



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

**“PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS
ELABORADOS CON HARINA DE PALMITO EN EL CANTON SANTO
DOMINGO DE LOS COLORADOS”**

PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCION DEL
TITULO DE INGENIERO COMERCIAL

TUTOR:

LCDO. JUAN SANCHEZ RUGEL

AUTORES:

VIVIANA GRACIELA MORALES MOREIRA

EDUARDO AUGUSTO FARIAS GOMEZ

GUAYAQUIL-ECUADOR

2011

DEDICATORIA

*A mi querida madre que sin su apoyo y confianza
no hubiese llegado donde estoy.*

*si, a ti mi querida mami Zulemita, que has luchado día tras día para
convertirme en el hombre que soy.*

*A mi querida hermana Mildred que ha sido como
una segunda madre, te dedico este pequeño esfuerzo, por tu
gran amor incondicional y apoyo.*

*A Manuel, por tu apoyo incondicional
que has estado en todos los momentos junto a mí.*

*A mis sobrinos y hermanos, que espero sea este trabajo
una fuente de inspiración.*

Eduardo Augusto Farías Gómez

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a Dios, por permitirme tener la capacidad
De ver el amanecer de cada día y permitirme llegar hasta el
Logro que estoy alcanzando en este momento.

Agradezco a mi madre Zulema, por su apoyo incondicional.
Mi hermana Mildred que siempre ha estado en los momentos de difícil decisión.
A Manuel Peralta por su apoyo y dedicación.

Quiero extender mis más sinceros agradecimientos a la Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil, por permitirme educar.

Agradezco a todos y cada uno de mis profesores, los cuales contribuyeron en
conocimiento, ejemplo y responsabilidad.

Agradezco a mi tutor, el Lcdo. Juan Sánchez Rugel por su guía, la cual ha permitido
culminar con éxitos mi carrera.

Eduardo Augusto Farías Gómez

CERTIFICACION DE LOS AUTORES DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

Guayaquil, 15 Febrero de 2 011.

Certifico que el Proyecto de Investigación titulado **PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ELABORADOS CON HARINA DE PALMITO EN EL CANTON SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS**, ha sido elaborado por los Sr(a) **Viviana Graciela Morales Moreira y Eduardo Augusto Farías Gómez**, bajo mi tutoría, y que el mismo reúne los requisitos para ser defendidos ante el Tribunal

Examinador que se designe al efecto.

LCDO. JUAN SANCHEZ RUGEL

RESUMEN EJECUTIVO.

En el Ecuador el producto palmito se consume en dos tipos de formas gourmet y en cebiche mientras que en otros países, le dan el valor nutricional que realmente tiene, siendo este de un alto índice vitamínico y nutritivo para el ser humano. Es de considerar por lo tanto que Ecuador siendo el mayor exportador en el mundo de palmito tenga un consumo interno del 1% del mismo.

A través de este estudio, se plantea crear una empresa dedicada y comprometida a la creación de productos cuya materia prima sea el palmito, buscando de esta forma incrementar el consumo local. Se determinó que el palmito puede ser procesado y convertido en harina sin que este pierda sus propiedades nutricionales y una vez creada la harina de palmito tomarla como materia prima para la creación de un producto de consumo masivo. Uno de estos productos sería el pan que tiene una gran demanda, seguido de la presentación en galleta.

El análisis de la información colectada en el cantón de Santo Domingo de Colorados dio como resultado una propuesta y aceptación satisfactoria, debido a que el palmito se cultiva en sus alrededores, la población tiene conocimiento de los beneficios que tiene el producto, de igual forma se dio a probar el producto teniendo una favorable acogida en la población.

Otro de los factores que nos conlleva a la creación de este tipo de empresa es activar el proceso productivo en este sector tanto en su economía como en el campo de la alimentación, así mismo se generaran fuentes de trabajo para la población creando de esta forma un impacto social significativo en el cantón de Santo Domingo de los Colorados.

INDICE
CAPITULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	1
1.1 Antecedentes de la investigación.....	1
1.2 Problema de investigación.....	2
1.2.1 Planteamiento del problema.....	2
1.2.2 Formulación del problema de investigación.....	3
1.2.3 Sistematización del problema de Investigación.....	4
1.3 Objetivos de la investigación.....	4
1.3.1 Objetivos generales.....	4
1.3.2 Objetivos específicos.....	5
1.4 Justificación de la investigación.....	5
1.5 Marco de referencia de la investigación.....	8
1.5.1 Marco teórico.....	8
1.5.2 Marco conceptual.....	11
1.6 Formulación de hipótesis y variables.....	14
1.6.1 Hipótesis.....	14
1.6.2 Variables.....	14
1.7 Metodología de la investigación.....	15
1.7.1 Tipo de estudio y de diseño.....	15
1.7.2 Población y muestra.....	15
1.7.3 Métodos de investigación.....	16
1.7.4 Fuentes y técnicas para la recolección de información.....	16
1.7.4.1 Método teórico.....	17
1.7.4.2 Técnica de la encuesta.....	17
1.7.4.3 Técnica de la observación.....	18
1.7.4.4 Técnica de la entrevista.....	18
1.7.4.5 Tratamiento de la información.....	18
1.8 Resultados esperados.....	19

CAPITULO II

DESCRIPCION DEL PRODUCTO.....	20
2.1 Historia de productores de palmito.....	20
2.2 El palmito.....	20
2.3 Beneficios nutricionales del palmito.....	21
2.4 Características de producción.....	22
2.5 Enfermedades del palmito.....	24
2.5.1 Sintomatología.....	24
2.5.2 Tratamiento básico.....	26
2.5.2.1 Drenaje.....	26
2.5.2.2 Fertilización.....	26
2.5.2.3 Poda de cepa y deshoja.....	27
2.5.2.4 Trampeo y eliminación de picudos.....	28
2.5.2.5 Trampa.....	28
2.6 Análisis del mercado.....	29
2.6.1 Historia del Cantón Santo Domingo de los Colorados.....	29
2.6.2 Población.....	30
2.7 Análisis de la industria.....	31
2.7.1 Rivalidad entre los competidores.....	32
2.7.2 Consumidores.....	39
2.7.3 Proveedores.....	39
2.7.4 Productos sustitutos.....	40
2.7.5 Nuevas entradas.....	40
2.8 Análisis FODA.....	40
2.8.1 Fortalezas.....	40
2.8.2 Oportunidades.....	41
2.8.3 Debilidades.....	41
2.8.4 Amenazas.....	42
2.9 Resultados esperados.....	42
2.10 Análisis de la hipótesis.....	47
2.10.1 Análisis sobre el incremento del consumo local.....	47
2.10.2 Análisis sobre el incremento de la producción.....	48
2.10.3 Análisis del conocimiento de las personas sobre el palmito...	49

CAPITULO III

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ELABORADOS CON HARINA DE PALMITO EN EL CANTON SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS

3.1	Propuesta de empresa.....	50
3.1.1	Objetivo de la empresa.....	50
3.1.2	Misión.....	50
3.1.3	Visión.....	51
3.1.4	Objetivos generales de la empresa.....	51
3.1.5	Objetivos específicos de la empresa.....	51
3.1.6	Metas de la empresa.....	52
3.2	Plan de Marketing.....	53
3.2.1	Objetivos del plan de marketing.....	53
3.2.2	Producto.....	53
3.2.3	Proceso de producción.....	53
3.2.3.1	Lavado.....	54
3.2.3.2	Hervor.....	54
3.2.3.3	Secado.....	55
3.2.3.4	Proceso de harina.....	55
3.2.3.5	Proceso de cernido.....	55
3.2.3.6	Creación del pan.....	56
3.2.3.7	Creación de la galleta.....	56
3.2.3.8	Cortado.....	56
3.2.3.9	Empaque.....	56
3.2.4	Presentación del producto.....	57
3.2.5	Slogan.....	57
3.2.6	Logotipo.....	57
3.2.7	Precio.....	58
3.2.7.1	Punto de Equilibrio.....	58
3.2.8	Políticas de crédito.....	71
3.2.9	Plaza.....	71
3.2.10	Distribución.....	72
3.2.11	Promoción.....	72

3.3	Plan Estratégico.....	72
3.3.1	Análisis FODA del entorno actual.....	74
3.3.1.1	Fortalezas.....	74
3.3.1.2	Oportunidades.....	74
3.3.1.3	Debilidades.....	74
3.3.1.4	Amenazas.....	76
3.3.2	Matriz FODA.....	76
3.3.2	Proveedores.....	77
3.3.3	Barreras de entrada.....	78
3.3.4	Barreras de salida.....	78
3.4	Plan de inversión y financiamiento.....	79
3.4.1	Plan de inversión.....	79
3.4.2	Plan de financiamiento.....	81
3.4.2.1	Flujo de efectivo.....	82
3.5	Conclusiones.....	84
3.6	Recomendaciones.....	84
	Bibliografía.....	85
	Anexos	

CAPITULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACION.

1.1.- Antecedentes de la investigación.

Desde el inicio de los tiempos la agricultura ha sido practicada por el ser humano como una herramienta fundamental para su desarrollo económico y social, obteniendo de esta manera una mejora en su estado de vida. A través del tiempo este sector ha sufrido múltiples adaptaciones con relación a los factores naturales y también por los sistemas económicos y políticos propios de cada país.

En Ecuador, el sector agrícola constituye un papel muy importante para el desarrollo económico debido a los ingresos que produce al sector. Tradicionalmente el desarrollo de los sectores agrícolas ha sido un factor determinante en la dinámica de la economía ecuatoriana, y desde su independencia política, ha sido un país fundamentalmente agrícola, constituyendo este un papel importante.

La agricultura familiar (AF) comprendida como tal, es usualmente caracterizada como una Unidad Productiva Agropecuaria (UPA) cuya actividad productiva se realiza en mayor o menor grado en base a la mano de obra familiar. Los ingresos familiares de la AF se derivan, aunque no exclusivamente, de la actividad agropecuaria. Estas unidades productivas están integradas a un proceso productivo que usa en mayor o menor grado el mercado para la venta de su producción, obtención de crédito, asistencia técnica, y manejo de sus recursos productivos.

Actualmente existen un sinnúmero de productos provenientes de la agricultura sea esta en la región Litoral, Sierra u Oriente, entre los mas conocidos está el Palmito, en el cual el Ecuador es el principal exportador en el mundo debido a su buena calidad, seguidos de Costa Rica, Brasil, Bolivia, Guyana y Perú, considerando que

¹ Caracterización de la Agricultura Familiar en Ecuador, Sara Wong – Carlos Ludeña 2006.

las ventas externas de este producto representan el 2.2% del total de la exportaciones no tradicionales del País, siendo los principales mercados América Latina y Europa, principalmente Francia.

El crecimiento de las exportaciones del palmito, según la información del Banco Central del Ecuador hasta Octubre del año 2008 fue de \$59,23 millones en comparación a los \$4 millones que se vendieron hace poco más de una década. En base a lo mencionado anteriormente, es preocupante que el Ecuador siendo el mayor proveedor de palmito, los agricultores locales no muestren un interés mayor para comercializar un producto cuya materia prima es exportada para satisfacer el mercado de otros países.

La producción nacional de palmito satisface la demanda de otros países casi en su totalidad y se estima que para el 2010, podría haber sobreproducción de palmito en el Ecuador, según la información de Inaexpo. Esto es a consecuencia de que tan sólo el 1% del cultivo se destina para consumo interno. Por lo consiguiente se desea implantar la producción y comercialización de productos hechos a base de harina de palmito, para de esta manera incrementar el consumo local de la producción, lo cual nos conllevará a que exista un incremento en el nivel socioeconómico de las personas que se dedican a este mercado.

También se incrementaría la tasa de empleo, debido a que se necesitará mano de obra para la producción, comercialización y distribución de los productos elaborados a base de harina de palmito.

1.2.- Problema de investigación.

1.2.1.- Planteamiento del problema.

A pesar de que el Ecuador tiene una alta producción de palmito y se proyecta una sobreproducción para el año 2010, es notable que esta satisfaga las necesidades

de los mercados de otros países, siendo el consumo interno el 1% de la producción total en el país de este producto.

La causa de este fenómeno se debe a que el palmito no es muy conocido en el mercado nacional en ningún sentido, las personas en el Ecuador no conocen el palmito como materia prima ni las bondades que este tiene, tampoco hay muchos platillos elaborados con palmito, en los sectores cercanos donde se cosecha el palmito solamente se promociona un cebiche preparado con palmito el cual no tiene mucha demanda comercial.

Uno de los problemas básicos que se tomara en cuenta, es que las personas no tienen el conocimiento de cómo elaborar un producto innovador, hecho a base de palmito y que sea de consumo masivo, para de esta manera tenga fácil distribución y comercialización.

La falta de una instrucción superior es notable en los pobladores, por consiguiente esto afecta gravemente en el desarrollo económico de sus negocios, al no tener una perspectiva de cómo innovar y desarrollar un producto elaborado con palmito, al igual que la falta de una expectativa del mercado.

La falta de conocimiento de cómo manejar un negocio y administrarlo es la consecuencia de que, en el cantón Santo Domingo de los Colorados no tengan la iniciativa de querer incursionar en este campo de la creación de un producto nuevo, de comercializarlo y distribuirlo, al igual que la incertidumbre y miedo de que si el producto que ellos puedan crear tenga la aceptación que ellos esperan para poder comercializarlo y distribuirlo.

1.2.2.- Formulación del problema de investigación.

El problema de investigación se formulará en base a la siguiente pregunta:

¿Qué influencia Económica y Social tendrá la producción y comercialización de productos elaborados con harina de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados?

1.2.3.- Sistematización del problema de investigación.

La sistematización la realizaremos en base de las sub preguntas derivadas de la establecida en la formulación del problema de investigación que servirán de guía para nuestra investigación:

- ¿Qué factores afectan a la producción y comercialización de productos elaborados con harina en el cantón Santo Domingo de los Colorados?
- ¿Cuál es la incidencia sobre la producción, comercialización y rentabilidad de los pamicultores, y de qué manera influirá a las microempresas del cantón Santo Domingo de los Colorados?
- ¿De qué manera se incrementara la producción de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados?
- ¿Qué efectos provoca en la Microempresa la falta de conocimientos sobre los beneficios que tiene producir productos con harina de palmito el cantón Santo Domingo de los Colorados?

1.3.- Objetivos de la investigación.

1.3.1.- Objetivo general.

El objetivo general del proyecto de investigación será:

Introducir y comercializar productos hechos a base de harina de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados.

1.3.2.- Objetivos específicos.

- Medir el grado de aceptación que tendrían estos tipos de productos con harina de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados.
- Medir el grado de conocimiento que tiene la población del Cantón Santo Domingo de los Colorados acerca de las bondades y beneficios que el palmito ofrece.
- Establecer el nivel Socioeconómico actual de los habitantes del cantón Santo Domingo de los Colorados.
- Determinar las formas más eficientes y eficaces para comercializar y distribuir los productos hechos a base de harina de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados.
- Brindar fuentes de trabajo para la población del cantón Santo Domingo de los Colorados mediante la elaboración de productos hechos con harina de palmito.
- Aumentar el nivel socioeconómico de los habitantes del cantón Santo Domingo de los Colorados.

1.4.- Justificación de la investigación.

El palmito es un producto considerado de tipo "gourmet", muy exótico y de alto valor nutritivo. Es un vegetal altamente apreciado por su valor gastronómico, utilizado en ensaladas, bocadillos y gratinados, enteros o cortados en rodajas, como bocadillos fríos o complemento de platos calientes como carnes y sopas.

El palmito posee un alto contenido de fibra, hierro, calcio y carece de colesterol. Los corazones del palmito son suaves, de color marfil, textura firme y sabor delicado. Se los puede utilizar en ensaladas, ceviches, cócteles, e inclusive salteados o fritos como plato principal, el consumo de este producto da sensación saciedad y tiene bajo valor calórico. El palmito aporta con grandes niveles de proteínas, fibras, calcio, vitaminas A, C, B3, Fosfatos y pocas calorías.

Los enlatados de este tipo de producto, al ser envasados y conservados en salmuera, tienen un alto contenido en sodio, sin embargo este pierde parte de sus propiedades nutritivas.

El palmito está clasificado como una legumbre fresca, por esta razón se lo puede consumir como vegetal fresco, así como también puede ser procesado y envasado como legumbres enlatadas y en conservas. Comer palmitos es muy sano y natural facilita la digestión. Se extrae de la parte más tierna de la palmera. Son la base anillada de las hojas sin abrir.

Para la producción del palmito es necesario un clima cálido – húmedo y tropical que favorece al crecimiento de la palma.

En Ecuador se produce palmito principalmente en las siguientes zonas:

Esmeraldas: Quinindé, La Concordia, San Lorenzo, Cayapas

Santo Domingo De Los Tsachilas: Santo Domingo de los Colorados.

Pichincha: Pedro Vicente Maldonado, Puerto Quito

Manabí: Nueva Delicia

Morona Santiago: Yaupi

Pastaza: Sarayacu, Teniente Hugo Ortiz

Napo: Loreto, Coca, Nueva Roca fuerte

Sucumbíos: Nueva Loja, Shushufindi.

Es de considerar, que a pesar de que el Ecuador se muestra como un exportador potencial de palmito, es necesario dar a conocer a la población de las distintas

bondades y beneficios del producto, buscando incrementar de manera significativa el consumo local.

En base a lo mencionado en el párrafo anterior, se plantea producir y comercializar productos cuya materia prima lo constituya la harina de palmito, así como determinar su consumo masivo en el cantón Santo Domingo de los Colorados, enfocándose en desarrollar el área socioeconómica de la gente que se dedica a la agricultura en dicho sector y de esta manera mejorar su estilo de vida con la creación de fuentes de trabajo y de ingresos.

De esta manera, se propone implantar y desarrollar un estudio para medir la posibilidad de crear diversos productos, que tengan alta demanda y cuya materia prima sea la harina de palmito, abriendo campo al consumo del producto nacional.

