



**UNIVERSIDAD PARTICULAR
SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

**TESIS DE GRADO
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

Estudio de Pre-Factibilidad para el montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja para contribuir al desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte en el período 2013.

AUTORAS:

María Daniela Gándara Medina
Paola Alejandra Valarezo Vera

TUTOR:

EC. ALEX RAMOS MENDOZA MBA.

PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR

AÑO 2014

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Yo, Economista Alex Ramos, en calidad de Director de Tesis, certifico que las estudiantes: María Daniela Gándara Medina y Paola Alejandra Valarezo Vera, son autoras de la Tesis de Grado titulada: **ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL SITIO SOSOTE DEL CANTÓN ROCAFUERTE EN EL PERÍODO 2013**, que ha sido elaborada cumpliendo los parámetros metodológicos establecidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, orientada y revisada durante su proceso de ejecución, por lo que autorizo su presentación. Es todo lo que puedo certificar en honor a la verdad.

Ec. Alex Ramos Mendoza MBA.

DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Tesis de grado sometida a consideración del tribunal examinador, como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Finanzas y Relaciones Comerciales.

Ec. Julio Silva Ruiz
**DIRECTOR DE LA UNIDAD
ACADÉMICA**

Ec. Alex Ramos Mendoza MBA.
DIRECTOR DE TESIS

Ec. Franklin García Sánchez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Ing. Grace Rodríguez Loor
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

La responsabilidad de las ideas, resultados, conclusiones, recomendaciones del presente trabajo de investigación, titulada: “ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL SITIO SOSOTE DEL CANTÓN ROCAFUERTE EN EL PERÍODO 2013”, pertenecen exclusivamente a las autoras.

María Daniela Gándara Medina

Paola Alejandra Valarezo Vera

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico en primer lugar a Dios, por darme la fortaleza y la sabiduría para seguir siempre adelante; a mis padres, mi esposo y mi hija que me han apoya en todas las metas que me trazado y han sido mi guía para siempre salir adelante.

María Daniela Gándara Medina

DEDICATORIA

Este trabajo de grado, se lo dedico primero a Dios por ser quien me ha dado la sabiduría y el empeño necesario para nunca rendirme, a mis padres quienes me han dado su apoyo incondicional para siempre seguir a delante y nunca dejarme caer ante cualquier adversidad y lograr mis metas profesionales.

Paola Alejandra Valarezo Vera

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis quiero agradecer primeramente a Dios por haberme guiado con sabiduría para cumplir con unas de mis metas.

A la UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO por haberme brindado la oportunidad de estudiar en su alma mater de conocimientos, su paciencia y su motivación de haber logrado de mí terminar mis estudios con éxito y responsabilidad inculcando valores éticos y profesionales.

A mis profesores en general por haber impartidos todos sus conocimientos y de haber hecho a esta alumna una mejor persona profesional aportando con responsabilidad, respeto, dedicación días tras días durante los cinco años de estudios que no fueron fáciles pero que sin ellos no lo hubiese logrado.

También me gustaría agradecer a mi Director de Tesis por la misión que tuvo al momento de supervisar un proyecto muy ético impartiendo su rectitud, sus consejos que ayudaron a formarme como persona e investigador.

Y por último quisiera agradecer a todas las personas que formaron parte en mi vida estudiantil que sin ellos no hubiese llegado donde estoy, que con los años siempre aprenderé de ellos que siempre estará en mi corazón ya que ser de una alumna y dar paso a una profesional no es fácil, sin embargo me lleno de alegría porque al fin veo unas de mis metas realizada.

María Daniela Gándara Medina

Paola Alejandra Valarezo Vera

RESUMEN

La presente investigación, titulada: “Estudio de pre-factibilidad para el montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja para contribuir al desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote del cantón Rocafuerte en el año 2013” Tuvo como objetivo “Realizar un estudio de pre-factibilidad sobre el montaje de una distribuidora y comercializadora de miel de abeja y su influencia en el desarrollo de socioeconómico” para ello se aplicaron diversos estudios e instrumentos, obteniendo como resultado que existe una demanda insatisfecha de 15,25% dado por la gran acogida del público hacia este producto. Para lo cual la empresa produciría alrededor de 50.000 litros de miel, lo que generaría una utilidad anual de \$79.201,13; con una tasa interna de retorno del 15,47%; produciendo la creación de importantes beneficios económicos para el Sitio Sosote; se debe considerar que la empresa cuente con todos los cargos y funciones designadas, por otra parte se indica que el impacto ambiental sería mínimo dado únicamente por el consumo energético de la envasadora y los envases de la miel pueden ser reutilizados por los consumidores del producto. Con esto ha sido posible la comprobación de la hipótesis planteada “El montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja provocará un impacto económico positivo en el sitio Sosote”, por lo tanto se recomienda la implantación de la empresa lo antes posible.

PALABRAS CLAVES.

Estudio de pre-factibilidad, distribuidora, comercializadora, miel de abeja, desarrollo socioeconómico, impacto económico, investigación de mercado, oferta y demanda, estudio financiero.

ABSTRACT

This research, entitled "Pre-feasibility study for the installation of a distributor and marketer of honey to contribute to the socioeconomic development of the Canton Site Sosote Rocafuerte in 2013" Aimed "Conduct a pre -feasibility of mounting a distributor and marketer of honey and its influence on the socio-economic development "to do various studies and instruments were applied, the result being that there is unmet demand of 15.25% given by the great reception public to this product. For which the company would produce around 50,000 liters of honey, which would generate an annual income of \$ 79,201.13; with an internal rate of return of 15.47%; producing creating significant economic benefits for Sosote Site; one should consider that the company has all the designated positions and functions, on the other hand indicates that the serious environmental impact minimal since only the energy consumption of the packaging and containers of honey can be reused by consumers of the product. With this has been possible to check the hypothesis "Fitting a distribution and marketing company honey cause a positive economic impact on the site Sosote", therefore the implementation of the company as soon as possible is recommended.

KEYWORDS.

Pre-feasibility study, distributor, trader, honey, socio-economic impact, market research, supply and demand, financial study.

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	2
1. GENERALIDADES.....	2
1.1 La apicultura.....	2
1.1.1 Las Abejas	3
1.1.2 La Miel	5
1.1.2.1 La miel como alimento nutritivo.....	6
1.1.3 Métodos de crianza de la abeja y recolección de la Miel	7
1.2 Producción de Miel de Abeja en la Provincia de Manabí.....	12
1.3 Importancia de las comercializadoras en las actividades económicas	13
1.4 El Cantón Rocafuerte	16
1.4.1 El Sitio Sosote.....	18
1.4.1.1 Importancia del Sitio Sosote.....	19
1.5 Actividades Económicas en el Sitio Sosote.....	20

CAPITULO II.....	21
2. ESTUDIO DE MERCADO	21
2.1 Investigación de mercado.....	21
2.1.1 Análisis de la Demanda	22
2.1.1.1 Distribución Geográfica del Mercado de Consumo	24
2.1.1.2 Proyección de la Demanda	24
2.1.1.3 Tabulación de Datos de Fuentes Primarias	27
2.1.2 Análisis de la Oferta	37
2.1.2.1 Características de los principales prestadores del servicio	38
2.1.2.2 Proyección de la Oferta.....	39
2.1.3 Análisis de Precios.....	40
2.1.4 Determinación del Costo Promedio.....	40
2.1.5 Comercialización.....	41
2.1.6 Distribución	41
CAPÍTULO III.....	42
3. ESTUDIO TÉCNICO – AMBIENTAL	42
3.1 Tamaño del proyecto.....	42
3.2 Capacidad del proyecto.....	43
3.3 Localización del proyecto	43
3.3.1 Macrolocalización.....	44
3.3.2 Microlocalización.....	46
3.4 Recursos a emplear en el Proyecto.....	47
3.4.1 Materia Prima.....	47
3.4.2 Recursos Humanos.....	48
3.5 Mecanismos de control.....	49
3.5.1 Mecanismo de control periódico de la aplicación de las normas.....	50
3.5.2 Procedimientos especiales	52

3.6 Análisis ambiental.....	52
3.6.1 Emisiones y desperdicios de la empresa	53
3.6.2 Mecanismos de control de contaminación	53
CAPÍTULO IV.....	54
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	54
4.1 Administración	54
4.1.1 Organigrama	54
4.1.2 Descripción de los Cargos	55
4.2 Requisitos Legales	58
4.2.1 Constitución legal de la Empresa.....	58
4.2.2 Inscripción en la Superintendencia de Compañías	58
4.2.3 Patente Municipal.....	59
4.2.4 Registro Único de Contribuyentes.....	59
4.2.5 Número Patronal.....	60
CAPÍTULO V.....	61
5. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO	61
5.1 Inversiones del Proyecto	61
5.1.1 Inversiones de Capital de Trabajo.....	68
5.1.1.1 Capital de Trabajo Operativo	68
5.1.1.2 Capital de Trabajo no Operativo	69
5.1.2 Detalle del Financiamiento de las Inversiones	70
5.1.3 Recursos Financieros para la Inversión	72
5.1.4 Costos Operativos.....	73
5.1.5 Detalle de los Ingresos.....	75
5.2 Estados Financieros.....	76
5.2.1 Balance General	76
5.2.2 Estado de Resultados	76

5.2.3 Flujo de Caja	78
5.3 Indicadores Financieros	80
5.3.1 Punto de Equilibrio	80
5.3.1.1 Cálculo del Punto de Equilibrio	80
5.3.1.2 Gráfica del Punto de equilibrio:	82
5.4 Evaluación financiera, económica y social	83
5.4.1 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno.....	83
5.4.2 Cálculo del Valor Actual Neto	84
5.4.3 Período de Recuperación de la Inversión	84
5.4.4 Relación Beneficio / Costo	85
5.4.5 Análisis de Sensibilidad	87
CAPÍTULO VI.....	89
6. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL SITIO SOSOTE	89
6.1 Impacto Social, Productivo y Comercial en el Sitio Sosote	89
6.1.1 Impacto Social	89
6.1.1.1 Fuentes de empleo.....	90
6.1.2 Impacto Productivo	90
6.1.2.1 Apicultores, proveedores del producto	90
6.1.3 Impacto Comercial	90
6.1.3.1 Sitios de distribución del producto.....	91
6.2 Oportunidades de comercialización para la Miel de Abeja	91
6.3 Competencia de precios	92
6.4 Impacto Ambiental.....	92
CONCLUSIONES	93
RECOMENDACIONES	94
BIBLIOGRAFÍA.....	95
ANEXOS	98

ÍNDICE DE CUADROS

Tabla	Título	Pág.
1.1	Composición de la Miel	7
2.1	Determinación de la Demanda	25
2.2	Mercado Meta	25
2.3	Determinación del número de familias	26
2.4	Estimación de Producción	26
2.5	Mercado Meta	27
2.6	Proyección de la Demanda a 10 años	27
2.7	¿Compra usted Miel de Abeja?	28
2.8	¿Consume usted Miel de Abeja?	29
2.9	¿Conoce usted los beneficios de consumir Miel de Abeja?	30
2.10	¿Por cuál de los siguientes beneficios cree usted que será importante el consumo de la Miel de Abeja?	31
2.11	¿Cuántos litros de Miel de Abeja compra usted para el consumo de su familia en el año?	32
2.12	¿Dónde adquiere la Miel de Abeja que usted y/o su familia consumen?	33
2.13	¿Cuánto paga usted por adquirir cada medio litro de Miel de Abeja?	34
2.14	¿En qué lugar considera usted es más fácil y seguro adquirir la Miel de Abeja?	35
2.15	¿Está usted de acuerdo con la propuesta de instalar una empresa de comercialización y distribución de Miel de Abeja en el sitio Sosote del Cantón Rocafuerte?	36
2.16	¿En qué medida cree usted que se vería beneficiada la situación económica del sitio Sosote con la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja?	37
2.17	Demanda Insatisfecha	38
2.18	Oferta Proyectada a 10 años	40
2.19	Cronograma de Distribución de Miel de Abeja	42

3.1	Distribución del Personal por Departamentos	50
5.1	Inversión Inicial	64
5.1.1	Presupuesto para Terreno	65
5.1.2	Presupuesto para Edificio	65
5.1.3	Presupuesto para Maquinarias y Equipos	65
5.1.4	Presupuestos para Muebles y Enseres	66
5.1.5	Presupuesto para Equipos de Oficina	66
5.1.6	Presupuesto para Equipos de Computación	66
5.1.7	Presupuesto para Vehículo	67
5.1.8	Presupuesto para Activo Diferido	67
5.1.9	Presupuesto de Capital de Trabajo Operativo	67
5.1.10	Presupuesto de Capital de Trabajo no Operativo	68
5.1.9.1	Presupuesto para Costos Directos de Fabricación	68
5.1.9.2	Presupuesto para Costos Indirectos de Fabricación	68
5.1.10.1	Presupuesto para Gastos de Ventas	68
5.1.10.1.1	Presupuesto para Publicidad	69
5.1.10.1.2	Presupuesto para Distribución	69
5.1.10.2	Presupuesto para Gastos Administrativos	69
5.1.9.3	Sueldos y Salarios Operativos	70
5.1.10.3	Sueldos y Salarios no Operativos	70
5.2	Capital de Trabajo	71
5.3	Presupuesto de Capital de Trabajo Operativo	72
5.4	Presupuesto de Capital de Trabajo no Operativo	73
5.5	Inversión Inicial	74
5.6	Tabla de Amortización	75
5.7	Distribución de la Inversión	75
5.8	Costos y gastos de Producción Proyectados a 5 años	76
5.9	Resumen de Costos y Gastos del primer Año	77
5.10	Proyección de Ventas	78
5.11	Balance General	79
5.12	Tabla de Depreciación	80
5.13	Tabla de Amortización	80
5.14	Estado de Resultados Proyectado a 5 años	81

5.15	Flujo de Caja	82
5.16	Punto de Equilibrio	85
5.17	Cálculo del TIR	86
5.18	Período de Recuperación de la Inversión	87
5.19	Análisis de Sensibilidad	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Título	Pág.
1.1	Rocafuerte	18
2.1	Estudio de Mercado	23
2.2	¿Compra usted Miel de Abeja?	29
2.3	¿Consume usted Miel de Abeja?	30
2.4	¿Conoce usted los beneficios de consumir Miel de Abeja?	31
2.5	¿Por cuál de los siguientes beneficios cree usted que será importante el consumo de la Miel de Abeja?	32
2.6	¿Cuántos litros de Miel de Abeja compra usted para el consumo de su familia en el año?	33
2.7	¿Dónde adquiere la Miel de Abeja que usted y/o su familia consumen?	34
2.8	¿Cuánto paga usted por adquirir cada medio litro de Miel de Abeja?	35
2.9	¿En qué lugar considera usted es más fácil y seguro adquirir la Miel de Abeja?	36
2.10	¿Está usted de acuerdo con la propuesta de instalar una empresa de comercialización y distribución de Miel de Abeja en el sitio Sosote del Cantón Rocafuerte?	37
2.11	¿En qué medida cree usted que se vería beneficiada la situación económica del sitio Sosote con la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja?	38
3.1	Imagen Satelital de Rocafuerte	48
3.2	Croquis de Ubicación del Proyecto	49
3.3	Distribución de las áreas de Trabajo	49
4.1	Organigrama	57
5.1	Punto de Equilibrio	82

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo investigativo refleja la viabilidad económica financiera y social con respecto a la implementación de una empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja, a través de sus 6 capítulos se va demostrando los factores que influyen en la creación de dicho negocio y quienes resultarían beneficiados.

La miel de abeja es un producto que se puede elaborar sin la aplicación de un proceso de transformación, además de que se lo puede consumir en su estado puro natural gracias a las propiedades que esta posee es consumida a nivel mundial debido a sus beneficios de para la salud y de alimento, además de también ser usada como componente en productos estéticos

El presente trabajo está elaborado con la finalidad de demostrar que mediante el expendio de un producto en este caso la miel de abeja se puede tener buenos índices de rentabilidad y con ello mejorar las condiciones sociales y económicas de la población donde se asentará la empresa tal como es el caso del Sitio Sosote, donde sus pobladores se beneficiaran por la creación de fuentes de trabajo directa tanto en el área de producción como el en área administrativa.

Cabe destacar que durante el proceso de elaboración del presente trabajo se demuestra la factibilidad financiera y económica de crear la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja, lo cual se demuestra a través de los índices financieros, que han sido elaborados en base a las proyección, asimismo las proyecciones se las ha realizado de manera eficiente y eficaz basándose en el respectivo estudio de mercado donde se demuestra la demanda que tendrá el producto a vender.

CAPITULO I

1. GENERALIDADES

1.1 La apicultura

“Se le denomina apicultura al arte y ciencia cuyo principal estudio es el manejo de la abeja del género *Apis* melífera y su respectivo cultivo, además de la especie *Apis* también se consideran otras especies de himenópteros que representen un potencial de polinización y de producción de miel”¹

El incremento de la demanda de este producto a nivel mundial exige el aumento de producción de miel, ocasionando que ya no se recurra a una producción estrictamente pura de este producto determinando la necesidad de cultivar más especies que produzcan este dulce producto de consumo.

“La especie *Apis* melífera es de interés especial por ser la más productiva y como consecuencia de esto, la más manejada en la apicultura a nivel mundial”²

El interés hacia esta especie ha sido de tan alta relevancia que ha llegado a ser manipulada de forma genética, para el desarrollo de híbridos que produzcan una mayor cantidad de miel, generando únicamente resultados negativos, pero tal es el nivel de demanda de este producto generando que se desarrollen nuevos métodos para mejorar la producción.

En lo referente a apicultura, se aplica la palabra melífera cuyo significado expresa que lleva o tiene miel, haciendo referencia al hecho de que la planta genera el néctar mediante las flores y este es recogido por las abejas que lo procesan y lo transforman en miel. Las abejas se valen del néctar de las flores

¹ FIDA, Manual de la buenas prácticas para la apicultura (2002), Santiago de Chile.

² GOBIERNO DE SINALOA. (28 de junio de 2013). 20° Congreso Internacional de Actualización Apícola. Recuperado el 15 de noviembre de 2013, de <http://casapelayo.com.mx/index.php/component/content/category/8-noticias>

para usarlas como fuente de carbohidratos y el polen como una fuente de proteínas, vitaminas, minerales y grasas.

Durante el lapso de tiempo en el cual la abeja sale al campo para llevar a cabo el proceso de recolección de los alimentos y aquellos materiales necesarios para la colonia, éste insecto visita y poliniza las flores; el aumento en los niveles de fertilización que resulta de estas visitas, se puede constatar, en la mayoría de los casos, en un aumento en la producción y en una mejora en la calidad de los vegetales, frutas, granos y semillas que requieren o se benefician de la polinización.

De aquí se destaca la importancia que tiene la abeja melífera para la agricultura y para el sistema natural.

Los apicultores, para realizar de manera segura su trabajo llevan trajes y máscaras especiales para protegerse de las picaduras de las abejas, además utilizan diferentes herramientas para poder extraer los productos sin que se estropee la colmena.

En el proceso de apicultura se realiza como primer paso la desocupación de la colmena, se obliga a salir a las abejas y se las adormece mediante la utilización, de un ahumador; luego las retiran de las celdas con un cepillo; después los marcos deben quitarle la cera con un cuchillo especial, y por último, los meten en un extractor, que extraiga la miel por centrifugación (giros a gran velocidad).

1.1.1 Las Abejas

“Las abejas son insectos del orden de los Hymenópteros, llamados así por tener cuatro alas membranosas; las abejas comunes viven en una sociedad denominada colonia, siendo tan débil una abeja sola que una simple noche de frío la paraliza; las habitaciones que el hombre proporciona a las abejas

se llaman colmenas y la ubicación de varias colmenas de abejas en un lugar se denomina apiario”³

La razón principal para la agrupación de las abejas en las colmenas se da por la necesidad de un enjambre protector para soportar el frío y defenderse de los depredados, debido a que entre ellas el calor aumenta protegiéndose del frío, este comportamiento favorece la crianza de esta especie para el cultivo de miel.

“Su cuerpo, pequeño y peludo, está dividido en tres partes: la cabeza que cuenta con dos ojos compuestos, tres ojos simples y dos antenas, el tórax que tiene dos pares de alas y tres de patas; y el abdomen que está formado en donde poseen aguijón”⁴

La morfología de sus alas permiten elevar sus cuerpos para realizar la recolecta de néctar de las flores, este proceso se caracteriza por que la abeja puede recorrer por tiempo prolongados y ajarse de la colmena, pero cuenta con sensores que le permite regresar a ellas, permitiendo que la colmena sea siempre numerosa.

“Generalmente las abejas que vemos son las denominadas abejas obreras, son hembras que no presentan desarrollo de forma sexual y su tarea dentro de la colmena es la recolección de alimentos que en este caso es el polen y el néctar de las flores, además de construir la colmena, la protegen, la limpian y correr el aire batiendo sus alas entre otras tareas vitales dentro de la colmena”⁵

Si las abejas externas que se ven son las obreras, dentro de la colmena en el centro de la colonia esta la abeja reina y esta se encarga de la

³ NATIONAL GEOGRAPHIC. (17 de Marzo de 2013). Abejas. Recuperado el 20 de Julio de 2013, de <http://nationalgeographic.es/animales/insectos/abeja>

⁴ FERNÁNDEZ URIEL, P. (2012). Dones Del Cielo. Abeja Y Miel en El Mediterráneo Antiguo. España: Editorial Aranzadi S.A.

⁵ Maeterlinck, M. (2010). La vida de las abejas. Barcelona - España: Grupo Planeta.

reproducción de las crías, esta reina labora u trabajo relativamente sencillo cuya única labor es procrear la nueva generación.

Por norma general dentro de las colmenas solo existe una reina, pero si esta llega a morir las obreras pueden generar una nueva mediante la alimentación específica con jalea real haciendo que la abeja obrera se desarrolle convirtiéndola en una abeja fértil.

Además de las abejas reinas y las obreras se presenta un tercer tipo que son los zánganos, estos machos tiene como función aparearse con la reina después de ello son expulsados de la colmena y mueren.

Los almacenamientos de miel y polen tienen como función el que las abejas sobrevivan en el invierno además de servir de alimentación para las larvas de las que en primavera surgirá un nuevo enjambre.

La existencia de las abejas dentro del ciclo vital de la naturaleza es esencial, debido a que dan lugar al incremento de producción de frutos y semillas, mediante el proceso de polinización con lo que se mantienen en salud y la vida diversidad de los ecosistemas, este hecho actualmente ha tenido una creciente atención del mundo científico, especialmente en aquellos países cuyos recursos naturales son bastante limitados.

1.1.2 La Miel

“La miel es un alimento producido por las abejas a partir del néctar de las flores y otras materias azucaradas que recogen de las plantas, las transforman, y las depositan en las celdas de los panales de cera, es un producto complejo, rico en azúcares, vitaminas, sales minerales y enzimas de naturaleza proteica las cuales actúan en procesos vitales”⁶

⁶ Fernández Uriel, Pilar. (2012). Dones del cielo: Abeja y Miel en el Mediterráneo antiguo. Primera Edición. Madrid – España.

El desarrollo de este producto se lo realiza para que las abejas se alimenten y subsistan durante temporadas de escasas, por lo que lo almacenan en las colmenas.

Se presentan varios tipos de miel y poseen diferentes características esto depende de las características geográficas, de la flora de la localidad, y la aplicación de la tecnología de extracción y de mejoramiento que son aplicadas por aquellos que se encargan de este proceso productivo, en la actualidad en el país se han clasificado cuatro tipos de miel: la mono floral, que se da por la extracción de néctar de una sola especie de planta; el tipo poli floral que es la que se produce por la extracción de néctar de diferentes tipo de plantas, y la miel de mielada, que se elaboran con la extracción de plantas que presentan exudaciones.

1.1.2.1 La miel como alimento nutritivo

“La miel por ser un alimento elaborado de forma natural y no poseer ningún tipo de aditivo es altamente saludable y nutritiva para ser consumida. Su valor nutritivo está configurado de la siguiente manera”⁷

Debido a los componentes naturales de la miel es aplicada en varias dietas que generan energía calórica al cuerpo, por otro aspecto también es usada como endulzante y remedio para la gripe.

Agua: el nivel de este es de suma importancia debido a su influencia en la viscosidad y consistencia del producto

Carbohidratos: proporciona el sabor dulce que posee la miel, mediante la fructuosa, que constituye el 82% de los componentes nutricionales de la miel.

⁷ Lesser Preuss, R. (2009). Manual de Apicultura Moderna (edición Actualizada). Santiago de Chile: Editorial Universitaria S.A. (p.: 45)

Proteínas: se presentan en pocas cantidades y se las presentan por la cantidad de granos de polen.

Sales minerales: su proporción varía a la procedencia de la miel puesto que depende del tipo de planta de la que se alimenta.

Vitaminas: obtenidos mediante el néctar de las flores y del polen que se encuentra en la miel.

Enzimas: estas enzimas son de origen animal y vegetal.

