



**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERIA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VINO DE FRUTAS SILVESTRES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

Previo a la obtención del título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A.

**AUTORA:**

**DIANA ALEXANDRA LARCO ORQUERA**

**TUTOR:**

**ING. CARLOS MERIZALDE LEITON, Msc.**

**Ibarra, Noviembre 2012**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto denominado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VINO DE FRUTAS SILVESTRES EN LA CIUDAD DE IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, está compuesto por los siguientes capítulos: Diagnóstico Situacional, Bases Teóricas o Científicas, Estudio de Mercado, Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto, Análisis de Impactos del Proyecto.

En el Diagnóstico Situacional y Estudio de Mercado se utilizarán los instrumentos de investigación como son: entrevistas y posteriormente la respectiva tabulación y evaluación de la información que reflejará las principales fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del sector objeto de estudio y permite además identificar el problema de falta de sensibilización sobre el uso y manejo de los recursos naturales, la conservación del entorno natural y la falta de valor agregado a la producción y por ende conseguir mayor rentabilidad, para lograr hacer realidad este proyecto se realiza un Estudio de Mercado en donde se demostró su factibilidad o adecuación de demanda potencial, siempre y cuando el proceso sea con aseguramiento de calidad y tecnología adecuada.

Por lo tanto el Estudio Técnico e Ingeniería del Proyecto está diseñados para cumplir este propósito con la asistencia de técnicos o expertos en la elaboración de vinos. El Estudio Económico muestra que el proyecto si es rentable financieramente siempre y cuando los escenarios en los que se hizo el diseño no cambien significativamente es decir la probabilidad de éxito no disminuya.

En lo que se refiere a los impactos los de mayor significación corresponde al socio económico, cultural educativo y ecológico ambiental. Sin embargo a pesar que los evaluadores financieros son en teoría favorables al proyecto se debe tomar en cuenta

la situación política y la difícil situación económica que en la actualidad se vive en el país, debido a la falta de empleo.

## **EXECUTIVE SUMMARY**

The current study named “STUDY OF FEASIBILITY TOWARDS THE CREATION OF A MICRO ENTERPRISE FOR THE PRODUCTION AND COMMERCIALIZATION OF WINE OF FRUIT SILVERSE IN THE CITY OF IBARRA, PROVINCE OF IMBABURA”, is made up of the following chapters: Situational Diagnose, Theoretical or Scientific Background, Market survey, Technical and Engineering Study of the Project and Impacts Analysis of the Project.

In the Situational Diagnose and Market survey research instruments such as: the surveys and interviews and later on the respective tabulation and evaluation of the information that will reflect the main strengths, opportunities, weaknesses and threats of the target study sector and it also allows to identify the problem of lack of sensitization on the use and handling of the natural resources, the conservation of the natural environment and the lack of added value to the production and in this way to get bigger profitability, to be able to make this project come true is carried out a Market Survey where it was shown their feasibility or adaptation of potential demand, provided the process is with assured quality and appropriate technology.

Therefore the Technical Study and Engineering of the Project is designed to fulfill this purpose with the assistance of technicians or experts in the production of wines.

The Economic Study shows that the project in fact is profitable financially provided the scenarios where the design was carried out won't change significantly that is to say the success likelihood doesn't decrease.

Regarding the impacts, those of most significance correspond to social-economic, ecologic-environmental and cultural-educative.

However despite that the financial appraisers are in theory favorable to the project it should be taken into account the political situation that our country endures and that it is affecting the most sensitive indicator that is the Risk Country.

## **AUTORÍA**

*Yo Diana Alexandra LarcoOrquera, declaro bajo juramento que el trabajo que aquí escrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.*

-----  
Firma  
C.I. 171329645-5

## **INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

*En mi calidad de director de trabajo de grado presentado por la señorita Diana Alexandra LarcoOrquera para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, cuyo tema es “Estudio de Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa De Producción y Comercialización De Vino De Frutas Silvestres En La Ciudad De Ibarra, Provincia De Imbabura”. Considero que el presente trabajo tiene los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.*

*En la ciudad de Ibarra a los 8 día del mes de Noviembre del año 2012.*

-----  
Firma

# **CESIÓN DE DERECHOS A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

*Yo Diana Alexandra LarcoOrquera, en calidad de autora del presente trabajo cedo los derechos a la Universidad Técnica del Norte para lo que estimen conveniente en pro de colaborar con el progreso de la Institución.*