Uno de los productos que se ha escogido para realizar el presente estudio es el pan hecho a base de harina de palmito, considerando que el pan es un producto de consumo masivo y tiene una demanda diaria entre las familias ecuatorianas, de cualquier nivel social y cultural, queriendo demostrar de esta manera que se puede incrementar el consumo local y a su vez la producción de palmito, así como dando a conocer a la población en general las diversas bondades y beneficios que ofrece este producto, siendo este de un sabor agradable, de buena textura y que el palmito ecuatoriano es considerado como el mejor de los que se producen en todo el mundo.

Otro de los productos que se plantea desarrollar e implantar, es la producción y comercialización de galletas, que a pesar de no mantener una demanda masiva, se dispone de un espacio reconocido en el mercado ecuatoriano.

De igual forma, se busca mejorar y desarrollar el aspecto socioeconómico de los habitantes del cantón Santo Domingo de los Colorados a través de un negocio

propio, ya que poseen la producción pero no tienen el conocimiento de la creación de productos elaborados con la harina de palmito.

1.5 Marco de referencia de la investigación.

1.5.1 Marco teórico.

El Ecuador inicia el cultivo comercial de palmito en el año de 1987, con un desarrollo agroindustrial en el año de 1991, lo que permitió tener una participación significativa en la economía del país con respecto a la producción y exportación.

Para el año 2008, el Ecuador contaba con 15 230 hectáreas plantadas de palmito, lo cual generaba aproximadamente 143 000 toneladas métricas del producto para comercializar. El palmito Ecuatoriano es demandado por más de 28 países en todo el mundo, entre los cuales se encuentran Francia, España, Chile, Argentina, Uruguay, entre otros, por su excelente calidad, sabor y textura.

El palmito se obtiene del centro de una planta perteneciente a la familia de las Palmáceas (palmeras), conocido en nuestro medio como chontaduro. El producto es de color marfil, de un sabor suave y agradable. De cada tres plantas nacen dos o tres “hijuelos” de los cuales se recomienda dejar los dos más fuertes; si se dispone de un buen sistema de podaje pueden permitir una vida de 12 a 20 años. Para obtener el producto final, se debe eliminar las dos o tres primeras capas ya que lo cubre una capa espinosa.

Por otro lado, los palmicultores locales en los últimos tiempos han sentido temor de perder mercado extranjero donde se exporta este producto, especialmente el estadounidense, que pese a no ser el principal demandante es un mercado significativo, debido a que en los últimos años según datos del Banco Central del Ecuador, de una exportación de 23 963 toneladas el 7,27 % fue dirigido al mercado de Estados Unidos.

Es por eso que se necesita desarrollar a tiempo, un proyecto donde se estudie la posibilidad de comercializar productos de consumo masivo, cuya materia prima sea el palmito, y de esta forma incrementar el consumo local, seguido del aumento del proceso productivo, mano de obra (trabajo) e ingresos.

El presente estudio se propone llevarlo a cabo en el cantón Santo Domingo de los Colorados, considerando que en este lugar se produce un reconocido porcentaje de cosecha de palmito, y la población del cantón conocen parte de las bondades y beneficios del palmito, pero a pesar de la información que ellos tienen, no han podido desarrollarlo en un producto de consumo local que tenga gran demanda y poder comercializarlo de una manera eficaz y eficiente.

Mediante este trabajo investigativo se propone fomentar el desarrollo de productos elaborados con harina de palmito, así como su consumo masivo considerando que el Ecuador, es el mayor proveedor de este producto para los mercados internacionales y su consumo interno es bajo.

Para aquello se desea desarrollar e implantar como principal producto el pan hecho a base de harina de palmito e introducirlo en el mercado del cantón Santo Domingo de los Colorados, considerando igualmente productos que se puedan elaborar con la harina y, de esta manera crear directamente fuentes de empleo para la población local.

Según Michael Porter una de las fuerzas que analizaremos es el poder del comprador, esta fuerza la determinaremos mediante el análisis y medición de la población, ¿Cuántas personas existen en el mercado? y ¿Cuántas personas consumen el producto?, analizando que el pan es un producto que se demanda en forma diaria, el 98 % de los miembros de una familia lo consumen. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) el número de habitantes en el cantón Santo Domingo de los Colorados es de 287 018 personas divididas en 144 490 hombres y 142 528 mujeres.

Lo descrito anteriormente, nos conlleva a considerar que principalmente dentro del mercado el pan sería un producto de fácil distribución y comercialización, sabiendo utilizar la estrategia adecuada para que la gente consuma esta clase de producto. Se estima un consumo diario en el cantón Santo Domingo de los Colorados alrededor de 2 panes por persona. Es decir que el producto sería producido y vendido a gran escala, otro producto elaborado con la harina de palmito sería la galleta que aunque no tiene una fuerte demanda, tiene un reconocido mercado e implantando la publicidad necesaria se podría ganar parte del mercado del cantón Santo Domingo de los Colorados.

Uno de los propósitos es desarrollar una microempresa que tenga la capacidad necesaria para elaborar productos en base a la harina de palmito, siendo los principales el pan y la galleta y de esta manera comercializarlo y distribuirlo en el mercado del cantón Santo Domingo de los Colorados, buscando incrementar fuentes de empleo para la población.

Por otra parte Michael Porter en su diamante, nos indica que se debe analizar la fuerza que tendrán nuestros competidores con los productos sustitutos y nuestra competencia directa, la clase de publicidad que tienen y a qué sector va dirigido especialmente su producto, para de esta forma tomar las más salomónicas decisiones, comercializando y distribuyendo nuestro producto de una forma más efectiva.

El poder que tienen los proveedores en este caso los agricultores, es otra de las fuerzas que analizaremos, debido a que de ellos depende básicamente que se realice la elaboración de productos con harina de palmito.

Según Víctor Beker la microeconomía es la que estudia el comportamiento de las unidades, tales como los consumidores, las empresas y las industrias, y sus interrelaciones. Por lo tanto estudiaremos detalladamente cada uno de estos aspectos.

Por otro lado el mismo autor nos indica que las familias o economías domesticas por un lado, consumen bienes y servicios y, por otro ofrecen sus recursos que en este caso sería fuentes de trabajo a la empresas. Entonces analizaremos la mano de obra con la que podremos contar dentro de la población, la tasa de desempleo existente y de qué manera podremos integrarlos a nuestra microempresa.

1.5.2 Marco conceptual.

En este marco incluiremos los conceptos en los que nuestra investigación se basará y que sustentarán nuestra investigación. Los conceptos y definiciones que se utilizarán son los establecidos por los diferentes autores y teóricos que son parte de nuestra bibliografía de referencia.

ADMINISTRACION

Consiste en la unión eficiente, lógica e inteligente de los procesos de planificación, organización, ejecución, dirección, control y evolución de los recursos que destinados para un mismo objetivo u empresa, que se emplean bajo un mismo liderazgo.

ALIANZA ESTRATEGICA

Unión formal o informal entre empresas o instituciones que busca una mejor y mayor capacidad competitiva.

ASOCIATIVIDAD

Alianza entre un grupo de empresarios que buscan potenciar su competitividad trabajando en conjunto

CRECIMIENTO EMPRESARIAL

Es el desarrollo sostenible de una organización.

CRECIMIENTO ECONOMICO

Es el desarrollo de la tuerza de trabajo y capital, volumen del comercio y consumo.

DIAGNOSTICO

Descripción de la situación actual de una empresa que indica los problemas y las causas que lo originan.

EFICIENCIA

Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles. Aplicable preferiblemente, salvo contadas excepciones, a personas y de allí el término eficiente.

EFICACIA

Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera, sin que priven para ello los recursos o los medios empleados.

EMPLEADOS

Personas que trabajan por cuenta ajena y a la que se le retribuye con un sueldo o un salario.

EMPRESA

Unidad básica de producción cuya función principal es coordinar los factores de producción con la finalidad de producir y brindar bienes y servicios.

ISO

Sigla en ingles de Organización Internacional de Normalización.

MERCADO

Es una institución, lugar físico o cualquier medio en el que compradores y vendedores realizan intercambios a un determinado precio.

MIPYME

Micro, Pequeña y Mediana empresa.

MYPE

Micro y Pequeña Empresa.

NIVEL DE VIDA

Situación de una persona o de un grupo de personas (familia, categoría socioprofesional, nación) en una escala de bienestar previamente definida y admitida.

TRABAJO

El trabajo puede definirse como la ejecución de tareas que implican un gasto de esfuerzo mental y físico y que tiene como objetivo la producción de bienes y servicios para atender las necesidades humanas.

PYME

Pequeña y Mediana Empresa

PAMICULTOR

Persona que se dedica al sembrado y cultivo de palmito.

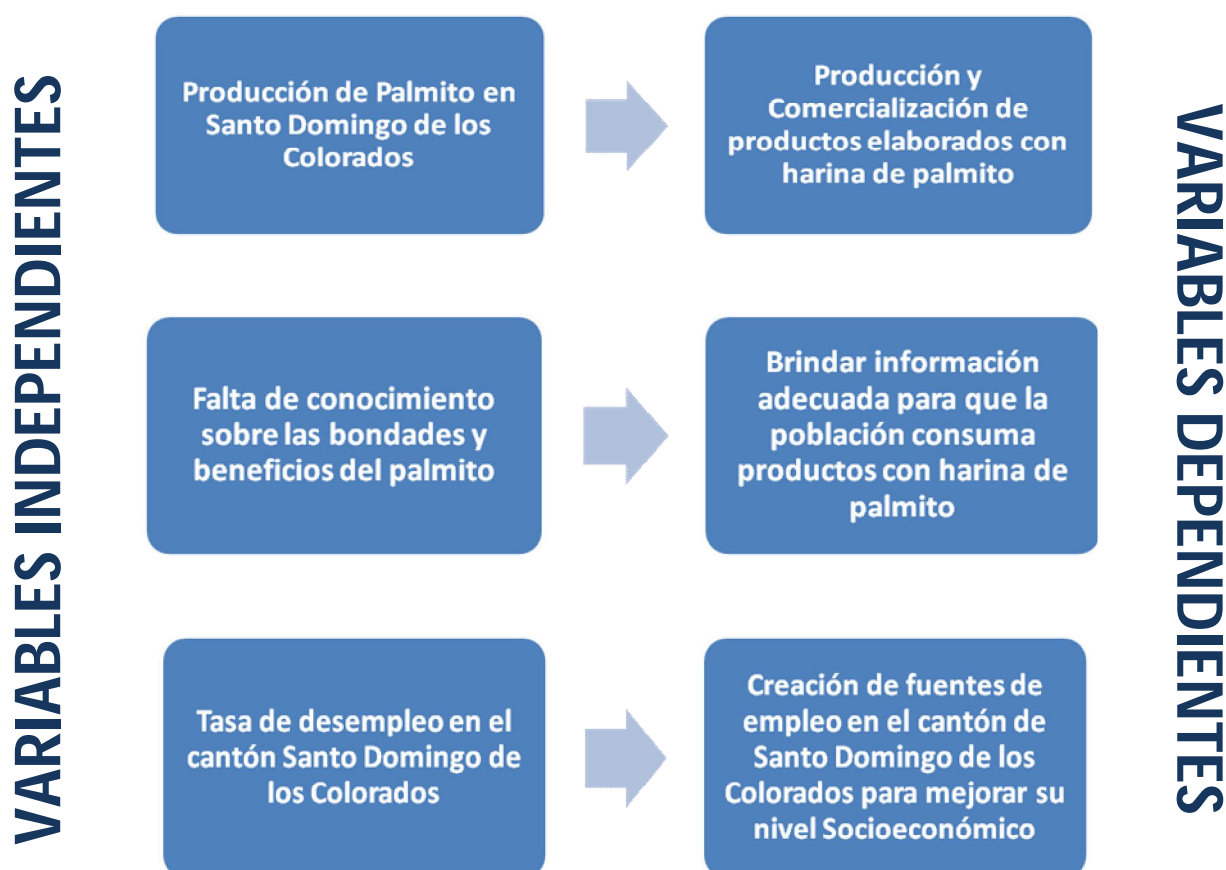
1.6.- Formulación de la Hipótesis y las variables.

1.6.1.- Hipótesis.

A mayor producción y comercialización de productos elaborados con harina de palmito mayor será el consumo de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados.

En base a esta hipótesis se realizará el proyecto de investigación con las siguientes variables expuestas como causas y efectos que tendrán al desarrollarse en el cantón Santo Domingo de los Colorados.

1.6.2.- Variables.



Una de nuestras variables independientes será la producción de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados la cual nos dará como variable dependiente la

producción y comercialización de productos elaborados con harina de palmito y esto se logrará mediante la creación de una microempresa.

Otra variable independiente es la falta de conocimiento que existe en la población del cantón Santo Domingo de los Colorados sobre las bondades y beneficios que tiene el palmito, por lo tanto se brindará información adecuada para que la población consuma productos hechos a base de harina de palmito.

Por último tendremos como variable independiente la tasa de desempleo en el cantón Santo Domingo de los Colorados, por tal motivo se creará fuentes de empleo en dicho cantón, dándonos como resultado una mejora en su nivel Socioeconómico.

1.7.- Metodológicos de la investigación.

1.7.1.- Tipo de Estudio y Diseño.

Según su finalidad el siguiente proyecto de investigación será de tipo aplicada en el cantón Santo Domingo de los Colorados y según su objetivo será descriptiva y explicativa debido que el proyecto es sustentable y fácil de realizarse, según su diseño será de corte no experimental, de campo y transversal, desde una perspectiva cuantitativa donde se comprobará, que mediante la creación de fuentes de empleo se puede aumentar el nivel socioeconómico de las personas del cantón Santo Domingo de los Colorados.

1.7.2.- Población y Muestra.

El proyecto de investigación tiene como finalidad medir el grado de aceptación y comercialización de productos elaborados con harina de palmito en el cantón Santo Domingo de los Colorados, tomando las más salomónicas decisiones y a su vez, dando a conocer las bondades nutritivas del producto y de esta manera incrementar el consumo local de la producción de palmito.

2Previo a la realización de encuestas de mercado se seleccionará el tamaño de muestra adecuado que nos permita obtener estimaciones y criterios más cercanos a la realidad, partiendo de la Población existente. Es decir, que el parámetro que se desea estimar es el porcentaje de personas existentes en el cantón de Santo Domingo de los Colorados, el tamaño de muestra requerido para estimar este parámetro p , con un límite para el error de estimación B , basados en un muestreo aleatorio simple, que se determinará por la siguiente ecuación:

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

1.7.3.- Método de investigación.

El método es el camino que el investigador necesita recorrer para encontrar verdades científicas. Por lo tanto en el presente trabajo de investigación iremos a la fuente más cercana que será la población del cantón Santo Domingo de los Colorados, en esta investigación podremos determinar como método a todas las acciones que se vayan a aplicar para reunir las fuentes de información tales como encuestas, entrevistas, charlas y todos los datos necesarios para cumplir con los objetivos que nos proponemos.

1.7.4.- Fuentes y técnicas para la recolección de información.

La fuente que se va a emplear en el presente proyecto de investigación serán las encuestas que se realizarán a la población dentro del cantón Santo Domingo de los

² “Elementos de Muestreo” de Scheaffer, Mendenhall y Ott, versión en español de la tercera edición, capítulo 3. Pág. 27 – 29.

Colorados debido a que se necesita saber la opinión de los moradores del sector para llegar a los resultados esperados e implantar las mejores estrategias.

Otra de las técnicas que implementaremos será la observación que tendrán los habitantes del cantón Santo Domingo de los Colorados sobre los productos elaborados con harina de palmito mediante la degustación del producto y así medir el grado de aceptación que este tendrá en el mercado y cómo poder mejorarlo, para que tenga una forma más rápida de introducción al mismo contribuyendo de esta manera a la mejora del nivel socioeconómico de dicho cantón.

1.7.4.1.- Método Teórico.

Deductivo – Inductivo: El presente método nos ayudará en una forma necesaria, para que podamos evaluar los aspectos particulares del cantón Santo Domingo de los Colorados, que están afectando a la comunidad y el nivel de conocimiento sobre el palmito de manera que nos permita establecer la mejor estrategia para introducir y comercializar el producto.

Analítico - Sintético: Este método nos va a permitir analizar la información recopilada, para tener una concordancia con el problema que tiene el cantón Santo Domingo de los Colorados, por la falta de conocimiento sobre los beneficios del palmito. El análisis consiste en la descripción detallada de cada uno de los aspectos de un todo, esto jugará un papel importantísimo puesto que permitirá descubrir las consecuencias, parámetros y hechos con los que no se contaban, dándonos una vista más clara para pensar qué soluciones posibles podremos implantar.

1.7.4.2.- Técnicas de la Encuesta.

La encuesta constituye una técnica de investigación empírica, que consiste en recoger información de lo que las personas de Santo Domingo de los Colorados son, conocen, saben, tienen, opinan o sienten sobre los productos elaborados a base de harina de palmito, a través de ella recogeremos información, en forma escrita, por

medio de un cuestionario aplicado a la muestra poblacional sobre aspectos relacionados con las actividades de la empresa.

1.7.4.3.- Técnicas de la Observación.

Una de las formas más usadas es la observación que nos permite obtener información y nos permite explicar porque ocurren eventos en el mundo exterior de las personas o de un sector determinado, la presente técnica nos ayudara a registrar información en base de la percepción de la realidad del entorno y definir cuáles son las necesidades de los Agricultores del cantón de Santo Domingo de los Colorados para poder comercializar su producto de la mejor manera.

1.7.4.4.- Técnicas de la Entrevista.

La entrevista es una técnica de investigación que consiste en recoger información oral de los habitantes del cantón Santo Domingo de los Colorados, en una forma personal y directa; la cual nos permitirá obtener información necesaria, de parte de los directivos y empleados sobre aspectos relacionados con el servicio y la atención.

1.7.5.- Tratamiento de la información.

La información del proyecto actual ha sido recopilada de fuentes confiables en el cantón Santo Domingo de los Colorados, para luego ser analizada y ordenada de tal manera que ayude a su desarrollo y que esta pueda ser utilizada de una manera más comprensible. De las entrevistas y observaciones podremos recopilar la debida información, para despejar interrogantes y elaborar cuadros resumiéndolas para su mayor comprensión.

