su de compra.

7. Por qué consumiría usted miel de abeja procesada por una empresa.

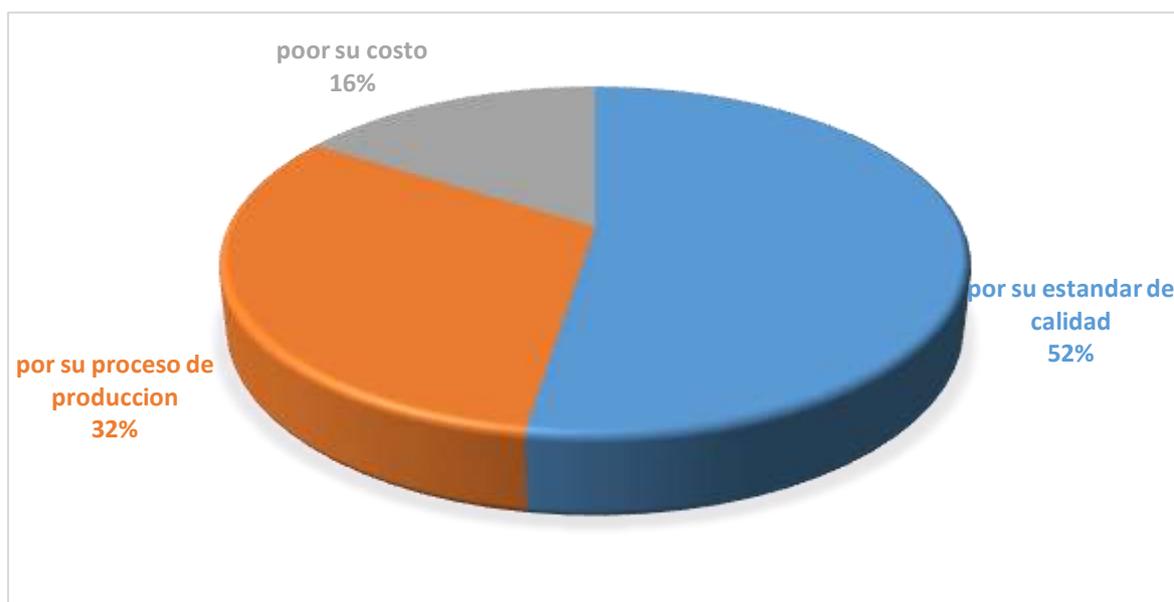
TABLA 7. Consumiría usted miel de abeja procesada por una empresa

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Por su estándar de calidad	201	52.48%
Por su proceso de producción	121	31.59%
Por su costo	61	15.93%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 7. Consumiría usted miel de abeja procesada por una empresa.



ANÁLISIS:

En la gráfica 7 las personas encuestadas en su mayoría consumirían la miel de abeja procesada por una empresa por su estándar de calidad con un 52% y otras personas la consumirían por su proceso de producción con el 32% y el 16% por su costo.

8. Cuáles serían los motivos que le influirían para la adquisición de la miel de abeja en una distribuidora.

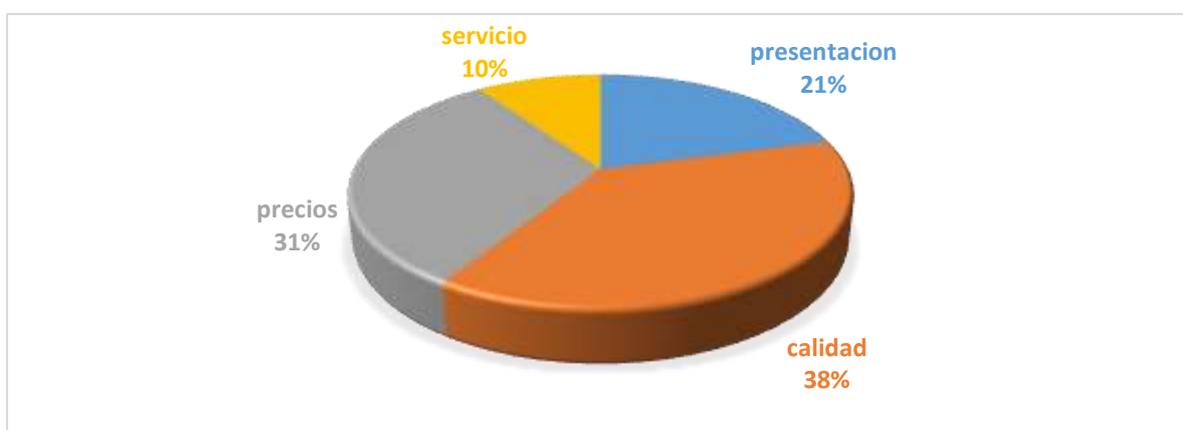
Tabla 8. Si estaría dispuesto a consumir miel de abeja de otra distribuidora

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Presentación	80	20.89%
Calidad	146	38.12%
Precio	120	31.33%
servicio	37	9.66
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 8. Si estaría dispuesto a consumir miel de abeja de otra distribuidora



ANÁLISIS:

En la gráfica 8 se observa que el 21% de las personas encuetadas obtendrían la miel de abeja por su presentación y que el 38% por su calidad mientras que el 31% por el precio y el 10% por el servicio.

9. En qué presentaciones le gustaría la miel de abeja.

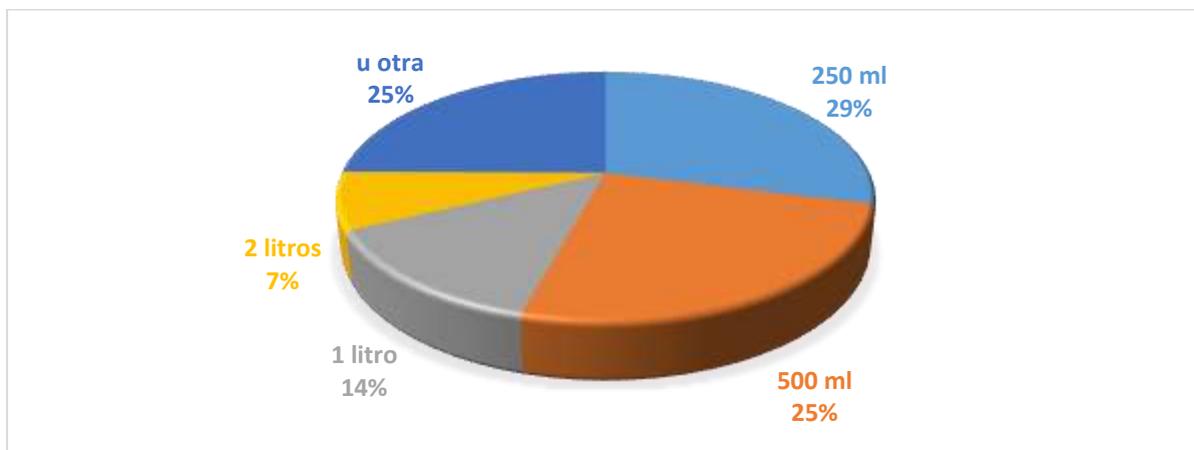
TABLA 9. Presentaciones que le gustaría la miel de abeja

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
250 ml	140	36.55%
500 ml	122	31.85%
1 litro	65	16.97%
2 litro	36	9.40%
U otras	20	5.23%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 9. Sobres las presentaciones que le gustaría la miel de abeja



ANÁLISIS:

En la gráfica 9 el 29% de las personas le gusta la presentación de 250ml, seguida por la de 500ml con el 25% como tercero la presentación de 1 litro con el 14% y de 2 litros el 7% y por ultimo dice que le gustaría en otra presentación con el 25%.