Tabla # 1.1

COMPOSICIÓN DE LA MIEL DE ABEJA		
COMPONENTES	RANGO	CONTENIDO
Agua	14 - 22 %	17%
Fructosa	28 - 44 %	38%
Glucosa	22 - 40 %	31%
Sacarosa	0,2 - 7 %	1%
Maltosa	2 - 16 %	7.5%
Otros Azúcares	0,1 - 8 %	5%
Proteínas y aminoácidos	0,2 - 2 %	
Vitaminas, enzimas, hormonas ácidos orgánicos y otros	0,5 - 1 %	
Minerales	0,5 - 1,5 %	
Cenizas	0,2 - 1,0 %	

Fuente: LESSER PREUSS (2009)

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

1.1.3 Métodos de crianza de la abeja y recolección de la Miel

“la práctica de la crianza de miel de abeja se vienen realizando desde la antigüedad pero en los últimos años se ha considera para la realización de estudios médicos y alimenticio para la humanidad”⁸

⁸ PROST, J. (2007). Apicultura: conocimiento de la abeja. Manejo de la colmena. Madrid - España: Ediciones Mundi Prensa.

Caracteres y morfología

Entre los aspectos morfológicos tenemos:

- “La Boca, conformada la los maxilares, la mandíbula y la”⁹
- “Los ojos estos están facetados permitiéndola poseer una vista aplica a lo referente en visión lateral y posterior”¹⁰
- “Las antenas, mediante estas las abejas generan el sentido del tacto además del olfato y oído”¹¹
- “El tórax, donde se localizan dos pares de alas y patas estas refiriéndonos a las obreras tienen una cavidad para recolectar el polen, poseen un buche elástico en los que almacenan líquidos y azúcares que son base para la producción de miel”¹²
- “El abdomen en donde se encuentra el aparato digestivo y está dividido por ocho anillos además de alojar el aparato respiratorio, en la parte posterior se encuentra un aguijón por el que inyecta veneno desde la glándula venenosa”¹³

Colmena y colonia

La colmena es una estructura que alberga comúnmente hasta un máximo de 80.000 abejas las cuales se encuentran guiadas por una abeja reina que se encarga de hacer multiplicar a la agrupación de abejas que se las denomina colonia.

⁹ Mendizabal, F. (2005). Abejas. Buenos Aires: Editorial Albatros Saci.

¹⁰ Fernández Uriel, P. (2012). Dones Del Cielo. Abeja Y Miel en El Mediterráneo Antiguo. España: Editorial Aranzadi S.A.

¹¹ Lampeitl, F. (2008). Apicultura rentable: técnica, manejo y cálculo. Zaragoza - España: Acribia Editorial S.A.

¹² Mendizabal, F. (2005). Abejas. Buenos Aires: Editorial Albatros Saci.

¹³ Lampeitl, F. (2008). Apicultura rentable: técnica, manejo y cálculo. Zaragoza - España: Acribia Editorial S.A.

Composición de la colonia

Dentro de la colmena se diferencian tres grupos de abejas: de las cuales se pueden distinguir la reina, quien es la encargada exclusivamente de poner huevos y multiplicar la colonia; las obreras que se encargan de recolectar el polen para dentro de la colmena elaborar la miel de abeja y tienen un período de vida de máximo 40 días; y por último se encuentran los zánganos, que tienen por misión la fecundación de la reina, los cuales serán eliminados por las obreras después del vuelo nupcial.

Reproducción

Aunque con variantes raciales, el ciclo productivo de las abejas comprenden los siguientes aspectos:

➤ “La fecundación de la reina ocurre una sola vez en la vida de ésta, pocos días después de su nacimiento, durante el vuelo nupcial, la reina virgen sale de su colmena y es seguida por los zánganos de la misma o de otras colonias, ascendiendo a grandes alturas hasta que solo queda un macho, la cópula se realiza cerca del suelo con la ruptura de los órganos masculinos, lo que le produce la muerte y la reina queda fecundada para toda la vida, esta vuelve a la colmena y comienza la postura a los tres o cuatro días”¹⁴

“La partenogénesis se presenta cuando la reina no ha sido fecundada en los primeros quince días, sus huevos dan solo nacimiento a machos, lo mismo ocurre con las obreras, que a falta de ella y en la imposibilidad de reemplazarla, comienzan a poner, en ambos casos la colonia desaparece en poco tiempo, si no interviene un apicultor y les da una nueva reina”¹⁵

¹⁴ Apicola Real. (18 de Octubre de 2012). Ciclo reproductivo de las Abejas. Recuperado el 15 de Junio de 2013, de <http://apicolarealvictor.blogspot.com.es/>

¹⁵ Layens, G. (2008). Curso Completo de Apicultura. Valladolid - España: Editorial Maxtor.

“La época y cantidad de posturas se presentan con los primeros calores primaverales la postura comienza con algunos huevos diarios, llegando a 2000 en la época de recolección para disminuir luego y cesar completamente en invierno, el primer año de vida de la reina es el más productivo, el segundo algo menos y el tercero notablemente inferior, en los subsiguientes la postura es insignificante y el porcentaje de machos muy alto”¹⁶

“Para los mecanismo de la postura, las obreras conducen a la reina al centro del panal y la reina va colocando los huevos en espiral”¹⁷

“la eclosión y metamorfosis, se presentan a los tres días, los huevos dan nacimiento a pequeñas larvas blancas y ápodas que son alimentadas durante seis días por las obreras, pasado este tiempo las larvas hilan un capullo y las obreras operculan las celdillas”¹⁸

Para el nacimiento de las abejas, estas se terminan de desarrollar dentro del capullo y en el caso de las reinas por su alimentación con jalea real serán un aproximado de 15 días, las obreras duran 21 días y por último los zánganos lo hacen en 25 días.

Trabajo de las abejas

Las tareas realizadas por las abejas obreras dentro del panal principalmente es la construcción del mismo, el cual lo hacen con cera, celdillas o alveolos, estas obras se empiezan a realizar inmediatamente que las abejas se asientan en un determinado sitio.

El proceso de construcción de los panales se los realiza da arriba hacia abajo y desde el centro hacia la periferia, situados mediante soldaduras en el

¹⁶ Bradbear, N. (2004). La apicultura y los medios de vida sostenibles. Roma.

¹⁷ CASA LA MIEL PERU S.A. (18 de Noviembre de 2012). Crianza de las Abejas. Recuperado el 17 de Agosto de 2013, de <http://casalamiel.com/teorias.html>

¹⁸ Lampeitl, F. (2008). Apicultura rentable: técnica, manejo y cálculo. Zaragoza - España: Acribia Editorial S.A.

techo, están elaborado de manera que sean verticales y paralelos entre sí, con un espesor que rodea los 22mm, los paneles de cría están separados por una distancia que permita que las abejas circulen, los panales de miel pueden ser un poco mayores a menos que corresponda a colmenas modernas.

Recolección de la Miel

“Cuando se efectúa la recolección de la miel y se encuentra un cuadro cuyas celdillas están abiertas, siempre asalta la duda de si la miel que contienen ya está madura, un método para saberlo consiste en sacudir el cuadro, así, si alguna miel salta de las celdillas están ante un signo inequívoco de que el producto aun contiene demasiada humedad y no es apto para su recolección y, por tanto, el cuadro debe ser devuelto a la colmena para que continúe su proceso de maduración”¹⁹

Los medios que se pueden utilizar para alejar a las abejas que se movilizan en los cuadros son mediante la aplicación de un humeador, utilizando un cepillo de cerdas suaves o también con un ventilador.

Los pasos que conciernen a la recolección de la miel desde los panales son:

- **Desopercular**, que se refiere a cuando las abejas recubren la miel que se encuentra en estado de maduración con una fina capa denominada opérculo, y se debe de retirar con ayuda de un cuchillo especial y un rodillo con pinchos debido a la viscosidad de la miel.
- **Extracción**, los cuadros que contienen la miel son insertados en un extractor que a través del centrifugado realiza la separación de la miel con las celdas.

¹⁹ Valcuende, C. (16 de Noviembre de 2007). Entorno Rural. Recuperado el 2 de Octubre de 2013, de <http://entornorural.blogspot.com.es/2007/11/la-extraccion-de-la-miel-de-brezo.html>

- **Filtrado**, que se lo realiza con el fin de eliminar cualquier tipo de residuos por medio de una serie de filtros.
- **Decantación**, donde se deja reposar la miel entre uno a tres días en un madurador haciendo con dicho proceso que se eliminen las impurezas que queden y también las burbujas de aire.
- **Envasado**, una vez que se ha decantado, se lo envasa en recipientes de cristal dependiendo de la presentación que se requiera, éste proceso se lo puede realizar de manera manual o automático.

De acuerdo a las descripciones se establece la extracción de la miel como una serie de procesos cuyo objetivo es el de retirar la miel de los cuadros y envasarla en recipientes de manera natural para mantener sus propiedades intactas.

1.2 Producción de Miel de Abeja en la Provincia de Manabí

“En la vía que conecta Montecristi con Jipijapa existe un sitio llamado Sancán, en el cual el olor a maíz y yuca atrae a los viajeros, a lo largo de la carretera pequeños hornos están a la espera de que lleguen los comensales dispuestos a saborear las deliciosas tortillas elaboradas con los principales productos de la zona, éste es uno de los tres negocios que se han asentado en la ruta”²⁰

En la misma carretera, con dirección Jipijapa – Montecristi después de Sacán aproximadamente a cinco minutos se encuentra el Recinto Quimís, considerado como tierra de apicultores, en donde sus pobladores se han dedicado a la apicultura desde hace ocho años, con el fin de comercializar el producto en la vía y su valor oscila entre los 5, 8 y hasta los 10 dólares.

²⁰ Diario el Telégrafo. (19 de Julio de 2011). PP el Verdadero. Recuperado el 17 de Octubre de 2013, de <http://www.ppelverdadero.com.ec/mi-pais/item/carreteras-de-manabi-se-han-convertido-en-una-vitrina.html>

En el recinto Quimís los productores se han asociado con el fin de obtener mejores beneficios al momento de vender sus productos, cuando recién se iniciaron las actividades apícolas se tomaban las abejas de árbol, hasta que mediante charlas otorgadas por prolocal permitieron mejorar las técnicas aplicadas.

Para todos los consumidores se considera a la miel de abeja producida en esta zona como pura y silvestre ya que es procesada de manera natural y no tiene componentes que rebajen su calidad. El negocio de la miel de abeja es rentable aunque durante el mes de marzo la producción es baja en relación a lo que se necesita para satisfacer la demanda.

Por medio de la asociación que existe en el Recinto Quimís quienes la integran reciben charlas de asesoría técnica y ayuda para mejorar los procesos de recolección de miel de abeja, para así no disminuir la calidad del producto y mantener un buen ritmo de ventas.

Dentro de la provincia de Manabí se ubica otro sitio en el que sus pobladores se dedican a la apicultura, se trata del denominado Santa Clara, y se encuentra localizado en el kilómetro 11 ½ vía Portoviejo – Santa Ana.

El Sitio Sosote geográficamente ubicado en el Cantón Rocafuerte, tiene como actividades económicas las artesanías de barro, la comida típica y la producción y comercialización de miel de abeja, es así que de los 10 comuneros que se dedican a la apicultura 5 son expertos en esa actividad y los 5 restantes son empíricos y la practican como medio de subsistencia; el motivo por el cual no están asociados es debido a la falta de información técnica acerca de la actividad.

1.3 Importancia de las comercializadoras en las actividades económicas

“La distribución comercial es el conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido

comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto sea este un bien o servicio hasta el consumidor”²¹

La comercialización es un factor clave para la venta de cualquier tipo de producto, es así el caso del Recinto Quimís donde la producción de Miel es ofrecida al público al pie de la carretera con el fin de que el posible cliente tenga contacto visual con el mismo y se produzca la necesidad de adquirirlo.

“La distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo, por ejemplo, una bebida refrescante tiene un valor por su marca, imagen entre otros, la distribución comercial aumenta el valor tiempo y valor lugar poniéndola a disposición del cliente en el momento y lugar en que la necesita o desea comprarla”²²

Por ende los medios de comercialización al incluir gastos en activos fijos y variables hacen que el precio del producto aumente en este caso el de la miel de abeja.

Para que dentro de la gestión comercial se realicen las ventas, no es suficiente solo tener un producto con un precio cómodo, se deben realizar las respectivas estrategias de marketing entre las cuales se distinguen la comercialización y la distribución, mediante la primera se establecen los medios para que el consumidor sepa de la existencia del producto y de esta manera surja la necesidad de adquirirlo, y con la distribución se pone el producto a disposición del consumidor de esta manera se cierra la cadena de valor.

“Las decisiones sobre distribución tienen para la empresa un carácter estratégico, ya que no es tan fácil modificar un canal de distribución como pueda serlo actuar sobre otras variables, son aspectos regulados por vínculos contractuales en el caso de que intervengan otras empresas, o que

²¹ RODRÍGUEZ ARDURA, Inma. (2006). Principios y Estrategias de Marketing. España.

²² Molinillo Jiménez, S. (2014). Distribución comercial aplicada 2ª ed. Madrid - España: ESIC Editorial.

han exigido cuantiosas inversiones para el desarrollo de una red propia, y por ello, las modificaciones sólo se pueden contemplar en el largo plazo”²³

Durante el proceso de desarrollo de la empresa no es conveniente variar el concepto de la distribución en el corto plazo ya que se pueden atraer pérdidas para la mismas, pero dentro del sistema comercial que se maneja hay ciertos detalles que pueden ser alternados en el corto plazo como son los márgenes de los distribuidores, acciones promocionales, entre otros.

“Las comercializadoras, desempeñan un importante papel en el desenvolvimiento económico de una población, con cierta frecuencia se formula una crítica contra las estructuras de distribución que utilizan las comercializadoras, basada en la diferencia que existe entre el precio de venta del fabricante o productor y el precio final de venta al público”²⁴

Dicha crítica es infundadas, en la medida de ese margen de precio debe de servir como retribución al conjunto de funciones que realizan las comercializadoras, en el proceso de distribución constituyéndose en un beneficio bajo para el intermediario.

Como otro punto cuanto mayor es el beneficio del servicio ofrecido por los distribuidores de productos el costo del proceso aumentara pro los beneficios ofrecidos, Así, por ejemplo, un sistema de distribución con un mayor número de puntos de venta, lo que supone al consumidor desplazamientos más cortos para adquirir el producto, implica un sistema de distribución más costoso.

“En los procesos de desarrollo se observa una doble tendencia, de una parte, las comercializadoras, racionalizan la distribución, reduciendo sus costes mediante establecimientos de mayor tamaño, mejor gestión de compras, reducción de inventarios, sistemas de transporte más eficientes,

²³ Soret Los Santos, I. (2006). Logística y marketing para la distribución comercial. Madrid - España: ESIC Editoriales.

²⁴ Castillo Serna, C. (2005). Estrategias de gestión comercial. Fundación EOI.

entre otros, lo que supone una posibilidad de reducir los márgenes comerciales, por otra parte, los consumidores exigen un mejor servicio en los establecimientos de distribución, y la respuesta a esta exigencia es incurrir en mayores costes de distribución, estas tendencias coexisten en el mercado, en la medida en que los consumidores no son todos homogéneos y existen segmentos diferenciados”²⁵

Las comercializadoras, la mayor parte del tiempo pertenecen al comercio mayorista pero presentan una dependencia hacia los minoristas para la distribución de sus productos, este segmento de comercio se lo describe como los compradores de productos en grandes cantidades a fabricantes o importadores directamente, sin embargo, vende unidades individuales o pequeñas cantidades al público en general, normalmente, en un espacio físico llamado tienda; también se les llama detallistas.

“Los minoristas se encuentran al final de la cadena de suministro, los responsables de marketing comprenden el comercio minorista dentro de su estrategia global de distribución, las tiendas pueden estar en zonas residenciales, zonas comerciales o también integradas en centros comerciales”²⁶

1.4 El Cantón Rocafuerte

El cantón Rocafuerte tiene su historia donde en 1890, a 2 Km, del mar se encontraron unas chozas en la parroquia, y se empezó a desarrollar un asentamiento con gente, que venía desde Colombia y Limones.

El 5 de julio de 1954 se aprueba la ordenanza de creación de la Parroquia Rocafuerte, siendo Alcalde de Esmeraldas el Sr. Rómulo Salas Pazmiño, y el 27 de Agosto de 1955 se genera su promulgación en el Registro Oficial No. 906.

²⁵ Briones Bonilla, L. (2010). Gestión de Comercialización. San José - Costa Rica: Editorial Universidad estatal a distancia de San José.

²⁶ Gabín, A. (2004). Gestión comercial y servicio de atención al cliente. España: Thomson Editores.

El cantón Rocafuerte está considerado como el lugar con mejores dulces en la provincia, tanto así que actualmente se elaboran más de 300 variedades.

Los más buscados son los alfajores, bocadillos, dulces de guineo, de higo, camote, el rompopo, y muchas otras delicias que han cruzado las fronteras de Manabí y el país.

Imagen # 1.1



Fuente: www.manabi.gob.ec

Rocafuerte cuenta con una población de 37.500 habitantes y se encuentra situado a 20 km de la capital de Manabí, cuanta con 55 comunidades y es un sector eminentemente agrícola y ganadero.

Rocafuerte es se caracteriza por tener una productividad magnifica y es considerado como un valle fecundo y la producción lo cual se basa en tres líneas principales que son:

- La agropecuaria
- El comercio
- La industria y manufactura
- La enseñanza

- La construcción

Amas de estas también se presentan otras ramas de desarrollo y sustento económico, que son la administración pública, las actividades comunitarias y sociales y de salud hoteles, restaurantes, inmobiliarias y empresarial

Cuenta con atractivos turísticos como Sosote, donde se elaboran artesanías de tagua; San José de las Peñas con su Virgen Blanca, y los humedales de Tabacales y San Eloy.

1.4.1 El Sitio Sosote

“El Sitio Sosote se divide en tres barrios denominados, San Juan, Centro y San Pedro, en este último se comercializan ollas de barro, morcillas, bollos, tortillas de maíz, torta de maní y otros productos típicos”²⁷

El sitio Sosote es considerado con una zona de cultura y gastronomía lleno de historia y llamativo para los turistas.

“En el sitio, al menos seis negocios de venta de ollas de barro están al borde de la vía Portoviejo-Crucita, Francisco Valencia, quien desde hace dos años se dedica a comercializar estos productos, dice que todavía hay personas aferradas a costumbres antiguas que utilizan estas ollas”²⁸

No solamente por las costumbres se da la compra de estas ollas de barro, en muchos hogares son usadas para decorara cocinas y jardines haciéndolos más llamativos.

“En Sosote no existe sistema de alcantarillado, pese a los muchos pedidos realizados al Municipio de Rocafuerte, se quejan los moradores, los otros

²⁷ Diario El Universo. (17 de Julio de 2004). Sosote surge como centro artesanal y de comidas. Recuperado el 5 de Septiembre de 2013, de

<http://www.eluniverso.com/2004/07/17/0001/12/7442CAA3CEEA44BD9889BCAC96FB8595.html>

²⁸ MANABI ES ECUADOR. (2 de Febrero de 2011). Ollas de barro en Sosote Rocafuerte. Recuperado el 16 de Octubre de 2013, de <http://actividadesculturalesmanabi.blogspot.com/2010/04/ollas-de-barro-en-sosote.html>

servicios, como agua entubada, energía eléctrica y teléfonos están a disposición de los habitantes, aunque no todos los poseen”²⁹

El olvido de este sector turístico por parte del gobierno autónomo descentralizado, es notorio por la carencia en los servicios básicos.

1.4.1.1 Importancia del Sitio Sosote

Su importancia se centra en el fomento del desarrollo económico del cantón Rocafuerte, es así que los talleres de alfarería no significa únicamente un sustento para el propietario sino que para toda la comunidad pues en cada local laboran de siete a quince operadores.

Debido a la importancia del sitio Sosote los moradores solicitan a las autoridades correspondientes que se les ayude a promocionarse pues desean convertirse en un futuro cercano en un centro regional artesanal.

1.5 Actividades Económicas en el Sitio Sosote

En el sitio Sosote tienen como una de las actividades principales la elaboración de ollas de barro además de las artesanías fabricadas en tagua como son figuras de animales, pulseras, collares, entre otros, además también se fabrican sillas de tijera y las conocidas perezosas.

La elaboración de artesanías en taguas se inició desde hace 210 años en Sosote, donde se desarrollan talleres en los cuales laboran diariamente 305 personas.

También hay locales comerciales donde se vende comida. Uno de ellos es el Palacio de la Morcilla, de María Solórzano, quien durante 23 años desarrolla esta labor.

²⁹ El Diario Manabita. (8 de Mayo de 2013). Protestan por el servicio de agua en Sosote y otras comunas. Recuperado el 14 de Junio de 2013, de <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/263669-protestan-por-el-servicio-de-agua-en-sosote-y-otras-comunas/>

También se venden morcillas, tortillas, bollos, torta de maní, cuajada y morcilla, donde a los artesanos no solo trabajan figuras de adorno sino botones, que tienen gran demanda en los centros de confección de las ciudades.

La morcilla (salchicha elaborada con los intestinos de chanco y rellena con arroz, plátano y maní) se ofrece por libras o en porciones que van desde un dólar, entre otros.

1.6 Actividades Económicas en el Sitio Sosote

En el sitio Sosote tienen como una de las actividades principales la elaboración de ollas de barro además de las artesanías fabricadas en tagua como son figuras de animales, pulseras, collares, entre otros, además también se fabrican sillas de tijera y las conocidas perezosas.

La elaboración de artesanías en taguas se inició desde hace 210 años en Sosote, donde se desarrollan talleres en los cuales laboran diariamente 305 personas.

También hay locales comerciales donde se vende comida. Uno de ellos es el Palacio de la Morcilla, de María Solórzano, quien durante 23 años desarrolla esta labor.

También se venden morcillas, tortillas, bollos, torta de maní, cuajada y morcilla, donde a los artesanos no solo trabajan figuras de adorno sino botones, que tienen gran demanda en los centros de confección de las ciudades.

La morcilla (salchicha elaborada con los intestinos de chanco y rellena con arroz, plátano y maní) se ofrece por libras o en porciones que van desde un dólar, entre otros.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Investigación de mercado

En todo proyecto que se refiere a comercialización y rentabilidad de cualquier producto o servicio se debe realizar un estudio de mercado mediante el cual se conocerá la aceptación que se tenga ante el público; y poder determinar la demanda existente y necesaria para la creación de la empresa de comercialización y distribución de miel de abeja; para tales efectos, es necesario partir de la conceptualización de lo que es un estudio de mercado, pues este se refiere a dos ideas relativas a las transacciones comerciales.

Para poder dar referencia de lo que trata el estudio de mercado, se deben analizar las dos palabras por separado, por una parte el mercado se trata de un lugar físico mismo en el cual se realizan las actividades de vender y comprar productos, o en algunos casos servicios, en vista de esto, en éste lugar se instalan diversos tipos de vendedores que ofrecen diversidades productos o servicios, en tanto que ahí concurren los compradores con el fin de adquirir dichos bienes o servicios, denominándose al estudio de mercado como un lugar físico.

Además, el mercado hace referencia a las transacciones de un tipo de bien o servicio, en cuanto a la relación existente entre la oferta y la demanda de dichos bienes o servicios, como es el caso de este estudio ya que para la creación de una empresa comercializadora y distribuidora de miel de abeja, se debe de tomar en cuenta la estrecha relación que existe entre la demanda y la oferta de los consumidores para este producto.

Por tanto, el mercado es la evolución de un conjunto de movimientos a la alza y a la baja que se dan en torno a los intercambios de mercancías

específicas o servicios y además en función del tiempo o lugar, ya que de acuerdo con la oferta, los mercados pueden ser de mercancías o de servicios, y al estudiar su comportamiento se determina la viabilidad y rentabilidad que puede generar ejecución o no un determinado proyecto.

Los aspectos que se consideran para elaborar el estudio de mercado son los que se detallan mediante el siguiente gráfico:

Gráfico # 2.1



Elaborado por: Las Autoras de Tesis

2.1.1 . Análisis de la Demanda

La implementación de una empresa comercializadora y distribuidora de miel de abeja en el Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte debe de tomar en consideración el mercado-meta al cual se quiere llegar y por tanto la competencia que existe para este tipo de producto.

Por ejemplo además del mercado a que se planea dirigir el producto, se debe identificar la diversidad de mercados alternativos donde la miel de

abeja puede ser utilizada como materia prima y elaborar otro tipo de productos.

El objetivo de evaluar el tamaño actual y futuro de los mercados alternativos es para proceder a la elección del o los más idóneos en que se pueda ejecutar a cabalidad el proyecto.

La demanda es el volumen total de compras que realiza una población específica sobre el producto, este nivel de compras es medible durante un lapso de tiempo y condiciones de entorno determinados para un plan de marketing previamente definido.