En cuanto a la información numérica y estadística, se procederá a tabularla y filtrarla, de tal manera que nos brinde la ayuda necesaria para obtener resultados específicos, que nos permita aclarar dudas para el desarrollo del presente proyecto de investigación. Todo esto gracias a la ayuda que nos brinda la tecnología de hoy en día la cual nos permite obtener información rápida, veraz y segura para lograr los objetivos deseados.

1.8.- Resultados Esperados.

Con el presente proyecto de investigación esperamos tener como resultado a corto plazo, la producción y comercialización de productos elaborados a base de harina de palmito, esperando tener la aceptación necesaria que nos ayude a incrementar el consumo local de este tipo de productos.

Se espera desarrollar en un mediano plazo las más eficientes y eficaces estrategias, para introducir al mercado un producto que nos permita ganar una parte significativa del mercado, que contribuya al desarrollo socioeconómico de la población de Santo Domingo de los Colorados y de esta manera mejorar sus ingresos y como consecuencia su estilo de vida.

Como finalidad a largo plazo se buscará consolidar los productos elaborados con harina de palmito, como un producto tradicional y con una demanda relevante en el mercado de consumo local no solo en el cantón Santo Domingo de los Colorados, sino a nivel nacional desarrollándolo como una industria por sí misma, para que en el Ecuador los productos nacionales tengan una gran participación.

CAPITULO II

DESCRIPCION DEL PRODUCTO

2.1.- Historia de productores de palmito

Históricamente el principal productor y exportador de palmito fue Brasil, a partir de los años noventa Ecuador logro el liderazgo de las exportaciones por desarrollar un mejor palmito; Argentina y Paraguay producen también cantidades importantes.

Otro de los países involucrados en esta industria es Costa Rica que viene siendo unos de los mayores productores en estos momentos, Hawái está produciendo palmito en el momento, aunque para ellos es un proyecto relativamente nuevo, así que su exportación no es tan cuantitativa.

En Ecuador y Costa Rica se está produciendo una palma llamada en términos científicos *Bactris gasipaes*, conocido en Ecuador como chontaduro (palmito) y en Costa Rica como pejibaye. Se pueden cosechar hasta 40 palmitos por cada palma en esta planta. En Bolivia se producen Palmitos Cultivados con muy buena calidad y precio pero en los actuales momentos no ha mejorado la calidad del palmito ecuatoriano.

2.2.- El palmito

El palmito proviene de un árbol que pertenece a la familia de las palmáceas, y que puede tener muchos metros de altura. Las hojas se dividen en gajos, en forma palmeada, dando un aspecto de palma, este florece durante la primavera pero da frutos un poco más adelante.

Para los fines medicinales solo interesan los dátiles, los cuales son los frutos del palmito.

El palmito está compuesto de la siguiente manera:

- En las hojas se encuentra la “Queracita”, que es un tipo de alcohol.
- En los carozos de los dátiles, encontramos carbohidratos del grupo de las mananas, El dátil contiene mucha materia tánica cuando no está completamente maduro
- Las raíces, hay importantes cantidades de glucosa, sacarosa y almidón.

Esta composición lo hace ideal para combatir diarreas, tomándolos como único alimento mientras dure esta molestia. En caso contrario, consumir gran cantidad de esta fruta, puede producir estreñimiento.

Este producto alimenticio fruto del cogollo de varios tipos de palmeras, es uno de los más importantes de la gastronomía sudamericana. Si bien sus orígenes lo ubican en las cercanías del Orinoco, en Venezuela, en los últimos años su cultivo también ha sufrido un crecimiento realmente importante para lo que es la industria que mueve este alimento.

Muchos grupos ecologistas han intentado vetar el consumo de palmitos, puesta la gran cantidad de árboles sacrificados por algunos pocos kilos de este alimento. Se produce de hecho la tala ilegal de palmeras en muchas oportunidades con tal de obtener mayores cantidades del producto. La cocina donde más se emplea el palmito es la selecta francesa.

2.3.- Beneficios nutricionales del palmito

El palmito es bajo en calorías, cuando usted consume por lo menos 2 panes, recibe 115 calorías, es decir cubre con el 6% del valor diario recomendado, lo que puede dar lugar a que sea una excelente alternativa para dietas de reducción de peso.

El palmito es un vegetal de fácil digestión y con bajo contenido graso, pero además se destacan algunas vitaminas y minerales como:

Potasio: el potasio contribuye a la regularización de todas las funciones celulares e incluyendo las del corazón, del sistema nervioso y de los músculos.

Vitamina B6: ayuda al mantenimiento del sistema nervioso.

Cobre: indispensable para que los huesos, tendones, tejido conectivo y el sistema vascular se desarrollen y estén en perfecto estado.

Zinc: acelera la cicatrización de heridas, y ayuda a la digestión de proteínas.

Fósforo: favorece el mantenimiento del cerebro.

Vitamina C: es importante para el mantenimiento de las defensas del cuerpo.

Riboflavina: interviene en la producción de glóbulos rojos.

Hierro: La carencia de hierro en el cuerpo puede dar lugar a: debilidad corporal, palidez de la piel, fatiga habitual, entre otros. Es importante mencionar que el hierro de origen vegetal se absorbe mucho mejor si está acompañado por hierro de origen animal.

Fibra: el palmito es fuente de fibra soluble la cual es importante porque equilibra el nivel de colesterol, previene el cáncer de colon, combate las subidas de glucosa en sangre y también ayuda a regular el tránsito intestinal.

2.4.- Características de Producción.

Para garantizar la buena convivencia con nuestro habita, se trabaja con cultivos perennes, que permite el desarrollo de nuestros tallos (hijuelos) a partir de las palmeras adultas; por tanto es un cultivo sostenible y ecológico que contribuye a la preservación del medio ambiente.

Dentro de las características de la producción se puede encontrar que se lleva un control tanto en programas de capacitación del personal y de la planta, en materia de formación técnica y seguridad e higiene industrial, de esta forma se ha

establecido en la misma el sistema HACCP (Programa de Análisis de Control de Riesgos y Control de Puntos Críticos).

Uno de los puntos más relevantes es la calidad intrínseca del producto, la cual está garantizada gracias a la implementación y aplicación del manual de calidad y procesos basado en normas ISO a lo largo del sistema de producción, administrativo y comercial, a su vez Cuenta con la certificación KOSHER emitida por la comunidad judía y el registro de la FDA (Food and Drug Administration).

El palmito, también conocido como chonta o jebato es un producto alimentario obtenido del cogollo de varias especies de palmera, en particular del cocotero (Cocos nucífera), la jusrá (Euterpe edulis), el asaí (Euterpe olerácea), el pijuayo o pejibayo (Bactris gasipaes) y una variedad de moriche de la especie Mauritia minor, común y nativa de la cuenca del Orinoco y de otras partes de la América del Sur tiene las siguientes características que a continuación mencionamos.



Fig. 1. El Palmito

producto:	Corazón de Palmito cultivado
Color:	Blanco marfil /exento de manchas)
Textura:	Suaves y tiernos
pH:	4.2 - 4.3
Diámetro del Palmito:	2 a 2.5 cm
Largo del Palmito:	9 cm (enteros 850 g).- 8.5 cm (enteros 400 g)
Líquido de cobertura:	Ligeramente turbio
Tiempo de duración:	4 años de la fecha de envasado
Agua de proceso:	Tratamiento con filtros de alto rendimiento de sólidos, carbón activado y ablandador de agua.
Temperatura de almacenamiento:	Temperatura ambiente
Temperatura de exhauster	90 grados centígrados
Tiempo de exhauster	10 minutos aproximadamente
Temperatura de autoclave:	98 grados centígrados
Tiempo de almacenamiento:	30 días aproximadamente

2.5.- Enfermedades del Palmito

2.5.1.- Sintomatología.

La enfermedad del palmito se inicia con la aparición de pequeñas manchas verdes, más oscuras del verde natural en los folíolos de las hojas del palmito, esto puede alertar a los agricultores de que la planta está siendo contaminada o enfermada.

Esta mancha se extiende formando una banda delgada, es visible por el lado inferior o abaxial del foliolo, pero es también visible por el lado superior, dicha banda al extenderse se hace más notoria y cambia a un color café al producir la muerte de la planta.

El examen de los sectores enfermos de la hoja muestra la presencia de bacterias y hongos externa e internamente, semejante al efecto de una intoxicación causada por un herbicida, pero que en realidad es un efecto tóxico causado por los patógenos. Esta apariencia amarillenta generalmente se amortigua o desaparece al aumentar las lluvias.



Fig. 2. Ataque de Picudo



Fig. 3. Síntomas de Enfermedades.

2.5.2.- Tratamiento Básico

El combate de esta plaga-enfermedad consiste en la realización de un programa que necesariamente requiere de las siguientes actividades:

- Drenaje
- Fertilización
- Poda de cepa o deshija
- Poda de hojas enfermas o deshoja
- Trampeo y eliminación de los picudos

2.5.2.1.- Drenaje

El suelo saturado de humedad, el cual provoca una mayor susceptibilidad a esta enfermedad, por lo tanto en el combate de la enfermedad, resulta de gran importancia elaborar un sistema de drenaje tan eficiente como sea posible.

Un sistema mínimo de drenaje consistiría en construir un sistema superficial de canales que permita evacuar rápidamente el agua superficial, producto de las lluvias, de tal manera que la humedad del ambiente no se mantenga alta por mucho tiempo. Además, es necesario drenar más profundamente los sitios de la finca que son habitualmente muy húmedos, así como aquellas secciones que forman charcos.

2.5.2.2.- Fertilización

La fertilización ideal o más adecuada se entiende primero por el análisis del suelo y fertilización de acuerdo con los resultados. Una de las recomendación práctica en la ausencia de lo anterior es de 20 sacos de abono por hectárea por año divididos en cuatro ciclos, de la fórmula 18-5-15-6-2 según el conocimiento de los agricultores, sembradores de palmito y dos ciclos adicionales, uno de DAP (fosfato diamónico) y otro de nitramón, cinco sacos en cada caso, esto permitirá una optima fertilización del sembrado del palmito.

El DAP se aplica al inicio de las lluvias y el nitramón al final de estas. Además, aplicar de 10 a 20 sacos de carbonato de calcio por hectárea por año, según sea la acidez del suelo, las plantas bien nutridas muestran mayor resistencia a la infección.

2.5.2.3.- Poda de Cepa y deshoja

Aun quedan aspectos por conocer respecto a esta práctica, en términos generales se recomienda eliminar únicamente las hojas cuya infección es muy notoria, aquellas hojas en que la infección es incipiente no se podan.

La poda reduce la cantidad de inóculo en la plantación si se podan muchas hojas se reducen la producción y la recuperación de la cepa drásticamente.

En la práctica que se recomienda realizar la poda de hojas en forma selectiva dos veces por año. Se recomienda hacerla una o dos semanas después del abonamiento para que la planta tenga energía para vestirse de nuevo rápidamente. Así mismo se recomienda colocar trampas para atrapar los picudos, dos o tres días antes de la deshoja para evitar que estos pongan sus huevos en los cortes frescos de las hojas podadas.



Fig. 4. Cepa sin podar



Fig.5. Cepa podada

2.5.2.4.- Trampeo y eliminación de picudos

Todas las plantaciones (aún las sanas) presentan un número considerable de picudos (fundamentalmente *Metamasius*). Los picudos por si solos constituyen una plaga del palmito.

Los trabajos experimentales han mostrado que las parcelas en las que se colocaron trampas, mostraban menor incidencia e intensidad de la enfermedad y tenían mayor producción de palmitos.

2.5.2.5.- Trampa

Consiste en tener cubeta de 4 a 5 galones con tapa, estas tiene ventanas en su parte superior para la entrada de los picudos.

En la parte inferior de la cubeta se colocan 4 a 6 capas de trozos de caña de azúcar partidos longitudinalmente que han sido sumergidos en la solución con el insecticida, es recomendable que la caña se cambie semanalmente porque la efectividad del insecticida disminuye con el tiempo, por otra parte la caña se deteriora y los insectos muertos se acumulan sobre ella.



Fig.6. Trampa

2.6.- ANALISIS DEL MERCADO.

En cuanto al mercado, analizaríamos el lugar donde se comercializaría y distribuiría los productos hechos con harina de palmito, por lo cual se ha escogido la población del cantón Santo Domingo de los Colorados para tener una idea de cuantos habitantes existen, gustos preferencia, costumbres y otros aspectos que nos ayuden a desarrollar la forma más viable para llegar al consumidor que en este caso sería los habitantes.

2.6.1.- Historia del cantón Santo Domingo de los Colorados.

En el plano del insigne ecuatoriano Pedro Vicente Maldonado, 1750, consta Santo Domingo de los Colorados y San Miguel de los colorados. La orden de los Dominicos evangelizó esta zona de donde se origina el nombre Domingo, y por los indios pintados su cabello de color rojo, Colorados.

Así el 9 de noviembre del 2006 se logró que el Tribunal Provincial Electoral de Pichincha convoque al pueblo de Santo Domingo a consulta popular para el 26 de noviembre, donde se le consultó a la ciudadanía si estaba de acuerdo con la provincialización. El 83.61% dijo que sí. Con esos resultados, el 7 de junio del 2007 el Presidente de la República firmó el proyecto y fue enviado al Congreso Nacional.

El 16 de agosto y 2 de octubre del 2007 el Congreso Nacional aprobó en primer y segundo debate el proyecto de creación de la nueva provincia. El 6 de noviembre del 2007 se publicó en el Registro Oficial No. 205 la Ley de Creación de la Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas.

2.6.2.- Población.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, para los años 2 001, la población en el cantón de Santo Domingo de los Colorados fueron de 287 018 habitantes, divididos de la siguiente manera:

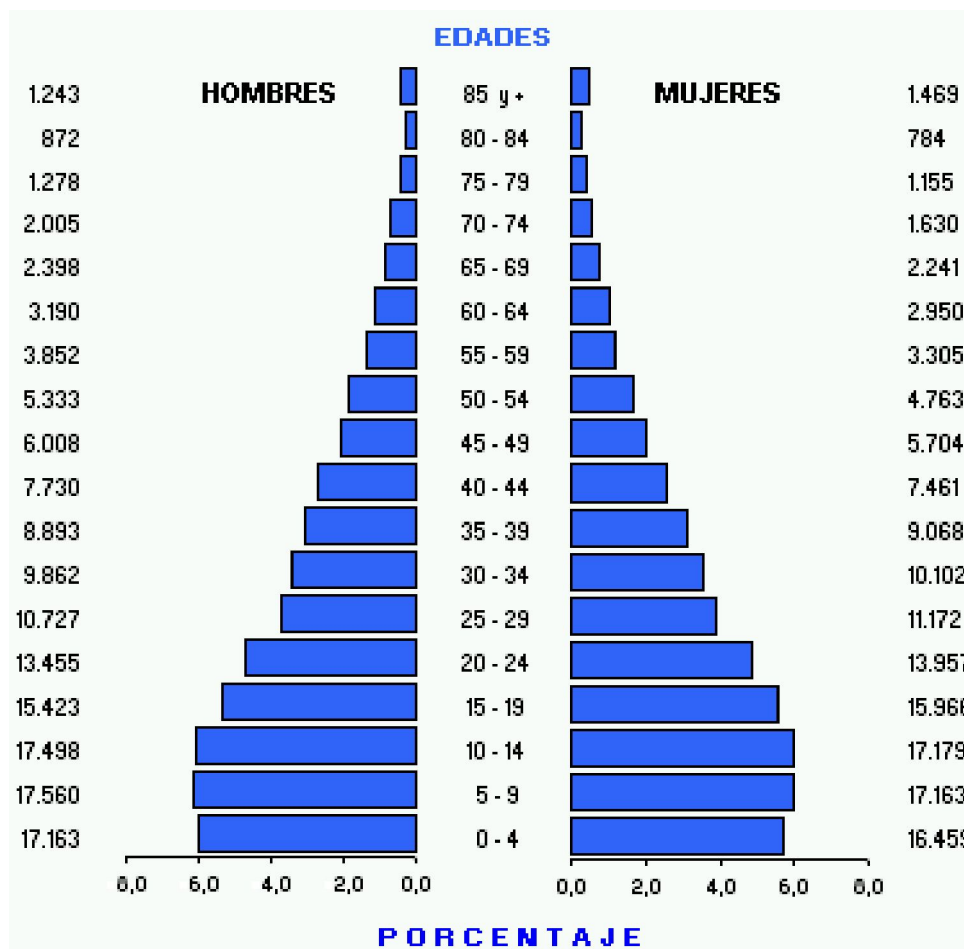
- Según su sexo.
- Según la zona urbana y rural
- Según la edad.

Según el sexo y zona geográfica donde viven los habitantes del cantón Santo Domingo de los Colorados dio como resultado los siguientes datos.

POBLACION DEL CANTON SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS. SEGÚN CENSO 2 001			
AREAS	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
TOTAL	287.018	144.490	142.528
URBANA	199.827	98.390	101.437
RUTRAL	87.191	46.100	41.091

Cuadro 1. Distribución de la Población.

Según las edades de los habitantes del Cantón Santo Domingo de los colorados se los dividió por rango y sexo dando como resultado los siguientes datos.



Cuadro 2. Distribución de la Población por edad.

De esta manera podremos determinar cuál será nuestro mercado meta o futuros consumidores en que podremos concentrar nuestras estrategias de venta y comercialización.

2.7.- ANALISIS DE LA INDUSTRIA

El Economista norteamericano Michael Porter recomienda y nos sugiere analizar el mercado basándonos en función de 5 fuerzas que constituyen el entorno competitivo. Dichas fuerzas son las siguientes:

- Rivalidad entre competidores
- Poder de negociación de los consumidores
- Poder de negociación de los Proveedores

- Productos sustitutos
- Amenaza de nuevas entradas.

2.7.1.- Rivalidad entre competidores.