10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por cada presentación.

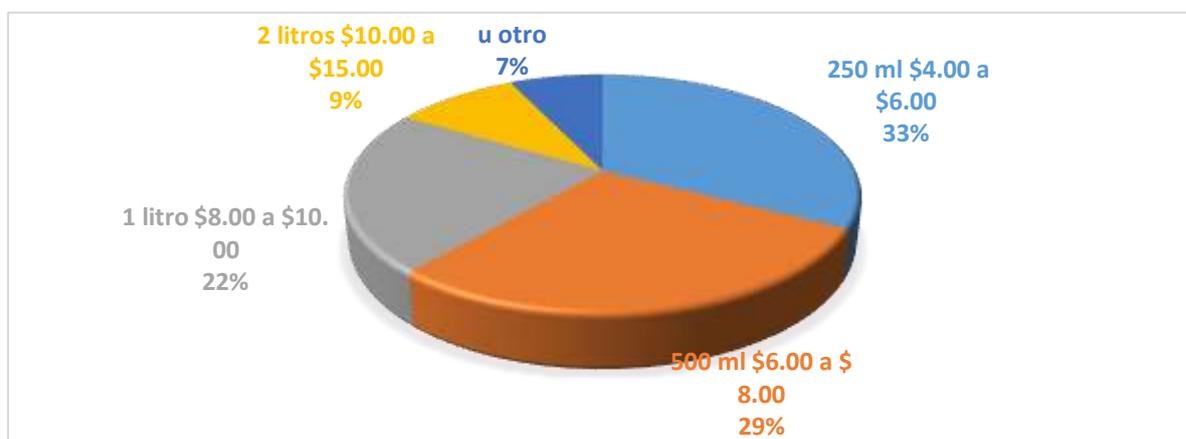
TABLA 10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por cada presentación.

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
250 ml \$4.00 a \$6.00	125	32.64%
500 ml \$6.00 a \$8.00	110	28.72%
1 litro \$8.00 a \$10.00	85	22.19%
2litros \$10.00 a \$15.00	36	9.40%
U otras	27	7.05%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 10. Sobres las presentaciones que le gustaría la miel de abeja



ANÁLISIS:

La grafica 10 en gran parte de las personas encuetadas estarían dispuesto a pagar entre \$4.00 a \$6.00 por la presentación de 250ml con el 33% y por la presentación de 500ml entre \$6.00 a \$8.00 con el 29% y por la de 1 litro estarían dispuesto a pagar \$8.00 a \$10.00 con el 22% y la de 2 litros \$10.00 a \$15.00.el 9%.

11. Que cantidad acostumbra a comprar cuando la adquiere la miel de abeja

TABLA 11. Cantidad que acostumbra a comprar la miel de abeja

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
250 ml	160	41.78%
500 ml	123	32.11%
1 litro	55	14.36%
2 litro	35	9.14%
U otras	10	2.61%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 11. La cantidad que acostumbra a comprar la miel de abeja.



ANÁLISIS:

Analizando la gráfica 11 en su mayoría de las personas encuestadas estarían dispuestos a comprar la presentación de 250ml con el 42% porque es un poco más accesible para su presupuesto. Seguida por la de 500ml con el 32% y la de 1 litro el 14% y el 9% por la de 2 litros y que el 3% de las personas compran otras.

12. Cuando adquiere la miel de abeja de qué manera lo paga.

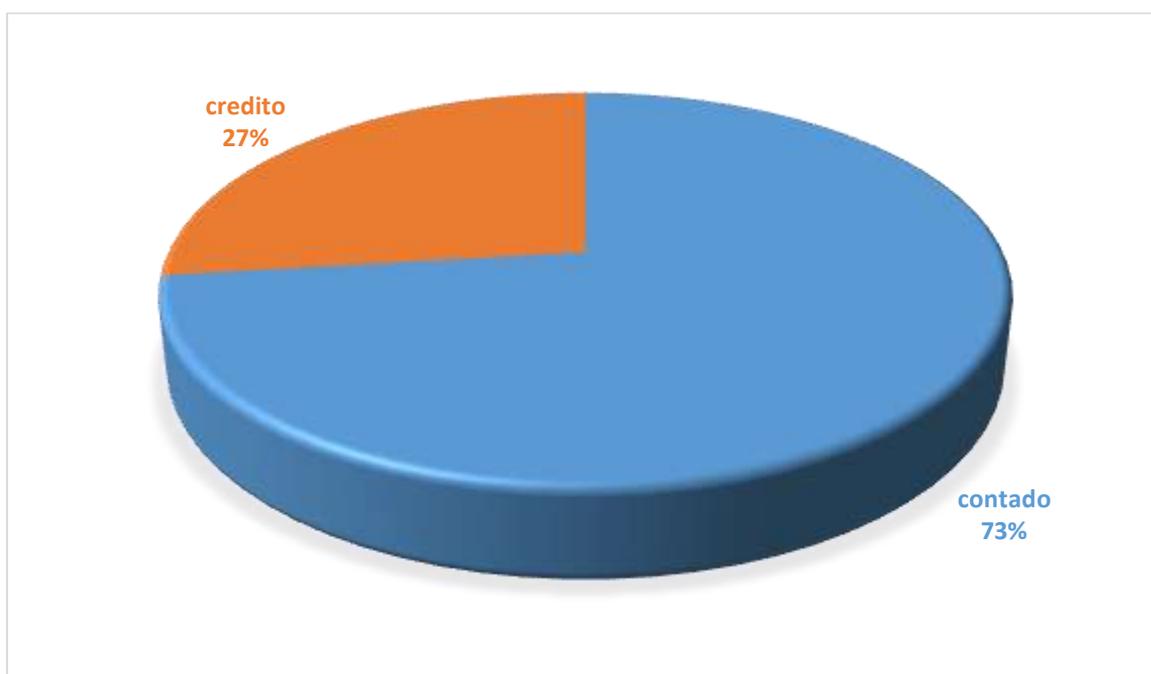
CUADRO 12. Manera en que paga la miel de abeja cuando la adquiere

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Contado	280	73.11%
Crédito	103	26.89%
Total	383	100.00%

Fuente: Población del cantón Quevedo (2015)

Elaborado por: investigador

GRÁFICA 12. Manera en que paga la miel de abeja cuando la adquiere



ANÁLISIS:

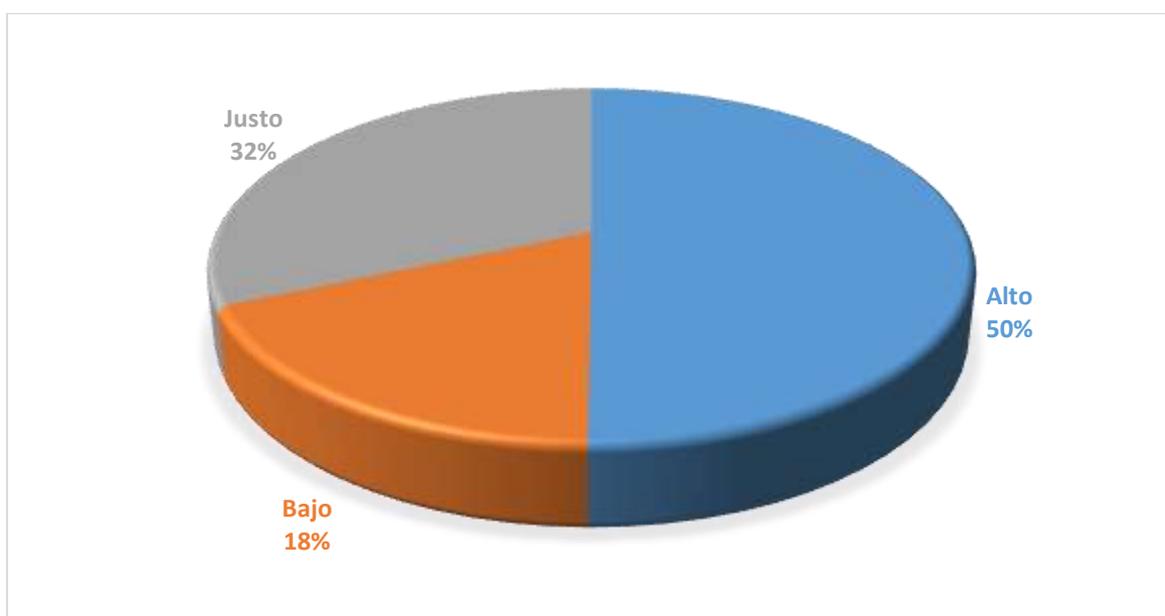
En la gráfica 12 por su parte la mayoría de las personas encuestadas le gusta pagar más al contado con el 73% y el 27 la pagan a crédito.

13. Consideraría usted que los precios de la miel de abeja que existe actualmente en el mercado son:

TABLA 13. Que si los precios que existen actualmente en el mercado son

Descripción	Cantidad	Porcentaje %
Altos	192	50.13%
Bajos	70	18.28%
Justo	121	31.59%
Total	383	100.00%

GRÁFICA 13. Que si los precios que existen actualmente en el mercado son



ANÁLISIS:

La grafica 13 la mayoría de las personas nos indican que los precios que actualmente existen en el mercado son alto con el 50% y que el 18% nos indican que son bajos y el 32% dice que son justo.

4.1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

El producto que ofertaremos a los clientes será la miel de abeja que en presentaciones de 250 y 500 ml la podrán conseguir los clientes del cantón Quevedo para lo cual nuestro producto va ser elaborado de la siguiente manera:

4.1.1.2 LOGOTIPO DEL PRODUCTO



4.1.1.3 PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO



TABLA 14. DEMANDA ACTUAL DEL PRODUCTO

AÑOS	D.A
2010	112476
2011	114995
2012	117571
2013	120205
2014	122898

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

Para determinar la demanda actual de consumo de la miel de abeja tomamos datos históricos desde el año 2010 hasta el año 2014. Tomando el crecimiento neto anual que es del 2.24 de la población según datos del INEC.

TABLA 15. CÁLCULO DE LA DEMANDA HISTÓRICA

AÑOS	X	Y	XY	X2
2010	1	112476	112476	1
2011	2	114995	229990	4
2012	3	117571	352713	9
2013	4	120205	480820	16
2014	5	122898	614490	25
TOTAL	15	588145	1790489	55

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 16. DEMANDA FUTURA DEL PRODUCTO

AÑOS	D.F
2015	157273
2016	158846
2017	160434
2018	162038

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

En este cuadro se refleja la demanda futura de la miel de abeja partiendo de la demanda histórica proyectada hasta el año 2014. Y mediante el método de mínimo cuadrado se realizó la proyección desde el año 2015 hasta el 2018 demostrando un aumento del 1% año a año.

TABLA 17. OFERTA ACTUAL DEL PRODUCTO

AÑOS	O.A
2010	103074
2011	105383
2012	107743
2013	110157
2014	112624

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

Para determinar la oferta actual del producto de consumo de la miel de abeja se tomó datos históricos desde el año 2010 hasta 2014 aplicando el crecimiento neto anual de la población según el INEC es el 2.24% notando el incremento de la oferta en los años analizados.

TABLA 18. CÁLCULO DE LA OFERTA HISTÓRICA

AÑOS	X	Y	XY	X2
2010	1	103074	103074	1
2011	2	105383	210766	4
2012	3	107743	323229	9
2013	4	110157	440628	16
2014	5	112624	563120	25
TOTAL	15	538981	1640817	55

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)
 Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 19. OFERTA FUTURA DEL PRODUCTO

AÑOS	O.F
2015	149643
2016	151139
2017	152650
2018	154177

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)
 Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

En la tabla se refleja la oferta futura del consumo de la miel de abeja partiendo de la oferta histórica proyectada hasta el año 2014 y aplicando el método de mínimo cuadrado se realizó

la proyección desde el año 2015 hasta el año 2018 demostrando un incremento año a año de la demanda.

TABLA 20. DEMANDA INSASTIFECHA ACTUAL DEL PRODUCTO

AÑOS	O.A	D.A	D.I.A
2010	103074	112476	-9402
2011	105383	114995	-9612
2012	107743	117571	-9828
2013	110157	120205	-10048
2014	112624	122898	-10274

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

En el cuadro se refleja la demanda insatisfecha actual del consumo de la miel de abeja desde el año 2010 hasta el año 2014. Obtenida mediante la resta de la oferta actual y la demanda y de esta manera obtenemos la demanda insatisfecha actual de consumo.

TABLA 21. DEMANDA INSASTIFECHA FUTURA DEL PRODUCTO

AÑOS	O.F	D.F	D.I.F
2015	149643	157273	-7630
2016	151139	158846	-7707
2017	152650	160434	-7784

2018	154177	162038	-7861
------	--------	--------	-------

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

En el cuadro se refleja la demanda insatisfecha futura sobre el consumo de la miel de abeja desde el año 2015 hasta el año 2018. El cual los obtuvimos mediante el mínimo cuadrado y empleando el 2. 24 que es el porcentaje neto de crecimiento de la población según el INEC.

TABLA 22. DEMANDA A SASTIFACER POR LA EMPRESA

AÑOS	D.I.F	%	TAMAÑO
2015	-7630	%20	152600
2016	-7707	%20	154140
2017	-7784	%20	155680
2018	-7861	%20	157220

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

En el cuadro se refleja la demanda insatisfecha tomando el 20% de la demanda identificada en el estudio de mercado.