La demanda es la aceptación y consumo que tendrá por parte del público a un precio determinado y que éstos están dispuestos a adquirir.

En este punto interviene la variación de precios que se da por efecto de los volúmenes a ser consumidos.

Mientras mayor sea el volumen de compra se debe obtener un menor precio. Bajo estas circunstancias es como se llegan a satisfacer las necesidades de los consumidores frente a la oferta de todos los vendedores.

Uno de los requisitos fundamentales del estudio de mercado es conocer la demanda, pues se debe tener conocimiento sobre cuántos clientes están dispuestos a adquirir el producto y cuál es el precio idóneo para ellos.

Por tanto se puede concluir, que la demanda de un producto está definida por las exigencias en calidad y precio, además del poder adquisitivo de cada persona.

2.1.1.1 Distribución Geográfica del Mercado de Consumo

Por ubicación geográfica el mercado objetivo al que se planea satisfacer es a los habitantes de los cantones Rocafuerte, Portoviejo y Santa Ana, dotándoles de un producto de buena calidad y costos accesibles.

Éste proyecto está enfocado principalmente a satisfacer la demanda de los cantones antes descritos, pero también se proyecta a ofertar el producto en los demás cantones de la Provincia.

2.1.1.2 Proyección de la Demanda

Para determinar la demanda se establecen los datos contenidos en el siguiente cuadro de acuerdo a las encuestas:

Tabla # 2.1

DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA			
	SI	NO	TOTAL
Compra Miel de Abeja	84,75%	15,25%	100,00%
Consume Miel de Abeja	92,25%	7,75%	100,00%

Fuente: Preguntas 1 y 2 de la encuesta a la población

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

El mercado meta se establece de acuerdo a la información recogida mediante las encuestadas:

Tabla # 2.2

MERCADO META				
	Terceros	Lugar de	Otros	Total
	Producción			
Adquiere el Producto	16,50%	25,50%	58,00%	100,00%

Fuente: Pregunta 6 de la encuesta a la población

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Desde un punto de vista comercial se puede identificar que el 15,25% de la población será el mercado objetivo ya que no compran miel de abeja, y

mediante la pregunta 6 reflejada en la tabla 2.2 el 42,00% adquieren el producto mediante terceros y el lugar de producción y se verían beneficiados con la instalación de la empresa de distribución y comercialización para que el producto llegue cerca de sus domicilios en las tiendas cercanas, por tanto el objetivo real de la empresa será direccionado a quienes no compran la miel de abeja y una posible demanda que otorgaría rentabilidad adicional a la empresa sería parte del 42,00% de la población de la tabla 2.2.

Como el producto será consumido por familias, a continuación se presenta la demanda en número de familias:

Tabla # 2.3

Determinación del Número de Familias	
Demanda Insatisfecha	55.076
Promedio de personas por Familia	4
Número de Familias	13.769

Fuente: Tabla # 2.1

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Del número de familias que se considera van a consumir el producto que se comercializará a través de la empresa motivo de ésta investigación se establece el siguiente cuadro explicativo en base a los porcentajes obtenidos mediante las encuestas:

Tabla # 2.4

ESTIMACIÓN DE PRODUCCIÓN		
# De familias	Promedio unitario de litros de miel en el año	Promedio total de litros de miel en el año
3.119	1,5	4.678,50
2.429	3,5	8.501,50
4.426	5,5	24.343,00
2.808	7,5	21.060,00
987	8	7.896,00
Total litros en el año		66.479,00

Fuente: Pregunta 5 a de la encuesta a la población

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

De acuerdo a la encuesta realizada se obtuvieron los resultados demostrados en la tabla # 2.3 donde se promedia el total de personas por 4 que son el número general de integrantes por familia y el promedio de consumo de litros en el año se lo determinó mediante las respuestas obtenidas de la población, según la pregunta número cinco.

En conclusión la demanda que será medida en litros de miel de abeja, 66.479,00 litros anuales, de esta cantidad se establece que la comercializadora abarcará un 70% de la demanda establecida mediante la siguiente tabla:

Tabla # 2.5

Mercado Meta	
Descripción	Litros
Demanda Total (Litros)	66.479,00
Porcentaje	70,00%
Mercado Meta	46.536,00

Fuente: Tabla # 2.4

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

De acuerdo a la tabla 2.5 queda establecido que la cantidad de miel de abeja en litros por año que será satisfecha asciende a la cantidad de 46.536,00 litros. Dentro de la tabla 2.6 se demuestra en el lapso de 10 años cuál será la demanda del producto, calculado por litros de miel de abeja:

Tabla # 2.6

Proyección de la Demanda a 10 años			
Año	Demanda en Litros	Año	Demanda en Litros
1	46.536	6	74.948
2	51.190	7	82.443
3	56.309	8	90.688
4	61.940	9	99.757
5	68.134	10	109.733

Fuente: Tabla # 2.5

Elaborado por: Las autoras de Tesis

2.1.1.3 Tabulación de Datos de Fuentes Primarias

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

1. ¿Compra usted Miel de Abeja?

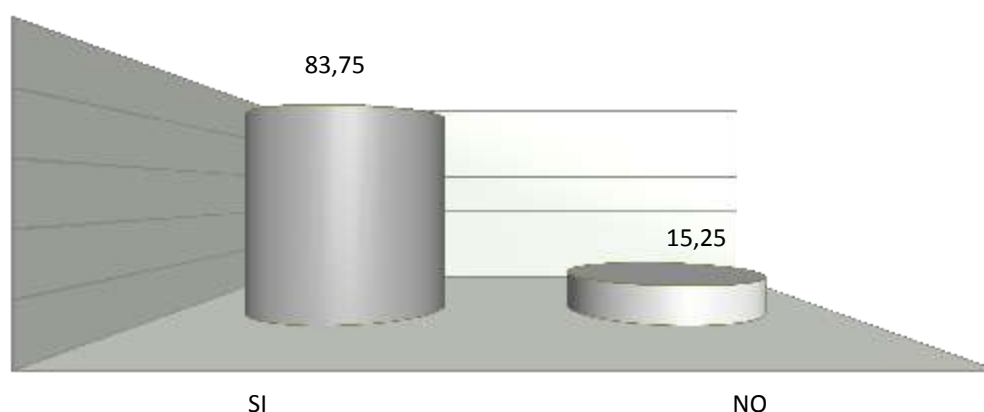
TABLA # 2.7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	339	84,75
NO	61	15,25
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.2



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas, respondieron a la presente pregunta con un 84,75% que si compran Miel de Abeja mientras que el 15,25% dijo no comprar la Miel de Abeja.

INTERPRETACIÓN: Generalmente la mayoría de las personas que fueron encuestadas determinaron que si compran la miel de abeja, ya que la miel posee grandes riquezas naturales muy beneficiosas para el ser humano.

2. ¿Consume usted Miel de Abeja?

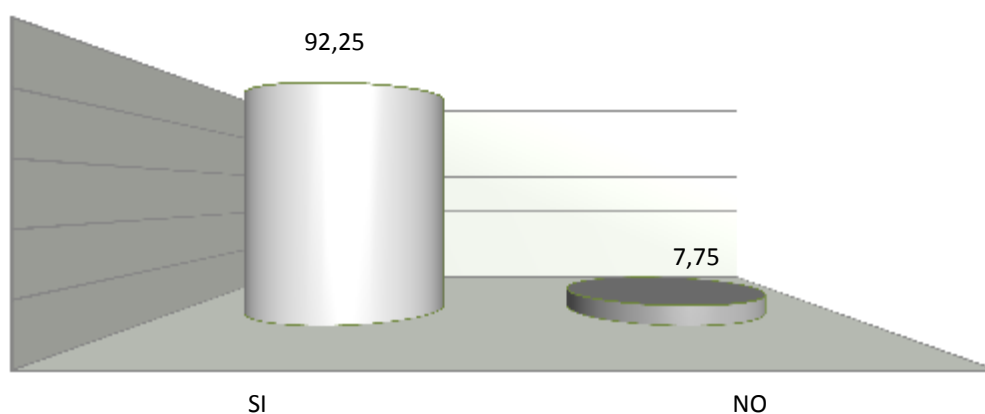
TABLA # 2.8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	369	92,25
NO	31	7,75
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.3



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca de la segunda pregunta que se refiere al consumo de la Miel de Abeja, en la cual el 92,25% dijo que si la consume, y el 7,75% no lo hacen.

INTERPRETACIÓN: Se obtuvo de las encuestas aplicadas que la mayoría de personas si ingieren Miel de Abeja, ya que el consumo regular de la miel mejora la asimilación de otros alimentos por ser muy digestiva.

3. ¿Conoce usted los beneficios de consumir Miel de Abeja?

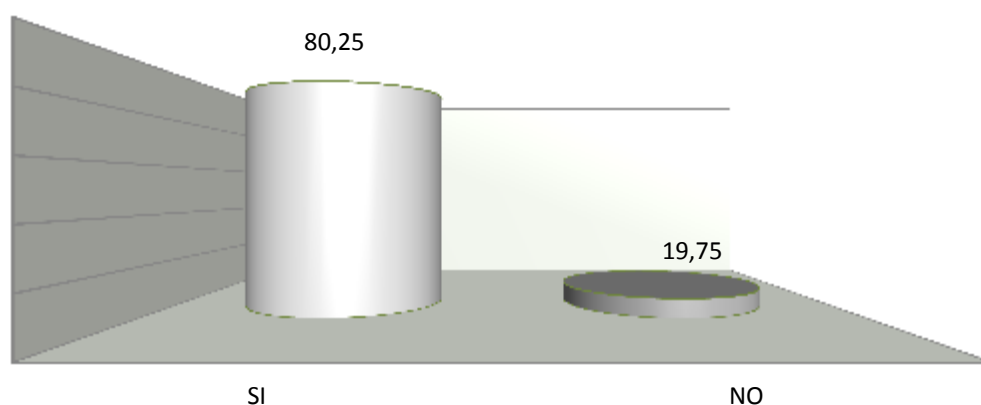
TABLA # 2.9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	321	80,25
NO	79	19,75
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.4



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca conoce usted los beneficios de consumir Miel de Abeja, en el cual el 80,25% ellos utiliza si saben el beneficio de la miel, y el 19,75% no lo conocen.

INTERPRETACIÓN: Se obtuvo de las encuestas aplicadas que la mayoría de personas conocen los beneficios de la Miel de Abeja, ya que tiene muchos beneficios para las personas, como por ejemplo para endulzar y preparar algunos alimentos, pero el principal beneficio de la miel se encuentra en sus propiedades antibacteriales, anti-inflamatorias, antisépticas y calmantes.

4. ¿Por cuál de los siguientes beneficios cree usted será más importante el consumo de la Miel de Abeja?

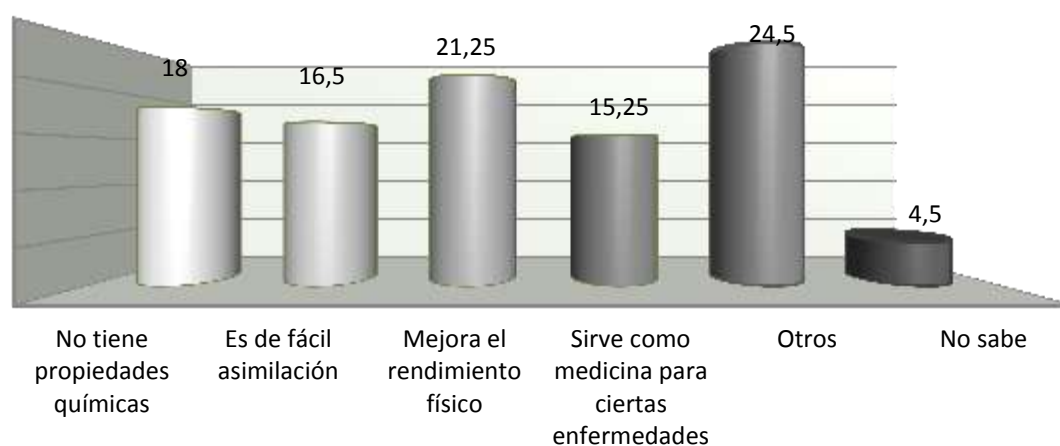
TABLA # 2.10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
No tiene propiedades químicas	72	18
Es de fácil asimilación	66	16,5
Mejora el rendimiento físico	85	21,25
Sirve como medicina para ciertas enfermedades	61	15,25
Otros	98	24,5
No sabe	18	4,5
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.5



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca por cuál de los siguientes beneficios cree usted será más importante el consumo de la Miel de Abeja, en el cual el 18% menciona porque no tiene propiedades, el 16,5% porque es de fácil asimilación, el 21,25% porque mejora el rendimiento físico, el 15,25% porque sirve como medicina para ciertas enfermedades, el 24,5% por la alternativa otros, y el 4,5% por la alternativa no sabe.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo con los resultados de la encuestas se tiene que de todos los beneficios que la miel tiene está que mejora el rendimiento físico de las personas y así mismo otros beneficios.

5. ¿Cuántos litros de Miel de Abeja compra usted para el consumo de su familia en el año?

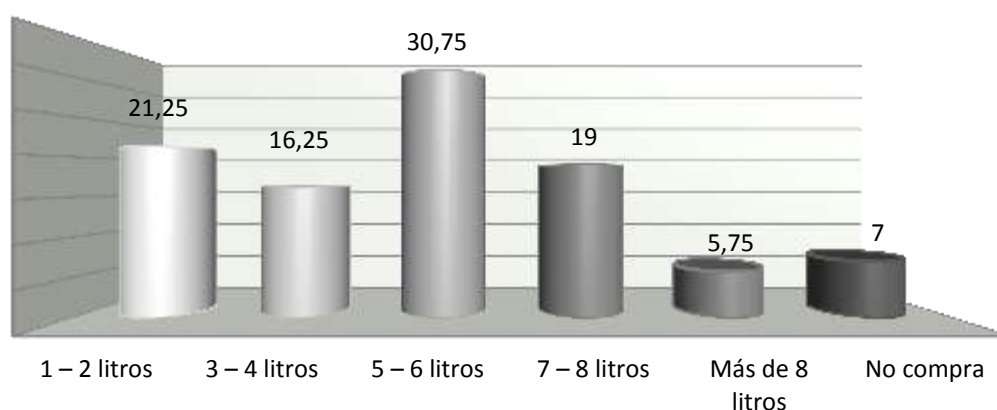
TABLA # 2.11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
1 – 2 litros	85	21,25
3 – 4 litros	65	16,25
5 – 6 litros	123	30,75
7 – 8 litros	76	19
Más de 8 litros	23	5,75
No compra	28	7
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.6



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca cuántos litros de Miel de Abeja compra usted para el consumo de su familia en el año, en el cual el 21,25% menciona que consume 1 – 2 litros, el 16,25% consume 3 – 4 litros, el 30,75% por la opción 5 – 6 litros, el 19% por la alternativa 7 – 8 litros, el 5,75% por la alternativa más de 8 litros y el 7% por la alternativa no compra.

INTERPRETACIÓN: Las personas encuestadas mencionan que consumen al año más o menos de 5 a 6 litros de miel, siendo uno de los mejores alimentos sanos disponibles al ser humano.

6. ¿Dónde adquiere la Miel de Abeja que usted y/o su familia consumen?

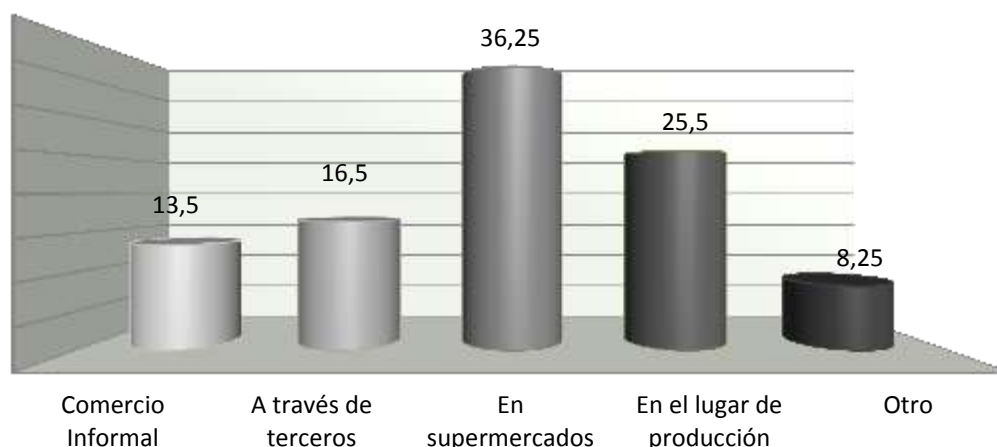
TABLA # 2.12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Comercio Informal	54	13,5
A través de terceros	66	16,5
En supermercados	145	36,25
En el lugar de producción	102	25,5
Otro	33	8,25
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.7



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca dónde adquiere la Miel de Abeja que usted y/o su familia consumen, en el cual el 13,5% menciona que por el comercio informal que se adquiere la miel de abeja, el 16,5% a través de terceros, el 36,25% en supermercados, el 25,5% en el lugar de producción, y el 8,25% por la alternativa otros.

INTERPRETACIÓN: Se obtuvo de las encuestas aplicadas que la mayoría de las personas adquiere la miel a través de los supermercados.

7. ¿Cuánto paga usted por adquirir cada medio litro de Miel de Abeja?

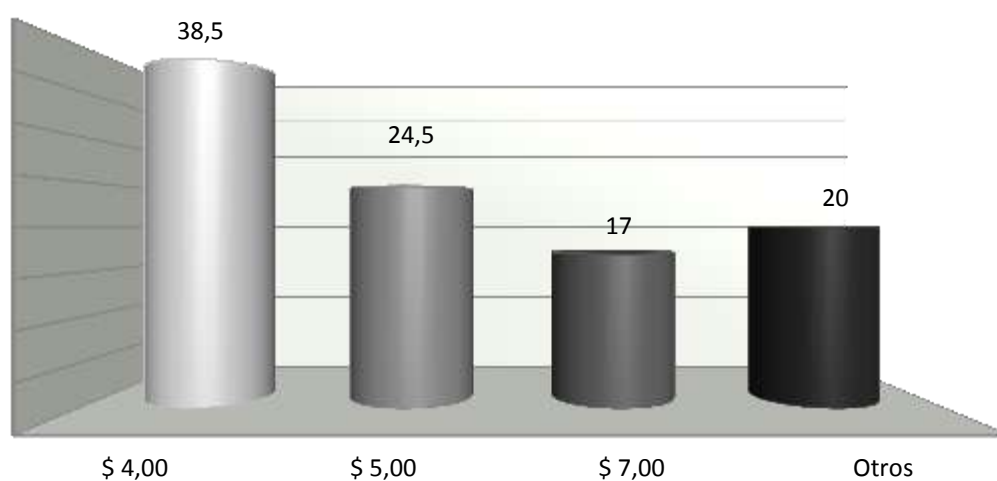
TABLA # 2.13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
\$4,00	154	38,5
\$5,00	98	24,5
\$7,00	68	17
Otros	80	20
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.8



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca cuánto paga usted por adquirir cada medio litro de Miel de Abeja, en el cual el 38,5% paga la miel de abeja a \$4,00, el 24,5% paga \$5,00, el 17% en por la alternativa 7,00\$, el 20,00% por la alternativa otros.

INTERPRETACIÓN: Se obtuvo de las encuestas aplicadas que la mayoría de las personas paga \$4,00 por adquirir cada medio litro de Miel de Abeja para su consumo

8. ¿En qué lugar considera usted es más fácil y seguro adquirir la Miel de Abeja?

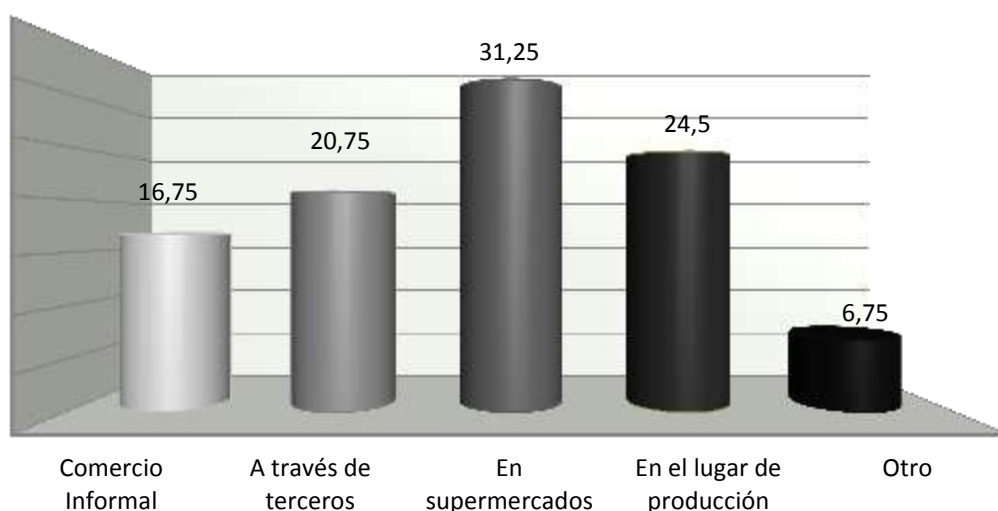
TABLA # 2.14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Comercio Informal	67	16,75
A través de terceros	83	20,75
En supermercados	125	31,25
En el lugar de producción	98	24,5
Otro	27	6,75
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.9



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca en qué lugar considera usted es más fácil y seguro adquirir la Miel de Abeja, en el cual el 16,75% lo adquiere en el comercio informal, el 20,75% a través de terceros, el 31,25% en supermercados, el 24,5% en el lugar de producción, y el 6,75% por la alternativa otros.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos de la aplicación de encuestas se determinó que más fácil y seguro adquirir la Miel de Abeja en los supermercados.

9. ¿Está usted de acuerdo con la propuesta de instalar una empresa de comercialización y distribución de Miel de Abeja en el Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte?

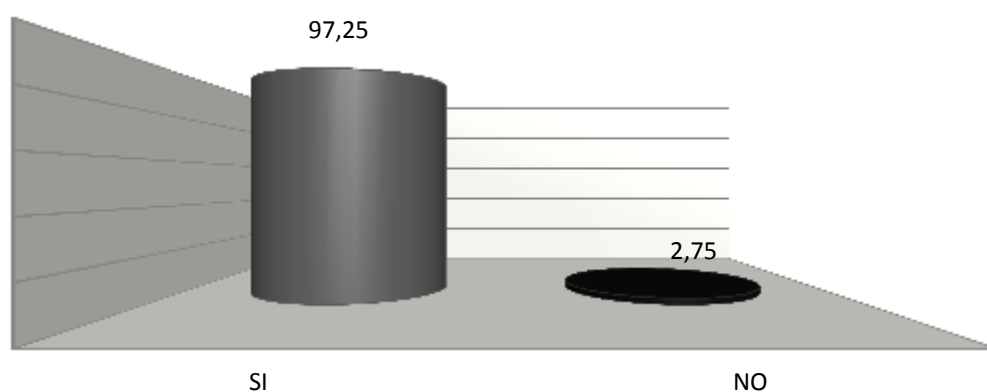
TABLA # 2.15

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	389	97,25
NO	11	2,75
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.10



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca está usted de acuerdo con la propuesta de instalar una empresa de comercialización y distribución de Miel de Abeja en el Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte, en el cual el 97,25% si está de acuerdo y el 2,75% por la opción no.

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los datos de la aplicación de encuestas las personas mencionaron que si está de acuerdo con la propuesta de instalar una empresa de comercialización y distribución de Miel de Abeja en el Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte.

10. ¿En qué medida cree usted que se vería beneficiada la situación económica del sitio Sosote con la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja?

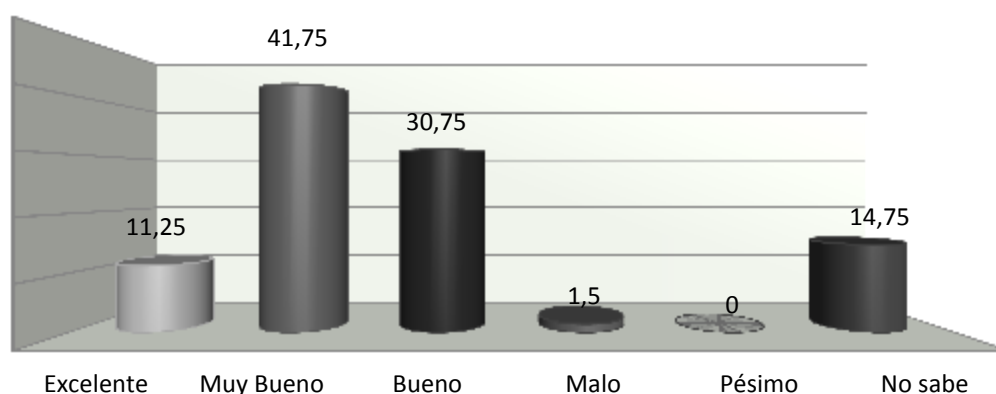
TABLA # 2.16

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
Excelente	45	11,25
Muy Bueno	167	41,75
Bueno	123	30,75
Malo	6	1,5
Pésimo	0	0
No sabe	59	14,75
TOTAL	400	100

Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

GRÁFICO # 2.11



Fuente: Publico objetivo

Elaborado por: Las autoras de Tesis

ANÁLISIS: Las personas encuestadas dieron su opinión acerca en qué medida cree usted que se vería afectada la situación económica del sitio Sosote con la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja, en el cual el 11,25% menciona que es excelente, el 41,75% dice que es muy bueno, el 30,75% por la opción bueno, el 1,5% por la alternativa malo, y el 14,75% por la alternativa no sabe.