En los tiempos actuales hay diversas empresas en la industria de productos elaborados con harina ya sea de cualquier especie, harina de trigo, harina de plátano, etc. En especial los productos que nosotros queremos ofrecer al mercado los cuales son el pan y galletas hechos a base de harina de palmito.

Debemos tomar en cuenta que si queremos competir por diferenciación, nos encontraremos con un gran obstáculo que sería el de competir con industrias con un posicionamiento actual en el mercado ya sea por su volumen de venta o sus marcas reconocidas.

Principalmente tenemos que darnos cuenta que nuestro producto ya tiene una diferencia de los productos de la competencia la cual es la calidad, el pan y galletas hecho a base de harina de palmito tiene como principal característica ser más saludable bajo en colesterol y de un gran índice nutritivo, por lo consiguiente hemos decidido competir en esta industria por diferenciación.

Entre nuestros competidores más reconocidos encontraremos panificadoras nacionales y/o extranjeras, que a continuación analizaremos detalladamente para una comprensión del comportamiento de los mismos y cuál será la forma más eficaz y eficiente de introducirnos en el mercado.

TIOSA S.A.

Tiosa S.A. en la actualidad es distribuidora de las marcas con mayor reconocimiento en el mercado de la industria panificadora en base a su fuerza de calidad, estrategias y valor agregado ha podido ha podido posicionar sus productos entre los

cuales están Supan, Grilé, Bimbo que son los más reconocidos, además cuenta con otras marcas adicionales como Braun, Di Milano y Reypan. En conjunto con su línea de galletas que ofrece en el mercado galletas y tostadas Grilé.

SUPAN S.A. fue adquirida en el año 1946 por el Sr. José María Llopart Tarruella y su esposa la Sra. Dolores Trullás Masats. Su primer local estaba ubicado en la calle 9 de Octubre y García Avilés. El producto Supan es uno de los que distribuye TIOSA S.A. teniendo una buena participación en el mercado.

En la actualidad, Supan S.A. como se denomina la empresa desde la década de los 80, cuenta con 736 empleados. Operando con dos plantas industriales, la primera en la ciudad de Guayaquil y la segunda en la ciudad de Quito, tienen alrededor de 13 agencias y aproximadamente unos 200 vehículos, cuenta con 74 productos de panadería, en las 23 provincias de Ecuador. Entre las ciudades de Guayaquil y Quito llega aproximadamente a 35.000 puntos de ventas sus ventas están concentradas casi en su totalidad en estas ciudades por lo tanto es una ventaja que nuestro producto se inicie en una ciudad donde no tiene tanto reconocimiento.



Fig. 7 Logotipo de Supan.

BIMBO: La marca Bimbo que hoy conocemos tiene sus orígenes en México. El Bimbo español es una réplica de un primer Bimbo fundado en la Ciudad de México, que comenzó sus actividades en el país latinoamericano en diciembre de 1945, pocos meses después de terminar la segunda guerra mundial.

Es una de las panificadoras más grandes en todo el mundo, esta empresa cuenta con una presencia en más de 18 países incluyendo el Ecuador, Bimbo cuenta con una alta participación en el mercado, es reconocido por tener un buen producto y propiedades nutricionales considerables.



Fig. 8 Producto Bimbo.

GRILE: Es otra de las marcas reconocidas a nivel nacional, constando con una gama de productos ya sea en pan como en galletas y tostadas, esta marca abarca gran parte del mercado.

Entre sus productos más comercializados y demandados se encuentra el molde de pan sin corteza diferenciándose entre los otros productos por este beneficio y las tostadas por su exquisita dulzura y textura haciéndolo un rival fuerte en la industria panificadora.



Fig. 9 Producto Grilé.

Braun: Se presenta en el mercado como un pan multicereal con alto contenido de fibra, 100% natural y es dirigido para el segmento de mercado de personas que cuidan su cuerpo, es otro de los productos que compite por diferenciación ya que le ofrece al consumidor otra alternativa de alimentos saludables.



Fig. 10 Producto Braun.

Junto con su eslogan **“tú eres lo que comes”** ha llegado a tener una buena participación en el mercado y como las otras marcas ofrecen múltiples productos derivados del cereal y combinaciones como por ejemplo: Girasol y Centeno, Miel y Granola, Siete Cereales, Yogurt y Almendras, etc.

Podríamos asegurar que esta marca es nuestro competidor más directo ya que posee características similares a nuestro producto.

La Española.

La misión de la fabrica **La Española** es “dedicarnos a la elaboración y comercialización de productos de panadería y pastelería artesanal e industrial y comprometerse con sus colaboradores, clientes proveedores y accionistas en brindar siempre la mejor Calidad y atención” con este concepto han ganado una reconocida participación en la industria panificadora. Y a su vez se ha afianzado con su visión dando confianza a sus clientes la cual es “es elaborar y desarrollar

productos variados con los mejores estándares de calidad a nivel nacional e internacional, expandiendo sus áreas, convirtiéndose en un sitio recreativo de visita y consumo familiar”.



Fig. 11. Productos La Española.

Nestlé: Nestlé es el resultado de la fusión en 1905 de la compañía Anglo-Swiss Condensed Milk, fundada en 1866, con (Farine Lactee) Nestlé SA., fundada en 1867 por Henri Nestlé, llegando a ser líder en el mercado ecuatoriano al transcurso de los años ofreciendo productos de buena calidad y gustosos al paladar del consumidor.



Fig. 12. Fundador de Nestlé

Esta empresa es reconocida y está muy bien posicionada en el mercado nacional, podría ser nuestro mayor competidor en el mercado de galletas, no tan solo por la calidad de sus productos si no por la variedad de productos que ofrece al mercado nacional.



Fig. 13. Logotipo de Nestlé

Nabisco. Conocido anteriormente como National Biscuit Company es otra de las marcas en el mercado de galletas y bocados más reconocidas entre los productos que ofrecen al mercado podemos nombrar a: Chip Ahoy, Oreos, Galletas superiores, Galletas de Ritz, entre otras y sus productos es comercializado tanto en el mercado nacional como extranjero.



Nabisco Snacks
everybody's favorite snacks are
now available at Altayebat Market.

Fig. 14. Productos Naviscos

Colombina S.A.

La empresa Colombina nace en los años de 1928, bajo el concepto de una dulcería, a través de los años se creó una división especializada en galletas.

Entre los productos más destacados de Colombina S.A. se encuentran las galletas Bridgi, Crakeñas y Pinzz. Las cuales no tienen una reconocida participación en el mercado ecuatoriano, pero de igual forma sus productos se venden en el mercado.



Fig. 15. Productos Colombina S.A.

Grupo Superior

Grupo Superior tiene una participación en el mercado de galleta reconocido gracias a sus productos de buena calidad, se maneja bajo un concepto de honestidad y servicio al cliente, su misión es "Estamos comprometidos a ofrecer productos alimenticios de calidad, diseñados para llenar la vida de sabor a nuestros consumidores. Amasaremos cada día un mejor futuro para nuestros clientes y distribuidores" y su visión "Queremos crecer consistentemente a través de los años, con una participación significativa en mercados internos y externos, en un contexto de adecuada rentabilidad", bajo estos parámetros Grupo superior se ha ganado participación en el mercado ecuatoriano. Entre sus principales productos tenemos a las galletas Salticas, Circus, Krispiz y Galletas aventuras.



Fig. 16. Productos Grupos Superior.

2.7.2.- Consumidores

Los productos que hasta el momento hemos analizado de la competencia son dirigidos a todas las personas ya sean adultos o niños y de cualquier sexo, estos productos están dirigidos a las personas de clase baja, media baja, media, media alta y alta. Básicamente y en primer lugar analizaremos en el mercado del cantón Santo Domingo de los Colorados, porque nuestro productos va a iniciar en este mercado por consiguiente desde este punto de vista los consumidores tendrán la decisión de comprar los productos con las más altas características que le convengan ya sea por gusto o salud.

Con lo respecta al mercado de pan y galletas tenemos un sin número de competidores que ofrecen en el mercado diversas tipos de este productos como ya lo hemos podido apreciar con diversas características, pero como ya hemos mencionado anteriormente nuestro producto se va a diferencia por ser un producto de un alto valor nutritivo, novedoso, saludable y de buena calidad.

2.7.3.- Proveedores

En la actualidad la mayoría de los productos que ofrecen las empresas son de harina de trigo, la materia prima ellos la consiguen en el mercado nacional de esta manera se abastecen para la creación de su producto.

Nosotros por otra parte en cuanto la elaboración de nuestros productos, la materia prima se obtendrá de los pamicultores, una de estas grandes fuentes se encuentra en el cantón Santo Domingo de los Colorados, siendo este uno de los lugares donde se siembra y cosecha el palmito, de esta manera se consigue el producto y se lo transporta a la matriz; los materiales complementarios requeridos para la elaboración de los productos se obtendrían en cualquier centro mayorista, así mismo los recipientes y el plástico que se necesita.

2.7.4.- Productos Sustitutos

En el mercado es considerado un producto sustituto del pan y las galletas con lo que respecta al desayuno, el verde y el maduro los cuales se consume ya sea frito o en cocinados (bolón), aun así este factor es relativamente bajo ya que las personas demandan más el pan como producto principal en la mesa todas las mañanas en el desayuno.

2.7.5.- Nuevas entradas.

En el mercado actual las entradas de nuevos competidores siempre va a ser una amenaza muy alta, hay que tomar en cuenta que en cualquier momento ya sea una empresa nueva o empresas existentes crearan productos similares al nuestro de iguales características y hasta mejorarán el producto. Las empresas existentes tienen posicionado el mercado gracias al tiempo y a las diversas promociones que otorgan a sus consumidores. No obstante hay que estar alerta a los cambios que se dan en el mercado y hay que ir un paso adelante de la competencia innovando y promocionando productos nuevos.

2.8.- ANALISIS FODA

2.8.1.- Fortalezas.

En cuanto al análisis FODA, como primer punto tenemos las fortalezas de las empresas actuales y sus productos hechos con harina de trigo, entre las cuales podemos mencionar a continuación.

- Los productos elaborados con harina de trigo son tradicionales.
- Los productos tiene participación en el mercado.
- Personal comprometido con marcas actuales.
- Rápida distribución del producto.
- El producto es fácil de hacer.
- Las empresas actuales tiene tradición y experiencia.
- Los productos actuales brindan beneficios en salud y bienestar.
- Empresas solidas y con liquidez.

2.8.2.- Oportunidades.

Las oportunidades que tienen actualmente las empresas para comercializar y distribuir sus productos son:

- Alta demanda de productos hechos con harina.
- Facilidad de entrar en el mercado.
- Alta tasa de consumidores.
- Fácil obtención de materia prima.
- Numerosas tiendas donde colocan sus productos.
- Facilidad para llegar al cliente.

2.8.3.- Debilidades.

En cuanto a las debilidades que tiene actualmente podemos considerar en algunos aspectos los siguientes:

- Políticas Gubernamentales Impuestos.

- Políticas con relación de empleados.
- Faltante de materia prima para la creación de sus productos.

2.8.4.- Amenazas.

- La competencia tiene mercado saturado de productos.
- Las barreras de entradas son bajas los clientes no son fieles una sola marca.
- Falta de conocimiento sobre la materia prima de nuestro producto.

2.9.- RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

Para estudiar los resultados que nos dieron las encuestas hay que analizar los siguientes aspectos:

- Primero hay que destacar que las encuestas se realizaron en el cantón de Santo Domingo de los Colorados.
- Segundo hay que tomar en cuenta que la muestra de la encuesta fue de 156 según formula anunciada en el capítulo 1.
- La muestra se la realizo de un total de la población de **287.018** habitantes del Cantón de santo Domingo de los colorados.
- Las encuestas fueron realizadas de una forma profesional y detallada por parte de los integrantes del proyecto de investigación.
- La encuesta conto con 9 preguntas básicas para determinar el comportamiento de los consumidores, sus gustos y preferencias y cuanto pagan actualmente por el producto a promocionar.
- Se realizaron degustaciones del producto en investigación.
- Se dieron muestras del producto.

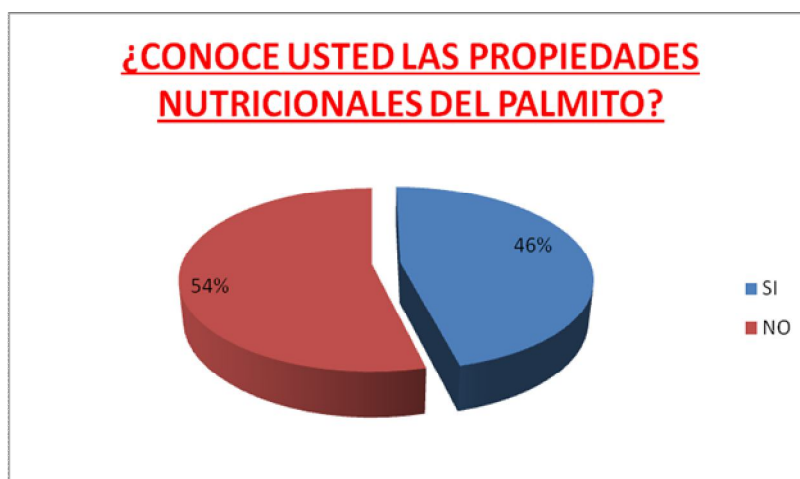
Cuadro 3



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

Esta estadística nos indica que una gran parte de la población conoce la materia prima de la que estará hecho nuestro producto el cual es el palmito, esta parte nos ayudara a analizar si nuestro producto será de fácil comercialización.

Cuadro 4



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

Este cuadro nos refleja que tenemos una equidad con relacion al conocimiento que tiene la poblacion con los beneficios que el palmito les ofrese, se puede deducir de una u otra manera por que en este sector se cultiva el palmito.

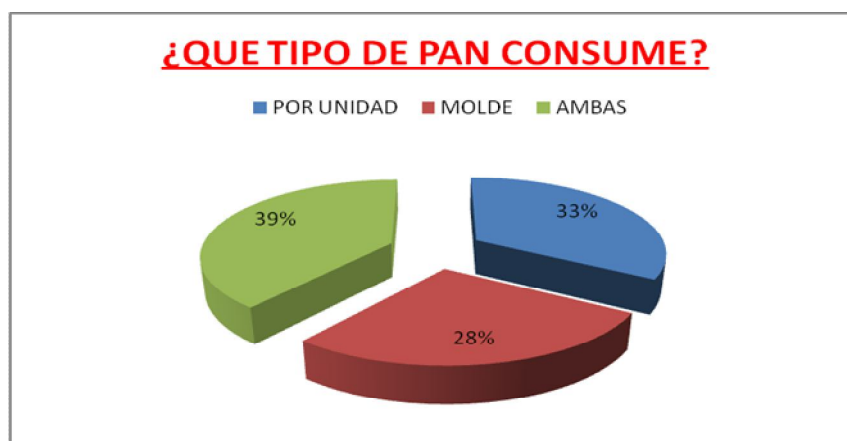
Cuadro 5



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

Las siguientes estadísticas nos demuestran que la mayoría de la población estaría dispuesta a degustar pan hecho a base de harina de palmito, con esto podemos analizar que nuestro producto tendría una aceptación en el mercado.

Cuadro 6



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

En las siguientes estadísticas podemos notar el consumo de la población, y nos dio como resultado una división donde refleja que la gente consume el pan por unidad, molde y ambas, esto nos da una visión de cómo comercializar nuestro producto y de qué manera ofrecerlo al consumidor.

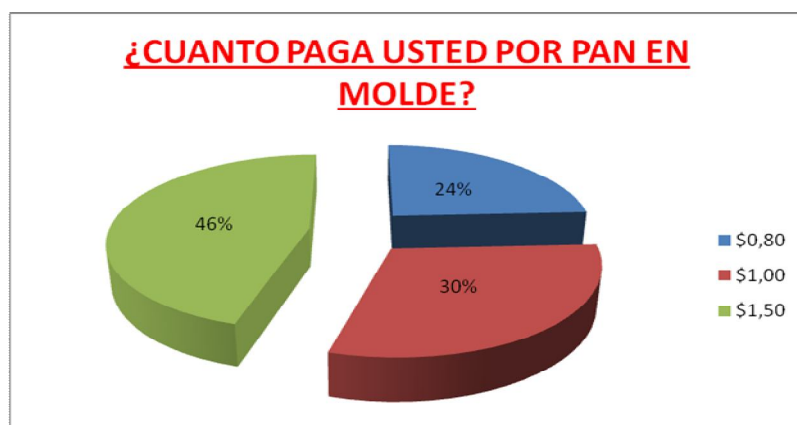
Cuadro 7



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

Las siguientes estadísticas nos demuestran que una mayoría de la población le gusta el pan a base de palmito, y nos da una perspectiva de que nuestro producto tendrá una notable aceptación en el mercado local.

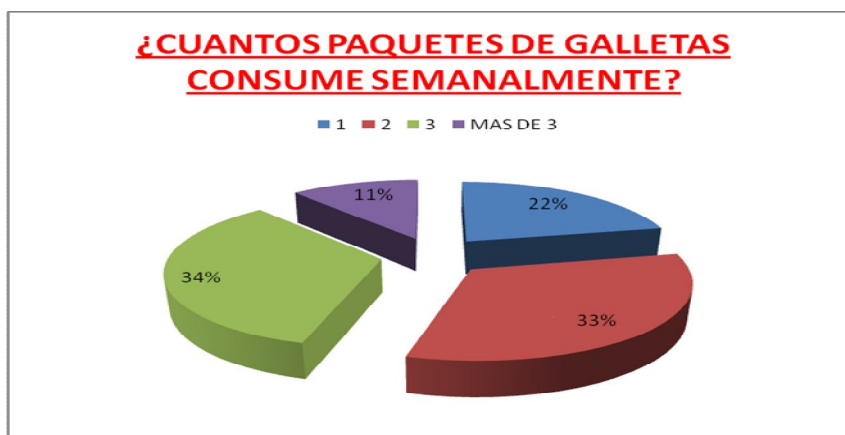
Cuadro 8



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

El siguiente cuadro nos muestra cuánto paga actualmente la población por un molde de pan, lo cual nos ofrece una visión de el precio posible que le pondríamos a nuestro producto.