-----  
Firma  
C.I. 171329645-5

# **AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN**

*Yo Diana Alexandra LarcoOrquera, autorizo el uso y publicación del trabajo aquí descrito a favor de la Universidad Técnica del Norte.*

-----  
Firma  
C.I. 171329645-5



# **DEDICATORIA**

**EL PRESENTE TRABAJO VA DEDICADO A MIS**

**PADRES.**

**QUE POR SU AFÁN, SACRIFICIO Y EJEMPLO**

**DE TRABAJO Y CONSTANCIA HAN SABIDO**

**GUIARME A CUMPLIR MIS METAS.**

**Y A MI QUERIDO E INOLVIDABLE ABUELITO.**

# AGRADECIMIENTO

*A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL  
NORTE, A SU EQUIPO DE TUTORES Y  
COORDINADORES POR SU PERMANENTE  
GUÍA Y APOYO PROFESIONAL.*

## ÍNDICE

Portada	I
Resumen ejecutivo	II
Autoría	V
Informe del director de trabajo de grado	VI
Cesión de derechos a la Universidad Técnica del Norte	VII
Autorización de uso y publicación a favor de la UTN	VIII
Dedicatoria	IX
Agradecimiento	X
Índice	XI

## CAPÍTULO I

### DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

Antecedentes	1
Objetivos	4
General	
Específicos	
Variables diagnósticas	5
Indicadores	5
Matriz de relación diagnóstica	7
Identificación de la población	8
Cálculo de la muestra	
Fórmula de cálculo	

Instrumentos de investigación	9
Evaluación de la información	10
Matriz FODA	18

## CAPÍTULO II

### BASES TEÓRICAS Y CIENTÍFICAS

Páramos	23
Desarrollo sustentable	28
Desarrollo sostenible	29
Desarrollo económico y social con el medio ambiente	29
Cooperativismo	34
Historia del vino	39
Vino	40
Regiones vinícolas	41
Almacenamiento del vino	44
Usos del vino	45
Clases de vino	45
Mortiño	47
Frutilla	48
Mora	49
Microempresa	50

Mercado	54
Clases de mercado	55
Venta	58
Producto	59

### CAPÍTULO III

#### ESTUDIO DE MERCADO

Presentación	60
Identificación del producto	61
Mercado meta	63
Segmento de mercado	64
Proyección de la demanda	69
Análisis de la competencia	69
Proyección de precios	70
Sensibilidad del estudio	74
Conclusión del estudio	75

### CAPÍTULO IV

#### ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

Macro y micro localización del proyecto	76
Ubicación de la planta	78
Diseño de la planta	79

Distribución de la planta	
Flujograma del proceso	87
Presupuesto técnico	88
Tamaño del proyecto	
Punto de equilibrio y sensibilidad	
Estructura orgánica	89
Seguimiento y monitoreo	

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ECONÓMICO

Presupuesto de la inversión	90
Proyección de ventas, costos y gastos	104
Balance general inicial	106
Proyección de estados financieros de pérdidas y ganancias	107
Flujos de caja	108
Evaluación de la inversión	

## CAPÍTULO VI

### IMPACTOS DEL PROYECTO

Social	111
Económico	112
Ambiental	114

General	117
---------	-----

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	116
Recomendaciones	117

## INDICE DE CUADROS

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>PAG.</b>
EMPLEO Y DESEMPLEO (CUADRO Nro. 1)	10
ACTIVIDAD ECONÓMICA (CUADRO Nro. 2)	11
RECOLECCIÓN DE FRUTAS SILVESTRES (CUADRO Nro. 3)	12
FRUTAS SILVESTRES: MORTIÑO, FRUTILLA, MORA (CUADRO Nro. 4)	13
USO DEL SUELO (CUADRO Nro. 5)	14
PROVEEDOR DE FRUTAS SILVESTRES (CUADRO Nro. 6)	15
GÉNERO (CUADRO Nro. 7)	16
EDAD (CUADRO Nro. 8)	17
DEMANDA HISTÓRICA DEL VINO A NIVEL NACIONAL (CUADRO Nro. 9)	66
TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA (CUADRO Nro. 10)	67
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA (CUADRO Nro. 11)	69
PRECIOS Y MARCAS DE VINOS (CUADRO Nro. 12)	71