INTERPRETACIÓN: En relación de los datos que se obtuvieron de la aplicación de encuestas se tiene que con la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja se va a tener una situación económica muy buena del sitio Sosote.

2.1.2 Análisis de la Oferta

La población se determinó en 361.150 personas comprendidas entre los cantones de Portoviejo, Rocafuerte y Santa Ana, según el censo poblacional del INEC en el año 2010; de acuerdo al análisis de la demanda, el mercado meta al cual irá dirigido el presente estudio, se establece en el 15,25% del total de la población mismo que se representa en 55.076 personas, de acuerdo al cuadro que se detalla a continuación.

Tabla # 2.17

Demanda Insatisfecha	
Población Total	361.150
Demanda Satisfecha	306.074
Demanda Insatisfecha	55.076

Fuente: Pregunta 1 de la encuesta a la población

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Dicha proyección está en base al total de la población, y sacando un promedio de cuatro personas por familia se tendría un aproximado de 13.769 familias en total a quienes se dirigiría el producto.

De acuerdo a la demanda por número de familias, con la pregunta 5 se determina el nivel de consumo que se tendrá para el producto, el cual se fija en 66.479 litros anuales, de los cuales se establece que la oferta será de 50.000 litros anuales, considerando esta producción dentro los niveles normales de carga laboral tanto para el personal como para las maquinarias.

De acuerdo a la pregunta número uno de la encuesta a la población se determina el nivel de demanda que se encuentra satisfecha por las marcas existentes en el mercado como son schullo y la casa de las abejas entre otras, y dichos valores se representan en la tabla # 2.18

Tabla # 2.18

Oferta Actual (Litros de Miel de Abeja)		
<i>Demanda Total</i>	436.000	100,00%
Demanda Insatisfecha	66.479	15,25%
Oferta Actual	369.521	84,75%

Fuente: Pregunta 1 de la encuesta a la población

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

De acuerdo a lo expresado en la tabla # 2.18 la oferta actual es de 369.521 litros de miel de abeja, lo cual satisface al 84,75% de la población, mientras que el 15,25% de la población que representa a la demanda insatisfecha corresponde a 66.479 litros de Miel de Abeja.

2.1.2.1 Características de los principales prestadores del servicio

Los principales prestadores del servicio son los supermercados que expenden la miel de abeja de marcas registradas tales como schullo y la casa de las abejas, además en lo que respecta al comercio informal, la miel se vende a las orillas de las carreteras envasadas en botellas plásticas que normalmente son para agua o en botellas de vidrio que han sido usadas para bebidas energéticas de la marca gatorade.

Normalmente la marcas de miel que se ofertan en los principales supermercados, tienen una composición química que no corresponde a miel natural de abejas, es decir, no estarían cumpliendo con la “Norma INEN 1572”, la cual especifica que “La miel de abejas es la sustancia dulce producida por las abejas a partir del néctar de las flores y exudaciones de otras partes vivas de las plantas o presentes en ellas y que dichos insectos la recogen, transforman, combinan con sustancias específicas y la almacenan después en panales”³⁰; por tanto se prohíbe, “El uso de aditivos tales como: colorantes, acidificantes, aromatizantes, espesantes, sustancias conservadoras, endulcolorantes naturales o sintéticos”³¹; pero de acuerdo a los reglamentos sanitarios, estos productos cumplen con todas las

³⁰ INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN. (1988). Miel de Abeja. Quito – Ecuador.

³¹ INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN. (1988). Miel de Abeja. Quito – Ecuador.

especificaciones técnicas de salud exigidas por los organismos de control competentes para su normal expendio.

Una de las causas y tal vez la principal de que se de estas anomalías en cuanto al expendio de miel de abeja, es debido a la reducción en los niveles de producción de miel, por estas circunstancias los apicultores no logran satisfacer la demanda del mercado nacional.

Además existe una falencia en cuanto a la política de desarrollo misma que no fomenta la actividad de los apicultores, por tanto las empresas se ven obligadas a recibir el producto adulterado con baja calidad y pocas garantías de pureza, mientras que al público consumidor le hacen creer que el producto es 100% puro.

Por tanto considerando lo antes expuesto, se debe emplear una campaña de comercialización que permita conocer a los posibles clientes la calidad y la procedencia del producto que planean consumir, una de estas marcas de garantía será el nombre del apicultor responsable de esa producción mismo que deberá estar registrado en la página web de la Federación Nacional de Apicultores del Ecuador (FENADE), www.fenade.com

2.1.2.2 Proyección de la Oferta

De acuerdo a lo establecido en la tabla 6 la demanda en litros que se deberá satisfacer es de 46.536 que equivale al 70,00% de la demanda total en litros.

Para poder satisfacer la demanda, se determina que la oferta de la comercializadora y distribuidora de miel de abeja será de 50.000 litros durante el primer año de producción, y para los siguientes años se establece la siguiente tabla de proyección de oferta a 10 años:

TABLA # 2.19

Oferta Proyectada a 10 años			
Año	Oferta en Litros	Año	Oferta en Litros
1	50.000	6	80.526
2	55.000	7	88.579
3	60.500	8	97.437
4	66.550	9	107.181
5	73.205	10	117.900

Fuente: Tabla # 2.5

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

2.1.3 Análisis de Precios

En los supermercados, las marcas de miel de abeja reconocidas en el país expenden el producto en presentaciones de 300ml. a un precio aproximado de \$7,00 (SIETE 00/100 DÓLARES AMERICANOS), mientras que en el comercio informal se vende la miel de abeja envasada en botellas de bebida energética de la marca Gatorade con un contenido de 473ml a un precio aproximado de \$5,00 (CINCO 00/100 DÓLARES AMERICANOS),

2.1.4 Determinación del Costo Promedio

Para la determinación del costo promedio se estiman los rubros concernientes a mano de obra, tiempo de elaboración, cosecha, envasado, y distribución, considerando todos estos aspectos para los apicultores el costo oscila entre los \$2,50 (DOS 50/100) a \$3,00 (TRES 00/100) dólares cada medio litro de miel, permitiendo así tener una ganancia al comerciante de aproximadamente \$2,00 (DOS 00/100 DÓLARES AMERICANOS) por cada medio litro vendido.

2.1.5 Comercialización

La comercialización del producto se basará en, contactar con las principales tiendas de los diversos puntos donde se han recolectado los datos mediante las encuestas, para que sean el punto central de acopio donde los consumidores finales puedan adquirir el producto, teniendo en cuenta que éste es de buena calidad y sin químicos adicionales.

Así mismo como se contacta con los puntos de ventas, en el lugar de producción se reúne a los apicultores para que la producción sea direccionada a través de la empresa comercializadora, y de ésta manera obtengan su ganancia con menor esfuerzo al momento de vender la miel de abeja.

2.1.6 Distribución

Para poder lograr una optimización de los recursos de la empresa, la distribución se la realizará de acuerdo a un cronograma preestablecido mediante el cual se logrará obtener ganancias en las ventas y ahorro en los gastos operativos para esto se determina el siguiente calendario:

TABLA # 2.20

CRONOGRAMA DE DISTRIBUCIÓN DE MIEL DE ABEJA		
CANTÓN	DÍAS DE TRABAJO	HORARIO DE TRABAJO
Rocafuerte	Lunes	08:30 – 12:30 / 14:00 – 18:00
Portoviejo	Martes y Miércoles	08:30 – 12:30 / 14:00 – 18:00
Santa Ana	Jueves y Viernes	08:30 – 12:30 / 14:00 – 18:00

Fuente: Las Autoras de Tesis

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

De acuerdo al cronograma establecido se realizarán las entregas respectivas y la toma de los siguientes pedidos que requieran los clientes.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO – AMBIENTAL

3.1 Tamaño del proyecto

Al referirse al tamaño del proyecto nos estamos refiriendo a la capacidad de producción, que soportar le empresa que se encuentra ubicada en el Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte, en un tiempo determinado de funcionamiento, para tener dicho conocimiento de deben tomar en consideración variables con las cuales se determinaran el tamaño, la dimensión y característica del mercado, la tecnología a emplear durante el proceso productivo, la disposición de insumos y materia prima necesarios, la localización, los costos de inversión y de operación, además se debe considerar el espacio físico, para lo cual se deberá invertir en un terreno en el cual se construirá la edificación con la que operará el negocio de comercialización de miel de abeja y además se deberá contar con la colaboración del personal calificado y necesario para todo el proceso y sacar adelante el proyecto.

Dentro de la definición del tamaño del proyecto, se toma en cuenta la capacidad máxima, la cual se define técnicamente si es viable y generalmente pertenece a la capacidad instalada, de acuerdo a las garantías proporcionadas por el abastecedor, para obtener las cifras de producción máximas, se van a necesitar horas extraordinarias de trabajo, así como consumos excesivos, lo cual aumentaría los costos de operación.

Se considera dentro de la capacidad de la planta la denominada “capacidad normal” la cual se alcanza dentro de los horarios estándar de trabajo tomando en cuenta el sistema de gestión aplicado.

La decisión sobre el tamaño de un proyecto puede tomarse en base a aproximaciones confiables las mismas que se estipulan de acuerdo a las

encuestas aplicadas para realizar el respectivo estudio de mercado. El modelo de la máxima utilidad, que es el más comúnmente utilizado, propone una estimación de las ventas y costos asociados a distintas alternativas de tamaños, donde se opta por el que maximiza la utilidad, optimizando al máximo los recursos a utilizar; mediante la recolección de información conseguida con las encuestas se determinará la capacidad de producción que tendrá la planta para que pueda ser satisfecha la demanda misma que se deberá considerar los niveles mínimos y máximos.

3.2 Capacidad del proyecto

De acuerdo al estudio de mercado aplicado para el presente proyecto, se considera que al año se deben producir 46.536 litros de miel para satisfacer el 70% de la demanda total, la cual es la que se planea abarcar, y considerando que podría haber alguna variación en la demanda actual la oferta será de 50.000 litros de miel al año; con estos aspectos a considerar la maquinaria a adquirir deberá tener una capacidad máxima para procesar y embotellar un aproximado de 67.000 litros de miel de abeja trabajando al 100% de su capacidad, con el fin de cubrir la demanda futura.

La capacidad del proyecto estará destinada a la comercialización y distribución de la Miel de Abeja por tanto se deberá contar con el espacio físico necesario para poder almacenar la producción recibida de los productores y que ésta sea envasada y etiquetada para que llegue a los minoristas y por consiguiente al consumidor final.

3.3 Localización del proyecto

Lo concerniente a la localización del proyecto es un factor muy importante puesto que aquí es donde se detalla el sitio exacto donde estará ubicada la microempresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja, que para el presente caso se ha escogido el sitio Sosote del Cantón Rocafuerte, el mismo que se seleccionó por tener en sus territorios varias fincas dedicadas

a la apicultura lo que permite reducir costo en adquirir el producto y así mismo su ubicación permite distribuir con facilidad a los minoristas.

Para la comercialización de la miel de abeja, se considera realizar una distribución a los Cantones de Rocafuerte, Portoviejo y Santa Ana con lo que se considera de acuerdo al Censo Poblacional del INEC 2010 de 361.150 habitantes. En el ámbito comercial se cuentan entre todos los cantones con un número aproximado de 31 mini market y 189 tiendas, quienes contribuyen a mejorar el desarrollo económico de los mismos.

El Sitio Sosote se encuentra ubicado a 20 minutos del Cantón Portoviejo y a 10 minutos del Cantón Rocafuerte por lo cual favorece a la distribución de la miel de abeja a estos cantones.

La ubicación exacta donde se edificará el local donde funcionará la microempresa para la distribución y comercialización de miel de abeja será en el Sitio Sosote al paso de la vía Portoviejo – Crucita a la altura de la entrada al Sitio Puerto Loor del Cantón Rocafuerte en una propiedad que tiene un área 200 m², misma que estará distribuida en 10 metros de frente y 20 metros de fondo y para la construcción se utilizará la totalidad del mismo.

Este proyecto es de importancia, debido a que su finalidad además de generar ingresos para el negocio, atraer clientes y ganar espacio en el mercado local y regional, es una alternativa para el desarrollo del sitio Sosote, dotándoles de trabajo a muchas personas del lugar además de fortalecer las relaciones comerciales de los apicultores de la zona.

3.3.1 Macrolocalización

El Cantón Rocafuerte es una ciudad perteneciente al Ecuador, ubicado específicamente en la Provincia de Manabí, en la parte occidental del territorio ecuatoriano. En la cabecera cantonal se encuentran las principales instituciones y organizaciones del Cantón.

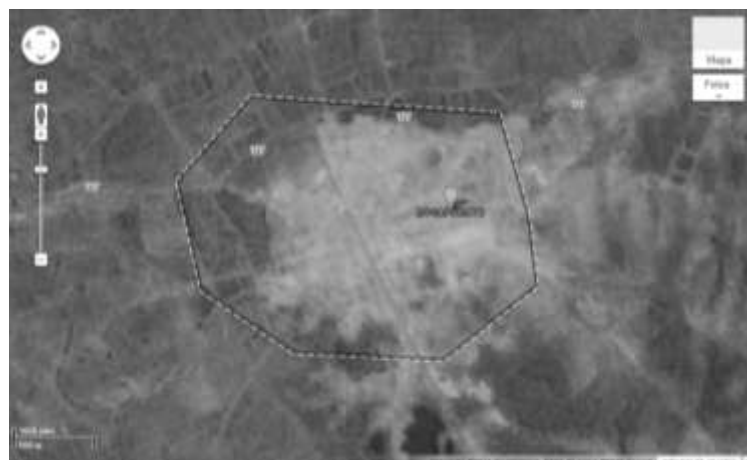
Rocafuerte tiene una superficie total de 280,4 Km² y es un terreno próspero y fértil en donde se elaboran los mejores dulces de Manabí con más de 300 variedades, las líneas productivas determinantes de la economía local son; agropecuaria, comercio, industria y manufactura, enseñanza, construcción, transporte, almacenamiento y comercialización. Otras ramas productivas de menor significado económico son; administración pública, actividades comunitarias y sociales, servicios sociales y de salud, hoteles y restaurantes e inmobiliaria y empresarial.

Éste cantón se encuentra dividido en 54 comunidades y 6 zonas homogéneas establecidas por vías, topografía, costumbres y ubicación geográfica, más la cabecera cantonal con una densidad bruta cantonal de 104 habitantes por km².

La población de Rocafuerte asciende a 33.736 habitantes de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC en el 2010, esta cantidad de personas corresponde al 2,47% de la población provincial, y el 0,24% de la población ecuatoriana, Los habitantes del Cantón Rocafuerte se distribuyen de acuerdo a la división política en 12.486 personas en el área urbana y 21.250 en el área rural además posee una tasa de crecimiento de 1,10%.

GRÁFICO # 3.1

Imagen Satelital de Rocafuerte



Fuente: Google Earth

3.3.2 Microlocalización

El sitio Sosote está ubicado a 15km de la Ciudad de Portoviejo hace diez años atrás se podía notar como la agricultura por sí sola no daba para la subsistencia de sus habitantes, pero con el pasar de los años esta situación fue cambiando con la elaboración de platos típicos y artesanías, lo que atrajo el turismo local y nacional.

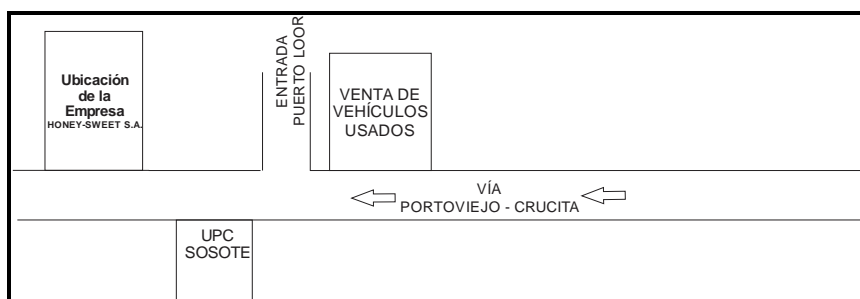
Hoy en Sosote hay 30 talleres donde unas 200 personas tallan figuras de tagua, también conocida como marfil vegetal. Otras personas optaron por establecer locales de otro tipo de artesanías y de comidas criollas.

Sosote se divide en tres barrios: San Juan, Centro y San Pedro. En este último se comercializan ollas de barro, morcillas, bollos, tortillas de maíz, torta de maní y otros productos típicos.

En el sitio Sosote el Ingeniero Apícola Miguel Ángel Bravomalo, nacido en la ciudad de Quito, dio empuje a la creación de una asociación denominada la Colmena por medio de la cual se motiva a los apicultores para aprovechar no solo la miel sino también hasta el veneno, pasando por el propóleo, la jalea real y el polen para fabricar productos que mejoran la salud y fortalecen la belleza.

GRÁFICO # 3.2

Croquis de Ubicación del Proyecto

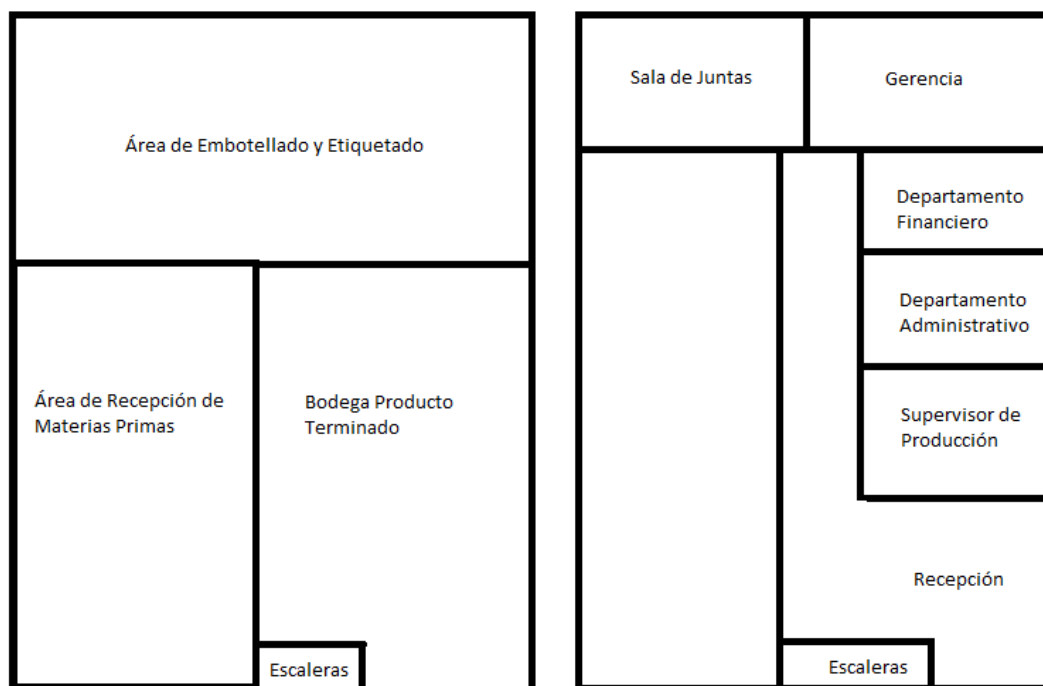


Elaborado por: Las Autoras de Tesis

De acuerdo a como se demuestra en el gráfico # 3.1 las instalaciones de la empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja estará ubicada en

la vía Portoviejo – Crucita a aproximadamente 200 metros de la entrada al Sitio Puerto Loor diagonal al UPC de la Policía Nacional.

Gráfico # 3.3



Elaborado por: Las Autoras de Tesis

La distribución de las instalaciones será funcional de acuerdo a las áreas necesarias para el correcto funcionamiento de las actividades de la empresa tal y como se demuestra en el gráfico # 3.3, del lado izquierdo se muestra la distribución del área de producción, mientras que del lado derecho se muestran las oficinas administrativas que ocuparán el segundo piso de la edificación.

3.4 Recursos a emplear en el Proyecto

3.4.1 Materia Prima

Para la ejecución del presente proyecto la materia prima principal será la miel de abeja la cual será abastecida por las granjas apícolas de la zona, pero en el caso de que no se pudiera satisfacer la demanda de producción

se recurriría a los proveedores del Sitio Quimís de Jipijapa siendo estos un plan de contingencia.

La materia prima a utilizar será la necesaria para satisfacer la demanda de los posibles consumidores, la misma que asciende a 181.785 litros anuales por tanto ésta deberá ser la cantidad mínima de abastecimiento anualmente.

3.4.2 Recursos Humanos

Tiene como denominación recursos humanos al conjunto de empleados y colaboradores de una empresa, pero también se le da denominación a la función o gestión encargada de la selección además de contratar, formar, emplear y retener a los colaboradores de la organización.

Estas funciones las puede desempeñar una persona o un departamento en conjunto respaldado por los directivos de la institución.

El principal objetivo que persigue la función de Recursos Humanos con las tareas descritas en el párrafo anterior es alinear el área o profesionales de RRHH con la estrategia comerciales y estructurales de la empresa, lo que permitirá manejar de manera óptima la gestión organizacional a través de las personas, las mismas que son consideradas como los únicos recursos vivos e inteligentes capaces de conseguir el éxito de la organización y enfrentar los desafíos que presenta el mundo globalizado.

Para el presente caso que trata sobre la instalación de la empresa comercializadora y distribuidora de Miel de Abeja para lo cual se van a necesitar un número determinado de trabajadores que se detallan en la tabla # 11 que a continuación se presenta:

TABLA # 3.1

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL POR DEPARTAMENTOS		
DEPARTAMENTO	NÚMERO DE PERSONAL	FUNCIÓN
GERENCIA	1	Gerente
DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO	2	Jefe de Personal y Marketing Supervisor de Producción
DEPARTAMENTO FINANCIERO	1	Jefe Financiero
RECEPCIÓN DE MATERIAS PRIMAS	1	Encargado de Recepción
EMBOTELLADO Y ETIQUETADO	1	Técnico de Embotellado Y Etiquetado
BODEGA	1	Bodeguero, Recepción de Materia Prima, Despachador de Producto Terminado
TOTAL	7	

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

3.5 Mecanismos de control

La OIT también denominada Organización de Control del Trabajo se presenta en el Ecuador como la organización encargada de examinar la aplicación de las normas internacionales además de determinar en que haría se puede mejorar su aplicación. De presentarse algún problema en la aplicación de estas normas los OIT colaborara con la empresa mediante dialogo social además de la asistencia oportuna.

Existen dos tipos de mecanismos de control:

3.5.1 Mecanismo de control periódico de la aplicación de las normas.

Este se encuentra basado en un examen sobre las memorias referentes a la aplicación de la ley y las prácticas que se ejecuten dentro de la empresa.

Dentro de la organización se presentan dos órganos de la OIT llevan a cabo dicho examen:

- la Comisión de Expertos en Aplicación de Convenios y Recomendaciones
- la Comisión tripartita de Aplicación de Convenios y Recomendaciones de la Conferencia Internacional del Trabajo

Las disposiciones constitucionales pertinentes mencionan que:

Obligación de presentar una memoria sobre los convenios ratificados:

- Artículo 22 de la Constitución de la OIT

“Cada uno de los Miembros se obliga a presentar a la Oficina Internacional del Trabajo una memoria anual sobre las medidas que haya adoptado para poner en ejecución los convenios a los cuales se haya adherido. Estas memorias serán redactadas en la forma que indique el Consejo de Administración y deberán contener los datos que éste solicite”³²

Obligación de informar sobre los convenios no ratificados:

- Artículo 19(5)e) de la Constitución de la OIT

“Si el Miembro no obtuviere el consentimiento de la autoridad o autoridades a quienes compete el asunto [de ratificar el convenio], no recaerá sobre

³² Organización de Control del Trabajo

dicho Miembro ninguna otra obligación, a excepción de la de informar al Director General de la Oficina Internacional del Trabajo, con la frecuencia que fije el Consejo de Administración, sobre el estado de su legislación y la práctica en lo que respecta a los asuntos tratados en el convenio, precisando en qué medida se ha puesto o se propone poner en ejecución cualquiera de las disposiciones del convenio, por vía legislativa o administrativa, por medio de contratos colectivos, o de otro modo, e indicando las dificultades que impiden o retrasan la ratificación de dicho convenio”³³

Obligación de informar sobre las recomendaciones:

- Artículo 19(6)d) de la Constitución de la OIT

“Salvo la obligación de someter la recomendación a la autoridad o autoridades competentes, no recaerá sobre los Miembros ninguna otra obligación, a excepción de la de informar al Director General de la Oficina Internacional del Trabajo, con la frecuencia que fije el Consejo de Administración, sobre el estado de su legislación y la práctica en lo que respecta a los asuntos tratados en la recomendación, precisando en qué medida se han puesto o se propone poner en ejecución las disposiciones de la recomendación, y las modificaciones que se considere o pueda considerarse necesario hacer a estas disposiciones para adoptarlas o aplicarlas”³⁴

Convenios ratificados / convenios no ratificados / recomendaciones:

- Artículo 23 de la Constitución de la OIT

1. El Director General presentará en la siguiente reunión de la Conferencia un resumen de las informaciones y memorias que le hayan comunicado los Miembros en cumplimiento de los artículos 19 y 22.