Cuadro 9



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

Estas estadísticas nos muestran el consumo actual de la población con respecto al mercado de galletas, para darnos una visión en la producción del producto y su consumo en el mercado y si tendríamos un mercado competitivo o no.

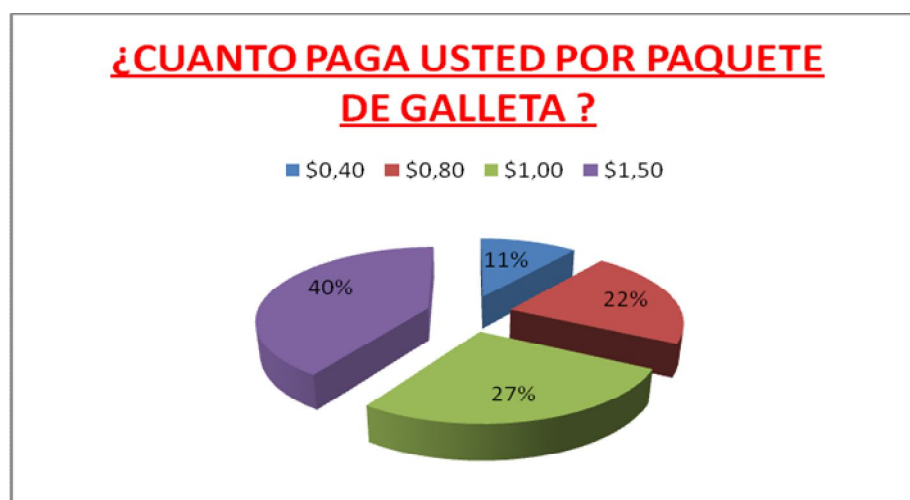
Cuadro 10



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

El siguiente cuadro nos muestra que la galleta a base harina de palmito tendría aceptación en el mercado, en vista que a la mayoría de la población le gusta.

Cuadro 11



Elaborado por: Farias Gomez Eduardo Augusto.

En el siguiente cuadro nos muestra cuanto actualmente para el consumidor por un paquete de galletas, y nos da una vision de nuestro precio optativo para el mercado.

2.10.- ANALISIS DE HIPOTESIS.

Para los siguientes análisis nos basamos en los resultados de 156 encuestas que se realizaron en la población del Cantón de Santo Domingo de los Colorados.

Así mismo se realizaron entrevistas a algunos dueños de haciendas productoras de palmito en el mismo Cantón las nos facilitaron datos como: número de trabajadores que tienen y donde va dirigida la producción actual de palmito, dándonos como resultados datos muy favorables para nuestro proyecto de investigación.

2.10.1.- ANALISIS SOBRE EL INCREMENTO DEL CONSUMO LOCAL DEL PALMITO.

Primeramente los productos hechos a base de harina de palmito se comercializaran en el cantón de Santo Domingo de los Colorados debido a que se pudo determinar que más de la mitad de la población conoce la materia prima de nuestro producto

(palmito) y a su vez hay un notable conocimientos de los beneficios que este ofrece, de esta manera se puede analizar que el producto tendrá una acogida.

Refiriéndonos al consumo actual del palmito este es tan solo del 1%, pero con nuestro producto se espera incrementar el consumo hasta un 15% al 20% según nuestro estudio por la aceptación que el consumidor tendrá hacia nuestro producto, nos ayudaría el conocimiento que la población tiene sobre las propiedades nutricionales del palmito.

2.10.2.- ANALISIS SOBRE EL INCREMENTO DE LA PRODUCCION DEL PALMITO.

De esta forma también podremos determinar que si se eleva en consumo interno del palmito por la venta de productos elaborados en base de harina de palmito, también se elevará la producción de la materia prima de dicho producto.

Entrevistamos al Sr. Humberto Ramírez Torres el cual nos indico que tenía una buena producción de palmito, pero que toda su producción tenía como destino a la fábrica que dedicaba a la exportación de este producto, pero él y dos haciendas mas podrían producir de un 10% a un 20% mas para ofrecernos materia prima para la elaboración de nuestro producto, es notable determinara que se amantaría directamente la producción y consumo local del palmito y a su vez nos supieron indicar que para dicha producción tendrían que aumentar su mano de obra en un 10%, actualmente ellos constan con 50 obreros, así que el incremento para la el excedente de la producción seria de 5 obreros mas por hacienda mas la mano de obra que nosotros necesitaríamos para la creación de nuestro producto final.

De esta manera podemos analizar que tanto la producción como el desempleo serán afectados favorablemente por la creación de productos con harina de palmito en el cantón de Santo Domingo de los Colorados.

2.10.3.- ANALISIS DEL CONOCIMIENTO DE LAS PROPIEDADES SOBRE EL PALMITO.

Determinamos que la mayoría de la población del cantón de Santo Domingo de los Colorados tiene conocimientos sobre las propiedades y beneficios del palmito, de esta manera no será difícil difundir información de los beneficios que tendrá nuestro producto por el consumo.

El motivo de que la gente tiene conocimiento sobre las propiedades y beneficios del palmito es porque en los alrededores se cultiva este producto.

CAPITULO III

PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ELABORADOS CON HARINA DE PALMITO EN EL CANTON SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS.

3.1.- PROPUESTA DE EMPRESA

3.1.1.- Objetivo de la propuesta de empresa.

El objetivo que tenemos al proponer una empresa dedicada a la producción y comercialización de productos elaborados con harina de palmito en el Cantón de santo Domingo de los Colorados es:

- Como primer punto es incrementar el consumo local del palmito ya que este se encuentra en un índice del 1% en consumo local.

- Como segundo punto la creación de fuentes de trabajo e incentivar a los pamicultores a producir más cantidad de palmito, ya que esta será nuestra materia prima. De esta forma es un aporte notable a incentivo tanto del proceso productivo como a la creación de fuentes de trabajo directa o indirectamente con la empresa y a su vez teniendo una relación directa con la economía de los pamicultores si no también con la población del Canto de Santo Domingo de los Colorados.

3.1.2.- Misión.

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de pan y galletas a base de harina de palmito brindando prioritariamente el bienestar y salud de las personas, con productos altamente calificados, 100% ecuatoriano con los más altos índices de estándares y calidad.

3.1.3.- Visión.

Ser una empresa líder y reconocida en el mercado de pan y galletas a base de harina de palmito, con presencia en todo el país y con proyección internacional, basados en principios de responsabilidad social bienestar social y empresarial.

3.1.4.- Objetivo General de la empresa.

Nuestro Objetivo general será darnos a conocer como empresa orientada al bienestar social proporcionando productos que ayuden no tan solo a la buena alimentación del consumidos si no también a fomentar el consumo de productos ecuatorianos. El pan y Galletas hechos con harina de palmito será nuestro producto orientado a mejorar la salud en el organismo de nuestros consumidores y prevenir problemas de colesterol, anemia y problemas digestivos con una alimentación más sana.

3.1.5.- Objetivos Específicos de la empresa.

Nuestros objetivos específicos serán determinar las formas más eficientes y eficaces de distribuir y comercializar nuestro producto, determinándolo mediante un estudio de manera adecuada y precisa, a través de investigaciones científicas sobre los beneficios del palmito y las enfermedades que se dan por falta de sus productos, es por eso que podremos enfocarnos en algunos objetivos específicos como:

- Cuál será la reacción la aceptación de nuestro mercado ante el consumidor y en qué forma podemos llegar a él.
- Realizaremos una campaña donde nuestra propuesta será, de una microempresa productora de pan y galletas hechos a base de harina de palmito para prevenir problemas digestivos, circulatorios, anémicos y de colesterol.
- Presentar y demostrar la viabilidad del consumo del producto, mediante el cual tenemos el conocimiento adecuado y apoyo para realizar nuestro proyecto propuesto.

3.1.6.- Metas de la empresa.

- Estudiar a la competencia, al mercado y al consumidor para desarrollar la mejor estrategia y de esta manera comercializar nuestro producto de una forma más eficiente y eficaz.
- Crear una marca y slogan adecuados para promocionar nuestro producto y de esta manera tener aceptación en el mercado.
- Crear alianzas estratégicas con los productores para que nos provean de materia prima suficiente para la creación de nuestro producto.
- Lograr el lanzamiento de nuestro producto en el menor tiempo posible.
- Entrar en la industria panificadora y ser reconocido por nuestra buena calidad y sabor.
- Incrementar la producción de manera paulatina y de acuerdo a la demanda que se vaya teniendo.
- Tener presencia primeramente en el mercado del cantón de Santo Domingo de los Colorados luego en el mercado Nacional.
- Luego de tener presencia en el mercado nacional extenderme al mercado internacional.
- Desarrollar estrategias de confianza del consumidor hacia nuestro producto.
- Brindar promociones para que nuestro producto se haga reconocido en el mercado.
- Minimizar costos al paso del tiempo.
- Brindar un producto nuevo y buena calidad.
- Brindar fuentes de trabajo.
- Activar el proceso productivo del sector Agrícola del palmito.
- Maximizar utilidades.

3.2.- PLAN DE MARKETING.

3.2.1.- Objetivo del plan de Marketing.

El objetivo del plan de marketing es desarrollar las estrategias más eficientes y eficaces para producir y comercializar los productos elaborados con harina de palmito en el cantón de Santo Domingo de los Colorados. Dentro de nuestro plan de marketing analizaremos algunos aspectos, los cuales serán nos darán las pautas del producto en sí que se va a comercializar y distribuir, cuál será su presentación, su logotipo, eslogan, precio y la forma más conveniente de distribuirlo.

3.2.2.- Producto.

Los productos que se van a producir y comercializar en el mercado del Cantón de Santo Domingo de los Colorados es el pan y la galleta con harina de palmito, aunque nuestro motor principal y mayor fuerza de trabajo se verá concentrada en el pan ya que es de los dos productos el que tiene mayor demanda por la población, los productos tendrán los siguientes nombre:

El pan saldrá al mercado con el nombre comercial de **“PALMIPAN”** y las galletas tendrán el nombre comercial de **“GALLETMITOS”**, se llego a estos nombres debido a que cada uno de ellos tiene una parte de la materia prima que es el palmito.

3.2.3.- Proceso de Producción.

La materia prima se la obtendrá de los pamicultores que residen en los alrededores del cantón de Santo Domingo de los Colorados, es conveniente recalcar que el palmito crece solo en pocas provincias del país y en este Cantón esta uno de los más grandes sembrados con alto índice de calidad. Una vez que se ha obtenido la materia prima el cual es el corazón de la planta (palmito), de forma cuidadosa y procesional se desarrollan los siguientes pasos para la obtención de un producto con las más altas normas de calidad.

3.2.3.1.- Lavado.

El lavado de la materia prima es el primer paso y uno de los más importantes, debido a que es en este proceso que se eliminan los residuos del sembrado, basura u otro organismo ajeno a la planta. El producto es lavado por 10 minutos y por lo menos dos veces para asegurar un lavado efectivo en tanques con una capacidad de 500 litros.



Fig. 17 Tanque para lavado

3.2.3.2.- Hervor.

La materia prima luego de ser lavada pasa a un sistema de hervido de 10 minutos para de esta manera matar las impurezas o bacteria que tiene el palmito en la misma cantidad de agua 500 litros, haciendo experimentos nos hemos dado cuenta que si el palmito es hervido junto con dos dientes de ajo y una cebolla colorada el producto final sale con un sabor más agradable, es por este motivo que se recomienda que al hervir la materia prima se añadan estos ingredientes para que dé un poco más de sabor a la harina de palmito y a su vez a los productos finales que serán el pan y galletas hechos con harina de palmito.

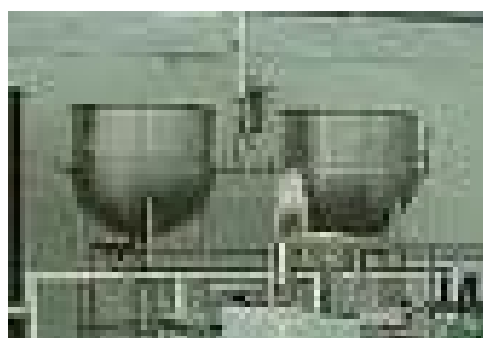


Fig. 18 Maquinas para hervor

3.2.3.3.- Secado.

Luego de haber hervido la materia prima, esta lista para el proceso de secado, la materia prima es trasladada a la secadora cuya finalidad es, evitar humedad para que esta se vuelva espesa o maciza en la maquina moledora y así obtener un proceso de la harina más efectivo. Hay que indicar que estas secadoras son industriales y especiales para la obtención de la harina.

3.2.3.4.- Proceso de harina.

Luego de haber hervido la materia prima, esta lista para introducir a las maquinas moledoras las cuales hacen el trabajo de triturar el palmito hasta obtener partículas muy diminutas la cual sería ya obtención de la harina. Hay que indicar que estas moledoras son industriales y especiales para la obtención de la harina.



Fig. 18 Maquinas de producción harina

3.2.3.5.- Proceso de Cernido.

Luego de moler el palmito se lleva en este estado a las saranda la cual es la cernidora industrial que tiene la función de liberar al producto de cualquier partícula ajena y dejar la materia prima en el estado del artículo primario de nuestro producto el cual es “Harina de Palmito”.

Luego de este proceso se lleva a las Tolvas que son los recipientes industriales donde descansara la harina de palmito hasta su siguiente paso que es la creación del pan y galleta.

3.2.3.6.- Creación del Pan.

Ya habiendo obtenido la materia prima de nuestro producto a elaborar se consideran los demás ingredientes como son huevos, azúcar, o sal dependiendo si el molde de pan será de dulce o sal o mixto, levadura, etc. Todo este proceso se hace con los más eficaces y eficientes estándares de calidad en una mezcladora para la mejor distribución de los ingredientes. Una vez mezclados los ingredientes y echa la masa pasa por una maquina donde nos dará la porción exacta para cada molde de pan, luego se introducirá en el horno y luego de 20 Minutos de Cocción estará listo nuestro producto. PALMIPAN.

3.2.3.7.- Creación de la Galleta.

Ya habiendo obtenido la materia prima de nuestro producto a elaborar se consideran los demás ingredientes como son huevos, azúcar, o sal dependiendo si el molde de pan será de dulce o sal o mixto, levadura, etc. Todo este proceso se hace con los más eficaces y eficientes estándares de calidad en una mezcladora para la mejor distribución de los ingredientes. Una vez mezclados los ingredientes y echa la masa pasa por una maquina donde nos dará la porción exacta para cada galleta, luego se introducirá en el horno y luego de 20 Minutos de Cocción estará listo nuestro producto. GALLETMITO.

3.2.3.8.- Cortado.

Una vez terminada la cocción del molde de pan este es llevado por unas bandas hasta la cortadora la cual hace la función de cortar el molde en 20 tajadas del mismo grueso y así está listo para su empaque. Las galletas a su vez una vez terminado el proceso de cocción son llevadas directamente a través de las bandas para su empaque ya que estas no necesitan cortarse.

3.2.3.9.- Empaque.

Una vez terminado el proceso de cortado de los moldes de pan, estos se proceden a llevar a través de unas bandas donde llegan al sitio de empaque.

Nuestro producto tendrá un empaque plástico como los otros moldes de pan tradicionales en forma horizontal el plástico ya tendrán impreso marca logotipo ingredientes precio, forma de preparación, registró sanitario, etc. Todo lo que requiera llevar en el empaque primario y luego será empacado en cartones de 20 unidades para su distribución. Las galletas a su vez tendrán el mismo tratamiento de empaque solo que este será más pequeño obviamente y se distribuirá en cartones de 30 unidades.

3.2.4.- Presentación del Producto.

Tomando en cuenta las encuestas realizadas en el cantón de Santo Domingo de los Colorados hemos decidido que lo más conveniente será presentar nuestros productos de la siguiente forma:

Pan hecho a base de harina de palmito: La presentación de este producto será en molde, el cual contendrá 20 rodajas de pan.

Galleta hecha a base de harina de palmito: En el caso de las galletas su presentación será en paquetes de 12 y 24 unidades dándole al consumidor dos alternativas para elegir.

3.2.5.- Slogan.

"Salud y delicia al alcance de tus manos".

Optamos por este slogan por lo que tiene mucho que ver con el producto y el concepto, ya que va ser un pan y unas galletas diferentes a otros, como una alternativa nutricional y saludable.

3.2.6.- Logotipo:



"Salud y delicia al alcance de tus manos".

Fig. 19. Logotipo de nuestro producto.

3.2.7.- Precio.

Nuestros productos saldrán al mercado con un precio no mayor a los existentes en el mercado, debido a que la competencia es fuerte y uno de nuestros objetivos es de dar a conocer el producto y que el consumidor tenga una nueva alternativa de compra y consumo.

Como primer punto nuestro pan "**Palmipan**" se lo ofrecerá a los consumidores en molde, debido a que las encuestas nos mostraron que el 28% de la población consume pan en molde y a su vez un 39% consume ambas presentaciones en molde y por unidad, esto nos da una idea más clara de que nuestro producto se puede comercializar en molde, teniendo una buena participación en el mercado y con un precio entre \$1.40 para el mercado ya que la población actualmente paga \$1.50 por molde de pan, con un descuento a nuestros distribuidores de un 20% así que nuestro producto tendrá para nosotros un ingreso de \$1,12 por molde de pan.

Como segundo punto nuestra galleta "**Galletmitos**" se lo ofrecerá a los consumidores en paquetes de 6 y de 12 unidades, debido a que las encuestas nos mostraron que hay una notable diferencia entre cuantos paquetes consume la población y el precio que paga, así hemos determinados que el paquete de 12 unidades tendrá un precio de \$0,50 y la presentación de 24 Unidades un precio de \$1,00 para el mercado, con un descuento a nuestros distribuidores de un 20% así que nuestro producto tendrá para nosotros un ingreso de \$0,40 la presentación de 12 unidades y \$ 0,80 la presentación de 24 unidades el paquete de galletas.