PRECIOS DE LA MATERIA PRIMA (CUADRO Nro. 13)	74
PERSONAL PARA LA MICROEMPRESA (CUADRO Nro. 14)	79
MATERIAS PRIMAS E INSUMOS (CUADRO Nro. 15)	80
SIMBOLOGÍA (CUADRO Nro. 16)	86
FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL VINO (CUADRO Nro. 17)	87
MAQUINARIA Y EQUIPO (CUADRO Nro. 18)	90
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO (CUADRO Nro. 19)	91
MUEBLES Y ENSERES (CUADRO Nro. 20)	93
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES (CUADRO Nro. 21)	93
EQUIPOS DE OFICINA (CUADRO Nro. 22)	93
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA (CUADRO Nro. 23)	94
DEPRECIACIÓN VEHÍCULO (CUADRO Nro. 24)	94
GASTOS DE CONSTITUCIÓN (CUADRO Nro. 25)	95
AMORTIZACIÓN (CUADRO Nro. 26)	95
MATERIA PRIMA DIRECTA (CUADRO Nro. 27)	96
INSUMOS (CUADRO Nro. 28)	97
MANO DE OBRA (CUADRO Nro. 29)	98
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN (CUADRO Nro. 30)	99
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO (CUADRO Nro. 31)	100
TABLA DE AMORTIZACIÓN (CUADRO Nro. 32)	101
VENTAS PROYECTADAS (CUADRO Nro. 33)	103
PROYECCIÓN DE VENTAS COSTOS Y GASTOS (CUADRO Nro. 34)	104
BALANCE PROFORMA (CUADRO Nro. 35)	106



PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE	
PÉRDIDAS Y GANANCIAS (CUADRO Nro. 36)	107
FLUJO DE EFECTIVO (CUADRO Nro. 37)	108
CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO (CUADRO Nro. 38)	108

# CAPÍTULO I

## 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 1.1. ANTECEDENTES

#### 1.1.1. BREVE RESEÑA HISTÓRICA

Un 28 de septiembre de 1606 el Capitán de Troya, funda la Villa de San Miguel de Ibarra, en el valle de Caranqui, con una población de 158 habitantes, sin tomar en cuenta a las familias que estaban al servicio de los invasores.

Al sufrir Ibarra un terremoto en 1868, la ciudad queda en ruinas e inhabitable. Toda la comunidad se traslada al sector de la Esperanza por el temor de nuevos movimientos telúricos. En 1869 a los seis meses del terremoto se renueva el Concejo tomando como sede “La Esperanza”.

Posteriormente luego de varios meses la comunidad vuelve a lo que hoy es la ciudad de Ibarra que se encuentra ubicado políticamente en la provincia de Imbabura, situada en la Sierra Norte del Ecuador entre las provincias de Pichincha, Carchi y Esmeraldas. Los límites del cantón son al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al Sur con la Provincia de Pichincha.

La ciudad de Ibarra, cabecera cantonal y capital de la provincia, se encuentra ubicada a 2228 metros s.n.m. con una población de 139.721 habitantes aproximadamente (según censo 2010).

El cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: El Sagrario, San Francisco, Caranqui, Alpachaca y La Dolorosa del Priorato; y siete parroquias

rurales: Ambuqui, Angochagua, La Carolina, La Esperanza, Lita, Salinas, San Antonio.

La parroquia La Esperanza tiene una temperatura que oscila entre 15 y 16 grados C, con un clima frío, su altitud es de 2.430 m.s.n.m.

Cuenta con atractivos naturales como: El Taita Imbabura, Laguna de Cubilche, Las Tres Cascadas, La Cueva del Duende, Huacho Loma Alta, entre otros que permiten realizar múltiples actividades de ecoturismo.

De acuerdo al censo 2010 realizado por el INEC su población es de 7.363 habitantes de los cuales 3.686 son hombres y 3.677 son mujeres; predominando la etnia indígena; entre la diversidad de cultura se encuentran los Caranquis cuyo idioma es el Kichwa y Castellano como segunda lengua.

Cuenta con una población económicamente activa de 2.745 personas; en su mayoría se dedican a la construcción y el resto a la agricultura, ganadería, silvicultura y comercio.

La actividad de la que vive el pueblo es la agrícola; en los cerros o lugares altos cultivan productos de acuerdo con el clima frío como el trigo, cebada, papas, ocas; en los terrenos que se encuentran en las partes más bajas cultivan maíz. La producción se la destina al autoconsumo y a la venta en los mercados. Otra actividad importante es la producción de artesanías en cerámica y bordados.