TABLA 23. FRECUENCIA DE CONSUMO DE LA MIEL DE AVEJA

AÑO	DEMANDA	FRECUENCIA DE CONSUMO	DEMANDA ANUAL	DEMANDA MENSUAL
2015	152600	30	457800	381500
2016	154140	30	462420	385350
2017	155680	30	467040	389200
2018	157220	30	471660	393050

Fuente: Inec del cantón Quevedo (2010)

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

4.1.2. ESTUDIO TÉCNICO

4.1.2.1. Macro localización.

La empresa productora y comercializadora de miel de abeja está localizada en la provincia de los en el cantón Quevedo.

4.1.2.2 Microlocalización.

La empresa productora y comercializadora de miel de abeja estará ubicada en un lugar donde hay disponibilidad de materia prima. Ya que en el cantón Quevedo y sus alrededores son productores de miel de abeja además tiene vías de primer orden para su transportación, mano de obra capacitada y además cuenta con un gran espacio y área verde y sobre todo con fuente de financiamiento, para lo cual se espera que la empresa crezca en un futuro

4.1.2.3 Tamaño.

Se analizó la capacidad instalada y la demanda potencial insatisfecha de acuerdo con las cifras obtenidas en la encuesta realizada en el estudio de mercado. Donde existe una gran demanda por cubrir.

También se tomó en cuenta la disponibilidad de capital y la ingeniería del proyecto. Sobre el capital se acudió a un préstamo financiero y aporte de capital propio para llevar a cabo este proyecto.

Se consideró la información y los resultados obtenidos en el estudio de mercado para determinar el tamaño de la planta. Donde se demostró una gran demanda insatisfecha para la cual la empresa pretende participar en el mercado con 8400 kg de miel de abeja.

4.1.2.4. Disponibilidad de recursos financiero.

La inversión para la nueva empresa se financiara con el 70% a través de un préstamo bancario y el 30% con capital propio con el fin de no tener inconveniente en el desarrollo del negocio.

4.1.2.5. Disponibilidad de mano de obra.

En lo que es la mano de obra se requiere de un personal especializado que tenga conocimiento en lo que se refiere en la apicultura y en lo administrativo.

De acuerdo al tamaño del proyecto es importante que el personal que labore en las instalaciones de la empresa sea el adecuado para cada una de las actividades a realizarse en ella.

4.1.2.6. Disponibilidad de materia prima.

El agua y las plantas son elementos necesarios para la alimentación de las abejas por eso se colocaran los apiarios en lugares estratégicos en un ambiente natural para su alimentación y su hidratación.

4.1.2.7. Disponibilidad de insumos.

Los insumos directos como son la miel de abeja se la obtendrá directamente mediante la producción obtenida y los insumos indirectos como son los embaces, embalaje, etiquetados nos son de mucha dificultad porque existen varios proveedores de estos bienes en el mercado y no son fácil de conseguirlos.

4.1.2.8. Definición de la capacidad de producción.

De acuerdo a la investigación de campo realizada. Se determinó que cada colmena rinde entre 65 y 80 kg de miel y se realizaran entre 3 y 4 cosechas al año.

4.1.2.9. Capacidad instalada.

La planta tiene una capacidad de 10500kg anuales de miel de abeja. Lo que garantiza el crecimiento en el futuro sostenido mediante el estudio realizado.

4.1.2.10. Capacidad utilizada.

La capacidad utilizada en el proyecto está diseñada para 5 años. Para determinar la capacidad se tomó en cuenta la demanda insatisfecha y la capacidad instalada en el proyecto.

Para el primer año se pretende captar un 35% de la demanda insatisfecha. Para lo cual este porcentaje se incrementara hasta el quinto de acuerdo al estudio de mercado realizado.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación se ha tomado la decisión de operar con un 80% de la capacidad instalada de 8400 kg en el primer año.

4.1.2.11. Selección de la zona para la ubicación de los aparios.

El lugar donde estará ubicaros los aparios es una decisión de mucha importancia ya que influye sobre el desarrollo y la producción de las colmenas.

Los factores fundamentales que se han considerado para ubicar los aparios en el Cantón Quevedo, en san camilo, va acorde con el producto principal que vamos a obtener con el colmenar que es la producción de la miel de abeja. Ya que es la zona ideal debido a su gran flora y fauna que posee. Además no depende de una población agrícola nomas sino que también posee de variada ofertas como son el polen, la ceda y el néctar capaces de proporcionar recursos abundantes.

La ubicación de los aparios ha sido determinada ya que en el sector existe abundante flora para la alimentación de las abejas y por ende tenga una buena producción. Y por medio de consulta a los pequeños productores de las zonas, además debemos tener en cuenta el fácil acceso a los aparios ya que cuenta con vías de fácil circulación y es un lugar donde no está muy poblada para evitar inconvenientes.

Además los apicultores consideran estas condiciones ante de seleccionar el lugar donde se ubicaran las colmenas:

1. Que las colmenas deben de estar ubicado mínimo a 300 a 350 metros de distancias de las viviendas, vías transitadas, animales encerrado o amarrados para evitar accidentes.

2. Se colocaran un máximo de 150 colmenas.
3. El lugar donde estarán ubicadas las colmenas deben ser de rápido acceso libre obstáculo para evitar contra tiempo. Además el lugar donde estarán ubicaros las colmenas debe contar con una buena flora y fauna para la alimentación de las abejas.
4. También el lugar debe de contar con seguridad para evitar el robo de las colmenas

4.1.2.12. Proceso de producción.

El proceso de producción es el ejercicio profesional por parte del apicultor mediante uso de método científico. es necesario indicar que se detalla únicamente el proceso de producción de la miel de abeja, por cuanto la cera será reutilizada en los procesos de producción y la jalea y el polen se efectuara en el proceso de extracción y procesamiento esto hará que incremente los costó de producción.

4.1.2.12.1. Cosecha

Para extraer la miel de abeja se utiliza el método de centrifugación de los panales. Extrae la miel de aquellos panales totalmente operculados en algunos casos las colmenas son productora y no opercular la miel ya madura. Hay en caso que el apicultor debe sacudir la colmena para ver si la colmena esta lista para cosechar.

Se estima un tiempo aproximado de 3 meses para la primera cosecha y para la posterior cosecha igualmente un tiempo de 2 meses y medio a 3 meses por cada colmena.

4.1.2.12.2. Recepción de la materia prima

Los panales de la miel cosechados se transportaran a la planta donde se extraerán la miel el material se pesara al momento de llegar a la planta por concepto de inventario. Y se realizara una inspección visual de la calidad del producto. Además se tomaran muestra para análisis de glucosa comercial. Acidez y humedad, inmediatamente se iniciada con el proceso de desoperculado y extracción en caso de los panales o descristalización en caso de la miel de abeja almacenada en barriles.

4.1.2.12.3. Operculado

Aquí es adonde inicia el proceso productivo que consiste en retirar la capa fina de ceda (opérculo) que sella las celdas para lo cual se puede utilizar un peine (esclarificador) o también un cuchillo filoso y largo calentado con vapor o electricidad.

4.1.2.12.4. Extracción

Para lo cual la miel se extrae de los panales por medio de un proceso de centrifugación existen extractores de varios tamaños y modelo. La temperatura de la extracción no debe de exceder 30C para evitar que los panales se tornen frágiles y se rompan para lo cual se utilizara un extractor eléctrico con capacidad para unos 25 marcos.