3.2.7.1.- Punto de equilibrio.

Cuando hablamos de punto de equilibrio nos referimos al punto de unidades que necesitamos vender en un determinado tiempo, de un producto determinado producto, donde tanto nuestros ingresos por unidades vendidas son iguales a los gastos realizados por la venta de dicho producto, tendremos que a continuación analizar nuestro precio de venta propuesto y nuestros costos de elaboración para

saber cuál es la cantidad mínima de unidades que necesitamos vender para no tener ni pérdida ni ganancia.

PRECIOS Y COSTOS PRODUCTO PALMIPAN

Precio al detallista	\$1,12
Peso en Gramos	450
Producción Unidades	20000

COSTOS VARIABLES

M. Prima	\$0,162	
Aceite Vegetal	\$0,020	
Sal	\$0,010	
Azúcar	\$0,020	
Fundas	\$0,040	
Etiquetas	\$0,050	
Cartón	\$0,080	
Levadura	\$0,010	
Gas	\$0,015	
Agua	\$0,002	
Total costos Variables	\$0,409	\$0,41

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Indirectos de fabricación	\$500,00	
Total Costos Indirectos	\$500,00	\$0,03

Total Costos **\$0,43**

GASTOS

Administración	\$4.600,00	
Comercialización y Distribución	\$1.000,00	
Total Gastos	\$5.600,00	\$0,28

TOTAL COSTOS Y GASTOS **\$0,71**

El cuadro nos refleja las ventas proyectadas contra los costos y gastos que se tendría en la fabricación del pan hecho a base de palmito.

COSTO DE PALMITO

1 saco de palmito	Costo por Saco
50 kilos 50000 gramos	18
Costo por gramos	Costo para cada molde de pan
0,00036	\$0,162

COSTO DE ACEITE VEGETAL

1 litro de aceite	Costo
rinde para 100 unidades	\$1,80
200 litros para 20000 unidades	\$360,00
costo para cada molde de pan	\$0,02

COSTO DE SAL

1 FUNDA DE SAL	Costo
rinde para 100 unidades	\$0,80
200 Fundas para 20000 unidades	\$160,00
costo para cada molde de pan	\$0,01

COSTO DEL AZUCAR

1 FUNDA DE AZUCAR	costo
rinde para 100 unidades	\$1,60
200 Fundas para 20000 unidades	\$320,00
costo para cada molde de pan	\$0,02

COSTO DE LA LEVADURA

1 FUNDA DE LA LEVADURA	Costo
rinde para 100 unidades	\$0,80
200 Fundas para 20000 unidades	\$160,00
costo para cada molde de pan	\$0,01

GAS INDUSTRIAL

1 CILINDROS DE GAS INDUSTRIA	Costo
rinde para 1000 unidades	\$15,00
20 cilindrode Gas Industria	\$300,00
Costo para cada molde de pan	0,015

AGUA

500 LITROS DE AGUA	Costo
rinde para 2 sacos de palmito	\$2,42
10000 litos de agua	\$48,40
Costo para cada molde de pan	0,002

“PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ELABORADOS CON HARINA DE PALMITO EN EL CANTON SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS”

Se determinaron los costos de acuerdo a cada unidad producida desde la adquisición de la materia prima, hasta los insumos que deberán utilizarse en la creación de nuestro producto el pan hecho a base de harina de palmito, se puede visualizar que los costos están en relación con la producción estimada. En el caso del pan se ha proyectado una producción de 20 000 unidades para ser vendidas mensualmente.

PUNTO DE EQUILIBRIO

UIDADES	COSTO VAR.	TOTAL C.V	COSTO IND	GASTOS	. COS. Y GAS	VENTA	T. VENTAS	UTILIDAD
0	\$0,409	\$0,00	\$500,00	\$5.600,00	\$6.100,00	\$1,12	\$0,00	-\$6.100,00
100	\$0,409	\$40,90	\$500,00	\$5.600,00	\$6.140,90	\$1,12	\$112,00	-\$6.028,90
1000	\$0,409	\$409,00	\$500,00	\$5.600,00	\$6.509,00	\$1,12	\$1.120,00	-\$5.389,00
2000	\$0,409	\$818,00	\$500,00	\$5.600,00	\$6.918,00	\$1,12	\$2.240,00	-\$4.678,00
3000	\$0,409	\$1.227,00	\$500,00	\$5.600,00	\$7.327,00	\$1,12	\$3.360,00	-\$3.967,00
4000	\$0,409	\$1.636,00	\$500,00	\$5.600,00	\$7.736,00	\$1,12	\$4.480,00	-\$3.256,00
5000	\$0,409	\$2.045,00	\$500,00	\$5.600,00	\$8.145,00	\$1,12	\$5.600,00	-\$2.545,00
6000	\$0,409	\$2.454,00	\$500,00	\$5.600,00	\$8.554,00	\$1,12	\$6.720,00	-\$1.834,00
7000	\$0,409	\$2.863,00	\$500,00	\$5.600,00	\$8.963,00	\$1,12	\$7.840,00	-\$1.123,00
8000	\$0,409	\$3.272,00	\$500,00	\$5.600,00	\$9.372,00	\$1,12	\$8.960,00	-\$412,00
8579,47	\$0,409	\$3.509,00	\$500,00	\$5.600,00	\$9.609,00	\$1,12	\$9.609,01	\$0,00
9000	\$0,409	\$3.681,00	\$500,00	\$5.600,00	\$9.781,00	\$1,12	\$10.080,00	\$299,00
10000	\$0,409	\$4.090,00	\$500,00	\$5.600,00	\$10.190,00	\$1,12	\$11.200,00	\$1.010,00
11000	\$0,409	\$4.499,00	\$500,00	\$5.600,00	\$10.599,00	\$1,12	\$12.320,00	\$1.721,00
12000	\$0,409	\$4.908,00	\$500,00	\$5.600,00	\$11.008,00	\$1,12	\$13.440,00	\$2.432,00
13000	\$0,409	\$5.317,00	\$500,00	\$5.600,00	\$11.417,00	\$1,12	\$14.560,00	\$3.143,00
14000	\$0,409	\$5.726,00	\$500,00	\$5.600,00	\$11.826,00	\$1,12	\$15.680,00	\$3.854,00
15000	\$0,409	\$6.135,00	\$500,00	\$5.600,00	\$12.235,00	\$1,12	\$16.800,00	\$4.565,00
16000	\$0,409	\$6.544,00	\$500,00	\$5.600,00	\$12.644,00	\$1,12	\$17.920,00	\$5.276,00
17000	\$0,409	\$6.953,00	\$500,00	\$5.600,00	\$13.053,00	\$1,12	\$19.040,00	\$5.987,00
18000	\$0,409	\$7.362,00	\$500,00	\$5.600,00	\$13.462,00	\$1,12	\$20.160,00	\$6.698,00
19000	\$0,409	\$7.771,00	\$500,00	\$5.600,00	\$13.871,00	\$1,12	\$21.280,00	\$7.409,00
20000	\$0,409	\$8.180,00	\$500,00	\$5.600,00	\$14.280,00	\$1,12	\$22.400,00	\$8.120,00

La siguiente tabla nos demuestra detalladamente en cuanto ascenderán nuestros costos y gastos de manera paulatina que se vaya produciendo unidades de palmipan, al igual que los ingresos, de esta manera podemos determinar cuántas

unidades es necesario producir para llegar a nuestro punto de equilibrio. De manera que estaríamos obligados a producir y vender no menos de 8 579 unidades.

Existen formulas matemática para determinar el punto de equilibrio tanto en unidades como en costos, los cuales presentamos a continuación con su respectivo desarrollo, de esta manera hacer la demostración y comparación con el cuadro anterior.

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	
P.E. = $\frac{\text{COSTOS FIJOS} \times \text{UNIDADES PRODUCIDAS}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTOS VARIABLES}}$ $\frac{(500 + 5600) \times 20000}{22\ 400 - 8180}$ $\frac{122000000}{14\ 220}$	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">8 579,47</div>
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	
P.E. = $\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTA TOTALES}}}$ $\frac{6\ 100}{1 - 0,3651785}$	$\frac{(500 + 5600)}{1 - \frac{8,180}{22400}}$ <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">9 609,01</div>

Podemos comparar la tabla con los resultados en forma matemática y nos podemos dar cuenta de que dan exacto los mismo valores.

- Tendremos que producir y vender no menos de 8 579 unidades para lograr nuestro punto de equilibrio en unidades.
- Producir esa cantidad tendrá un costo de 9 609 dólares que es el mismo valor que se tendría si se vendieran dichas cantidades de palmipan, de esta manera queda demostrado mediante tabla y formula nuestro punto d equilibrio.

Al igual que analizamos el punto de equilibrio hay que analizar el producto secundario el cual es la galleta que deseamos producir, para analizar y proyectar nuestra ventas.

PRECIOS Y COSTOS PRODUCTO GALLETMITOS

Galletas de 12 unidades	
Precio al detallista	\$0,40
Peso en Gramos	55
Producción Unidades	5000

COSTOS VARIABLES

M. Prima	\$0,0198	
Aceite Vegetal	\$0,0020	
Sal	\$0,0010	
Azúcar	\$0,0020	
Fundas	\$0,0200	
Etiquetas	\$0,0500	
Cartón	\$0,0800	
Gas	\$0,0060	
Agua	\$0,0010	
Total costos Variables	\$0,1818	\$0,1818

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Indirectos de fabricación	\$50,00	
Total Costos Indirectos	\$50,00	\$0,01

Total Costos **\$0,19**

GASTOS

Comercialización	\$300,00	
Total Gastos	\$300,00	\$0,06

TOTAL COSTOS Y GASTOS **\$0,25**

Como podemos notar se ha tomado precios referenciales de costo y producción del palmipan, aunque en el análisis de la producción de galletas no están tomado en cuenta todos los valores de sueldo y gastos ya que esos valores están reflejados en el producto principal que es el pan.

COSTO DE PALMITO

1 saco de palmito	Costo por Saco
50 kilos 50000 gramos	18
Costo por gramos	Costo para cada paquete de galleta
0,00036	\$0,0198

COSTO DE ACEITE VEGETAL

1 litro de aceite	costo
rinde para 1000 unidades	\$1,80
5 litros para 5000 unidades	\$9,00
costo para paquete de galletas	\$0,002

COSTO DE SAL

1 FUNDA DE SAL	costo
rinde para 1000 unidades	\$0,80
5 Fundas para 5000 unidades	\$4,00
costo para paquete de galletas	\$0,001

COSTO DEL AZUCAR

1 FUNDA DE AZUCAR	costo
rinde para 1000 unidades	\$1,60
5 Fundas para 5000 unidades	\$8,00
costo para paquete de galletas	\$0,002

GAS INDUSTRIAL

1 CILINDROS DE GAS INDUSTRIAL	Costo
rinde para 1000 unidades	\$15,00
2 cilindros de Gas Industria	\$30,00
Costo para cada molde de pan	0,006

AGUA

500 LITROS DE AGUA	Costo
rinde para 2 sacos de palmito	\$2,42
1000 litros de agua	\$9,68
Costo para cada molde de pan	0,001

Como podemos observar los costos son parecidos a los del proceso productivo del palmipan, anué se ha tomado en cuenta el cambio de utilización de la materia prima que no se utilizaran la misma cantidad de gramos para la creación de las galletas.

PUNTO DE EQUILIBRIO

UIDADES	COSTO VAR.	TOTAL C.V	COSTO IND	GASTOS	TOTAL C YG.	VENTA	T. VENTAS	UTILIDAD
0	\$0,1818	\$0,00	\$50,00	\$300,00	\$350,00	\$0,40	\$0,00	-\$350,00
100	\$0,1818	\$18,18	\$50,00	\$300,00	\$368,18	\$0,40	\$40,00	-\$328,18
500	\$0,1818	\$90,90	\$50,00	\$300,00	\$440,90	\$0,40	\$200,00	-\$240,90
1000	\$0,1818	\$181,80	\$50,00	\$300,00	\$531,80	\$0,40	\$400,00	-\$131,80
1500	\$0,1818	\$272,70	\$50,00	\$300,00	\$622,70	\$0,40	\$600,00	-\$22,70
1604,03	\$0,1818	\$291,61	\$50,00	\$300,00	\$641,61	\$0,40	\$641,61	\$0,00
2000	\$0,1818	\$363,60	\$50,00	\$300,00	\$713,60	\$0,40	\$800,00	\$86,40
2500	\$0,1818	\$454,50	\$50,00	\$300,00	\$804,50	\$0,40	\$1.000,00	\$195,50
3000	\$0,1818	\$545,40	\$50,00	\$300,00	\$895,40	\$0,40	\$1.200,00	\$304,60
3500	\$0,1818	\$636,30	\$50,00	\$300,00	\$986,30	\$0,40	\$1.400,00	\$413,70
4000	\$0,1818	\$727,20	\$50,00	\$300,00	\$1.077,20	\$0,40	\$1.600,00	\$522,80
4500	\$0,1818	\$818,10	\$50,00	\$300,00	\$1.168,10	\$0,40	\$1.800,00	\$631,90
5000	\$0,1818	\$909,00	\$50,00	\$300,00	\$1.259,00	\$0,40	\$2.000,00	\$741,00

Con relación a la galleta se tuvo que analizar dos clases de punto de equilibrio. Debido a que la galleta va a tener dos tipos de presentación, en paquetes de 12 unidades y paquetes de 24 unidades.

En esta tabla podemos observar el punto de equilibrio cuanto fabricamos paquetes de 12 unidades, se puede apreciar que las cantidades a producirse y venderse no es tan elevada, solo se requiere producir y vende 1 604 unidades y su costo de producción será de 641 dólares.

Hay que tomar en cuenta otro factor importante este tipo de presentación se dará como promoción por la compra de un molde de pan, estos valores ya están considerados en el análisis anterior

De igual forma hemos tenido que hacer la comprobación matemática mediante las formulas para determinar nuestro punto de equilibrio tanto en dólares como unidades producidas.

PUNTO DE EQUILIBRIO													
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES													
P.E. =	$\frac{\text{COSTOS FIJOS x UNIDADES PRODUCIDAS}}{\text{VENTAS TOTALES - COSTOS VARIABLES}}$ $\frac{(50 + 300) \times 5\,000}{2.000 - 909}$ <hr style="width: 50%; margin: auto;"/> $\frac{1\,750\,000}{1091}$												
	<div style="border: 1px solid black; display: inline-block; padding: 2px 5px;">= 1 604,03</div>												
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES													
P.E. =	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">COSTOS FIJOS</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">(50 + 300)</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">1 - COSTOS VARIABLES</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">1 - 909</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">VENTA TOTALES</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">2 000</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;"><hr style="width: 50%; margin: auto;"/></td> <td style="text-align: center; padding: 5px;"><hr style="width: 50%; margin: auto;"/></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">350</td> <td style="text-align: center; padding: 5px;">= 641,61</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; padding: 5px;">1 - 0,4545</td> <td></td> </tr> </table>	COSTOS FIJOS	(50 + 300)	1 - COSTOS VARIABLES	1 - 909	VENTA TOTALES	2 000	<hr style="width: 50%; margin: auto;"/>	<hr style="width: 50%; margin: auto;"/>	350	= 641,61	1 - 0,4545	
COSTOS FIJOS	(50 + 300)												
1 - COSTOS VARIABLES	1 - 909												
VENTA TOTALES	2 000												
<hr style="width: 50%; margin: auto;"/>	<hr style="width: 50%; margin: auto;"/>												
350	= 641,61												
1 - 0,4545													

Como podemos observar los cálculos nos demuestran que la tabla señalando nuestro punto de equilibrio esta correcto.

- Tendremos que producir y vender no menos de 1 604 unidades para lograr nuestro punto de equilibrio en unidades.

- Producir esa cantidad tendrá un costo de 641 dólares que es el mismo valor que se tendría si se vendieran dichas cantidades de palmipan, de esta manera queda demostrado mediante tabla y formula nuestro punto de equilibrio.

De igual manera hay que analizar el producto galleta con la presentación de 24 unidades.

PRECIOS Y COSTOS PRODUCTO GALLETMITOS

Galletas de 24 unidades	
Precio al detallista	\$0,80
Peso en Gramos	110
Producción Unidades	10000

COSTOS VARIABLES

M. Prima	\$0,0396	
Aceite Vegetal	\$0,0020	
Sal	\$0,0010	
Azúcar	\$0,0020	
Fundas	\$0,0200	
Etiquetas	\$0,0500	
Cartón	\$0,0800	
Gas	\$0,0060	
Agua	\$0,0019	
Total costos Variables	\$0,2025	\$0,2025

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION

Indirectos de fabricación	\$200,00	
Agua, luz, etc.		
Total Costos Indirectos	\$200,00	\$0,04

Total Costos		\$0,24
---------------------	--	---------------

GASTOS

Comercialización	\$500,00	
Total Gastos	\$500,00	\$0,10

TOTAL COSTOS Y GASTOS		\$0,34
------------------------------	--	---------------

Como podemos notar se ha tomado precios referenciales de costo y producción del producto galleta empaque de 6 unidades, aunque en el análisis de la producción de

galletas no están tomado en cuenta todos los valores de sueldo y gastos ya que eso valores están reflejados en el producto principal que es el pan.