Otra fuente importante es el turismo de montaña, de aventura, agroturismo y turismo medicinal, desde iniciativas familiares y comunitarias.

En los páramos se encuentra gran vegetación y frutas silvestres como el mortiño, mora y frutilla principalmente. Estos frutos tienen un sabor astringente (en contacto

con la lengua, produce en ésta una sensación mixta entre la sequedad intensa y el amargor), de tamaño pequeño y generalmente se desarrollan en matorrales.

Los frutos indicados por el simple hecho de ser silvestres no necesitan de químicos para que se desarrollen, brindan grandes beneficios y poseen varias cualidades, pues se perfilan como uno de los frutos con mayores propiedades antioxidantes. La presencia de antioxidantes en los alimentos retarda y previene la oxidación de otras moléculas, evitando enfermedades cardíacas cancerígenas y algunas otras neurológicas. De estos frutos se extrae el colorante natural para la elaboración de otros productos. También son considerados como un buen oxigenador del cerebro porque previene enfermedades cerebro-vasculares y enfermedades neurodegenerativas. Además sirven como refresco y como leña en el caso de los troncos de la planta de mortiño, entre otras.

El mortiño, la mora y la frutilla silvestre crecen en los páramos andinos a una altura comprendida entre los 2200 y 3400 metros s.n.m., es por eso que se ha tomado como punto referente de investigación a la parroquia La Esperanza de Ibarra, además se los puede encontrar también en los páramos del Pedregal ubicados a una hora de la Ciudad de Machachi, Cantón Mejía. Esta ciudad se encuentra ubicada en la parte sur de la provincia de Pichincha a 2900m sobre el nivel del mar y a una distancia sur de 35 km. de la capital del Ecuador. Con un clima frío rodeada de elevaciones: al norte por el Pasochoa; al sur por el Nudo de Tiopullo y Los Ilinizas; al oeste por el Rumiñahui; al oeste por el Corazón.

Con la investigación de este proyecto se pretende ayudar especialmente a la población económicamente inactiva de la parroquia La Esperanza, ante la difícil

situación económica debido a la falta de empleo creando de esta manera una microempresa de vino de frutas silvestres.

Además de concientizar a la sociedad sobre la protección y cuidado de nuestros páramos que son una belleza natural con la que contamos y nos ofrecen diversidad de vegetación que se la debe aprovechar de manera consciente y moderada.

## **1.2. OBJETIVOS**

### **1.1.2. GENERAL:**

Conocer la situación actual para determinar los oponentes, aliados, oportunidades y riesgos de la microempresa de vino de frutas silvestres para su implantación.

### **1.1.3. ESPECÍFICOS:**

- 1.1.3.1.1.** Realizar una investigación de campo para levantar datos de la producción de frutas silvestres e identificar a las personas dedicadas a la silvicultura.
- 1.1.3.1.2.** Efectuar una investigación de campo para levantar datos de las actividades económicas productivas de La Esperanza.
- 1.1.3.1.3.** Levantar datos de empleo y desempleo de la parroquia La Esperanza.
- 1.1.3.1.4.** Conocer la existencia de tierras cultivadas y tierras ociosas en La Esperanza.
- 1.1.3.1.5.** Identificar las oportunidades y riesgos para su implantación.

#### **1.1.4. VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

- 1.1.4.1.** Producción
- 1.1.4.2.** Silvicultura
- 1.1.4.3.** Actividad económica
- 1.1.4.4.** Frutas Silvestres
- 1.1.4.5.** Empleo
- 1.1.4.6.** Desempleo
- 1.1.4.7.** Tierras cultivadas
- 1.1.4.8.** Tierras ociosas