4.1.2.12.5. Calentamiento

El calentamiento debe realizarse a 40°C durante 30 minutos por cada 100 kg de miel, en este paso del proceso se debe monitorear la temperatura y el tiempo para asegurar su completa descristalización o evitar el sobre calentamiento de la miel y con ello la perdida de sus propiedades nutritiva.

4.1.2.12.6. Filtrado

Es una práctica realizada para ofrecer un producto de calidad al consumidor. Se lo realiza inmediatamente después del calentamiento cuando la viscosidad de la miel es menor para esto se utiliza un filtrado metálico y uno de tela para eliminar las partículas más finas.

4.1.2.12.7. Envasado y etiquetado

Este proceso se lo realiza atreves de la envasadora con apoyo manual, utilizando envases de plástico y se cierra herméticamente. La etiqueta contendrá toda la información legal requerirá además la información nutricional así como también el semáforo nutricional que brinda seguridad al consumidor.

MATERIALES Y HERRAMIENTA A UTILIZAR

Equipo e insumos de producción

Caja 24 550 gramos

Cajas de 48 250 gramos

Centrifuga 1200

Mesa 800

Colmena 300

Alimentadores

Trinche35

Cepillo

Bebedero

Palanca

Espátula

Baldes

Extractor

Overol 65

Velo 45

Canecas 5

Tanque de distribución 250

Envases 40 el grande 25 chicos

Etiquetadora 25

Cartones 3 dólares

Haumador

MUEBLES Y ENSERES

Sillas

Escritorio

Aire acondicionado

EQUIPOS DE OFICINA

Archivadores

Teléfono

Copiadora

Dispensador de agua

INSUMOS DE OFICINA

Resma de papel

Grapadora

Perforadora

Tóner de impresora

Calculadora

Carpeta

EQUIPO DE CÓMPUTO

Computadora

Impresora

GASTO DE FUNCIONAMIENTO

Permiso de funcionamiento

Patente municipal

Cuerpo de bombero

Registro sanitario

Afiliación de cámara de comercio

Registro de la marca

PERSONAL DE TRABAJO

Administrador

Secretaria-Asistente

Operarios

Apicultores

Vendedores

4.1.3. ESTUDIO ECONOMICO

4.1.3.1. Presupuesto de inversión

TABLA 24. EQUIPOS E INSUMOS DE PRODUCCION

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
12	Caja 24 500 gramos	3.00	36.00
		3.00	36.00
12	Cajas48 250 gramos	3.00	36.00
433	Cajas 12 de 1 litro	3.00	36.00
		1.200	2.400
12	Cajas12 de 2 litros	800	800
12	Centrifuga	300	6.000
		7.00	210.00
2	Mesa	35.00	70.00
1	Colmena	15.00	30.00
		10.00	150.00
200	Alimentadores	35.00	105.00
30	Trinche	5.00	15.00
		1.250	1250.00
2	Cepillo	65.00	130.00
2	Bebedero	45.00	90.00
		5.00	100.00
15	Palanca	250.00	500.00
3	Espátula	40.00	120.00
		25.00	75.00
3	Extractor	30.00	60.00
1	Overol	35.00	105.00
2	Velo		
2	Canecas		
20	Tanque de distribución		
2	Envases grande		
3	Envase pequeño		
3	Etiquetadora		
2	Haumador		

TOTAL	12.354
--------------	---------------

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 25. MUEBLES Y ENSERES

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
4	Sillas	70.00	280.00
4	Escritorio	300.00	1.200
		150.00	1.500
1	Aire acondicionado		
TOTAL			2.980

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 26. EQUIPOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
5	Archivadores	25.00	125.00
		150.00	150.00
1	Teléfono	75.00	75.00
1	Dispensador de agua		
TOTAL			350

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 27. INSUMOS DE OFICINA

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
		5.00	25.00

5	Resma de papel	3.00	6.00
2	Grapadora	3.50	7.00
		20.00	20.00
2	Perforadora	3.50	7.00
1	Tóner de copiadora	0.50	5.00
2	Calculadora		
10	Carpeta		
TOTAL			70.00

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 28. EQUIPO DE CÓMPUTO

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
2	Computadora	800.00	1.600
2	Impresora	75.00	150.00
TOTAL			1.750

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 29. GASTO DE FUNCIONAMIENTO

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
1	Permiso de funcionamiento.	20.00	20.00
1	Patente municipal	22.00	22.00
1	Cuerpo de bombero.	25.00	25.00
1	Registro sanitario	27.00	27.00
1	Afiliación de cámara de comercio.	30.00	30.00
1	Registro de la marca.	50.00	50.00
TOTAL			174.00

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 30. PERSONAL DE TRABAJO

#	PUESTO	SUELDO	10° 3ero	10° 4to	Vac.	IESS	MENSUAL	ANUAL
1	Administrador	800.00	66.67	28.33	33.33	89.20	1.017.53	12.210.40
1	Secretaria	400.00	33.33	28.33	16.67	44.60	522.93	6.275.20
2	Operarios	1.200.00	100.00	84.99	50.00	133.80	1.568.79	18.825.48
3	Apicultores	1.350.00	112.50	84.99	56.25	150.53	1.754.27	21.051.18
3	Vendedores	450.00	37.50	28.33	18.75	50.18	584.76	7.017.10
TOTAL							5.448.28	65.379,36

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 31. TERRENO

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
1	Terreno de planta	20.000	20.000
1	Local comercial	25.000	25.000
TOTAL			45.000

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 32. VEHICULO

CANTIDAD	DESCRIPCION	C. UNITARIO	C.TOTAL
1	MAZDA BT- 50	30.000	30.000
TOTAL			30.000

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 32. CAPITAL DE TRABAJO

DETALLE	VALORES
Sueldos y salarios	65.379.36
Materiales de oficina	1.440.00

Materiales de limpieza	960.00
Servicios básicos	6.000.00
TOTAL	73.779.36

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

TABLA 33. TOTAL DE INVERSIÓN

DESCRIPCION	VALORES
Equipos e insumos de producción	12.354.00
Muebles y enseres	2.980.00
Equipo de oficina	350.00
Insumos de oficina	70.00
Equipo de computación	1.750.00
Gasto de funcionamiento	174.00
Terreno	45.000.00
Vehículo	30.000.00
Capital de trabajo	73.779.36
TOTAL	166.457.36

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

4.1.3.2. Financiamiento del proyecto

TABLA 35. FINANCIAMIENTO

DETALLE	PORCENTAJE	VALOR
Crédito bancario	75%	124.843.02
Aporte propio	25%	41.614.34
TOTAL	100%	166.457.36

El crédito bancario para el proyecto se lo realizara por medio de la Corporación Financiera Nacional, entidad pública que impulsa los emprendimientos productivos en el Ecuador, además el crédito será pagadero a 60 meses y a una tasa de interés del 10.5%