³³ Organización de Control del Trabajo

³⁴ Organización de Control del Trabajo

2. Todo Miembro comunicará a las organizaciones representativas reconocidas, a los efectos del artículo 3, copia de las informaciones y memorias que haya enviado al Director General en cumplimiento de los artículos 19 y 22.

3.5.2 Procedimientos especiales

A diferencia del mecanismo de control periódico, los tres procedimientos enumerados a continuación se basan en la presentación de una reclamación o de una queja:

- procedimiento de reclamación con respecto a la aplicación de convenios ratificados;
- procedimiento de queja con respecto a la aplicación de convenios ratificados;
- procedimiento especial de queja por violación de la libertad sindical: Comité de Libertad Sindical.

3.6 Análisis ambiental

El desarrollo de un análisis ambiental es fundamental para todo proceso de ejecución de un proyecto, puesto que este permitirá que las acciones a tomarse durante el proceso de ejecución no ocasionen daños ambientales así preservar la comunidad en la que se ejecuta el proyecto, además de determinar las consecuencias ambientales que se pueden presentar.

La evaluación ambiental identifica las formas en que se puede mejorar ambientalmente los proyectos y minimizar los impactos que se generen por la ejecución del mismo.

3.6.1 Emisiones y desperdicios de la empresa

La emisión de contaminantes de la empresa se detalla a continuación:

Durante el proceso de producción.

Los principales contaminantes a presentarse durante esta etapa son el aumento de calor generado por la maquinaria, además del material adhesivo de los frascos en los que se ubicaran los datos informativos del producto

Durante la distribución y el consumo.

Uno de los principales contaminantes que se presentara en el proceso de distribución y consumo del producto es el smog que produzcan los carros de distribución, seguido de los frascos, desechos de las etiquetas, entre otras.

3.6.2 Mecanismos de control de contaminación

Se aplicaran filtros de aire para que los gases generen una menor contaminación.

Los desperdicios que se creen por el etiquetado será llevado a plantas recicladoras para la disminución de contaminantes del ambiente.

Proponiendo un proceso de reutilización los envases a utilizarse serán de vidrio para que estos puedan ser reutilizados de esta manera se contribuirá con el medio ambiente minimizando el impacto que pudiese producirse de usar botellas plásticas.

Se utilizara papel biodegradable en las etiquetas adhesiva de los envases de ese manera se procurara prestar cuidado al medio ambiente

La aplicación de estas medidas está orientada a mitigar el impacto ambiental que se pudiese producir durante la implementación del proyecto productivo.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

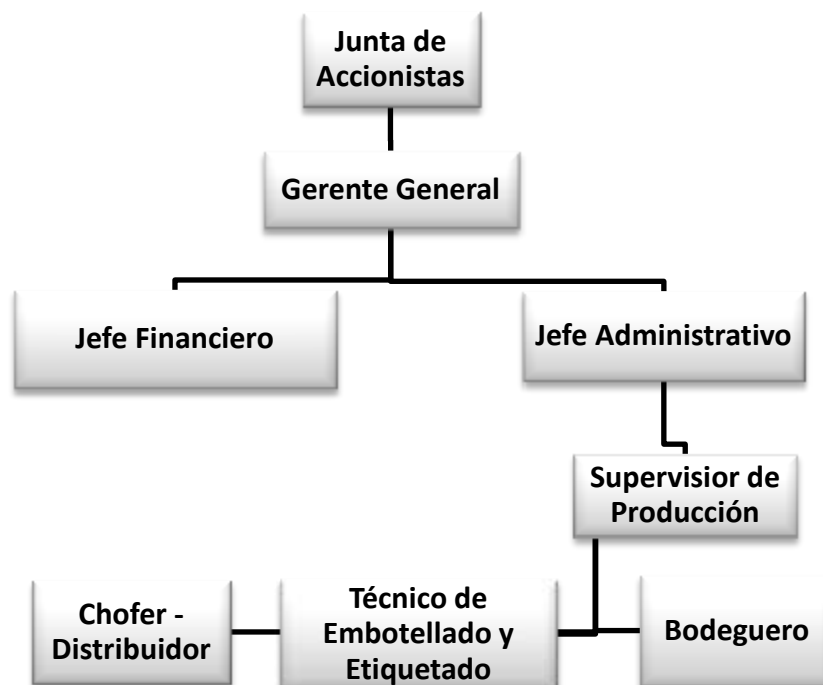
4.1 Administración

La Administración es la ciencia social y técnica utilizada para la organización y dirección de los recursos humanos, materiales y económicos para conseguir los objetivos planteados por la institución.

Para el presente caso se establece la administración de la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja de acuerdo a la estructura presentada en el siguiente organigrama.

4.1.1 Organigrama

GRÁFICO # 4.1



Elaborado por: Las Autoras de Tesis

4.1.2 Descripción de los Cargos

- **Junta de Accionistas**

La Junta de Accionista es el órgano máximo de control existente en toda organización quien toma las decisiones vitales de la empresa con respecto a adquisiciones, endeudamiento y demás acciones que comprometan a los activos de la compañía.

- **Gerente**

El Gerente es el representante legal de la empresa, es quien representa judicial y extrajudicialmente la compañía para cualquier tipo de acto público, toma las decisiones de dirección y organización de la compañía para que ésta pueda cumplir con los objetivos planteados por la junta de accionistas, dentro de los parámetros legales y comerciales que le permitan obtener altos índices de rentabilidad.

- **Jefe Financiero**

Es la persona encargada de llevar el correcto registro de las cuentas contables, con todas sus entradas y salidas; elaborar los informes pertinentes a la estructura financiera y económica de la empresa para que el gerente y la junta de accionistas puedan tomar las decisiones correctas en el momento oportuno; se encarga de medir el nivel de rentabilidad de las operaciones actuales de la empresa y además de realizar las respectivas proyecciones en para nuevos proyectos que decida la junta que se quiera incursionar con la empresa.

- **Jefe de Personal y Marketing**

El Jefe de personal, es el encargado de guiar y dirigir al recurso humano; comprobar que tengan estabilidad anímica y laboral para que cumplan a cabalidad con sus funciones. Dentro de las funciones asignadas al jefe de personal están:

- Reclutamiento y Selección del personal necesario para cubrir las áreas de la empresa donde se requiera.
- Mantenerse al pendiente de las obligaciones del Seguro Social de cada uno de los trabajadores
- Realizar oportunamente los avisos de entrada y/o salida de los trabajadores
- Registro de los contratos de trabajo de cada uno de los trabajadores ante el Ministerio de Relaciones Laborales
- Transmitir las disposiciones que tome la junta de accionistas a los trabajadores en general
- Coordinar capacitaciones al personal para que su rendimiento laboral se optimice de acuerdo a las exigencias del mercado
- Vigilar que se cumplan los lineamientos establecidos en el reglamento interno de la institución, además de los que manda el reglamento de seguridad industrial
- Mantener una vigilancia sobre el estado de salud de los trabajadores para que no disminuya el rendimiento de la planta y tomar los correctivos oportunos.
- Organizar la nómina de pagos, con sus horas extras o respectivos descuentos si los hubiere, además de la aplicación de préstamos al personal en casa de requerirlo.

Otra de las funciones que tendrá también como jefe de marketing es la de encargarse de la debida promoción de la producción que la empresa, planea llevar a los diversos mercados, hacer que luzca atractiva ante la vista de los futuros clientes, y descubrir nuevos nichos de mercado para que se puedan expandir los horizontes de la organización; determinar los mejores medios para publicitar que permita al producto conocerse ante el público objetivo.

- **Supervisor de Producción**

Sus funciones principales son las de vigilar el correcto funcionamiento de la planta, tanto en maquinarias como en personal, y que todos cumplan a cabalidad con sus funciones en los tiempos establecidos para aquello; además establecer la calidad de la materia prima y los principales proveedores del producto a envasar; también determinar un plan de contingencia con respecto a los proveedores por situaciones que pudieran afectar los niveles de producción.

- **Técnico de Embotellado y Etiquetado**

Su función principal es la de vigilar el correcto funcionamiento de la maquinaria en sus etapas de lavado, llenado y taponado, sin que presente ningún tipo de contratiempo en su proceso.

Asimismo otra de sus funciones es la de vigilar el correcto proceso de etiquetado de las botellas que contienen el producto con el nombre y logo de la empresa para su posterior almacenamiento y distribución.

- **Bodeguero, Despachador y Encargado de Recepción de la Materia Prima**

Tiene el deber de controlar el número de unidades que ingresa a bodega para poder ser despachado a los mercados donde llegará a los consumidores finales; además de mantener un control exacto de las mercaderías almacenadas de acuerdo a los estándares exigidos por la empresa; además con ayuda del montacargas movilizará los productos desde su almacenamiento hasta el vehículo donde será transportado para su debida comercialización.

Es quien se encarga de despachar o transportar los productos en el vehículo que servirá para que llegue a los diferentes puntos de ventas en que los consumidores finales accederán al mismo.

Será el directo responsable de cuidar la integridad de la materia que sea receptada por la empresa para ser envasada, verificar que su almacenamiento sea cuidadoso y que no se contamine con ningún tipo de agente externo para asegurar la calidad con la que se va a expender.

4.2. Requisitos Legales

4.2.1 . Constitución legal de la Empresa

La empresa se constituirá como Compañía Limitada, en este tipo de compañías el costo para la constitución es de \$476,00 dólares y el capital mínimo de constitución es de \$800,00; los socios participan directamente en los beneficios de la empresa, la responsabilidad ante las obligaciones sociales de la empresa están limitadas al patrimonio de ésta, la sociedad se mantiene aún con la muerte de alguno de los socios. La empresa estará conformada por dos socios, los cuales estarán sujetos a los derechos y obligaciones establecidas en la minuta de constitución de la empresa.

4.2.2 . Inscripción en la Superintendencia de Compañías

Para poder realizar la inscripción en la Superintendencia de Compañías se requiere:

- Presentar tres copias notariales de la escritura pública solicitando su aprobación.
- El oficio del abogado encargado
- Depósito en una cuenta de integración
- Si se cumplen todos los requisitos la Superintendencia de Compañías aprobará la inscripción.

4.2.3 Patente Municipal

La patente municipal es un impuesto que se cobra a toda persona sea natural o jurídica que ejerza una actividad comercial.

Los requisitos para sacar la patente jurídica son:

- La Escritura de constitución de la Compañía original y copia.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías
- Copias de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Dirección donde funciona la empresa.

4.2.4. Registro Único de Contribuyentes

Para la inscripción de las sociedades, ésta debe efectuarse dentro de los treinta días hábiles siguientes al inicio de actividades.

Los requisitos para la inscripción son:

- Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal vigente.
- Original y Copia, o copia certificada de la Escritura Pública de constitución, inscrita en registro mercantil.
- Hoja y Copia de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías.
- Original y Copia de la cédula o pasaporte del representante legal.

- Original de la papeleta de votación.
- Original y Copia de planilla de luz, agua o teléfono de uno de los últimos tres meses de la fecha de inscripción.
- Original y copia del pago del impuesto predial u;
- Original y copia del contrato de arrendamiento vigente a la fecha de inscripción.

4.2.5. Número Patronal

El número patronal le sirve a los empleadores para afiliar a sus empleados al IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social).

Para adquirirlo se debe presentar el Formulario que entrega el IESS adjuntando los siguientes documentos:

- Copia simple de la escritura de constitución
- Copias de los Nombramientos del Presidente y Gerente debidamente inscritos en el Registro Mercantil.
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula del representante legal
- Copia de los contratos de trabajo debidamente legalizados en el Ministerio
- Copia del último pago de agua, luz o teléfono

Copia de la Resolución de la Intendencia de Compañías

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

5.1. Inversiones del Proyecto

La miel de abeja es un producto natural que por sus propiedades es muy demandado por muchas personas, además que posee un sabor el cual es de gusto de toda familia.

Por dicha situación se consideran los valores que se describen a continuación considerando el estudio de mercado que se realizó mediante las encuestas.

TABLA # 5.1

Inversión Inicial	
Terreno	\$10.000,00
Edificio	\$103.000,00
Maquinarias y Equipos	\$50.705,00
Muebles y Enseres	\$2.090,00
Equipos de Oficina	\$3.430,00
Equipos de Computación	\$2.200,00
Vehículo	\$30.000,00
Activo Diferido	\$470,00
Capital de Trabajo Operativo	\$260.456,58
Capital de Trabajo no Operativo	\$41.954,50
Total	\$504.306,08

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.1

Presupuesto para Terreno				
Cantidad	Descripción	Área m2	Costo por m2	Valor Total
1	Terreno	200	\$50,00	\$10.000,00
Total				\$10.000,00

Fuente: Municipio de Rocafuerte

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.2

Presupuesto para Edificio				
Cantidad	Descripción	Área m2	Costo por m2	Valor Total
1	Edificio	200	\$515,00	\$103.000,00
Total				\$103.000,00

Fuente: Constructora ECUARCADIS SA

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.3

Presupuesto para Maquinarias y Equipos				
Cant.	Descripción	Valor		
		Unitario	Valor Total	
1	Embotelladora Automática (50 botellas por minuto)	\$22.530,00	\$22.530,00	
1	Etiquetadora Automática (50 botellas por minuto)	\$15.375,00	\$15.375,00	
1	Montacargas (Montacarga Yale de 3 Toneladas)	\$12.000,00	\$12.000,00	
100	Pallets	\$8,00	\$800,00	
Total				\$50.705,00

Fuente: Proveedores autorizados

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.4

Presupuesto para Muebles y Enseres			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Escritorio Gerencial	\$500,00	\$500,00
1	Sillón Gerencial	\$250,00	\$250,00
2	Escritorios en L (Jefes Departamentales)	\$230,00	\$460,00
2	Sillas Giratorias Regulables	\$75,00	\$150,00
6	Sillas Estáticas	\$50,00	\$300,00
2	Sillones para Espera	\$215,00	\$430,00
Total			\$2.090,00

Fuente: Proveedores autorizados

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.5

Presupuesto para Equipos de Oficina			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
4	Acondicionadores de Aire	\$550,00	\$2.200,00
1	Juego de Cámaras de Seguridad	\$1.230,00	\$1.230,00
Total			\$3.430,00

Fuente: Proveedores autorizados

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.6

Presupuesto para Equipos de Computación			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
4	Computadoras de Escritorio	\$470,00	\$1.880,00
4	Impresoras	\$80,00	\$320,00
Total			\$2.200,00

Fuente: Proveedores autorizados

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.7

Presupuesto para Vehículo			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
1	Vehículo para distribución del producto	\$30.000,00	\$30.000,00
Total			\$30.000,00

Fuente: Metrocar CA

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.8

Presupuesto para Activo Diferido	
Descripción	Valor Total
Permiso Municipal	\$10,00
Registro de Marca	\$30,00
Patente Municipal	\$15,00
Notaría y Registraduría	\$350,00
Permiso del Cuerpo de Bomberos	\$20,00
Permiso Sanitario de Funcionamiento	\$35,00
Registro Único de Contribuyentes	\$10,00
Total	\$470,00

Fuente: Estudio jurídico Sanchez

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.9

Presupuesto de Capital de Trabajo Operativo	
Descripción	Valor Total
Costos Directos de Fabricación	\$200.000,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$35.000,00
Sueldos y Salarios Operativos	\$25.456,58
Total	\$260.456,58

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.10

Presupuesto de Capital de Trabajo no Operativo	
Descripción	Valor Total
Gastos de Ventas	\$15.944,00
Gastos Administrativos	\$5.043,00
Sueldos y Salarios no Operativos	\$20.967,50
Total	\$41.954,50

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.9.1

Presupuesto para Costos Directos de Fabricación			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
50.000	Materia Prima (Litros de Miel de Abeja)	\$4,00	\$200.000,00
Total			\$200.000,00

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.9.2

Presupuesto para Costos Indirectos de Fabricación			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
100.000	Envases de vidrio de 500 ml.	\$0,25	\$25.000,00
100.000	Etiquetas adhesivas	\$0,10	\$10.000,00
Total			\$35.000,00

Fuente: Proveedores autorizados

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.10.1

Presupuesto para Gastos de Ventas			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
12	Meses de Publicidad	\$1.028,67	\$12.344,00
12	Meses de Distribución	\$300,00	\$3.600,00
Total			\$15.944,00

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.10.1.1

Presupuesto para Publicidad			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
10.000	Hojas Volante	\$0,08	\$800,00
180	Anuncios en el Diario (1/4 pág.)	\$40,80	\$7.344,00
240	Cuñas de Radio	\$17,50	\$4.200,00
Total			\$12.344,00

Fuente: Publice SA

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.10.1.2

Presupuesto para Distribución			
Cant.	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
2.307,69	Galones de Combustible (Diesel)	\$1,04	\$2.400,00
240	Días de Alimentación	\$5,00	\$1.200,00
Total			\$3.600,00

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.10.2

Presupuesto para Gastos Administrativos			
Cant. (Meses)	Descripción	Valor Unitario	Valor Total
12	Servicios Básicos	\$315,25	\$3.783,00
12	Materiales de Oficina	\$65,00	\$780,00
12	Papelería de Imprenta	\$30,00	\$360,00
12	Tinta de Impresoras	\$10,00	\$120,00
Total			\$5.043,00

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.9.3

Sueldos y Salarios Operativos								
Descripción	Cant.	Sueldo Unitario	Total Mensual	13° y 14° Sueldo	Vacac.	Aportación Patronal (Anual)	Fondos de Reserva	Total Anual
Supervisor de Producción	1	\$390,00	\$390,00	\$730,00	\$195,00	\$568,62	\$390,00	\$6.563,62
Chofer – Vendedor	1	\$380,00	\$380,00	\$720,00	\$190,00	\$554,04	\$380,00	\$6.404,04
Bodeguero – Despachador	1	\$380,00	\$380,00	\$720,00	\$190,00	\$554,04	\$380,00	\$6.404,04
Técnico de Embotellado y Etiquetado	1	\$360,00	\$360,00	\$700,00	\$180,00	\$524,88	\$360,00	\$6.084,88
Total			\$1.510,00	\$2.870,00	\$755,00	\$2.201,58	\$1.510,00	\$25.456,58

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

TABLA # 5.1.10.3

Sueldos y Salarios No Operativos								
Descripción	Cant.	Sueldo Unitario	Total Mensual	13° y 14° Sueldo	Vacac.	Aportación Patronal (Anual)	Fondos de Reserva	Total Anual
Gerente	1	\$450,00	\$450,00	\$790,00	\$225,00	\$656,10	\$450,00	\$7.521,10
Jefe Administrativo	1	\$400,00	\$400,00	\$740,00	\$200,00	\$583,20	\$400,00	\$6.723,20
Jefe Financiero	1	\$400,00	\$400,00	\$740,00	\$200,00	\$583,20	\$400,00	\$6.723,20
Total			\$1.250,00	\$2.270,00	\$625,00	\$1.822,50	\$1.250,00	\$20.967,50

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.1.1 Inversiones de Capital de Trabajo

El capital de trabajo consiste en la inversión necesaria que excede del activo de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo que influyen en el correcto funcionamiento de las operaciones comerciales y de producción de una empresa, es decir, es lo que le da liquidez para las actividades de la empresa en el corto plazo.

Específicamente para el presente caso las inversiones en capital de trabajo se dividen en dos clasificaciones que son:

TABLA # 5.2

Capital de Trabajo	
Capital de Trabajo Operativo	\$260.456,58
Capital de Trabajo no Operativo	\$41.954,50
Total	\$302.411,08

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.1.1.1 Capital de Trabajo Operativo

El capital de trabajo Operativo, es aquel que sirve para dar continuidad exclusivamente a las líneas de producción, para lo cual se centra en los costos de mano de obra directa, materiales directos de fabricación (materia prima) materiales indirectos de fabricación (etiquetas adhesivas); rubros sin los cuales no podría llevarse a cabo el proceso productivo y por consiguiente no se podría tener la producción necesaria para que se llegue a los posibles clientes.

El Capital de Trabajo Operativo se encuentra detallado en el siguiente cuadro, incluyendo los rubros a utilizar en el presente proyecto y como se descompone en cada elemento a utilizar:

TABLA # 5.3

Presupuesto de Capital de Trabajo Operativo		
Costos Directos de Fabricación		\$200.000,00
Materia Prima (Miel de Abeja)	\$200.000,00	
Costos Indirectos de Fabricación		\$35.000,00
Envases de vidrio de 500 ml.	\$25.000,00	
Etiquetas Adhesivas	\$10.000,00	
Sueldos y Salarios Operativos		\$25.456,58
Supervisor de Producción	\$6.563,62	
Chofer – Vendedor	\$6.404,04	
Bodeguero – Despachador	\$6.404,04	
Técnico de Embotellado y Etiquetado	\$6.084,88	
Total		\$260.456,58

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.1.1.2 Capital de Trabajo no Operativo

Se refiere a los costos y gastos utilizados para el funcionamiento administrativo de la empresa, como por ejemplo los costos por servicios básicos, gastos de ventas y administrativos, entre otros, tal y como se detalla en el siguiente cuadro.

Los gastos de ventas, se refiere exclusivamente al medio de comercialización y distribución del producto, sin los cuales no se podría vender, y además el público no conocería de la existencia del mismo.

Los gastos administrativos son todo lo relacionado a facturación, administración, papelería y demás materiales que son necesarios para el correcto funcionamiento administrativo de la empresa sin los cuales no se podría llevar un orden específico con respecto a las labores realizadas dentro de la misma.

Y por último se encuentran los salarios no operativos que son los sueldos de las personas que trabajan en las áreas administrativas, se les denomina no

operativos por razón de que se encuentran en oficinas y no influyen directamente en la producción de la empresa, pero si afecta al costo de fabricación.

TABLA # 5.4

Presupuesto de Capital de Trabajo no Operativo	
Gastos de Ventas	\$15.944,00
Meses de Publicidad	\$12.344,00
Meses de Distribución	\$3.600,00
Gastos Administrativos	\$5.043,00
Servicios Básicos	\$3.783,00
Materiales de Oficina	\$780,00
Papelería de Imprenta	\$360,00
Tinta de Impresoras	\$120,00
Sueldos y Salarios no Operativos	\$20.967,50
Gerente	\$7.521,10
Jefe Administrativo	\$6.723,20
Jefe Financiero	\$6.723,20
Total	\$41.954,50

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.1.2 Detalle del Financiamiento de las Inversiones

Para todo tipo de préstamo el Banco Central del Ecuador establece una tabla con los intereses referenciales y los intereses máximos que se pueden cobrar por la Banca Privada de acuerdo a la naturaleza del crédito.

Para el presente caso el tipo de crédito al cual se planea aplicar es el Productivo Empresarial cuya tasa de interés referencial es de 9,53% y la tasa máxima es de 10,21%.

La banca privada o pública ofrece un serie de productos financieros bajo determinados lineamientos que los usuarios deben de cumplir para poder

acceder a ellos, dentro de los cuales el principal es el de financiar hasta el 70% de los proyectos productivos.

Siendo de tal manera que la inversión a realizar quedaría de acuerdo como se explica en el siguiente cuadro:

TABLA # 5.5

Inversión Inicial	
Aporte de las Socias	\$151.291,82
Crédito Bancario	\$353.014,25
Total	\$504.306,08

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

El aporte de con el que deberán contribuir las socias está valorado en una cantidad de \$151.291,82 (CIENTO CINCUENTA Y UN MIL DOSCIENTOS NOVENTA Y UNO 82/100 DÓLARES AMERICANOS) valor que será dividido para las dos socias que promueven el presente proyecto lo que genera un valor de \$75.645,91 (SETENTA Y CINCO MIL SEIS CIENTOS CUARENTA Y CINCO 91/100 DÓLARES AMERICANOS) cada una.