#### **1.2. INDICADORES**

##### **1.2.1. Producción**

- 1.2.1.1.** Venta
- 1.2.1.2.** Autoconsumo

##### **1.2.2. Silvicultura**

- 1.2.2.1.** Recolección
- 1.2.2.2.** Frutos

##### **1.2.3. Actividad económica**

- 1.2.3.1.** Ganadería
- 1.2.3.2.** Agricultura

**1.2.3.3.** Silvicultura

**1.2.4. Frutas silvestres**

**1.2.4.1.** Mortiño

**1.2.4.2.** Mora

**1.2.4.3.** Frutilla

**1.2.5. Empleo**

**1.2.5.1.** Trabajo

**1.2.5.2.** Remuneración

**1.2.6. Desempleo**

**1.2.6.1.** Pobreza

**1.2.6.2.** Necesidades

**1.2.7. Tierras cultivadas**

**1.2.7.1.** Agricultura

**1.2.7.2.** Ganadería

**1.2.8. Tierras ociosas**

**1.2.8.1.** Erosión

### 1.3. MATRÍZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE
Realizar una investigación de campo para levantar datos de la producción de frutas silvestres e identificar a las personas dedicadas a la silvicultura.	*Producción  *Silvicultura	*Venta  *Autoconsumo  *Recolección  *Frutos	*Encuesta  *Internet  *Libros
Efectuar una investigación de campo para levantar datos de las actividades económicas productivas de La Esperanza.	*Actividad Económica  *Frutas Silvestres	*Ganadería  *Agricultura  *Silvicultura  *Mortíño  *Mora  *Frutilla	*Encuestas  *INEC  *Internet
Levantamiento de datos de empleo y desempleo de la parroquia La Esperanza.	*Empleo  *Desempleo	*Trabajo  *Remuneración  *Pobreza  *Necesidades	*Encuestas  *INEC  *Internet
Conocer la existencia de tierras cultivadas y tierras ociosas en La Esperanza.	*Tierras cultivadas  *Tierras ociosas	*Agricultura  *Ganadería  *Erosión	*Encuestas  *Libros (junta parroquial La Esperanza)



#### 1.4. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

De acuerdo a los datos estadísticos proporcionados por el INEC (según censo 2010), en la Parroquia La Esperanza existe una población de 7.363 habitantes aproximadamente.

La Parroquia La Esperanza se encuentra conformada por 4 barrios entre ellos se tiene: el barrio San Francisco, San Pedro, Santa Marianita y Rumipamba, y 12 comunidades que forman parte de la parroquia que son: la comunidad de San Clemente, Chiriuasi, Cashaloma, El Abra, San José de Chaupilan, Paniquindra, La Florida, Pungohuayco, Rumipamba Grande, Rumipamba Chico, San José de Cacho, La Cadena. Dentro de éstos barrios y comunidades se encuentran alrededor de 2.547 familias las cuales serán tomadas como referencia para el tamaño de la población y el correspondiente muestreo que servirá para la recolección de datos mediante la aplicación de encuestas en la presente investigación que se está realizando.

#### 1.5. CÁLCULO DE LA MUESTRA EN LOS SIGUIENTES PARÁMETROS

“**n**” = Tamaño de la muestra

“**N**” = Tamaño de la población

“**d**” = Varianza constante de 0.25

“**Z**” = Nivel de confianza del 95% que equivale a 1.96

“**E**” = Nivel de error de 0.03

#### 1.6. FÓRMULA DE CÁLCULO

$$n = \frac{N \times Z^2 \times d^2}{E^2 (N-1) + Z^2 d^2}$$

$$n = \frac{2547 \times (1.96)^2 \times (0.25)^2}{(0.05)^2 \times (2547-1) + (1.96)^2 \times (0.25)^2}$$

$$n = \frac{611.5347}{6.6051}$$

$$n = 92.58$$

**n= 93 encuestas**

## **1.7. DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

Para la recopilación de información se utilizará información primaria y secundaria.

### **1.7.1. Información Primaria**

#### **1.7.1.1. Encuestas**

Para la obtención de información adecuada, real y confiable se aplicaron encuestas al azar a 93 familias de la Parroquia La Esperanza, que fueron formuladas en base a las variables e indicadores mencionados anteriormente para lograr alcanzar dichos objetivos propuestos. (Los instrumentos se encuentran en anexos).

### **1.7.2. Información Secundaria**

#### **1.7.2.1. Internet**

Mediante esta herramienta actual se pudo obtener información de la localización y vías de acceso a la parroquia La Esperanza.