TABLA 36. TABLA DE AMORTIZACIÓN

TABLA DE AMORTIZACION					
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA		CFN			
MONTO EN USD		\$ 124.843,02			
TASA DE INTERES		10,50%		T. EFECTIVA	11,0203%
PLAZO		5	Años		
GRACIA			0	Años	
FECHA DE INICIO		07/01/2016			
MONEDA		DOLARES			
AMORTIZACION					
CADA			30	Días	
Número de períodos			60	para amortizar capital	
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		124.843,02			
1	06-feb-2016	123.252,03	1.092,38	1.590,99	2.683,36
2	07-mar-2016	121.647,12	1.078,46	1.604,91	2.683,36
3	06-abr-2016	120.028,17	1.064,41	1.618,95	2.683,36
4	06-may-2016	118.395,06	1.050,25	1.633,12	2.683,36
5	05-jun-2016	116.747,65	1.035,96	1.647,41	2.683,36
6	05-jul-2016	115.085,83	1.021,54	1.661,82	2.683,36
7	04-ago-2016	113.409,47	1.007,00	1.676,36	2.683,36
8	03-sep-2016	111.718,44	992,33	1.691,03	2.683,36
9	03-oct-2016	110.012,61	977,54	1.705,83	2.683,36
10	02-nov-2016	108.291,86	962,61	1.720,75	2.683,36
11	02-dic-2016	106.556,05	947,55	1.735,81	2.683,36
12	01-ene-2017	104.805,05	932,37	1.751,00	2.683,36
13	31-ene-2017	103.038,73	917,04	1.766,32	2.683,36
14	02-mar-2017	101.256,95	901,59	1.781,77	2.683,36
15	01-abr-2017	99.459,59	886,00	1.797,37	2.683,36
16	01-may-2017	97.646,50	870,27	1.813,09	2.683,36
17	31-may-2017	95.817,54	854,41	1.828,96	2.683,36
18	30-jun-2017	93.972,58	838,40	1.844,96	2.683,36
19	30-jul-2017	92.111,48	822,26	1.861,10	2.683,36
20	29-ago-2017	90.234,09	805,98	1.877,39	2.683,36
21	28-sep-2017	88.340,27	789,55	1.893,82	2.683,36
22	28-oct-2017	86.429,89	772,98	1.910,39	2.683,36
23	27-nov-2017	84.502,79	756,26	1.927,10	2.683,36
24	27-dic-2017	82.558,82	739,40	1.943,96	2.683,36
25	26-ene-2018	80.597,85	722,39	1.960,97	2.683,36

26	25-feb-2018	78.619,72	705,23	1.978,13	2.683,36
27	27-mar-2018	76.624,27	687,92	1.995,44	2.683,36
28	26-abr-2018	74.611,37	670,46	2.012,90	2.683,36
29	26-may-2018	72.580,86	652,85	2.030,51	2.683,36
30	25-jun-2018	70.532,58	635,08	2.048,28	2.683,36
31	25-jul-2018	68.466,38	617,16	2.066,20	2.683,36
32	24-ago-2018	66.382,09	599,08	2.084,28	2.683,36
33	23-sep-2018	64.279,57	580,84	2.102,52	2.683,36
34	23-oct-2018	62.158,66	562,45	2.120,92	2.683,36
35	22-nov-2018	60.019,18	543,89	2.139,48	2.683,36
36	22-dic-2018	57.860,98	525,17	2.158,20	2.683,36
37	21-ene-2019	55.683,90	506,28	2.177,08	2.683,36
38	20-feb-2019	53.487,78	487,23	2.196,13	2.683,36
39	22-mar-2019	51.272,43	468,02	2.215,35	2.683,36
40	21-abr-2019	49.037,70	448,63	2.234,73	2.683,36
41	21-may-2019	46.783,42	429,08	2.254,28	2.683,36
42	20-jun-2019	44.509,41	409,35	2.274,01	2.683,36
43	20-jul-2019	42.215,50	389,46	2.293,91	2.683,36
44	19-ago-2019	39.901,52	369,39	2.313,98	2.683,36
45	18-sep-2019	37.567,30	349,14	2.334,23	2.683,36
46	18-oct-2019	35.212,65	328,71	2.354,65	2.683,36
47	17-nov-2019	32.837,40	308,11	2.375,25	2.683,36
48	17-dic-2019	30.441,36	287,33	2.396,04	2.683,36
49	16-ene-2020	28.024,36	266,36	2.417,00	2.683,36
50	15-feb-2020	25.586,21	245,21	2.438,15	2.683,36
51	16-mar-2020	23.126,72	223,88	2.459,48	2.683,36
52	15-abr-2020	20.645,72	202,36	2.481,00	2.683,36
53	15-may-2020	18.143,01	180,65	2.502,71	2.683,36
54	14-jun-2020	15.618,39	158,75	2.524,61	2.683,36
55	14-jul-2020	13.071,69	136,66	2.546,70	2.683,36
56	13-ago-2020	10.502,71	114,38	2.568,99	2.683,36
57	12-sep-2020	7.911,24	91,90	2.591,46	2.683,36
58	12-oct-2020	5.319,78	69,22	2.614,14	2.683,36
59	11-nov-2020	2.705,64	46,55	2.636,82	2.683,36
60	11-dic-2020	68,82	23,67	2.659,69	2.683,36
			36.159,38	124.842,42	161.001,81

4.1.3.3. Depreciación de activos

TABLA 37. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS

DESCRIPCION	VALORES	VIDA UTIL	VALOR RESIDUAL	TOTAL
Equipos e insumos de producción	12.354.00	5	20%	1.976.64

Muebles y enseres	2.980.00	10	10%	268.20
Equipo de oficina	350.00	10	10%	31.50
Equipo de computación	1.750.00	3	33%	390.83
Vehículo	30.000.00	5	20%	4.800.00
TOTAL				7.467.17

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

4.1.3.4. Ingresos

Para la producción de miel de abeja se comenzara con 120 colmenas de las cuales se estima que cada colmena tenga un promedio de 70 kg al año se produzcan con un promedio de 4 cosechas, además el 70% de la producción será envasada en los frasco de 500ml y el restante 30% en los de 250ml

TABLA 38. INGRESOS

ENVASES	PRECIO	CANTIDAD	N° COLMENAS	TOTAL
500 ml	7.40	533	120	108.484.00
250 ml	3.30	400	120	39.600.00
TOTAL				148.084.00

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

4.1.3.5. Egresos

TABLA 39. EGRESOS

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
COSTOS FIJOS					
Sueldos y salarios	65.379.36	68.648.33	72.080.74	75.684.78	79.469.02
Materiales de oficina	1.440.00	1.1512.00	1.587.60	1.666.98	1.750.33
Materiales de limpieza	960.00	1.008.00	1.058.40	1.111.32	1.166.89
Servicios básicos	6.000.00	6.300.00	6.615.00	6.945.75	7.293.04
Depreciación	7.467.17	7.467.17	7.467.17	7.467.17	7.467.17
Amortización	32.200.36	32.200.36	32.200.36	32.200.36	32.200.36
Publicidad	1.000.00	1.050.00	1.102.50	1.157.63	1.215.51
TOTAL DE COSTO FIJOS	114.446.89	118.185.86	122.111.77	126.233.99	130.562.31
COSTOS VARIABLES					
Insumos	2.000.00	2.100.00	2.205.00	2.315.25	2.431.01