COSTO DE PALMITO

1 saco de palmito	Costo por Saco
50 kilos 50000 gramos	\$18,00
Costo por gramos	Costo para cada paquete de galleta
0,00036	0,0396

COSTO DE ACEITE VEGETAL

1 litro de aceite	costo
rinde para 1000 unidades	\$1,80
10 litros para 10000 unidades	\$18,00
costo para paquete de galletas	\$0,002

COSTO DE SAL

1 FUNDA DE SAL	costo
rinde para 1000 unidades	\$0,80
10 Fundas para 10000 unidades	\$8,00
costo para paquete de galletas	\$0,001

COSTO DEL AZUCAR

1 FUNDA DE AZUCAR	costo
rinde para 1000 unidades	\$1,60
10 Fundas para 10000 unidades	\$16,00
costo para paquete de galletas	\$0,002

GAS INDUSTRIAL

1 CILINDROS DE GAS INDUSTRIAL	Costo
rinde para 1000 unidades	\$15,00
4 cilindrode Gas Industria	\$60,00
Costo para cada molde de pan	0,006

AGUA

500 LITROS DE AGUA	Costo
rinde para 2 sacos de palmito	\$2,42
1000 litos de agua	\$19,36
Costo para cada molde de pan	0,0019

Como podemos observar los costos son iguales, debido a que se está produciendo el mismo producto el cual es la galleta, lo único que va a variar será la cantidad de gramos que utilizaríamos al producir paquetes de galletas de 12 unidades a 24 unidades.

PUNTO DE EQUILIBRIO

UIDADES	COSTO VAR.	TOTAL C.V	COSTO IND	GASTOS	TOTAL C YG.	VENTA	T. VENTAS	UTILIDAD
0,00	\$0,2025	\$0,00	\$200,00	\$500,00	\$700,00	\$0,80	\$0,00	-\$700,00
100,00	\$0,2025	\$20,25	\$200,00	\$500,00	\$720,25	\$0,80	\$80,00	-\$640,25
500,00	\$0,2025	\$101,25	\$200,00	\$500,00	\$801,25	\$0,80	\$400,00	-\$401,25
1.000,00	\$0,2025	\$202,50	\$200,00	\$500,00	\$902,50	\$0,80	\$800,00	-\$102,50
1.171,55	\$0,2025	\$237,24	\$200,00	\$500,00	\$937,24	\$0,80	\$937,24	\$0,00
2.000,00	\$0,2025	\$405,00	\$200,00	\$500,00	\$1.105,00	\$0,80	\$1.600,00	\$495,00
3.000,00	\$0,2025	\$607,50	\$200,00	\$500,00	\$1.307,50	\$0,80	\$2.400,00	\$1.092,50
4.000,00	\$0,2025	\$810,00	\$200,00	\$500,00	\$1.510,00	\$0,80	\$3.200,00	\$1.690,00
5.000,00	\$0,2025	\$1.012,50	\$200,00	\$500,00	\$1.712,50	\$0,80	\$4.000,00	\$2.287,50
6.000,00	\$0,2025	\$1.215,00	\$200,00	\$500,00	\$1.915,00	\$0,80	\$4.800,00	\$2.885,00
7.000,00	\$0,2025	\$1.417,50	\$200,00	\$500,00	\$2.117,50	\$0,80	\$5.600,00	\$3.482,50
8.000,00	\$0,2025	\$1.620,00	\$200,00	\$500,00	\$2.320,00	\$0,80	\$6.400,00	\$4.080,00
9.000,00	\$0,2025	\$1.822,50	\$200,00	\$500,00	\$2.522,50	\$0,80	\$7.200,00	\$4.677,50
10.000,00	\$0,2025	\$2.025,00	\$200,00	\$500,00	\$2.725,00	\$0,80	\$8.000,00	\$5.275,00

En esta tabla podemos observar el punto de equilibrio cuanto fabricamos 24 unidades, se puede apreciar que las cantidades a producirse y venderse no es tan elevada, solo se requiere producir y vende 1 171 unidades y su costo de producción será de 937 dólares.

Hay que tomar en cuenta que en este análisis si se ha tomado en cuenta valore mayores de gastos en comparación con la producción de galletas en presentación de 12 unidades, debido a que la producción de galletas en la presentación de 24 unidades no entrara en promoción y hay que tomar en cuenta todos los gastos y costos.

De igual forma hemos tenido que hacer la comprobación matemática mediante las formulas para determinar nuestro punto de equilibrio tanto en dólares como unidades producidas.

De igual forma hemos tenido que hacer la comprobación matemática mediante las formulas para determinar nuestro punto de equilibrio tanto en dólares como unidades producidas.

PUNTO DE EQUILIBRIO	
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	
P.E. =	$\frac{\text{COSTOS FIJOS} \times \text{UNIDADES PRODUCIDAS}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTOS VARIABLES}}$ $\frac{(200 + 500) \times 10000}{8.000 - 2.025}$ <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> $\frac{7000000,00}{5975} \quad \boxed{= 1\ 171}$
PUNTO DE EQUILIBRIO EN DOLARES	
P.E. =	$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \text{COSTOS VARIABLES}} \quad \frac{(200 + 500)}{1 - \frac{2\ 025}{8\ 000}}$ <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> $\frac{700}{1 - 0,253125} \quad \boxed{= 937,24}$

Como podemos observar los cálculos nos demuestran que la tabla señalando nuestro punto de equilibrio esta correcto.

- Tendremos que producir y vender no menos de 1 171 unidades para lograr nuestro punto de equilibrio en unidades.

- Producir esa cantidad tendrá un costo de 937 dólares que es el mismo valor que se tendría si se vendieran dichas cantidades de palmipan, de esta manera queda demostrado mediante tabla y formula nuestro punto d equilibrio.

3.2.8.- Políticas de crédito.

Nuestros clientes directos en primera instancia serán los Supermercados, Tiendas, Minimarket, Gasolinera, etc. En base a esto podríamos fijar una política de crédito no mayor a 15 días, analizando los siguientes factores:

- Debido a que el pan es un producto demandado diariamente los pedidos que nos hagan semanal o quincenalmente ya están vendidos y cobrados a los 15 días.
- Nuestra competencia y el mercado, en la actualidad estos se basan en el crédito, tenemos que ajustarnos a políticas de otros proveedores para dar igual o mejor facilidad de pago.

3.2.9.- Plaza.

Nuestro producto se comercializara en primer instancia en el mercado del cantón de Santo Domingo de los Colorados ya que las encuestas nos dieron como resultados que tendríamos una muy buena aceptación, por medio de una degustación un 82% de los consumidores dieron como resultados positivo a los productos elaborados con harina de palmito.

El producto se distribuirá en primera instancia en tiendas, supermercados, mini market, despensas de gasolineras, etc. Llegando a cada uno de los rincones del cantón de Santo Domingo de los Colorados para poder captar el mayor mercado posible de consumidores.

3.2.10.- Distribución.

Nuestra distribución va a ser directa, con las empresa que vayan a vender a los consumidores, no va a existir ningún tipo de mayorista ya que esto encarecería el producto.



3.2.11.- Promoción.

Analizando las estadísticas nos hemos podido dar cuenta de que, dentro de los productos elaborados con harina de palmito que vamos a ofrecer a los consumidores, el que tendrá una mayor demanda será el pan, así que el producto tendría una buena demanda. En cambio el producto que para nosotros sería un poco difícil introducir es la galleta, es por esto, que se decide hacer una promoción ofreciendo un paquete de galletas de 6 unidades por cada dos moldes de pan demanden las personas.

De esta manera que se promocionaría la galleta por la compra de el molde de pan hasta que la galleta tenga un reconocimiento, acogida y una participación en el mercado.

3.3.- PLAN ESTRATEGICO.

En los momentos actuales, las personas tienen una vida acelerada debido a que realizan más de una labor al mismo tiempo, cada vez las personas tratan de buscar

productos que les ayude en su bienestar para desempeñarse en su trabajo más tiempo del normal. Esto ocasiona un desgaste emocional, físico y psicológico, y por lo tanto consideramos que esta es la razón fundamental para que ciertamente los productos que proponemos sean para recuperar energía, y las fuerzas que pierden las personas en su esfuerzo diario.

Esta situación origina que las comidas de hoy en día traten de incorporar en la el consumidor el contenido adecuado de vitaminas, minerales, nutrientes y otros componentes que ayuden al organismo. Por lo tanto, existen un sin número de productos incluyéndolos panes y galletas acompañantes del desayuno diario de nuestros consumidores, los cuales existen y se expenden sin el mínimo sentido de cuidado y salud, con intereses económicos predominantes sobre el bienestar y la salud del público en general, los cual son hechas especialmente para satisfacer mas no para alimentarse y con altos grados de colesterol negativo, proporcionando al cuerpo humano peligro constante sobre su salud y su vida misma.

En el mercado existen un sin número de clases de panes que podemos enumerar, Supan, Pan Bimbo, Grilé, Braun, Pan Colombiano, entre otros, y de las galletas más conocidas tenemos a las marcas Oreo, Ricas, Ritz, Aventura, Salticas, etc. Estas marcas son preferidas por las amas de casa, y niños que son los que más consumen el producto ya que estas marcas están en el mercado desde hace muchos años.

La sociedad de ahora está buscando siempre productos novedosos de mejor calidad, nosotros brindaremos 2 clases de productos nuevos hechos con harina de palmito que son pan **Palmipan** y las galletas **Galletmitos**, con estos dos productos buscamos ingresar en el mercado de la gastronomía ofreciendo un producto nutricional, de buena calidad y buen sabor que se lo podrá degustar en diferentes ocasiones.

En el mercado existen un sin número de productos como son panes normales que ofrece cualquier panadería, diferentes tipos de bocaditos que se pueden degustar

pero nuestros productos marcaran la diferencia en cuanto calidad, sabor y beneficios. Los sitios que nosotros venderemos nuestros productos serán en tiendas, supermercados, mini market, despensas de gasolineras, etc. Comenzando en el Cantón de Santo Domingo de los Colorados.

Con estos dos productos buscamos ganar participación en el mercado y crecer como empresa brindando siempre una buena calidad en nuestros productos para la familia. Por lo tanto en cuanto a la moda, siempre es apreciado un producto nuevo en el mercado, y si damos a conocer un sabor diferente, mucho más delicioso y saludable, nos quedaremos en el mercado de forma permanente, marcando así una tendencia del consumo hacia lo natural.

Para esto debemos hacer un análisis **FODA** de la situación futura a la que nos enfrentamos.

3.3.1.- ANALISIS FODA DEL ENTORNO ACTUAL

3.3.1.1- Fortalezas.

En cuanto al análisis FODA, como primer punto tenemos las fortalezas que los productos elaborados con harina de palmito tendría, las cuales mencionamos detalladamente a continuación.

- Los productos elaborados con harina de palito serán novedosos.
- Los productos tendrán beneficios saludables y vitamínicos.
- Son productos nuevos en el mercado.
- Personal comprometido con el negocio.
- Rápida distribución del producto.
- El producto es fácil de hacer.

- El producto es fácil de comercializar y vender.
- Alianzas con distribuidores de pan. (Tiendas, Supermercados, etc.)
- Alianzas con productores de palmito.

3.3.1.2.- Oportunidades.

Las oportunidades que tendríamos para comercializar y distribuir los productos elaborados con harina de palmito seria:

- Alta demanda de productos hechos con harina.
- Facilidad de entrar en el mercado.
- Alta tasa de consumidores.
- Fácil obtención de materia prima.
- Numerosas tiendas donde podremos colocar nuestros productos y distribuirlo.
- Facilidad para llegar al cliente.
- Alianzas con microempresas y negocios pequeños.

3.3.1.3.- Debilidades.

En cuanto a nuestras debilidades podríamos considerar en algunos aspectos los siguientes:

- No tener personal capacitado para realizar el producto.
- No tener una suficiente infraestructura para la creación del producto.
- No tener al capital necesario.
- No contar con canales de distribución adecuados al principio del negocio.
- No contar con tecnología.

3.3.1.4.- Amenazas.

- La incertidumbre de las personas a probar un producto nuevo.
- La competencia tiene mercado saturado de productos.
- Variedad de productos pertenecientes a la competencia.
- Falta de conocimiento sobre la materia prima de nuestro producto.

3.3.2 Matriz FODA

MATRIZ FODA	<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
<u>OPORTUNIDADES</u>	<p align="center">ESTRATEGIA (FO)</p> <p>1.- Aprovechar la alta demanda de pan, con un producto nuevo.</p> <p>2.- Aprovechar el conocimiento que tiene la población sobre los beneficios del palmito.</p> <p>3.- fortalecer los convenios con las haciendas pamicultoras para asegurar la materia prima.</p> <p>4.- Aprovechar las cantidades de puntos donde se puedan vender nuestros productos.</p> <p>5.- Aumentar nuestra producción de acuerdo a la demanda que vayamos teniendo, debido a que es fácil la obtención de la materia prime.</p> <p>6.- Considerar los beneficios que tendrá nuestro producto y utilizarlo como herramienta de apoyo para llegar al consumidor.</p>	<p align="center">ESTRATEGIAS (DO)</p> <p>1.- Debido a que nuestra propuesta es rentable buscar inversionistas lo apoyen.</p> <p>2.- Contratar personal que tenga conocimiento en producción de harina de trigo, así será más fácil entrenarlos para nuestro producto.</p> <p>3.- Buscar lugar en alguna de las haciendas pamicultoras para afianzar nuestra alianza y rentar espacio físico, para nuestra infraestructura, y de esa manera será más fácil la obtención de materia prima.</p>

MATRIZ FODA	<u>FORTALEZAS</u>	<u>DEBILIDADES</u>
<u>AMENAZAS</u>	ESTRATEGIA (FA) 1.- Enfocarnos en una clase de producto o marca para lograr que sea reconocida, a lo contrario de la competencia que tiene algunas. 2.- Obsequiar productos de prueba para que el consumidor tenga la oportunidad de elegir nuestro producto. 3.- Hincapié en los beneficios y vitaminas que tiene nuestro producto Vs a los de la competencia. 4.- Otorgar cursos relámpagos a nuestros empleados para la creación de nuestro producto.	ESTRATEGIAS (DA) 1.- Capacitar al personal con relación a los beneficios y la creación de nuestro producto. 2.- Especializarnos en un solo producto. 3.- realizar alianzas estratégicas con nuestros distribuidores dándoles incentivos, y descuentos por volúmenes de venta.

3.3.3.- Proveedores.

En la actualidad la mayoría de los productos que ofrecen las empresas son de harina de trigo, la materia prima ellos la consiguen en el mercado nacional de esta manera se abastecen para la creación de su producto.

Para la elaboración de los productos, la materia prima se obtendrá de los pamicultores, una de estas grandes fuentes se encuentra en el cantón Santo Domingo de los Colorados, siendo este uno de los lugares donde se siembra y cosecha el palmito, de esta manera se consigue el producto y se lo transporta a la matriz; los materiales complementarios requeridos para la elaboración de los productos se obtendrían en cualquier centro mayorista, así mismo los recipientes y el plástico que se necesita.

3.3.4.- Barreras de Entrada.

A nivel macro empresarial este tipo de productos requieren de una gran inversión en investigación, tecnología y publicidad para poder ingresar al mercado y competir con las multinacionales existentes. Sin embargo a nivel micro, la inversión es considerablemente inferior por que nos inclinamos por la producción artesanal en menor escala para iniciarnos en el negocio, dado el mercado objetivo y las características del producto.

Como ya habíamos expuesto anteriormente la competencia en la industria panificadora es muy grande, las empresas que lideran el mercado en la actualidad son solidas y con una gran inversión en tecnología, al momento cuentan con departamentos de investigación y desarrollo de nuevos productos, no es difícil imaginar que nosotros al salir al mercado con un producto nuevo ello lo imitaran.

En lo que concierne a la adquisición de tecnología es normal que para iniciar en cualquier tipo de negocio se tendrá que invertir en este campo, aunque las maquinarias son costosas no es difícil adquirirlas para la producción de pan hecho con harina de palmito.

3.3.5.- Barreras de Salida.

En cuanto a las barreras de salida podemos encontrar y preocuparnos por las leyes de contratación de personal. Y por consiguiente a los contratos que haríamos con los hacendados ya que ellos se comprometen a producir más palmito para proveernos de materia prima son barreras de salida donde está en juego nuestra ética.

Otra de las barreras de salida que podemos analizar es el lo difícil que sería para nosotros después de habernos comprometido con la gente a brindar un producto de calidad, este tenga que salir del mercado, así que tendríamos que tener el principio de mantenernos en mercado.

3.4.- PLAN DE INVERSION Y FINANCIAMIENTO.

3.4.1.- PLAN DE INVERSION.

Nuestra inversión básicamente se enfoca en los equipos que se tiene que adquirir para la hornada del pan y galleta, al mismo tiempo las maquinarias que realizaran la función de lavadoras, cernidoras, cortadora y embalada, etc. Estos equipos son los que se utilizaran en el proceso productivo de nuestro producto al igual que otras pequeñas herramientas no tan industrializadas como las ya mencionadas.

Es por eso que hemos pedido cotizaciones a diferentes fabricas que proveen de este tipo de maquinarias para así darnos cuenta de cuánto será la inversión que necesitaremos para la fabricación de PALMIPAN y GALLETMITOS.

INVERSION DE MAQUINARIAS

Equipo	Cantidad	Valor
Banda de Inspección	1	380,00
Bandeja de Trabajo	2	760,00
Tanque para lavado	1	200,00
Olla industrial	2	100,00
Tolva	1	385,00
Maquina mezcladora	1	1.300,00
Maquina amasadora	1	2.300,00
Horno	2	3.800,00
Moldes para pan	60	1.080,00
Maquina cortadora	2	750,00
Máquina para empaque	2	680,00
Balanza	1	140,00
TOTAL		11.875,00

Todos los equipos fueron cotizados en Ecuahornos S.A. debido a que esta empresa nos das garantía, capacitación en el manejo de equipos, crédito y precios cómodos.

Al igual que el financiamiento de las maquinarias que se utilizaran en el proceso de producción, también tendremos que analizar la inversión que se realizara en el campo de la distribución, espacio físico para la fábrica y contratación de personal. Gastos Fijos tomados en cuenta en el cuadro de punto de equilibrio antes calculado.

INVERSION DE ACTIVOS FIJOS

CONCEPTO	Cantidad	Valor
Camión	1	42.000,00
Equipos de Oficina	4	2.578,27
Muebles de Oficina	4	1.433,60
TOTAL		46.011,87

Los activos fijos fueron cotizados en:

Camión: Autec S.A.

Equipos de computación: Computron S.A.