### 1.7.2.2. INEC

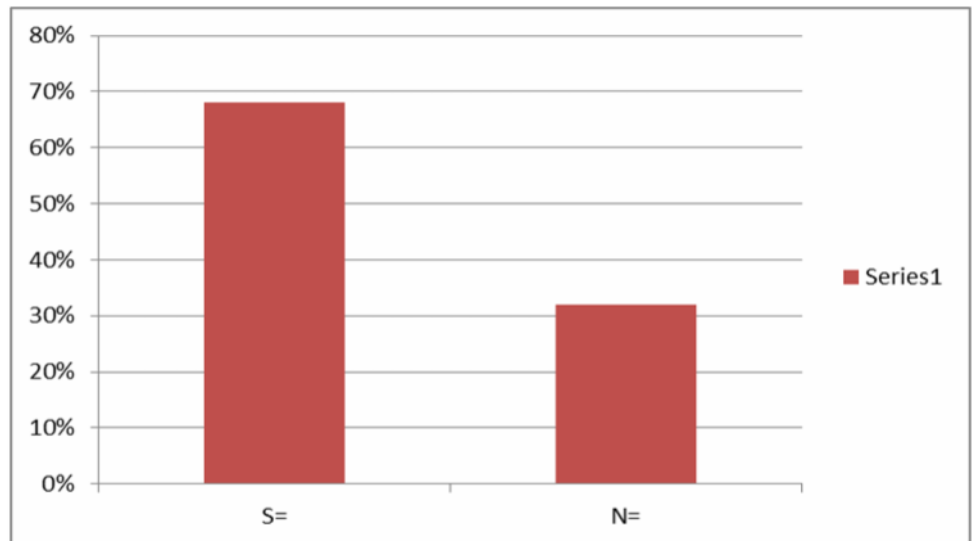
Mediante la información brindada por El Instituto Nacional de Estadística y Censo se puede conocer el número aproximado de habitantes en la parroquia.

## 1.8. EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

A continuación se describe los resultados de la tabulación realizada en Microsoft Office Excel, luego de haber realizado las encuestas correspondientes.

### 1.8.1. ¿Usted trabaja?

**CUADRO Nro. 1**  
**EMPLEO Y DESEMPLEO**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

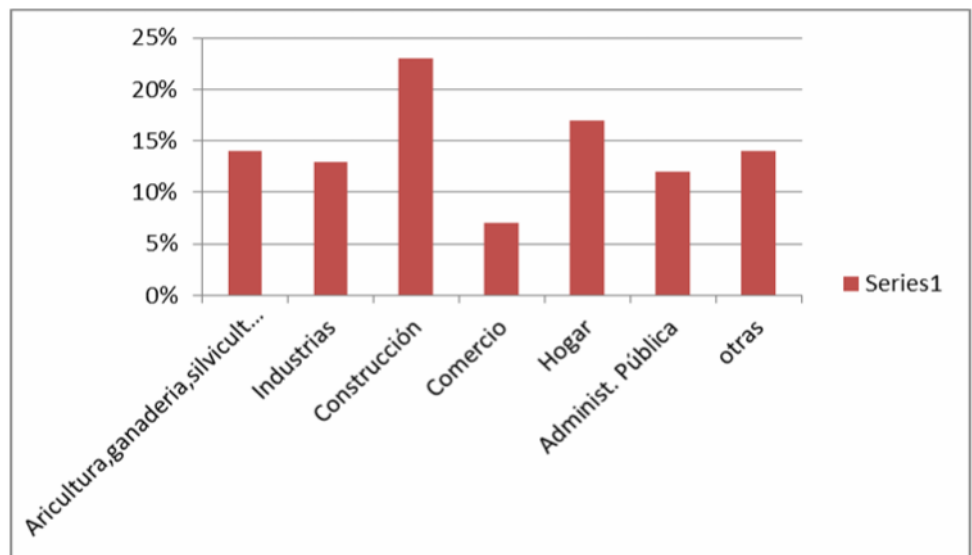
**ELABORADO POR:** La Autora

**Análisis:**

Como se puede mostrar en el gráfico la mayoría de personas si se dedican alguna actividad, pero de igual forma un porcentaje representativo se encuentra en el desempleo lo que indica que si existe aún pobreza en la Parroquia La Esperanza.