Transporte	1.200.00	1.260.00	1.323.00	1.389.15	1.458.61
Envasado y etiquetado	765.00	803.25	843.41	885.58	929.86
TOTAL DE GASTOS VARIABLES	3.965.00	4.163.25	4.371.41	4.589.98	4.819.48
TOTAL	118.411.89	122.349.11	126.483.19	130.823.97	135.384.79

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

4.1.3.6. Estado de pérdidas y ganancias

TABLA 40. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

DESCRIPCION	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS	148.084.00	155.488.20	163.262.61	171.425.74	179.997.03
EGRESOS	118.411.89	122.349.11	126.483.19	130.823.97	135.384.79
UTILIDAD BRUTA	29.672.11	33.139.09	36.779.42	40.601.77	44.615.24
15% DE LA PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	4.450.82	4.970.86	5.516.91	6.090.27	6.692.29

UTILIDAD ANTES IMPUESTO	25.221.29	28.168.23	31.262.51	34.511.51	37.922.95
25% IMPUESTO A LA RENTA	6.305.32	7.042.06	7.815.63	8.627.88	9.480.74
TOTAL	18.915.97	21.126.17	23.446.88	25.883.63	28.442.21

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

4.1.3.7. Flujo neto

TABLA 41. FLUJO NETO

DESCRIPCION	0	2015	2016	2017	2018	2019
INGRESOS						
Envase de 500cc		108.484.00	113.908.20	119.603.61	125.583.79	131.862.98
Envase de 250cc		39.600.00	41.580.00	43.659.00	45.841.95	48.134.05
TOTAL DE INGRESOS		148.084.00	155.488.20	163.262.61	171.425.74	179.997.83

EGRESOS

Inversión inicial	-166.457.36					
Depreciación		7.467.17	7.467.17	7.467.17	7.467.17	7.467.17
Amortización		32.200.36	32.200.36	32.200.36	32.200.36	32.200.36
Gastos administrativos		65.379.36	68.648.33	72.080.74	75.684.78	79.469.02
TOTAL DE EGRESOS	-166.457.36	105.046.89	108.315.86	111.748.27	115.352.31	119.136.55
<hr/> TOTAL	<hr/> -166.457.36	<hr/> 43.037.11	<hr/> 47.172.34	<hr/> 51.514.34	<hr/> 56.073.43	<hr/> 60.860.48

Elaborado por: Pinargote Mendoza Stalin Rafael

4.1.4. Estudio financiero

4.1.4.1. Valor actual neto

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = -166.457.36 + \frac{43.037.11}{(1+10.5)} + \frac{47.172.34}{(1+10.5)^2} + \frac{51.514.34}{(1+10.5)^3} + \frac{56.073.43}{(1+10.5)^4} + \frac{60.860.48}{(1+10.5)^5}$$

$$\text{VAN} = -166.457.36 + 38.947.61 + 38.633.39 + 38.180.47 + 37.610.41 + 36.942.30$$

$$\text{VAN} = \$ 23.856.83$$

4.1.4.2. Tasa interna de retorno

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE}}{(1+i)} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE}}{(1+i)^5}$$

$$0 = -166.457.36 + \frac{43.037.11}{(1+16)} + \frac{47.172.34}{(1+16)^2} + \frac{51.514.34}{(1+16)^3} + \frac{56.073.43}{(1+16)^4} + \frac{60.860.48}{(1+16)^5}$$

$$0 = -166.457.36 + 37.206.12 + 35.255.76 + 33.284.50 + 31.321.49 + 29.389.48$$

$$0 = 0$$

$$\text{TIR} = 16\%$$

4.1.4.3. Relación beneficio – costo

VAN DE INGRESOS

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -166.457.36 + \frac{148.084.00}{(1+10.5)} + \frac{155.488.20}{(1+10.5)^2} + \frac{163.262.61}{(1+10.5)^3} + \frac{171.425.74}{(1+10.5)^4} + \frac{179.997.83}{(1+10.5)^5}$$

$$VAN = -166.457.36 + 134.012.67 + 127.342.35 + 121.004.05 + 114.981.22 + 109.258.66$$

$$VAN = \$ 440.141.60$$

VAN DE EGRESOS

$$VAN = -I + \frac{FNE}{(1+i)} + \frac{FNE}{(1+i)^2} + \frac{FNE}{(1+i)^3} + \frac{FNE}{(1+i)^4} + \frac{FNE}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -166.457.36 + \frac{118.411.89}{(1+10.5)} + \frac{122.349.11}{(1+10.5)^2} + \frac{126.483.19}{(1+10.5)^3} + \frac{130.823.97}{(1+10.5)^4} + \frac{135.384.79}{(1+10.5)^5}$$

$$VAN = -166.457.36 + 107.160.08 + 100.201.97 + 93.744.54 + 87.748.20 + 82.178.55$$

$$VAN = \$ 304.575.98$$

$$B/C = \frac{VAN DE INGRESOS}{VAN DE EGRESOS}$$

$$B/C = \frac{440.141.60}{304.575.98}$$

$$B/C = \$ 1.44$$

4.2. DISCUSIÓN

Por medio de las encuestas realizadas en el estudio de mercado se determinó que los habitantes del cantón Quevedo, manifestaron su preferencia al consumir miel de abeja y además la empresa productora y comercializadora contara con una demanda actual de 149643 personas en el cantón Quevedo, lo que concuerda con (Blanco, 2009), quien manifiesta que se busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo

La empresa productora y comercializadora de miel de abeja estará ubicada en el cantón Quevedo la cual contara con una planta donde se procesara el producto para posteriormente llevarla a un punto de Venta en el centro de la ciudad donde los clientes puedan contar con la mayor facilidad para adquirir el producto, concordando con (Miranda, 2009) “Estudio técnico permitirá establecer en forma definitiva su ubicación, buscando la maximización utilidades y disminuyendo costos

Por medio del estudio económico se obtuvieron los siguientes resultados: El VAN es de \$ 23.856.83, lo cual resulta positivo y el proyecto presenta que es viable, lo que concuerda con (Baca, 2012), “el valor actual neto es el resultado de la diferencia entre los ingresos actualizados y los costos actualizados”. La TIR del proyecto es de 16%, lo cual resulta rentable el proyecto, debido que la TIR es mayor que la tasa de interés del préstamo 10.5%. (Baca, 2012), “La tasa interna de retorno está definida como aquella tasa de interés o descuento que hace que el valor actual neto de una inversión sea igual a cero”. La B/C es de \$ 1.44, es decir que por cada dólar invertido se obtendrá cuarenta y cuatro centavos de ganancias, lo que concuerda con (Sapag, 2010), quien manifiesta “que la relación beneficio costo compra el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluido la inversión”. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero la relación beneficio será mayor que uno y si el VAN es negativo, esta será menor que uno

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

De acuerdo a la investigación y los resultados obtenidos del proyecto, se planteó las siguientes conclusiones.