El crédito bancario será otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa del 9.53% de interés anual, por lo cual se establece la siguiente tabla de amortización de crédito a cinco años:

TABLA # 5.6

Tabla de Amortización				
Años	Pagos	Interés	Capital	Saldo
0				\$353.014,25
1	(\$ 92.008,79)	(\$ 33.642,26)	(\$ 58.366,53)	\$294.647,72
2	(\$ 92.008,79)	(\$ 28.079,93)	(\$ 63.928,86)	\$230.718,86
3	(\$ 92.008,79)	(\$ 21.987,51)	(\$ 70.021,28)	\$160.697,58
4	(\$ 92.008,79)	(\$ 15.314,48)	(\$ 76.694,31)	\$84.003,28
5	(\$ 92.008,79)	(\$ 8.005,51)	(\$ 84.003,28)	\$0,00

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.1.3 Recursos Financieros para la Inversión

Las inversiones a realizar en total se clasifican de acuerdo al siguiente cuadro:

TABLA # 5.7

Distribución de la Inversión		
Activos Fijos	\$201.425,00	\$201.425,00
Activos Diferidos	\$470,00	\$470,00
Capital de Trabajo	\$302.411,08	\$75.602,77
Total	\$504.306,08	\$277.497,77

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Los recursos financieros para el proyecto provendrán de los propios fondos de las socias y además del crédito bancario con lo que se podrá dar inicio a cabalidad con las operaciones de la empresa.

Una vez que se ejecute el proyecto, éste deberá generar suficientes recursos para satisfacer las necesidades propias de la empresa como gastos y costos, además de los objetivos de rentabilidad que debe brindar a sus accionistas.

De acuerdo a la Tabla # 5.7 se observa el valor de \$277.497,77 el cual será la inversión a recuperar y será utilizada para realizar los respectivos cálculos del TIR y el VAN, dicho valor se lo ha calculo tomando en consideración el total del capital de trabajo se lo divide para 4 trimestres y se considera la inversión de los tres primeros meses de trabajo.

5.1.4 Costos Operativos

TABLA # 5.8

COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADOS A CINCO AÑOS					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS DIRECTOS	\$200.000,00	\$220.000,00	\$242.000,00	\$266.200,00	\$292.820,00
Materia Prima	\$200.000,00	\$220.000,00	\$242.000,00	\$266.200,00	\$292.820,00
COSTOS INDIRECTOS	\$35.000,00	\$38.500,00	\$42.350,00	\$46.585,00	\$51.243,50
Envases de Vidrio	\$25.000,00	\$27.500,00	\$30.250,00	\$33.275,00	\$36.602,50
Etiquetas Adhesivas	\$10.000,00	\$11.000,00	\$12.100,00	\$13.310,00	\$14.641,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$25.456,58	\$28.002,24	\$30.802,46	\$33.882,71	\$37.270,98
Mano de Obra Área de Producción	\$25.456,58	\$28.002,24	\$30.802,46	\$33.882,71	\$37.270,98
<i>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</i>	<i>\$260.456,58</i>	<i>\$286.502,24</i>	<i>\$315.152,46</i>	<i>\$346.667,71</i>	<i>\$381.334,48</i>
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$26.010,50	\$28.611,55	\$31.472,71	\$34.619,98	\$38.081,97
Sueldos Administrativos	\$20.967,50	\$23.064,25	\$25.370,68	\$27.907,74	\$30.698,52
Gastos Varios de Administración	\$5.043,00	\$5.547,30	\$6.102,03	\$6.712,23	\$7.383,46
GASTOS DE VENTAS	\$15.944,00	\$17.538,40	\$19.292,24	\$21.221,46	\$23.343,61
Publicidad	\$12.344,00	\$13.578,40	\$14.936,24	\$16.429,86	\$18.072,85
Distribución	\$3.600,00	\$3.960,00	\$4.356,00	\$4.791,60	\$5.270,76
<i>TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN</i>	<i>\$41.954,50</i>	<i>\$46.149,95</i>	<i>\$50.764,94</i>	<i>\$55.841,44</i>	<i>\$61.425,58</i>
<i>TOTAL COSTOS Y GASTOS</i>	<i>\$302.411,08</i>	<i>\$332.652,19</i>	<i>\$365.917,40</i>	<i>\$402.509,14</i>	<i>\$442.760,06</i>

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

En el cuadro que antecede se muestran todos los rubros que se emplean como capital de trabajo, con una proyección a cinco años, a continuación se elabora el cuadro donde se presentan los costos y gastos clasificados en fijos y variables.

TABLA # 5.9

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DEL PRIMER AÑO			
DETALLE	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES
COSTOS DIRECTOS	\$0,00	\$200.000,00	\$200.000,00
Materia Prima		\$200.000,00	\$200.000,00
COSTOS INDIRECTOS	\$0,00	\$35.000,00	\$35.000,00
Envases de Vidrio		\$25.000,00	\$25.000,00
Etiquetas Adhesivas		\$10.000,00	\$10.000,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$25.456,58	\$0,00	\$25.456,58
Mano de Obra Área de Producción	\$25.456,58		\$25.456,58
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$25.456,58	\$235.000,00	\$260.456,58
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$26.010,50	\$0,00	\$26.010,50
Sueldos Administrativos	\$20.967,50		\$20.967,50
Gastos Varios de Administración	\$5.043,00		\$5.043,00
GASTOS DE VENTAS	\$12.344,00	\$3.600,00	\$15.944,00
Publicidad	\$12.344,00		\$12.344,00
Distribución		\$3.600,00	\$3.600,00
TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN	\$38.354,50	\$3.600,00	\$41.954,50
TOTALES	\$63.811,08	\$238.600,00	\$302.411,08

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Dentro del cuadro que antecede se detallan como costos fijos los sueldos tanto del área de producción como del área de administración por el hecho de que la actual ley no permite realizar contratos por horas sino contratos a

plazo fijo, lo que significa que cualquiera que sea el nivel de producción los sueldos deberán ser cancelados completos; la publicidad es un rubro que se cancela independientemente de las ventas que se realicen así como también los gastos administrativos.

En lo concerniente a los Costos Variables se consideran los costos directo como es la materia prima y los costos indirectos como los envases y las etiquetas, ya que estas serán consumidas de acuerdo a las unidades que sean vendidas al público, así mismo los gastos de distribución dependerán de los pedidos realizados.

Una vez clasificados los costos y gastos en fijos y variables, se procede a calcular el respectivo punto de equilibrio mediante el cual se podrá saber qué cantidad de producto deberá ser vendido para que se pueda cubrir dichos rubros.

5.1.5 Detalle de los Ingresos

Para establecer el nivel de ingresos se lo demuestra a través de la siguiente tabla, con proyección a cinco (5) años:

TABLA # 5.10

Proyección de Ventas			
Años	Unidades Vendidas (1/2 Litro)	Precio Unitario	Valor Total
1	100.000	\$5,15	\$515.000,00
2	110.000	\$5,15	\$566.500,00
3	121.000	\$5,15	\$623.150,00
4	133.100	\$5,15	\$685.465,00
5	146.410	\$5,15	\$754.011,50

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.2. Estados Financieros

5.2.1 Balance General

A continuación se presenta el Balance General o estado de Situación Financiera al inicio de las actividades de la empresa:

Tabla # 5.11

Balance General			
Activos		Pasivos	
<i>Activos Corriente</i>		\$302.411,08	Pasivo a Largo Plazo \$353.014,25
Caja General	\$302.411,08		
<i>Activo Fijo</i>		\$201.425,00	Total Pasivos \$353.014,25
Terreno	\$10.000,00		
Edificio	\$103.000,00		
Maquinarias y Equipos	\$50.705,00		
Muebles y Enseres	\$2.090,00		
Equipos de Oficina	\$3.430,00		
Equipos de Computación	\$2.200,00		Patrimonio
Vehículo	\$30.000,00		Capital Social \$151.291,82
<i>Activo Diferido</i>		\$470,00	
Gastos de Constitución y Organización	\$470,00		Total Patrimonio \$151.291,82
Total Activo		\$504.306,08	Pasivo + Patrimonio \$504.306,08

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Los gastos de depreciación se refieren a las depreciaciones de equipos, maquinarias que sufren por el uso normal los cuales reciben el 10% anual, los equipos de computación se deprecian en tres años; y por último el edificio sufre una depreciación anual del 5%, tal y como se detalla en la siguiente tabla:

TABLA # 5.12

Tabla de Depreciación					
Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Edificio	\$5.150,00	\$5.150,00	\$5.150,00	\$5.150,00	\$5.150,00
Maquinarias y Equipos	\$5.070,50	\$5.070,50	\$5.070,50	\$5.070,50	\$5.070,50
Muebles y Enseres	\$209,00	\$209,00	\$209,00	\$209,00	\$209,00
Equipos de Oficina	\$343,00	\$343,00	\$343,00	\$343,00	\$343,00
Equipos de Computación	\$733,33	\$733,33	\$733,33	\$0,00	\$0,00
Vehículo	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00	\$6.000,00
Totales	\$17.505,83	\$17.505,83	\$17.505,83	\$16.772,50	\$16.772,50

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

La presente tabla muestra las depreciaciones que sufren los activos de la empresa sin manejar cuota de salvamento, aplicando el método de depreciación en línea recta, por el ser el método de depreciación más común utilizado en los sistemas contables.

De igual manera se presenta la tabla de amortización para los gastos de constituciones o gastos de pre operación:

TABLA # 5.13

Tabla de Amortización					
Activo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Diferido	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00
Totales	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.2.2 Estado de Resultados

Tabla # 5.14

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO A CINCO AÑOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas del producto al por mayor	\$515.000,00	\$566.500,00	\$623.150,00	\$685.465,00	\$754.011,50
Total Ingresos	\$515.000,00	\$566.500,00	\$623.150,00	\$685.465,00	\$754.011,50
Costos Directos de Fabricación	\$200.000,00	\$220.000,00	\$242.000,00	\$266.200,00	\$292.820,00
Costos Indirectos de Fabricación	\$35.000,00	\$38.500,00	\$42.350,00	\$46.585,00	\$51.243,50
Sueldos y Salarios Operativos + Beneficios	\$25.456,58	\$28.002,24	\$30.802,46	\$33.882,71	\$37.270,98
Egresos Operativos	\$260.456,58	\$286.502,24	\$315.152,46	\$346.667,71	\$381.334,48
Gastos de Ventas	\$15.944,00	\$17.538,40	\$19.292,24	\$21.221,46	\$23.343,61
Gastos Administrativos	\$5.043,00	\$5.547,30	\$6.102,03	\$6.712,23	\$7.383,46
Sueldos y Salarios no Operativos + Beneficios	\$20.967,50	\$23.064,25	\$25.370,68	\$27.907,74	\$30.698,52
Gastos de Depreciación	\$17.505,83	\$17.505,83	\$17.505,83	\$16.772,50	\$16.772,50
Gastos de Amortización	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00	\$94,00
Gastos Financieros	\$33.642,26	\$28.079,93	\$21.987,51	\$15.314,48	\$8.005,51
Egresos no Operativos	\$93.196,59	\$91.829,71	\$90.352,28	\$88.022,42	\$86.297,59
Utilidad Bruta	\$161.346,83	\$188.168,05	\$217.645,25	\$250.774,88	\$286.379,43
15% Participación de Trabajadores	\$24.202,02	\$28.225,21	\$32.646,79	\$37.616,23	\$42.956,91
Utilidad antes del Impuesto a la Renta	\$137.144,81	\$159.942,85	\$184.998,47	\$213.158,64	\$243.422,51
25% Impuesto a la Renta	\$34.286,20	\$39.985,71	\$46.249,62	\$53.289,66	\$60.855,63
Utilidad antes de las Reservas	\$102.858,60	\$119.957,13	\$138.748,85	\$159.868,98	\$182.566,89
Reserva Legal	\$10.285,86	\$11.995,71	\$13.874,89	\$15.986,90	\$18.256,69
Reserva Facultativa	\$8.228,69	\$9.596,57	\$11.099,91	\$12.789,52	\$14.605,35
Reserva Estatutaria	\$5.142,93	\$5.997,86	\$6.937,44	\$7.993,45	\$9.128,34
Utilidad del Presente Ejercicio	\$79.201,13	\$92.366,99	\$106.836,61	\$123.099,12	\$140.576,50

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.2.3 Flujo de Caja

TABLA # 5.15

	SALDOS BALANCE (En US\$) AÑO 0	SALDOS BALANCE (En US\$) AÑO 1	SALDOS BALANCE (En US\$) AÑO 2	SALDOS BALANCE (En US\$) AÑO 3	SALDOS BALANCE (En US\$) AÑO 4	SALDOS BALANCE (En US\$) AÑO 5
INGRESOS OPERATIVOS	\$0,00	\$515.000,00	\$566.500,00	\$623.150,00	\$685.465,00	\$754.011,50
Ingresos por Ventas del Producto al Por Mayor		\$515.000,00	\$566.500,00	\$623.150,00	\$685.465,00	\$754.011,50
EGRESOS OPERATIVOS	\$0,00	(\$260.456,58)	(\$286.502,24)	(\$315.152,46)	(\$346.667,71)	(\$381.334,48)
Materia Prima		(\$200.000,00)	(\$220.000,00)	(\$242.000,00)	(\$266.200,00)	(\$292.820,00)
Costos Indirectos de Fabricación		(\$35.000,00)	(\$38.500,00)	(\$42.350,00)	(\$46.585,00)	(\$51.243,50)
Sueldos y Salarios Operativos + Beneficios		(\$25.456,58)	(\$28.002,24)	(\$30.802,46)	(\$33.882,71)	(\$37.270,98)
EGRESOS NO OPERATIVOS	\$0,00	(\$100.442,72)	(\$114.360,87)	(\$129.661,35)	(\$146.747,33)	(\$165.238,12)
Sueldos y Salarios No Operativos + Beneficios		(\$20.967,50)	(\$23.064,25)	(\$25.370,68)	(\$27.907,74)	(\$30.698,52)
Gastos Administrativos		(\$5.043,00)	(\$5.547,30)	(\$6.102,03)	(\$6.712,23)	(\$7.383,46)
Gastos de Ventas		(\$15.944,00)	(\$17.538,40)	(\$19.292,24)	(\$21.221,46)	(\$23.343,61)
15% Participación de Trabajadores		(\$24.202,02)	(\$28.225,21)	(\$32.646,79)	(\$37.616,23)	(\$42.956,91)
25% Impuestos a las ganancias pagados		(\$34.286,20)	(\$39.985,71)	(\$46.249,62)	(\$53.289,66)	(\$60.855,63)
FLUJOS DE EFECTIVO UTILIZADOS EN ACTIVIDADES DE INVERSIÓN	(\$201.895,00)	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Adquisiciones de propiedades, planta y equipo	(\$201.425,00)					
Compras de activos diferido	(\$470,00)					
ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	\$504.306,08	(\$92.008,79)	(\$92.008,79)	(\$92.008,79)	(\$92.008,79)	(\$92.008,79)
Aporte de las Socias	\$151.291,83					
Crédito Bancario	\$353.014,25					
Pagos del Crédito Bancario		(\$92.008,79)	(\$92.008,79)	(\$92.008,79)	(\$92.008,79)	(\$92.008,79)
AJUSTE POR PARTIDAS DISTINTAS AL EFECTIVO	\$0,00	\$17.599,83	\$17.599,83	\$17.599,83	\$16.866,50	\$16.866,50
Ajustes por gasto de depreciación y amortización		\$17.599,83	\$17.599,83	\$17.599,83	\$16.866,50	\$16.866,50
CAMBIOS EN ACTIVOS Y PASIVOS:	\$0,00	(\$17.599,83)	(\$17.599,83)	(\$17.599,83)	(\$16.866,50)	(\$16.866,50)
(Incremento) disminución en otros activos		(\$17.599,83)	(\$17.599,83)	(\$17.599,83)	(\$16.866,50)	(\$16.866,50)
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO AL FINAL DEL PERIODO	\$302.411,08	\$62.091,91	\$73.628,11	\$86.327,40	\$100.041,18	\$115.430,11

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Los gastos financieros son un rubro expresado por concepto de intereses bancarios debido al crédito solicitado para la ejecución del presente proyecto.

5.3 Indicadores Financieros

5.3.1 Punto de Equilibrio

Para el respectivo cálculo del Punto de Equilibrio se aplicarán las siguientes fórmulas:

5.3.1.1 Cálculo del Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio en Unidades

Dónde:

CF = Costos Fijos Totales

PVq = Precio de Venta Unitario de cada frasco de ½ litro

CVq = Costos Variables Unitarios por frasco.

$$PE(Unidades) = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

$$PE(Unidades) = \frac{\$63.811,08}{\$5,15 - \$2,386}$$

$$PE(Unidades) = \frac{\$63.811,08}{\$2,764}$$

$$PE(Unidades) = 23.086,49729233 \approx 23.087$$

Como la oferta que se va a producir es de 50.000 litros anuales, se considera que serán 100.000 frascos de 500 ml por año, por tanto para determinar el costo variable unitario se toma el total de los costos variables

que ascienden a \$238.600,00 (DOS CIENTOS TREINTA Y OCHO MIL SEIS CIENTOS 00/100 DÓLARES AMERICANOS) los cuales están explicado en la tabla # 5.9 y se los divide para las unidades a producir que son 100.000 (CIEN MIL UNIDADES DE 500ml.), dando así un resultado de \$2,386 cada unidad de 500 ml.

El precio de venta unitario se lo ha calculado tomando en consideración el total de costos y gastos que ascienden a \$302.411,08 (TRES CIENTOS DOS MIL CUATROCIENTOS ONCE 08/100 DÓLARES AMERICANOS) este valor se lo divide para el número de unidades a producir que serán 100.000 (CIEN MIL UNIDADES DE 500ml CADA UNA), quedando así un resultado de \$3,0241108 (TRES 02/100 DÓLARES AMERICANOS) por unidad, sobre este valor se calculará el 70% y el rubro resultante será el remanente que permita tener una ganancia bruta y de ahí se obtiene el valor de \$5,15 (CINCO 15/100 DÓLARES AMERICANOS) como precio de venta por unidad.

Cabe recalcar que sobre el 70% que se ha calculado, una vez que se realicen los respectivos estados financieros se deberán hacer los cálculos del 15% de la participación de trabajadores y el 25% del impuesto a la renta.

Luego de realizar el cálculo respectivo, se tiene como resultado que para llegar al punto de equilibrio se deben vender 23.087 (VEINTITRES MIL OCHENTA Y SIETE) unidades.

Punto de Equilibrio en Ventas

CF = Costos Fijos Totales; CVU = Costos Variables Unitario; PV = Precio Ventas.

$$PE(Ventas) = \frac{CF}{1 - \frac{CVU}{PV}}$$

$$PE(Ventas) = \frac{\$63.811,08}{1 - \frac{\$2,386}{5,15}}$$

$$PE(Ventas) = \frac{\$63.811,08}{1 - 0,4633009708737864}$$

$$PE(Ventas) = \frac{\$63.811,08}{0,5366990291262136}$$

$$PE(Ventas) = \$118.895,4638205499 \approx \$118.895,46$$

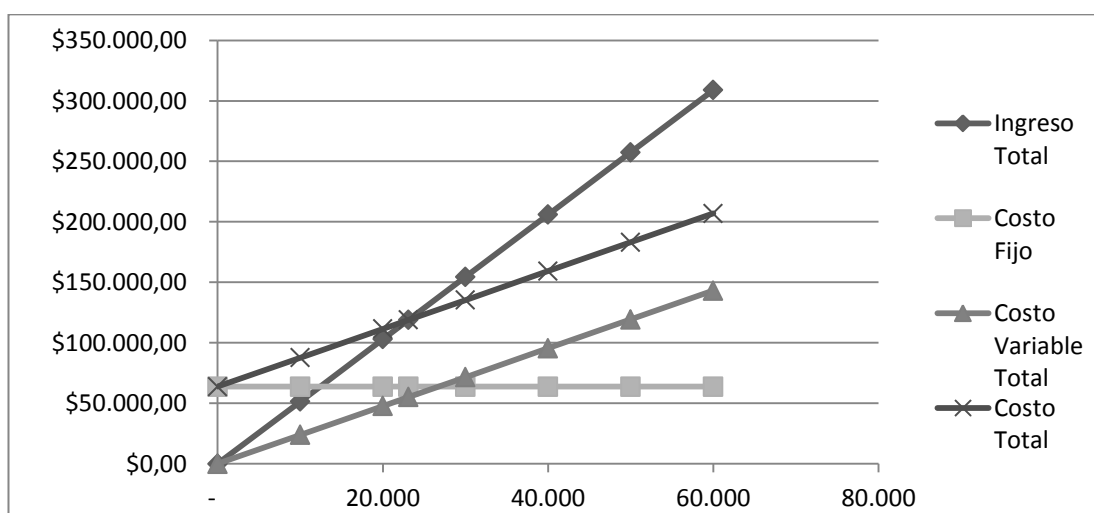
5.3.1.2 Gráfica del Punto de equilibrio:

TABLA # 5.16

PUNTO DE EQUILIBRIO						
Precio de Venta Unitario	Unidades Vendidas (Fracos de 1/2 Litros)	Ingreso Total	Costo Fijo	Costo Variable Unitario	Costo Variable Total	Costo Total
\$5,15	-	\$0,00	\$63.811,08	\$2,39	\$0,00	\$63.811,08
\$5,15	10.000	\$51.500,00	\$63.811,08	\$2,39	\$23.860,00	\$87.671,08
\$5,15	20.000	\$103.000,00	\$63.811,08	\$2,39	\$47.720,00	\$111.531,08
\$5,15	23.086,498	\$118.895,46	\$63.811,08	\$2,39	\$55.084,38	\$118.895,46
\$5,15	30.000	\$154.500,00	\$63.811,08	\$2,39	\$71.580,00	\$135.391,08
\$5,15	40.000	\$206.000,00	\$63.811,08	\$2,39	\$95.440,00	\$159.251,08
\$5,15	50.000	\$257.500,00	\$63.811,08	\$2,39	\$119.300,00	\$183.111,08
\$5,15	60.000	\$309.000,00	\$63.811,08	\$2,39	\$143.160,00	\$206.971,08

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Gráfico # 5.1



Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.4 Evaluación financiera, económica y social

5.4.1 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

Tabla # 5.17

CÁLCULO DEL TIR	
TASA	VAN
5%	\$95.739,73
10%	\$44.660,64
15%	\$3.518,32
15,4798967467%	\$0,00
20%	(\$30.031,96)
25%	(\$57.701,62)
30%	(\$80.758,65)
35%	(\$100.155,47)
40%	(\$116.616,65)
45%	(\$130.699,90)
50%	(\$142.839,18)

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

5.4.2 Cálculo del Valor Actual Neto

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Q_n}{(1+r)^n}$$

$$VAN = -277.497,77 + \frac{62.091,91}{(1+0,10)^1} + \frac{73.628,11}{(1+0,10)^2} + \frac{86.327,40}{(1+0,10)^3} + \frac{100.041,18}{(1+0,10)^4} + \frac{115.430,11}{(1+0,10)^5}$$

$$VAN = -277.497,77 + \frac{62.091,91}{1,10} + \frac{73.628,11}{1,21} + \frac{86.327,40}{1,331} + \frac{100.041,18}{1,4641} + \frac{115.430,11}{1,61051}$$

$$VAN = -277.497,77 + (56.447,19 + 60.849,68 + 64.859,05 + 68.329,47 + 71.673,02)$$

$$VAN = -277.497,77 + 322.158,41$$

$$VAN = 44.660,64$$

El valor de \$277.497,77 corresponde a la inversión inicial, que corresponde a \$201.895,00 de la inversión fija y \$75.602,77 que corresponden al capital de trabajo que se utilizará dentro de los tres primeros meses de funcionamiento.

5.4.3 Período de Recuperación de la Inversión

Tabla # 5.18

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
AÑOS	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACUMULADO
0	\$277.497,77		
1		\$62.091,91	\$62.091,91
2		\$73.628,11	\$135.720,02
3		\$86.327,40	\$222.047,42
4		\$100.041,18	\$322.088,59
5		\$115.430,11	\$437.518,70
Total	\$277.497,77	\$437.518,70	

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

Fórmula:

$$PR = \frac{SUMA DE FLUJO NETO - INVERSIÓN}{FLUJO NETO (ÚLTIMO PERÍODO)}$$

$$PR = \frac{\$437.518,70 - \$277.497,77}{\$115.430,11}$$

$$PR = \frac{\$160.020,93}{\$115.430,11}$$

$$PR = 1,39$$

De acuerdo a la fórmula aplicada el período de recuperación de la inversión será después del primer (1) años.

5.4.4 Relación Beneficio / Costo

La relación del Beneficio / Costo se la define como la relación entre los ingresos presentes y los egresos presentes del proyecto, para determinar los beneficios que se obtendrán con todo el trabajo empleado para su ejecución.

Para poder determinar esta relación de deben realizar las siguientes fórmulas:

Determinación del Valor Presente de los Ingresos.