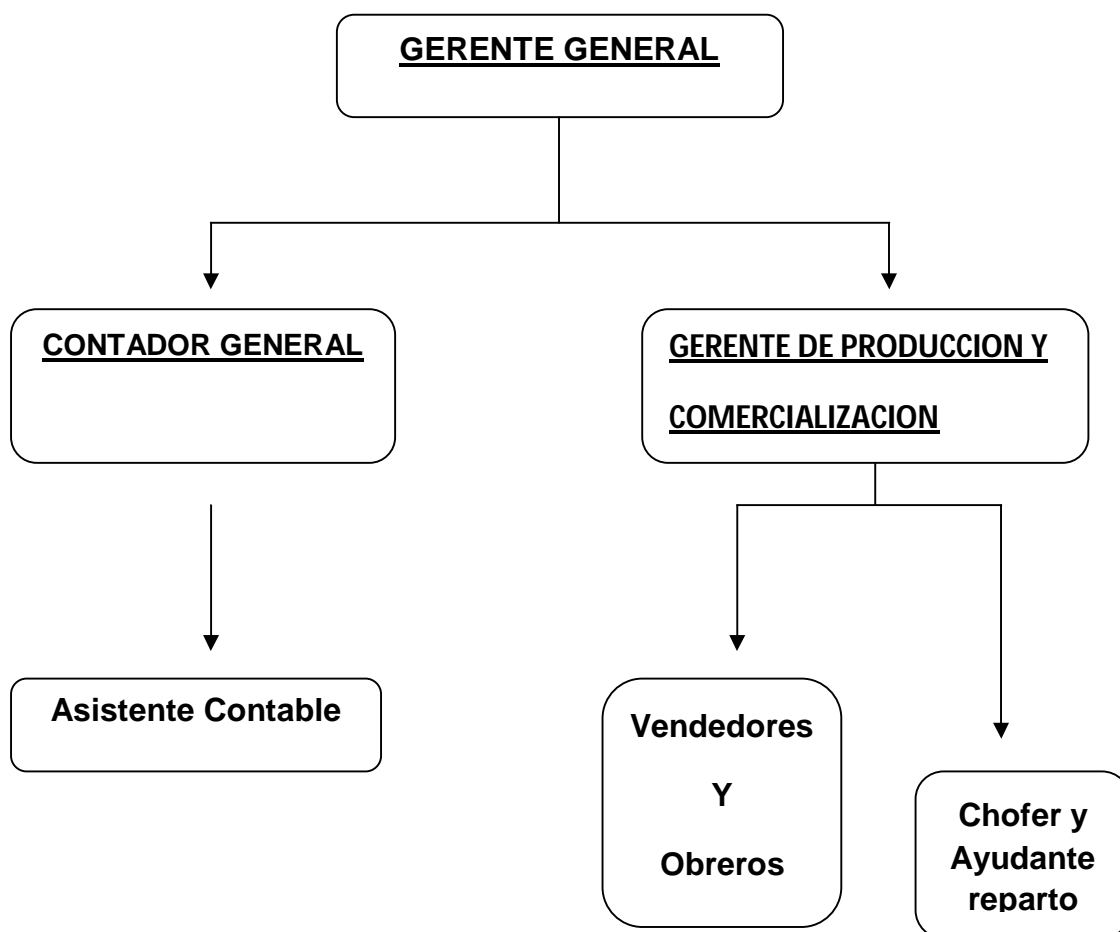
Muebles para Oficina: Arte y diseño s.a.

INVERSION DE SUELDOS Y ARRIENDO

CONCEPTO	Cantidad	Valor
Arriendo espacio físico	1	1.000,00
Gerente General	1	500,00
Contador General	1	500,00
Gerente de Producción	1	500,00
Empleados Administrativos	1	300,00
Chofer y Ayudante	2	600,00
Empleados mano de Obra	4	1.200,00
TOTAL		4.600,00

En el cuadro de punto de equilibrio estimado hicimos una provisión de gastos Administrativos y Sueldos de \$5 000,00 así que aún tenemos un sobrante \$ 400,00. Según nuestro organigrama la división se realizara de la siguiente manera.

ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA



En un comienzo como toda empresa comenzaremos con el personal esencial para lo que es la dirección de la empresa contamos con un Gerente general, Contador general y gerente de comercialización, a su vez se contará con una asistente contable, un chofer para el reparto de la mercadería y 5 obreros comprometidos con la creación del producto.

3.4.2.- PLAN DE FINANCIAMIENTO.

Para el financiamiento del negocio tendremos las aportaciones de los socios que a su vez ocuparán los cargos de Gerente General, Contador General y Gerente de producción y Comercialización que se detalla a continuación.

CUADRO DE ACCIONISTAS

CONCEPTO	Valor
Accionista 1 Efectivo.	20.000,00
Accionista 2 Efectivo	20.000,00
Accionista 3 Efectivo	20.000,00
TOTAL	60.000,00

3.4.2.1.- FLUJO DE EFECTIVO.

Con los datos alcanzados hasta el momento podremos analizar nuestro flujo de efectivo para ver que tan rentable será nuestro negocio. Los puntos a considerar son:

- Aportación de socios.
- Proyección de ventas y Cobranza.
- Inversión.
- Proyección de gastos.

"PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ELABORADOS CON HARINA DE PALMITO EN EL CANTON SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS"

PALMIPAN S.A.													
FLUJO DE CAJA													
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
INGRESOS OPERATIVOS													
Ventas	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	
+ Cobros	15100	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	
- Adelantos de Clientes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
=Cobros Netos	15100	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	30400	
EGRESOS OPERATIVOS													
Comps de Materia Prima	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	11.114	
Costos Ind. De Fab.	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	750	
Gastos	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	7.150	
=Egresos Netos	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	19.014	
FLUJO OPERATIVO	-3.914	11.386	11.386	11.386	11.386	11.386	11.386	11.386	11.386	11.386	11.386	11.386	
INGRESOS NO OPERATIVOS													
Inversión	60.000												
= INGRESOS NO OP.													
EGRESOS NO OPERATIVOS													
Adiciones de Activo Fijo	57.886												
Pagos Por Impuestos		4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	
Dividendos Planificados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
= EGRESOS NO OP.	57.886	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	
FLUJO NO OPERATIVO	2.114	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	4.198	
FLUJO DE CAJA	-1.800	7.188	7.188	7.188	7.188	7.188	7.188	7.188	7.188	7.188	7.188	7.188	
SALDO INICIAL DE CAJA	0	-1.800	5.388	12.577	19.765	26.953	34.142	41.330	48.519	55.707	62.895	70.084	
FLUJO DE CAJA NETO	-1.800	5.388	12.577	19.765	26.953	34.142	41.330	48.519	55.707	62.895	70.084	77.272	

* LAS VENTAS SERAN 50 % CONTADO 50 % CREDITO 15 Dias

3.5.- Conclusiones.

Con los datos alcanzados hasta el momento podremos concluir que la creación de la empresa será un aporte satisfactorio tanto para el proceso productivo del cantón de Santo Domingo de los Colorados como para la población.

Se alcanzará de forma directa con la creación de la empresa un impacto social, debido a que las haciendas y pamicultores se verán en la obligación de adquirir más tierra en el caso de no tenerlas y contratar personal para provee de materia prima.

También se tomara en cuenta el factor de la alimentación de las personas, debido a que nuestro producto ofrece un sinnúmero de beneficios en forma sana.

3.6.- Recomendaciones.

En base al estudio realizado, se sugiere establecer inicialmente parámetros y estándares de producción, debido que la demanda del producto puede incrementarse al transcurrir el tiempo, buscando de esta forma no disminuir la calidad de producto, considerando que la empresa competirá por diferenciación, lo cual será el pilar fundamental y el principal principio de la empresa.

De igual forma, la inversión en primera instancia no deberá ser significativamente fuerte en relación al activo fijo (camión), considerando que se podría adquirir un camión de segunda mano, para de esta manera mantener liquidez para la comercialización del producto. Al igual, analizar y tomar en cuenta un préstamo bancario, el cual sería otra forma de obtener liquidez para la industria.

Se recomienda formar alianzas estratégicas (contratos) con las haciendas y pamicultores para que estos se comprometan a distribuirnos la mercadería, debido que para ellos en cierto punto podría ser más rentable seguirlo exportando.

Bibliografía.

- Banco Central del Ecuador, Boletines, Informe Estadísticas Mensuales
- Beker Víctor A, Elementos de Micro y Macroeconomía, Segunda Edición, Colombia, 2001.
- Censo Nacional Agropecuario, 2002.
- Corpei, Centro de Información e Inteligencia Comercial, 2009.
- Frank Ayres Jr, Matemáticas Financieras, Primera Edición, México, 1991.
- Gamboa Lorena, Fundación Rainforest Rescue, 2000.
- Guerin, Wils Le Louarn, Planeación Estratégica de los Recursos Humanos, Primera Edición 1992.
- Gitman Lawrence J, Administración Financiera,(octava Edición), México, 2000.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2001.
- Junovich Analia, Proyecto Sica, 2002.
- Koontz Harold, Weihrich, Administración, onceava edición, México, 2001.
- Leiva Zea Francisco, Nociones de Metodología de Investigación Científica, Quinta Edición, Quito, Ecuador, 2002.
- Seldor Arthur, Pennance G, Diccionario de economía, Barcelona España, 1980.
- Wong Sara, Ludeña Carlos Caracterización de la Agricultura en Ecuador, 2006.

ANEXOS

Anexo 1. El Palmito como producto Natural



Anexo 2. El Palmito como se comercializa en la actualidad



Anexo 3. Proceso de limpieza de empaque para la Exportación



Anexo 4. Pamicultores



Anexo 5. Ubicación Geográfica de nuestro lugar de estudio



Anexo 6. Guía técnica del cultivo.

Nombre Científico:	<i>Bactris gasipaes</i> H. B. K.
Nombres Vulgares:	Chontaduro, palmito, chonta, pejibaye, pupunha (Brash).
Variedades:	Amazónicas, las cuales no se han determinado científicamente. Se debe usar tipos de rebrote que no sean amargos, de preferencia sin espinos pronunciados en el tallo.

Anexo 7. Exigencias del cultivo.

Agroecológicas	
Clima:	Cálido húmedo
Temperatura:	24 - 28 °C
Heliofanía:	1000 horas de luz anual.
Humedad:	80 - 90%
Pluviosidad:	2000 - 4000 m
Altitud:	0 - 600 m.s.n.m.

Anexo 8. Plagas que atacan al palmito.

Nombre común	Nombre científico	Tratamiento
Picudo de la caña	<i>Metamasius</i> sp.	Trampas
Picudo del cocotero	<i>Rhynchosporus palmarum</i> sp.	Trampas

Anexo 9. Enfermedades que atacan al palmito.

Nombre común	Nombre científico	Tratamiento	Dosis
Antracnosis en almácigo	<i>Colletotrichum</i> sp.	Mancozeb	0.25%
Mancha amarilla de las hojas	<i>Pestalotiopsis</i> sp.	Propineb	1.5 kg/ ha
Mancha negra	<i>Colletotrichum</i> sp.	Mancizeb	0.25 %

Anexo 10. Maquinarias de proceso de producción.



Anexo 11. Cotización de Equipos de Oficina.



COMPUTRON
CEIBOS CENTRO COMERCIAL PIAZA C
Guayaquil-Ecuador

PROFORMA

Cliente

Nombre: EDUARDO FARIAS
Atención: _____
Telefono: _____

Fecha: 07/02/2011
N° pedido: _____
Vendedor: **PRISCILA CORNEJO**
E-mail: _____

Cant	Descripción	P/Unit	P.Total.
3	PORTATIL COMPAQ CQ56-103LA PROCESADOR AMD SEMPRON DE 2GHZ MEMORIA 1GB DISCO DURO DE 320GB DVDWRITER LEWCTOR DE TARJETAS PANTALLA DE 15" CAMARA WEB	\$ 624,11	\$ 1.872,32
3	IMPRESORAS MULTIFUNCIONES MARCA CANON MP250	\$ 53,57	\$ 53,57
1	IMPRESORA MATRICIAL LX300 \$269,00		
		subtotal	1925,89
		iva	\$ 231,11
		total	\$ 2.157,00
	PORTATILES SE LE ENTREGAN CON MALETIN Y MOUSE PAQUETE DE OFFICE TODO LISTO		

Comentarios

1 AÑO DE GARANTIA

CHEQUE A NOMBRE DE
CARTIMEX S.A.
Ruc: 0991400427001

Av. Rodolfo Baquerizo Nazur y Benjamin Carrion CC Gran Albocentro
Teléfonos: 2274247-8

Anexo 12. Cotización de Maquinarias para la producción.

PROFORMA AO

QUITO, 02 DE FEBRERO DEL 2011

Sr. (a): ING. EDUARDO FARIAS
Dirección: VAQUERIZO MORENO 119 Y 9 DE OCTUBRE
Teléfono: 42561262

CANT	DETALLE O DESCRIPCION	P CONT	P. CRED.
1	HORNO DE 8 ESPACIOS INCLUYE: 8 BANDEJAS SISTEMA INTEGRADO DE CAMARA DE LEUDO A GAS	\$ 3.800,00	\$ 4.000,00
1	DIVISORA MANUAL DE 36 PORCIONES	\$ 750,00	\$ 950,00
1	AMASADORA 40 LIBRAS NACIONAL A 220V	\$ 2.300,00	\$ 2.500,00
1	BATIDORA 20 LITROS MIXER TAIWANESA 110V	\$ 1.300,00	\$ 1.500,00
1	MESA DE TRABAJO 2 SERVICIOS 2,30 * 1,08cm	\$ 380,00	\$ 380,00
	TOTAL EQUIPOS	\$ 8.530,00	\$ 9.330,00

TOTAL EQUIPOS	
TOTAL:	\$ 9.330,00
50% ENT.	\$ 4.665,00
12 CUOTAS	\$ 388,75

MOLDES	VALOR
SUPAN N. 3	\$ 15,50
SUPAN N. 8	\$ 18,00

VALIDA POR 15 DIAS

GARANTIA DE UN AÑO

TIEMPO DE ENTREGA: 30 DIAS LABORABLES A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO

NOS SENTIMOS PRIVILEGIADOS CUANDO ANALIZAN NUESTRA PROPUESTA Y NOS DAN LA OPORTUNIDAD DE SERVIRLES CON EXPERIENCIA.

DESCUENTO DEL 5% SI SU COMPRA ES AL CONTADO

AMPARO ORTIZ

CEL: 085079624

Anexo 13. Cotización de Muebles de Oficina.



RUC : 0991513078001

COTIZACION N.0032-2011

DIA	MES	AÑO
2	FEBRERO	2011

CLIENTE ATENCION DIRECCION TELEFONO MAIL	INMOBILIARIO IMNOVENICE ING. EDUARDO FARIAS BAQUERIZO MORENO Y 9 DE OCTUBRE 2561262			
No	DESCRIPCION	CANT.	V.UNIT	TOTAL
1.-	ESTACION DE TRABAJO EN L ESTRUCTURA METALICA CON PINTURA AL HORNO EN POLVO ELECTROESTATICA, EN MADERA MDF DE 25mm, CUBIERTA CON FORMICA IMPORTADA, FALDON TROQUELADO, GAVETA PEDESTAL (2 DE LAPIZ + 1 DE ARCHIVO). Medidas 1.50 x 1.50 x 0.75	4	320,00	1.280,00
FORMA DE PAGO: 60 % anticipo s/c entrega			SUBTOTAL	1.280,00
TIEMPO DE ENTREGA: 10 días laborables			IVA 12%	153,60
SON: MIL CUATROSCIENTOS TREINTA Y TRES CON 60/100			TOTAL	1.433,60

DALIA SANTANA
GERENTE

ARDISA : Junín 432 y Córdova - Telefax : 2304589 - e-mail: ardisa15@yahoo.com
 Cel.: 089002135
 Guayaquil - Ecuador

Anexo 14. Cotización de Camión para reparto.



Worker 9-150

MOTOR

Modelo	MWM 4.10 TCA Turbo Intecooler
Norma de Emisiones	Euro II
Nº de Cilindros / Cilindrada (cm 3)	4 Cilindros en línea / 4.300
Diámetro de pistón / Carrera (mm)	103 / 129
Relación de compresión	17,01
Potencia máxima DIN (CV / kw / rpm)	145 / 107 @ 2600
Par motor máximo DIN (Kgm / Nm / rpm)	51 / 500 @ 1600
Secuencia de Inyección	1-3-4-2
Sistema de Inyección	Bomba Inyectora – Bosh VE rotativa
Compresor de Aire	Knorr LK 38 /225 l/m
Pass-by-noise	77,5 dbA

- Valores conforme ensayo directiva NBR / ISO 1585

(!) - Indicación direccional para vehículos montados con paquete aislador de ruidos requerido para el mercado brasileño. Este paquete puede ser removido en partes o totalmente, lo que resulta en otros niveles de ruido.

Valor del Chasis

USD. 38.500.00

En estos valores se incluye

12% del IVA.

Forma de Pago

Contado ò financiado con cualquier Banco o Financiera

Plazo de Entrega

Chasis Inmediato.

Validez de Oferta

15 días a partir de la presente fecha

“PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE PRODUCTOS ELABORADOS CON HARINA DE PALMITO EN EL CANTON SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS”

Garantía La compañía Autec se compromete a dar una garantía de un año ó 100.000 Km. lo que primero ocurriere.

Servicio Post-Venta

- Nuestra empresa cuenta con un importante soporte en el tema postventa. Disponemos de un importante stock de repuestos a nivel nacional y un servicio ágil de despacho de pedidos especiales, desde fábrica.
- Nuestra área de servicio cuenta con un soporte de vehículos de apoyo, en caso de que nuestra unidad requiera de nuestra presencia inmediata. Este equipo técnico de colaboradores a su servicio trasladara herramientas y computadoras necesarias, para poner en marcha, su unidad de trabajo.

En espera de ser favorecidos como la mejor opción.

Atentamente,

Javier Alvarado
Asesor Comercial
Cel 099669576
francisco.alvarado@autec.ec