Por medio del estudio de mercado se determinó que la actualmente la empresa productora y comercializadora de miel de abeja tendrá una demanda de 112476 personas en el cantón Quevedo, además porque el 52% de las personas encuestadas manifestaron que si estarían dispuesto a consumir la miel de abeja si la empresa lanzara el producto al mercado

La empresa productora y comercializadora de miel de abeja en el cantón Quevedo tendrá en su planta una capacidad de 10500 kilogramos de producción de la miel, además comenzara su producción con 120 colmenas. La empresa contara con un Administrador, Secretaria, Operarios, Apicultores y Vendedores

Mediante la realización del estudio económico financiero se determinó que la empresa productora y comercializadora de miel de abeja tendrá una rentabilidad en el primer año de 18.915.97 dólares, además el VAN es de \$ 23.856.83; TIR 16% y B/C de \$ 1.44, lo que demuestra que el proyecto es factible

5.2. Recomendaciones

De acuerdo a las conclusiones se plantea las siguientes recomendaciones.

Diseñar un plan de marketing para la elaboración de estrategias publicitarias y así dar a conocer la miel de abeja como producto y pueda incursionarse en el mercado logrando la aceptación de los consumidores

Establecer un manual de procedimiento dentro de la empresa para que los empleados puedan conocer cuáles son sus funciones y de qué manera operara la empresa, con ello logrando mayor eficiencia en sus actividades

Realizar el proyecto para la producción y comercialización de miel de abeja en el cantón Quevedo debido que se demostró que presentan una rentabilidad para los primeros 5 años del proyecto y además que los indicadores financieros demuestre que el proyecto es factible

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía

- Baca, g. (2010). *evaluacion de proyectos* (secta edicion ed.). mexico d f.
- Bazán, Y., & M., S. (febrero de 2010). propuesta de políticas administrativas de recursos humanos para el departamento de enfermería de un hospital tipo iii de san felipe. *scielo*(18), 7.
- Charria, i. (2015). *estudio de viabilidad para la creación de una empresa que se dedicará a la prestación de servicios especializados en todo lo relacionado con la belleza infantil en la ciudad de cali*. recuperado el lunes 17 de agosto de 2014, de estudio de viabilidad para la creación de una empresa que se dedicará a la prestación de servicios especializados en todo lo relacionado con la belleza infantil en la ciudad de cali: [bibliotecadigital.usbcali.edu.co/.../Estudio_Viabilidad_Creacion_De_Em...de IA Charria Koor - 2015](http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/.../Estudio_Viabilidad_Creacion_De_Em...de_IA_Charria_Koor-2015)
- Fernández, P. (2011). *Dones del cielo. Abeja y miel en el mediterraneo antiguo*.
- Florez, J. (2010). *proyecto de inversion para las pyme creacion de empresas* (segunda ed.). bogota, colombia.
- Galindo, c. (2011). *formulacion y evaluacion de planes de negocios* (primera edicion ed.). bogota, colombia.
- Geogers de layens, M. (2008). *Curso completo de apicultura*. barcelona: maxtor.
- Maida, M. (2014). Apicultura y Seguridad Alimentaria. *Revista Cubana de Ciencia Agricola*.
- Meza, j. (2013). *evaluacion financiera de proyectos segun* (Eco ediciones ed.). bogota, colombia.
- Moguel, B., Echazarreta, C., & Mora, R. (2005). Calidad fisicoquímica de la miel de abeja *Apis mellifera* producida en el estado de Yucatán durante diferentes etapas del proceso de producción y tipos de floración. *Redalyc*, 43(3), 323-334.
- Osorio, j., & Herrera, n. (29 de agosto de publicado 2014). *Estudio de factibilidad de la empresa la casa de novillo para la cormercializacion de carne de res en la linea de ganado gordo macho en la ciudad de neiva_huila*.
- Palacios, l. (2012). *estrategia de creacion empresarial/luis carlos palacios acero---1a.edicion*. (primera edicion:bogota,d.c.,2012 ed.). bogota: Ecoe.
- PALACIOS, S. (febrero de 2013). *pdf*. Recuperado el domingo 16 de Agosto de 2015, de pdf: <http://www.utic.edu.py/investigacion/attachments/article/73/Producci%C3%B3n%20y%20Comercializaci%C3%B3n%20de%20Miel%20de%20Abeja.pdf>
- Rajadel, M. (tercera edicion 2009). *creacion de la empresa*. barcelona.
- Sanchez, & a. (2014). *la miel y sus propiedades curativa*.
- Van den berghe, E. (2010). *Gestion y gerencia empresarial* (segunda ed.). bogota, colombia.

CAPÍTULO VII

ANEXOS

Pregunta para la Encuesta

1. Ha consumido alguna vez la miel de abeja. En qué presentación.

Pura
Comercial
Azucarada

2. Con que frecuencia consume la miel de abeja.

Diario
Semanal
Mensual
O avece

3. Conoce de las bondades nutricionales de la miel de abeja

Nutritivo
Relajante
Regenerador de tejido
Tónico cardiaco
Energizante

4. Por qué consume la miel de abeja.

Por su salud
Por costumbre
Por sus bondades

5. De qué manera la obtiene la miel de abeja.

De vendedores informales
De empresa comercializadora
En el mercado

6. Cuando usted adquiere la miel de abeja que aspecto influye para su decisión de compra.

Precio

Calidad
Servicio

7. Estaría dispuesto a consumir miel de abeja de una nueva distribuidora.

Si
No
Tal vez

8. Por qué consumiría usted miel de abeja procesada por una empresa.

Por su estándar de calidad.
Por su proceso de producción
Por su costo

9. En qué presentaciones le gustaría la miel de abeja.

250ml
500litro
1 litro
U otras

10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por cada presentación.

250ml \$ 4.00 a \$ 6.00

500ml. \$ 6.00 a \$ 8.00

1 litro. \$ 8.00 a \$ 10.00

2 litros \$ 10.00 a \$15.00

11. Que cantidad acostumbra a comprar cuando la adquiere la miel de abeja

250ml
500 MI
1 litro
2 litro
O más

12. Cuando adquiere la miel de abeja de qué manera lo paga.

Contado
Crédito

Intercambio de producto

U otra forma

13. Consideraría usted que los precios de la miel de abeja que existe actualmente en el mercado son:

Altos

Bajos

Justos

PROBLEMA DE INVESTIGACION	SUBPROBLEMA DE INVESTIGACION	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES IMDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTE
La creación de una empresa de producción y comercialización de miel de abeja se determinara mediante un estudio de factibilidad.	De qué manera el estudio de mercado determina el nivel de consumo de la miel abeja para su comercialización.	Realizar un estudio de	Realizar un estudio de mercado q determine el nivel de consumo de la miel de abeja para la comercialización	ESTUDIO DE MERCADO	DETERMINACION DEL CONSUMO
	Un estudio técnico determinara la producción de la miel de abeja.	Factibilidad para determinar la creación de una empresa para la producción y comercialización de la miel de abeja, cantón Quevedo año 2015.	Aplicar un estudio técnico para determinar la producción de la miel de abeja.	ESTUDIO TECNICO	DETERMINACION DE LA PRODUCCION
	Cuál será la rentabilidad económica y financiera de la producción y comercialización de la miel de abeja.		Determinar la rentabilidad económica y financiera de la producción y comercialización de la miel de abeja.	COMERCIALIZACION	RENTABILIDAD ECONOMICA