Dónde:

VP₁ = Valor Presente de los Ingresos

I_{1...5} = Ingresos por Año

i = Tasa de Descuento o TREMA

$$VP_1 = \frac{I_1}{(1+i)^1} + \frac{I_2}{(1+i)^2} + \frac{I_3}{(1+i)^3} + \frac{I_4}{(1+i)^4} + \frac{I_5}{(1+i)^5}$$

$$VP_I = \frac{\$515.000,00}{(1,10)} + \frac{\$566.500,00}{(1,10)^2} + \frac{\$623.150,00}{(1,10)^3} + \frac{\$685.465,00}{(1,10)^4} + \frac{\$754.011,50}{(1,10)^5}$$

$$VP_I = \frac{\$515.000,00}{1,10} + \frac{\$566.500,00}{1,21} + \frac{\$623.150,00}{1,331} + \frac{\$685.465,00}{1,4641} + \frac{\$754.011,50}{1,61051}$$

$$VP_I = \$468.181,82 + \$468.181,82 + \$468.181,82 + \$468.181,82 + \$468.181,82$$

$$VP_I = \$2'340.909,10$$

Determinación del Valor Presente de los Egresos.

Dónde:

VP_E = Valor Presente de los Egresos

E₀ = Inversión

E_{1...5} = Egresos por Año

i = Tasa de Descuento o TREMA

$$VP_E = E_0 + \frac{E_1}{(1+i)^1} + \frac{E_2}{(1+i)^2} + \frac{E_3}{(1+i)^3} + \frac{E_4}{(1+i)^4} + \frac{E_5}{(1+i)^5}$$

$$VP_E = \$277.497,77 + \frac{\$452.908,09}{(1,10)} + \frac{\$492.871,90}{(1,10)^2} + \frac{\$536.822,60}{(1,10)^3} + \frac{\$585.423,83}{(1,10)^4} + \frac{\$638.581,39}{(1,10)^5}$$

$$VP_E = \$277.497,77 + \frac{\$452.908,09}{1,10} + \frac{\$492.871,90}{1,21} + \frac{\$536.822,60}{1,331} + \frac{\$585.423,83}{1,4641} + \frac{\$638.581,39}{1,61051}$$

$$VP_E = \$277.497,77 + \$411.734,63 + \$407.332,15 + \$403.322,76 + \$399.852,35 + \$396.508,81$$

$$VP_E = \$1'896.396,11$$

Determinación de la Relación Beneficio Costo.

Dónde:

B = Beneficio (Valor Presente de los Ingresos)

C = Costo (Valor Presente de los Costos)

$$B/C = \frac{\$2'340.909,10}{\$1'896.396,11}$$

$$B/C = 1,234398809223459 \approx 1,23$$

De acuerdo a la regla establecida para éste proceso se determina que:

B/C > 1 = Proyecto viable, ya los ingresos son más altos que los egresos.

B/C = 1 = Los beneficios son iguales que los costos, por tanto no es viable el proyecto.

B/C < 1 = Proyecto no viable, debido a que los costos que se generan son más altos que los ingresos.

Entonces, como el resultado de la ecuación es 1,23 se establece que el proyecto es viable para invertir.

5.4.5 Análisis de Sensibilidad

De acuerdo al presente análisis de sensibilidad se demuestra que el proyecto es más sensible a una disminución de los beneficios que a un aumento en los costos, por tanto aunque los costos aumenten los beneficios deberán mantenerse para que la rentabilidad de la empresa no se vea afectada en gran medida.

Tabla # 5.19

Análisis de Sensibilidad

AUMENTO DEL COSTO %	DISMINUCIÓN PORCENTUAL EN LOS BENEFICIOS						
	0%	5%	10%	15%	20%	25%	30%
	\$515.000,00	\$489.250,00	\$463.500,00	\$437.750,00	\$412.000,00	\$386.250,00	\$360.500,00
0% \$302.411,08	\$212.588,92	\$186.838,92	\$161.088,92	\$135.338,92	\$109.588,92	\$83.838,92	\$58.088,92
5% \$317.531,63	\$197.468,37	\$171.718,37	\$145.968,37	\$120.218,37	\$94.468,37	\$68.718,37	
10% \$332.652,19	\$182.347,81	\$156.597,81	\$130.847,81	\$105.097,81	\$79.347,81		
15% \$347.772,74	\$167.227,26	\$141.477,26	\$115.727,26	\$89.977,26			
20% \$362.893,29	\$152.106,71	\$126.356,71	\$100.606,71				
25% \$378.013,85	\$136.986,15	\$111.236,15					
30% \$393.134,40	\$121.865,60						

Elaborado por: Las Autoras de Tesis

CAPÍTULO VI

6. DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL SITIO SOSOTE

6.1 Impacto Social, Productivo y Comercial en el Sitio Sosote

El impacto productivo y comercial en el Sitio Sosote debe convertirse en una fuente dinámica de crecimiento de las economías, permitiendo identificar información y conocimiento sobre las capacidades productivas de cada pueblo.

Se deben de tomarte en cuenta instrumentos esenciales para aprovechar las oportunidades que surgen con los tratados comerciales

6.1.1 Impacto Social

El montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja para contribuir al desarrollo socioeconómico del sitio Sosote constantemente promover e impulsar el desarrollo social y económico de su área de influencia, mediante la ejecución de proyectos de alto impacto.

Es muy importante que se implementen regional diversas líneas de acción encaminadas a la proyección y responsabilidad social, la cual se refleja en indicadores de gestión que han fortalecido al desarrollo humano sostenible para el sitio Sosote

Por ello el diseño e implementación de proyectos de impacto social y programas de responsabilidad social, en los que participan investigadores, docentes y la administración misma, y que vinculan a la empresa pública, privada y organizaciones sociales mediante los cuales se benefician diversas poblaciones.

6.1.1.1 Fuentes de empleo

El beneficio directo de la ejecución del presente proyecto es la apertura de nuevas plazas de trabajo directo e indirecto.

Las plazas de trabajo directo son las que se encuentran dentro de la misma empresa como se encuentra detallado en el estudio técnico; la gerencia, departamento financiero, departamento de marketing, presidencia, área de producción debido a su ubicación los principales candidatos a ocupar estos puestos serán los mismos habitantes del sitio Sosote.

Las plazas de trabajo indirecto se refiere a; en primer lugar los apicultores quienes serán los proveedores del producto y el segundo lugar están los puntos de distribución dónde venderán el producto al público.

6.1.2 Impacto Productivo

El impacto que generará la ejecución del presente proyecto en el área productiva del sitio Sosote radica en que se deberá aumentar los niveles de producción para satisfacer la demanda de los consumidores y de esta manera aumentarán los ingresos de los apicultores.

6.1.2.1 Apicultores, proveedores del producto

Los apicultores que serán los principales proveedores del producto son los que se encuentran ubicados en el sitio Sosote, por la cercanía a la planta, como plan de contingencia en caso de existir algún inconveniente con los apicultores de la zona se utilizarán como proveedores a los apicultores del sitio Quimís la cual tiene altos de niveles de producción de miel de abeja.

6.1.3 Impacto Comercial

El impacto comercial se mide en el nivel que la ejecución de la empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja mejore las relaciones

comerciales de los productores asentados en la zona de Sosote, en vista de que el alcance de la comercialización se verá reflejado en las ventas realizadas a diversas ciudades, que en principio serán Portoviejo, Santa Ana y Rocafuerte.

6.1.3.1 Sitios de distribución del producto

La distribución principal del producto será desde la planta ubicada en el sitio Sosote, de aquí será llevado hasta los diversos puntos con los que se han hecho previamente los contactos necesarios para establecer el número de pedidos.

En cada ciudad los puntos de acopio serán las tiendas para que los consumidores finales tengan acceso directo al producto y se elimina cualquier otro tipo de intermediación con el fin de que el precio no se vea alterado de ninguna manera.

6.2 Oportunidades de comercialización para la Miel de Abeja

La miel de abeja es un producto natural que es consumido no solo en el mercado local sino también en el mercado internacional, por sus propiedades nutritivas y alimenticias.

Debido a sus componentes y su sabor, es ampliamente utilizado para alimentación de niños y adultos, además de que sirve como medicina natural principalmente contra la gripe.

Además de ser consumida como medicina y alimento es utilizada como ingrediente principal en determinados productos de limpieza; por todas estas razones es fácil llegar al público consumidor, además de que las presentaciones del producto llaman la atención del público.

6.3 Competencia de precios

La competencia en precios aparece cuando en un mercado se da un precio fijo para un determinado producto, en este caso, la oferta de cada vendedor se apunta a monopolizar las características de sus productos, estableciendo diferencias físicas en relación a los demás bienes similares ofrecidos en el mercado. Como por ejemplo en la venta de miel de abeja se da diferencias en la calidad y la pureza del producto, además de la presentación del mismo.

De acuerdo al estudio establecido el medio litro de miel de abeja será de \$5,00 lo cual está a un nivel competitivo en relación a los demás vendedores del mismo producto lo que genera una libre competencia, y el consumidor el libre de escoger de acuerdo a lo que se considere mejor.

6.4 Impacto Ambiental

El impacto ambiental se genera desde las granjas de producción apícola por lo cual la cría de las abejas se da en lugares alejados de la ciudadanía para que no afecte el medio ambiente, una vez recolectada la miel y envasada, el impacto ambiental que se produce es el que se genera a través de las maquinarias y por último los envases que después de ser utilizados serán desechados por los consumidores, pero en algunos casos podrán ser reutilizados por razón de tratarse de frascos de vidrio.

Al ser éste un producto de origen natural y al no tener un proceso químico el impacto ambiental que se produce es mínimo.

CONCLUSIONES

1. La Miel de abeja es un producto de origen natural que al ser tratado tiene mucha importancia, tanto como alimento y como producto medicinal.
2. De acuerdo al estudio de mercado aplicado, la demanda existente del producto justifica la creación y montaje de la distribuidora y comercializadora de miel de abeja.
3. Mediante el estudio técnico ambiental se determinó que el sitio con mayor factibilidad por su ubicación geográfica, para la construcción de las instalaciones de la empresa, es el Sitio Sosote, específicamente a un costado de la carreta cerca de la entrada a Puerto Loor en un área de 200 m², debido a que en éste sitio se encuentran las granjas apícolas; estimando una capacidad máxima de 67.000 litros de miel de abeja anuales de los cuales la demanda es de 50.000 litros anuales.
4. El estudio administrativo permito definir la organización de la empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja para el adecuado funcionamiento de la misma.
5. El estudio económico financiero permitió establecer la viabilidad económica de la empresa mediante el TIR que se ubicó en el 15,4798967467%; el VAN que reflejó \$44.660,64 y la relación Beneficio / Costo que con un 1,23 demuestra que el proyecto es viable para su inversión, y con dichos indicadores se establecen los rubros económicos que necesitaría la empresa para funcionar y brindar rentabilidad a los socios.
6. La evaluación de la empresa permitió establecer las formas en que se puede mejorar la ejecución de las funciones de la empresa, indicando las debilidades y ventajas de la misma.

RECOMENDACIONES

1. Es importante que se resalte la importancia de la miel como un producto necesario en las personas como un medio de desarrollo económico.
2. Aplicar estrategias que permitan la comercialización de la miel de abeja siendo un aspecto positivo para el desarrollo de la empresa
3. Que el estudio técnico sea un considerado como punto crucial en la implantación de la empresa, generando un adecuado nivel de productividad.
4. Por medio del estudio administrativo se establezcan todos los puestos y sus funciones a realizar, por ello el personal debe ser seleccionado en consecuencia al estudio realizado.
5. Que se establezca y reorganice las actividades que permitan tener una visión del ámbito financiero de toda la empresa, para fomentar el desarrollo económico del sector.
6. Aplicar constantemente evaluaciones para el mejoramiento de los diferentes procesos de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

1. **CAMPIÑA**, Gema. (2010). Empresa y administración. “ciclos formativos”.
2. **COCKRUM**, Jim. (2011). Marketing gratuito. 101 maneras de hacer crecer nuestro negocio. Estados Unidos.
3. **CÓRDOVA**, Marcial. (2006). Formulación y evaluación de proyectos. Bogotá – Colombia.
4. **DAFT**, Richard L. (2007). Teoría y diseño organizacional.
5. **DAVID**, Fred R. (2003). Conceptos de administración estratégica.
6. **FELBER**, Christian. (2012). La economía del bien común.
7. **GOMEZ R.**, René. (2006). Metodología para el trabajo de grado, tesis y proyectos. 3ª edición. Ibarra – Ecuador.
8. **GRAVES**, Philip. (2010). Consumidorología. El mito del estudio de mercado, la verdad sobre los consumidores y la psicología de las compras. Estados Unidos.
9. **GRECO**, Orlando. (2007). Diccionario contable.
10. **HORMIGO**, Enrique. (2002). Dominar el marketing es fácil.
11. **KOTLER**, Philip. (2010). Marketing 3.0. Estados Unidos.
12. **MAQUEDA** Lafuente, Javier. (2003). Protocolo Empresarial: Una Estrategia de marketing.

13. **MARTÍNEZ**, Inmaculada. (2005). La comunicación en el punto de venta. estrategias de comunicación en el comercio real y online. España.
14. **MOLINILLO**, Sebastian. (2012). Distribución comercial aplicada.
15. **PALOMARES**, Ricardo. (2009). Merchandising. teoría, práctica y estrategia. 2ª edición. España.
16. **PALOMARES**, Ricardo. (2012). Logística y distribución. marketing en el punto de venta. 100 ideas claras para vender. 1ª edición. España.
17. **PARDO**, Julieth. (2012). “Estudio técnico y definición de administración”. febrero.
18. **RIVERA**, Jaime. (2003). La promoción de ventas: variable clave del marketing.
19. **RODRÍGUEZ**, Inma. (2006). Principios y estrategias de marketing. España.
20. **SASTRE**, Miguel. (2009). Diccionario de dirección de empresas y marketing – Volumen 8. España.
21. **SEK**. Universidad Internacional. (2011). “Estudio financiero”. Diccionario de economía. finanza.
22. **SHILLER**, Robert. (2012). Las finanzas en una sociedad justa.
23. **SORIANO**, Julia. (2009). Modelos y ejemplos de informes y estudios de mercados.
24. **SOSA**, Rodolfo. (2006). Manual de ingeniería económica. Colombia.
25. **SUMMERS**, Donna. (2006). Administración de la calidad.

26. **VÉRTICE**, Editorial. (2010). Aprovisionamiento y almacenaje en la venta. Málaga, España.

27. **VÉRTICE**, Editorial. (2011). Organización del proceso de venta. Málaga, España.

28. www.eldiario.com.ec

29. www.fenade.com

30. www.inec.gob.ec

31. www.manabi.gob.ec

ANEXOS

Anexo # 1: PLAN DE PROYECTO



**UNIVERSIDAD PARTICULAR
SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO**

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

**PROYECTO DE TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO
EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES**

**“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA
EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE
ABEJA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL
SITIO SOSOTE DEL CANTÓN ROCAFUERTE EN EL PERÍODO 2013”.**

AUTORES:

María Daniela Gándara Medina

Paola Alejandra Valarezo Vera

PORTOVIEJO – MANABÍ – ECUADOR

AÑO 2012

CAPÍTULO I

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. TEMA

“ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD PARA EL MONTAJE DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA DE MIEL DE ABEJA PARA CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL SITIO SOSOTE DEL CANTÓN ROCAFUERTE EN EL PERÍODO 2013.”

1.2. ANTECEDENTES

Desde tiempos muy antiguos, el hombre primitivo a conocido a la miel como alimento dulce, no se sabe a ciencia cierta cómo ni cuándo fue que se descubrió, si tal vez fue por los animales golosos que la comían o por un rayo que dejó al descubierto el hueco de un tronco donde se encontraron el producto de las abejas; éste pequeño insecto es más viejo sobre la tierra que el hombre, si nos atenemos a la Biblia, en el mundo antiguo se atribuía a la generosidad de los dioses los mejores dones de la naturaleza.

En Egipto existió la creencia de que la miel tenía sus orígenes en las lágrimas del Dios Sol, "Ra", y que las abejas se alimentaban del rocío, conocían muchas propiedades de la miel y la cera, sus primeras colmenas se remontan en pinturas de la época; en las Sagradas Escrituras se nombra repetidamente la miel desde el Génesis hasta El Cantar de los Cantares.

En el caso de Grecia, todos los griegos eran desde su infancia alimentados con una mezcla fortificante de leche y miel que le llamaban melikatron, y no había una sola comida sencilla o suntuosa en la que no figurase la miel en panal; como alimento de vida por excelencia, la miel era también, según Pitágoras y Demócrito, fuente de longevidad y de poderío intelectual.

Los dos filósofos, que la utilizaban en la fabricación del pan que comían cada día, le atribuyeron a la miel, el haber llegado a una edad avanzada sin enfermedad alguna; la miel era igualmente empleada en la cocina propiamente dicha, por ejemplo en los guisos y salsas de Atenas.

Los romanos por su lado, muy amantes de la miel, apreciaban de una manera muy particular las mieles de Sicilia, Córcega y Cerdeña; los romanos servían la miel al principio de la comida en forma de viejo vino mielificado (el mulsum), y luego en el segundo servicio en su forma ordinaria y finalmente en el postre en forma líquida o en panales.

Con los datos aquí expuestos se determina que la miel desde que se le conoce y en el trayecto de la historia ha sido utilizada con varios fines, entre los más importantes están, por su sabor una amplia gama gastronómica convirtiéndose en un exquisito manjar; y por su alto valor nutricional se la utiliza en la medicina para ayudar en el alivio de ciertas afecciones en la salud, como la gripe; debido a esto se ha convertido en un producto muy importante para el mundo.

La producción mundial media de miel es aproximadamente de 1'200.000 toneladas, y cerca de la mitad de ésta entra en los circuitos internacionales de comercio; los principales países productores y exportadores son China, Argentina, España, México, Canadá, Hungría y Australia, es difícil establecer un ranking de naciones, pues sus niveles de producción son muy diferentes; los principales importadores a nivel mundial son la Unión Europea y Estados Unidos.

El Ecuador cuenta con una gran biodiversidad de flora y fauna, su ubicación geográfica lo privilegian para producir recursos de inmejorable calidad que han calificado como los mejores productos del mundo; actualmente los productos de la colmena están brindando excelentes resultados como

nutracéuticos (alimento y medicina), lo que favorece a la apicultura en nuestro País³⁵.

Rocafuerte, por su situación geográfica dentro de la Provincia, tiene una ubicación estratégica mediante la cual se puede distribuir productos hacia cualquier otro Cantón, y al ser la capital de Manabí tiene una amplia gama de posibilidades para ejecutar el presente proyecto, por su gran movimiento comercial.

1.3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La miel de abeja a nivel mundial es considerada un manjar por lo que es consumida por muchas personas debido a su exquisito sabor, para endulzar bebidas, acompañar ciertas comidas o incluso para ingerir pura; así mismo tiene propiedades curativas, por eso se le utiliza con fines médicos en contra de la gripe.

La mayor parte de los apicultores del Ecuador se encuentran concentrados en la Región sierra norte y centro, de éstos en nivel productivo les sigue la Provincia de Manabí.

A unos cuarenta minutos aproximadamente de Portoviejo está el recinto Quimís, que es tierra de apicultores; ahí sus pobladores desde aproximadamente el año 2003, optaron por dedicarse además de las tareas agrícolas, a criar abejas y producir miel.

Así como en el recinto Quimís perteneciente al Cantón Jipijapa, en el cantón Rocafuerte también existe dentro del sitio conocido como Sosote una granja apicultora, dicho sitio está ubicado aproximadamente a 20 minutos de Portoviejo³⁶.

³⁵ Federación Nacional de Apicultores del Ecuador. (2009). www.fenade.com

³⁶ El Diario. www.eldiario.com.ec. (2007). Beneficios de la Miel de Abeja

Los apicultores han dado un paso importante en lo que a la apicultura se refiere, ya que 25 comuneros dedicados a ésta actividad se han reunido para crear la Asociación Ceibo y Miel; gracias a ésta asociación ellos reciben charlas y capacitaciones constantes sobre la recolecta y especificaciones técnicas sobre la producción.

Analizando que los apicultores no todos están asociados, sumado al hecho de la gran demanda que existe en el mercado interno, se puede organizar la oferta de éste producto y canalizarla a través de la creación de una distribuidora y comercializadora, hacia los distintos puntos de ventas donde exista la demanda de la Miel de Abeja, teniendo como sede para sus oficinas y bodegas el sitio Sosote, que se ubicarían frente a la carretera.

1.4. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera el montaje de una distribuidora y comercializadora de la Miel de Abeja contribuirá al desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte?

1.4.1. SUB PROBLEMAS

- ¿Cuál es la aceptación que tiene la Miel de Abeja en los posibles mercados de distribución?
- ¿Cuáles son las condiciones actuales de la demanda y como ésta afecta a la realización del proyecto?
- ¿Qué localización resulta más factible para que se ubiquen las instalaciones de la empresa?
- ¿Qué lineamientos administrativos y legales deberán implantarse para conseguir un alto estándar de competitividad y rentabilidad?

- ¿Cuáles son los requerimientos económicos que exige el proyecto para su puesta en marcha?
- ¿Cómo afectará a la población del Sitio Sosote la ejecución del proyecto?

1.5. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA

CAMPO: Económico

AREA: Finanzas y Relaciones Comerciales

ASPECTOS: Distribución y comercialización de Miel de Abeja y el desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote de Cantón Rocafuerte.

PROBLEMA: Inexistencia de un adecuado proceso de distribución y comercialización de Miel de Abeja.

TEMA: “Estudio de pre-factibilidad para el montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja para contribuir al desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte en el período 2013.”

DELIMITACION ESPACIAL: La investigación se desarrollará en el Cantón Rocafuerte Sitio Sosote.

DELIMITACION TEMPORAL: La presente investigación se considerará realizarla para el período 2012 – 2013, durante 9 meses.

DELIMITACION POBLACIONAL: Se tomará en cuenta para la recolección de información a la población rural del Cantón Rocafuerte, los apicultores, comerciantes y autoridades del Sitio Sosote; y para establecer una demanda se tomará en cuenta la población de los Cantones Rocafuerte, Portoviejo y Santa Ana.

1.6. JUSTIFICACIÓN

La miel es importante por tratarse de un fluido dulce y viscoso producido de manera natural por las abejas a partir del néctar de las flores o de secreciones de partes vivas de plantas o de excreciones de insectos chupadores de plantas; las abejas lo recogen, transforman y combinan con la enzima invertasa (enzima que poseen las abejas para transformar el polen en miel) que contiene la saliva de ellas, y lo almacenan en los panales donde madura; además la miel es una secreción que fue consumida anteriormente por éstas, y puede ser consumida por las personas sin tener un proceso químico al manipularla.

La intervención del hombre en el proceso de explotación de los panales de la colmena es conocida como apicultura, las características físicas, químicas y organolépticas de la miel vienen determinadas por el tipo de néctar que recogen las abejas; el origen botánico de las mieles define también la mayor o menor facilidad de éstas a cristalizar.

Entre los aspectos que hacen a la Miel un Producto altamente demandado en los mercados, se determina que es por su fácil asimilación digestiva, y así mismo ayudan a la digestión de otros alimentos, mejoran la conservación de los alimentos, es altamente recomendada para problemas de tos, tiene una importante acción curativa sobre las heridas, y aún en pocas cantidades mejora el rendimiento físico.

La posibilidad de ubicar la sede para ejecutar el proyecto en la provincia de Manabí se debe a que está considerada como el segundo productor de Miel más grande del País después de la Sierra Norte y Centro; entonces, la ubicación de la Empresa será propicia en esta zona específicamente en el Cantón Rocafuerte en el sitio Sosote, ya que está en el paso de las vías que conectan a la zona norte y sur de la Provincia.

Por encontrarse en el centro de la misma se convierte en punto de convergencia de algunas vías mediante las cuales se facilitarían la recolección del producto desde las granjas de apicultura y su posterior distribución hacia los puntos de ventas, donde exista la demanda del producto tanto en el mercado interno, como en las zonas cercanas y demás cantones donde requieran las cantidades que se puede manejar, según la capacidad de los productores que proveerían del producto.

Con la realización de este proyecto se pretende beneficiar a los apicultores para que a través de los servicios canalicen su producción y llegue a todos los lugares que tengan la demanda de la miel de abeja, vender al por mayor, y poder obtener mayores ganancias sobre su producto.

La producción y comercialización de miel se la realiza en su mayoría de manera artesanal, ya que es el medio de sustento de varias familias manabitas, de aquí se desprende el interés de orientar la producción de miel para que genere mayor rentabilidad a los apicultores y sus familias, llegando

a mercados de difícil acceso y mejorando la competitividad y aumentando la productividad.

1.7. OBJETIVOS

1.7.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de pre-factibilidad sobre el montaje una distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja y su influencia en el desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte.

1.7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la importancia de la miel como alimento nutritivo y su distribución a diversos mercados.
- Analizar a través de un Estudio de Mercado la demanda existente respecto al montaje de la distribuidora y comercializadora de miel de abeja.
- Proyectar mediante el estudio técnico – ambiental la ubicación más factible para las instalaciones de la Empresa.
- Establecer el estudio administrativo – legal que permita una organización óptima para que se consigan altos niveles de competitividad y rentabilidad.
- Examinar mediante un estudio económico financiero la viabilidad de que se ejecute el proyecto y el origen de los fondos necesarios.
- Evaluar el impacto social y económico que generaría la implementación de este proyecto en el Sitio Sosote.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL

2.1. MARCO TEÓRICO

ESTUDIO DE MERCADO

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo; adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente, igualmente se estipulará qué tipo de clientes son los interesados en los bienes que se ofertarán, lo cual servirá para orientar la producción del negocio; finalmente, el estudio de mercado dará la información acerca del precio apropiado para colocar el bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.³⁷

ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcional, de ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda; finalmente con cada uno de los elementos que conforman el

³⁷ CÓRDOVA PADILLA, Marcial. (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá – Colombia

estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo.³⁸

ESTUDIO FINANCIERO

En este rubro deberán cuantificarse los recursos monetarios necesarios para la implantación y puesta en marcha del proyecto, y que constituyen el activo fijo o inversiones fijas, el activo diferido y los recursos necesarios para que se realicen las funciones de producción y ventas a los que generalmente se les llama capital de trabajo.³⁹

Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores (estudio de mercado, estudio técnico y estudio de la organización) elaborar los cuadros analíticos y antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad. La sistematización de la información financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversión, costos e ingresos que puedan deducirse de los estudios previos.

Se comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto, este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y

³⁸ GRAVES, Philip. (2010). Consumidorología. El mito del estudio de mercado, la verdad sobre los consumidores y la psicología de las compras. Estados Unidos.

³⁹ SEK. Universidad Internacional. (2011). "Estudio financiero". Diccionario de economía. Finanzas.

las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales; finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas.⁴⁰

2.2. MARCO CONCEPTUAL

ESTUDIO DE PRE-FACTIBILIDAD

El Estudio de Pre-factibilidad comprende el análisis Técnico – Económico de las alternativas de inversión que dan solución al problema planteado, los objetivos de la pre-factibilidad se cumplirán a través de la Preparación y Evaluación de Proyectos que permitan reducir los márgenes de incertidumbre a través de la estimación de los indicadores de rentabilidad socioeconómica y privada que apoyan la toma de decisiones de inversión; la fuente de información debe provenir de una fuente secundaria.⁴¹

El estudio de pre-factibilidad debe concentrarse en la identificación de alternativas y en el análisis técnico de las mismas, es decir, debe realizarse comparando la situación "con proyecto" con la situación "sin proyecto".

COMERCIALIZACIÓN

Intercambio de bienes (productos) y servicios (productos intangibles) ya sea por dinero o algún otro satisfactor, inicialmente el comercio se realizaba mediante el trueque o intercambio de satisfactores; actualmente lo más común es el intercambio de algún producto o servicio a cambio de dinero.⁴²

⁴⁰ SUMMERS, Donna. (2006). Administración de la Calidad.

⁴¹ AFT, Richard L. (2007). Teoría y Diseño Organizacional.

⁴² KOTLER, Philip. (2010). Marketing 3.0. Estados Unidos.

DISTRIBUCIÓN

Es la actividad dentro de la mercadotecnia que tiene como fin poner al alcance del consumidor un determinado bien o servicio; también puede definirse como el conjunto de actividades interrelacionadas que tienen como objeto diseñar una estructura a través de la cual los consumidores puedan obtener bienes y servicios.⁴³

Su función es colocar a disposición del consumidor los productos o servicios de una compañía en las condiciones requeridas, por medio de actividades que ayuden a almacenar, transportar, fraccionar y sufrir los productos e informar acerca del mismo, así como contactar a los compradores.

Canales de Distribución: El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí que hacen llegar los productos y servicios de los fabricantes a los consumidores y usuarios finales.

Tamaño de los Canales: Del tipo y tamaño del canal dependen del producto que se quiere distribuir⁴⁴.

DESARROLLO SOCIOECONÓMICO

El Desarrollo Socioeconómico es un proceso en el cual da como resultado una mejor calidad de vida para los individuos que conforman un país o que están dentro de un mismo territorio, para eso es necesario una explotación racional de los recursos del planeta, siempre y cuando ésta sea destinada para beneficio de la humanidad de tiempo presente y futuro. La humanidad hoy en día enfrenta una problemática, esta se refiere al antiguo concepto de desarrollo socioeconómico ya que el mismo quedó en el pasado, y ahora se discute más sobre los retos que constituye un desarrollo sustentable⁴⁵.

⁴³ RIVERA CAMINO, Jaime. (2003). La promoción de ventas: Variable clave del marketing.

⁴⁴ MOLINILLO JIMENEZ, Sebastian. (2012). Distribución Comercial Aplicada.

⁴⁵ FELBER, Christian. (2012). La Economía del Bien Común.

IMPACTO ECONÓMICO

Impacto económico es el término que se le da a la acción que ejerce un determinado proyecto dentro de una comunidad donde éste se desarrolla; dando lugar a mejoras en el ámbito tanto social como financiero de los pobladores que se beneficiarán de la ejecución de dicha inversión productiva.⁴⁶

MERCADO

En la terminología económica de un mercado, éste es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.⁴⁷

APICULTURA

La apicultura es la actividad dedicada a la crianza de las abejas y a prestarles los cuidados necesarios con el objeto de obtener y consumir los productos que son capaces de elaborar y recolectar, el principal producto que se obtiene de esta actividad es la miel; la miel es un factor de beneficio para los humanos.⁴⁸

CLIENTES

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el

⁴⁶ SHILLER, Robert. (2012). Las Finanzas en una Sociedad Justa.

⁴⁷ VÉRTICE, Editorial. (2011). Organización del proceso de venta. Málaga, España.

⁴⁸ MAQUEDA LAFUENTE, Javier. (2003). Protocolo Empresarial: Una Estrategia de Marqueting.

motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios⁴⁹.

Se pueden clasificar a los clientes en dos tipos: Los clientes activos y los clientes inactivos.

Los clientes activos son aquellos que en la actualidad, están realizando compras o que lo hicieron dentro de un periodo corto de tiempo; en cambio, los clientes inactivos son aquellos que realizaron su última compra hace bastante tiempo atrás, por tanto, se puede deducir que se pasaron a la competencia, que están insatisfechos con el producto o servicio que recibieron o que ya no necesitan del mismo.

Esta clasificación es muy útil por dos razones:

- Porque permite identificar a los clientes que en la actualidad están realizando compras y que requieren una atención especial para retenerlos, ya que son los que en la actualidad le generan ingresos económicos a la empresa.
- Para identificar aquellos clientes que por alguna razón ya no le compran a la empresa, y que por tanto, requieren de actividades especiales que permitan identificar las causas de su alejamiento para luego intentar recuperarlos.

OFERTA

En economía, se define a la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores que están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.

⁴⁹ SHILLER, Robert. (2012). Las Finanzas en una Sociedad Justa.

DEMANDA

La demanda se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado.⁵⁰

PRODUCTOS

Un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad; el producto es parte de la mezcla de marketing (también conocido como "Marketing Mix" o "Las cuatro P") de la empresa, junto al precio, distribución y promoción.⁵¹

CALIDAD

La calidad es una herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie la palabra calidad tiene múltiples significados; de forma básica, se refiere al conjunto de propiedades inherentes a un objeto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas.⁵²

Por otro lado, la calidad de un producto o servicio es la percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con dicho producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades. Por tanto, debe definirse en el contexto que se esté considerando, por ejemplo, la calidad del servicio postal, del servicio dental, del producto, de vida, etc⁵³.

⁵⁰ VÉRTICE, Editorial. (2011). Organización del proceso de venta. Málaga, España.

⁵¹ PALOMARES BORJA, Ricardo. (2009). Merchandising. Teoría, práctica y estrategia. 2ª Edición. España.

⁵² SUMMERS, Donna. (2006). Administración de la Calidad.

⁵³ SUMMERS, Donna. (2006). Administración de la Calidad.

PRECIO

Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.

A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

MARKETING

El objetivo principal del marketing o conocido en español como mercadotecnia es llevar al cliente hasta el límite de la decisión de compra, además la mercadotecnia tiene también como objetivo favorecer el intercambio de valor entre dos partes (comprador y vendedor), de manera que ambas resulten beneficiadas; según Philip Kotler, se entiende por intercambio “el acto de obtener un producto deseado de otra persona”⁵⁴. Para que se produzca, es necesario que se den cinco condiciones:

- Debe haber al menos dos partes.
- Cada parte debe tener algo que supone valor para la otra.
- Cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar.
- Cada parte debe ser libre de aceptar o rechazar la oferta.
- Cada parte debe creer que es apropiado.

Si por algún motivo, alguna de las partes implicadas en el intercambio no queda satisfecha, evitará que se repita de nuevo dicho intercambio.

⁵⁴ KOTLER, Philip. (2010). Marketing 3.0. Estados Unidos

PROMOCIÓN

La promoción del producto consiste en comunicar, informar, dar a conocer o hacer recordar la existencia de un producto o servicio (incluyendo sus características, atributos y beneficios) a los consumidores, así como persuadir, estimular, motivar o inducir su compra, adquisición, consumo o uso.

Así como las estrategias de marketing que para una mejor gestión se suelen dividir en estrategias para cuatro elementos de un negocio: producto, precio, promoción y plaza (conjunto de elementos conocido como la mezcla de marketing o de mercadotecnia), la promoción de un producto también, para una mejor gestión se suele dividir en seis elementos: la venta personal, la promoción de ventas, la publicidad, las relaciones públicas, el marketing directo y el merchandising (conjunto de elementos conocido como la mezcla de promoción o de comunicación).⁵⁵

ORGANIZACIÓN

Las organizaciones son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo. Están compuestas por subsistemas interrelacionados que cumplen funciones especializadas.⁵⁶

EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica de proyectos de cooperación tiene por objetivo identificar las ventajas y desventajas asociadas a la inversión en un proyecto antes de la implementación del mismo.⁵⁷

⁵⁵ VÉRTICE, Editorial. (2011). Organización del proceso de venta. Málaga, España.

⁵⁶ SASTRE CASTILLO, Miguel Ángel. (2009). Diccionario de Dirección de Empresas y Marketing – Volumen 8. España

⁵⁷ FELBER, Christian. (2012). La Economía del Bien Común.

EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto; antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.⁵⁸

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$); un punto de equilibrio es usado comúnmente en las empresas u organizaciones para determinar la posible rentabilidad de vender un determinado producto; para calcular el punto de equilibrio es necesario tener bien identificado el comportamiento de los costos; de otra manera es sumamente difícil determinar la ubicación de este punto.⁵⁹

FLUJO DE CAJA

En finanzas y en economía se entiende por flujo de caja o flujo de fondos (en inglés cash flow) los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un período dado.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados

⁵⁸ SEK. Universidad Internacional. (2011). "Estudio financiero". Diccionario de economía. Finanza.

⁵⁹ CAMPIÑA, Gema. (2010). Empresa y Administración. "Ciclos Formativos".

de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir".⁶⁰

VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

2.3. PLAN ANALÍTICO

CAPITULO I: GENERALIDADES

1.7 La apicultura

1.7.1 Las Abejas

1.7.2 La Miel

1.7.3 Métodos de crianza de la abeja y recolección de la Miel

1.8 Producción de Miel de Abeja en la Provincia de Manabí

1.9 Importancia de las comercializadoras en las actividades económicas

1.10 El Cantón Rocafuerte

1.10.1 El Sitio Sosote

1.11 Actividades Económicas en el Sitio Sosote

CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Investigación de mercado

2.1.1 Análisis de la Demanda

2.1.1.1 Distribución geográfica del Mercado de Consumo

2.1.1.2 Proyección de la Demanda

2.1.1.3 Tabulación de Datos de Fuentes Primarias

2.1.2 Análisis de la Oferta

2.1.2.1 Características de los principales prestadores del servicio

⁶⁰ SOSA, Rodolfo Enrique. (2006). Manual de Ingeniería Económica. Colombia.

- 2.1.2.2 Proyección de la Oferta
- 2.1.2.3 Importación de Productos
- 2.1.3 Análisis de Precios
- 2.1.4 Determinación del Costo Promedio
- 2.1.5 Comercialización
- 2.1.6 Distribución

CAPÍTULO III: ESTUDIO TÉCNICO - AMBIENTAL

- 3.1 Tamaño del proyecto
- 3.2 Capacidad del proyecto
- 3.3 Localización del proyecto
 - 3.3.1 Macrolocalización
 - 3.3.2 Microlocalización
- 3.4 Recursos a emplear en el Proyecto
 - 3.4.1 Materia Prima
 - 3.4.2 Recursos Humanos
- 3.5 Mecanismos de control
- 3.6 Análisis ambiental
 - 3.6.1 Emisiones y desperdicios de la empresa
 - 3.6.2 Mecanismos de control de contaminación

CAPÍTULO IV: ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

- 4.1 Administración
 - 4.1.1 Organigrama
 - 4.1.2 Descripción de los Cargos
- 4.2 Requisitos Legales
 - 4.2.1 Constitución legal de la Empresa
 - 4.2.2 Inscripción en la Superintendencia de Compañías
 - 4.2.3 Patente Municipal
 - 4.2.4 Registro Único de Contribuyentes
 - 4.2.5 Número Patronal

CAPÍTULO V: ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

5.1 Inversiones del Proyecto

5.1.1 Inversiones de Capital de Trabajo

5.1.2 Detalle del Financiamiento de las Inversiones

5.1.3 Recursos Financieros para la Inversión

5.1.4 Costos Operativos

5.1.5 Punto de Equilibrio

5.1.5.1 Cálculo del Punto de Equilibrio

5.1.5.2 Gráfica del Punto de Equilibrio

5.1.6 Flujo de caja

5.2 Evaluación financiera, económica y social.

5.2.1 Cálculo de la Tasa Interna de Retorno

5.2.2 Cálculo del Valor Actual Neto

5.3 Estados Financieros

5.3.1 Estado de Resultados

5.3.2 Balance General

CAPÍTULO VI: DESARROLLO SOCIOECONÓMICO DEL SITIO SOSOTE

6.1 Impacto Social, Productivo y Comercial en el Sitio Sosote

6.1.1 Impacto Social

6.1.1.1 Fuentes de empleo

6.1.2 Impacto Productivo

6.1.2.1 Apicultores, proveedores del producto

6.1.3 Impacto Comercial

6.1.3.1 Sitios de distribución del producto

6.2 Oportunidades de comercialización para la Miel de Abeja

6.3 Competencia de precios

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

2.4. HIPÓTESIS

El montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de Miel de abeja provocará un impacto económico positivo en el sitio el Sosote.

2.4.1. IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES

2.4.1.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Estudio de pre-factibilidad para el montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja.

Se la conceptualiza como una empresa de distribución y comercialización de miel de Abeja, que se convierta en el nexo entre el productor y los consumidores, con la intención de favorecer al apicultor del Sitio.

2.4.1.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote del cantón Rocafuerte.

El desarrollo socioeconómico es el mejoramiento del estilo de vida, que se generará a partir de la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja será muy beneficioso para el Sitio Sosote.

2.5. OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Estudio de pre-factibilidad para el montaje de una empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORIAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA APLICADA
Se la conceptualiza como una empresa de distribución y comercialización de miel de Abeja, que se convierta en el nexo entre el productor y los consumidores, con la intención de favorecer al apicultor del Sitio.	Generalidades	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad económica del Sitio Sosote. • Importancia de la Miel de Abeja. 	1. ¿Qué actividad comercial realiza usted?	Encuesta a la población
			Comerciante Apicultor Agricultor Otro_____	
			2. ¿Conoce usted los beneficios de consumir la Miel de Abeja?	Encuesta a la Población
			Si No	
	Estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de Demanda • Nivel de Oferta • Precio 	3. ¿Qué tanto consume la miel de abeja durante el año?	Encuesta a la población.
			Si	

- Aceptación de No
la Miel de
Abeja

4. ¿Dónde adquiere la Miel de Abeja que usted consume? Encuesta a la población

Comercio Informal

A través de terceros

En Supermercados

En el lugar de producción.

Otro_____

5. ¿Cuánto paga usted por adquirir cada medio litro de Miel de Abeja?

\$4,00

\$5,00

\$7,00

Otro_____

Entrevista a los expertos en apicultura, marketing y economía.

6. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto?

Estudio técnico y ambiental

- Efectos sociales y ambientales
- Requisitos de instalación

7. ¿Cómo cree usted que afectaría al sitio Sosote la creación de una empresa que distribuya la miel de abeja?

Encuesta a la población, entrevista a expertos en emprendimiento, profesionales en distribución y comercialización.

8. ¿Qué requisitos técnicos y ambientales deberán ser cumplidos previos al montaje de la Distribuidora y Comercializadora de miel de abeja?

Estudio Administrativo Legal

- Requisitos legales para funcionamiento

9. ¿Qué lineamientos legales deben cumplir las empresas de comercialización y distribución para entrar en funcionamiento?

Autoridades o Delegados de la Superintendencia de Compañía y profesionales en derecho corporativo.

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Desarrollo socioeconómico del Sitio Sosote del cantón Rocafuerte.

CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICA APLICADA
El desarrollo socioeconómico es el mejoramiento del estilo de vida, que se generará a partir de la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de miel de abeja que será muy beneficioso para el Sitio Sosote.	Desarrollo social	<ul style="list-style-type: none"> Fuentes de trabajo. 	¿Cómo influye en la población del sitio Sosote la creación de una empresa distribuidora de miel de abeja?	Encuesta a la población, autoridades del Sitio Sosote.
	Desarrollo Económico	<ul style="list-style-type: none"> Crecimiento de la economía. 	¿Qué impacto económico traerá consigo la instalación de la Empresa comercializadora y distribuidora de miel de abeja en el Sitio Sosote?	Entrevista a expertos en comercio.
	Desarrollo Comercial	<ul style="list-style-type: none"> Actividades del comercio 	¿Qué beneficios tendrían los comerciantes con la creación de la empresa distribuidora de miel de abeja en el Sitio Sosote?	Entrevista a los comerciantes

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para la realización de este estudio y que se pueda tener un proceso eficiente con resultados verídicos se ha preferido utilizar el tipo de investigación exploratorio.

3.2. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.2.1. MÉTODOS

Para la ejecución de esta investigación se manejarán lineamientos de diversos métodos, entre los cuales se tienen:

Científico: Se considerarán una serie de reglas y procedimientos que brindarán confiabilidad y validez al trabajo investigativo; así en la investigación se observará una realidad, se identificará un problema, se hará una descripción y análisis, se recogerán datos en el lugar que se producen, se verificarán hipótesis y se formularan conclusiones.

Analítico: Se estudiarán cada una de las variables, partiendo de la observación del problema, del planteamiento de las hipótesis, verificándolos con los resultados que se obtendrán, los mismos que permitirán plantear las conclusiones del trabajo investigativo.

Inductivo: permite configurar el conocimiento desde los hechos particulares a las generalizaciones, de esta manera se puede conocer los posibles efectos que tenga sobre la población del Sitio Sosote el montaje de la empresa de distribución y comercialización de miel de abeja.

Deductivo: permite ir del todo a las partes, asociando juicios de valor, abstracciones, conceptos y valores que incrementarán el conocimiento de la realidad que facilitarán la comprensión del objeto de estudio; es decir, explorar los medios de producción de la Miel de Abeja, donde se concentran más las granjas apícolas, la comercialización de este producto y para que lo utilicen los consumidores, con ese conocimiento se podrán establecer estrategias de comercialización óptimas, que permitan llegar a los clientes dando a conocer los beneficios que trae para quienes lo consumen.

3.2.2. TÉCNICAS

Entrevista, dirigida a expertos y autoridades del Sitio Sosote, la misma que se utilizará para recabar información cualitativa en base a los objetivos planteados en la investigación, y así poder tener una información clara y precisa sobre las condiciones en las cuales se desarrollaría el presente proyecto.

Encuesta, se formularán una serie de preguntas idénticas para las personas del Sitio Sosote y para la zona urbana del Cantón Rocafuerte, también los Cantones Portoviejo y Santa Ana, con el fin de recolectar información de acuerdo a los objetivos propuestos, determinando así la aceptación que los pobladores le den a la empresa y así mismo, determinar la demanda que exista para el producto.

3.2.3. INSTRUMENTOS

- Entrevista estructurada
- Cuestionario de preguntas

3.3. POBLACIÓN

El Cantón Rocafuerte, según datos del INEC al 2010, cuenta con una población total de 33.736 personas, además del Cantón Portoviejo que tiene aproximadamente 280.029 habitantes y Santa Ana 47.385 personas.

3.4. MUESTRA

Para determinar la muestra, se tomará como referencia el total de la población de los Cantones Rocafuerte, Portoviejo y Santa Ana, la cual se determinará mediante la siguiente fórmula.

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

$$n = \frac{361.150}{(0,05)^2(361.150 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{361.150}{0,0025(361.149) + 1}$$

$$n = \frac{361.150}{902,8725 + 1}$$

$$n = \frac{361.150}{903,8725}$$

$$n = 399,56 \approx 400$$

Mediante la fórmula, se determina la aplicación de la encuesta a 400 personas, las cuales deberán ser dueños de tiendas y población en general, personas económicamente activas, con poder adquisitivo y conocimiento sobre los beneficios de la Miel.

4. MARCO ADMINISTRATIVO

4.1. RECURSOS HUMANOS

- Director de Tesis
- Habitantes del Sitio Sosote, Cantones Rocafuerte, Portoviejo y Santa Ana
- Tutora de la elaboración del proyecto
- Autoridades
- Apicultores
- Expertos Ambientales
- Profesionales en Comercialización y Distribución
- Investigadores

4.2. RECURSOS MATERIALES

- Material Bibliográfico
- Pendrive
- Material de oficina
- Cámara Fotográfica
- Grabadora
- Transporte
- Equipo de Computación
- CD

4.3. RECURSOS ECONÓMICOS

La presente investigación tendrá un costo aproximado de \$2.623,50 (DOS MIL SEIS CIENTOS VEINTITRES 50/100 DÓLARES AMERICANOS) los mismos que serán financiados por las investigadoras.

4.3.1. PRESUPUESTO

RUBROS	VALOR
Personal de Apoyo	\$285,00
Adquisición de Equipos	\$480,00
- Cámara fotográfica	\$350,00
- Pendrive	\$25,00
- Modem	\$100,00
- CD	\$5,00
Material de Oficina	\$85,00
Material Bibliográfico	\$350,00
Internet	\$150,00
Viáticos	\$250,00
- Transporte	\$175,00
- Refrigerios	\$125,00
Transcripción del Informe	\$175,00
Imprevistos	\$177,50
TOTAL	\$1.952,50

Anexo # 2: INSTRUMENTOS APLICADOS



UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

UNIDAD ACADÉMICA TÉCNICA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

“Encuesta dirigida a la población de los Cantones Rocafuerte, Portoviejo y Santa Ana de la Provincia de Manabí para medir el nivel de aceptación que tiene la Miel de Abeja”

1. **¿Compra usted Miel de Abeja?**

() Si

() No

2. **¿Consume usted Miel de abeja?**

() Si

() No

3. **¿Conoce usted los beneficios de consumir miel abeja?**

() Si

() No

4. **¿Por cuál de los siguientes beneficios cree usted será más importante el consumo de la Miel de Abeja?**

() No tiene propiedades químicas

() Es de fácil asimilación

() Mejora el rendimiento físico

() Sirve como medicina para ciertas enfermedades

() Otro

() No sabe

5. **¿Cuántos litros de miel de abeja compra usted para el consumo de su familia en el año?**

() 1 – 2 litros

() 3 – 4 litros

- 5 – 6 litros Más de 8 litros
 7 – 8 litros No compra

6. ¿Dónde adquiere la miel de abeja que usted y/o su familia consumen?

- Comercio Informal En el lugar de producción
 A través de terceros Otro _____
 En supermercados

7. ¿Cuánto paga usted por adquirir cada medio litro de Miel de Abeja?

- \$4,00 \$7,00
 \$5,00 Otro _____

8. ¿En qué lugar considera usted es más fácil y seguro adquirir la Miel de Abeja?

- Comercio Informal En el lugar de producción
 A través de terceros Otro _____
 En supermercados

9. ¿Está usted de acuerdo con la propuesta de instalar una empresa de comercialización y distribución de Miel de Abeja en el Sitio Sosote del Cantón Rocafuerte?

- Si No

10. ¿En qué medida cree usted que se vería afectada la situación económica del sitio Sosote con la implementación de la empresa distribuidora y comercializadora de Miel de Abeja?

- Excelente Bueno Pésimo
 Muy Bueno Malo No sabe

Anexo # 3: FOTOGRAFÍAS



Productora de Miel de Abeja del Sitio Sosote



Asociación Apícola La Colmena ubicada en el Sitio Sosote



Ing. Miguel Bravo Malo – etiquetas de productos



Colmenas de Abeja, y encima un frasco con jalea real.



Procesadora para los elaborados de Miel de Abeja



Productos elaborados a base de miel de abeja