### 1.8.2. ¿A qué actividad se dedica?

**CUADRO Nro. 2  
ACTIVIDAD ECONÓMICA**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

**ELABORADO POR:** La Autora

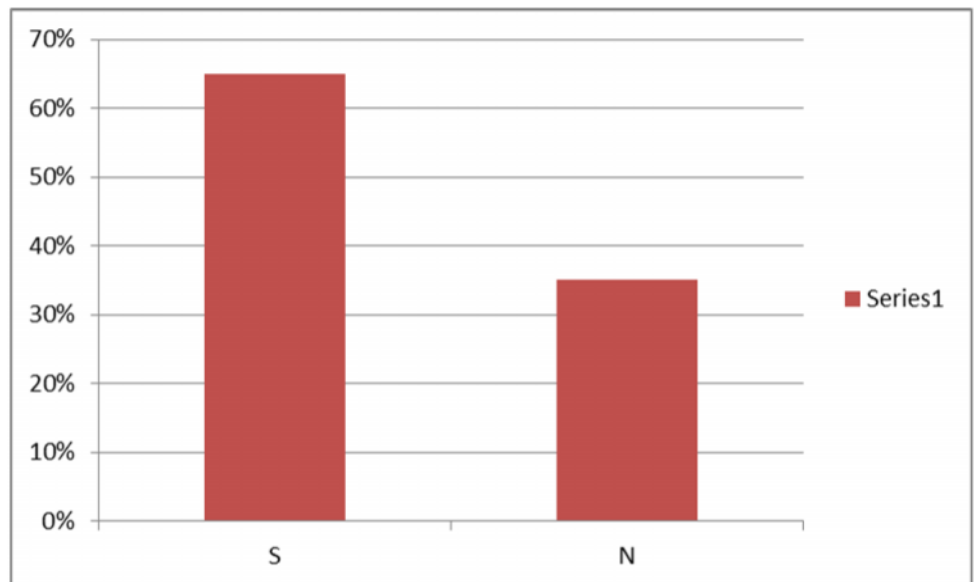
#### **Análisis:**

Según las encuestas aplicadas la mayor actividad a la que se dedica la población es la de la construcción, seguido de la agricultura, ganadería y silvicultura. Cabe destacar que pese a que la parroquia tiene considerables extensiones de terreno para el desarrollo de la agricultura se sigue manteniendo como actividad tradicional el autoconsumo destinando los sobrantes a la comercialización. De esta manera cabe mencionar que la

población cada vez va destruyendo los páramos para dedicarlos a la agricultura y ganadería, por ello es importante concientizar a los habitantes del sector especialmente para que mantengamos vivos nuestros páramos.

### 1.8.3. ¿En la parroquia recolectan frutas silvestres?

**CUADRO Nro. 3  
RECOLECCIÓN DE FRUTAS SILVESTRES**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

**ELABORADO POR:** La Autora

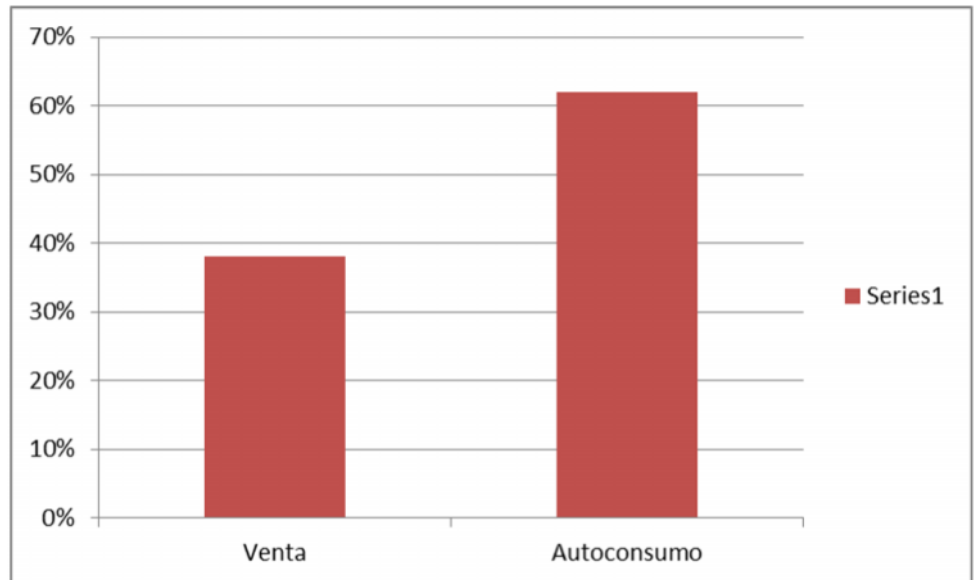
#### **Análisis:**

Dado que en la parroquia La Esperanza se encuentra una gran extensión de tierra que son los páramos la gente del lugar si recolectan frutas silvestres en su mayoría.

1.8.4.

¿Para qué se destinan las frutas silvestres recolectadas?

**CUADRO Nro. 4**  
**FRUTAS SILVESTRES (MORTIÑO, FRUTILLA, MORA)**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

**ELABORADO POR:** La Autora

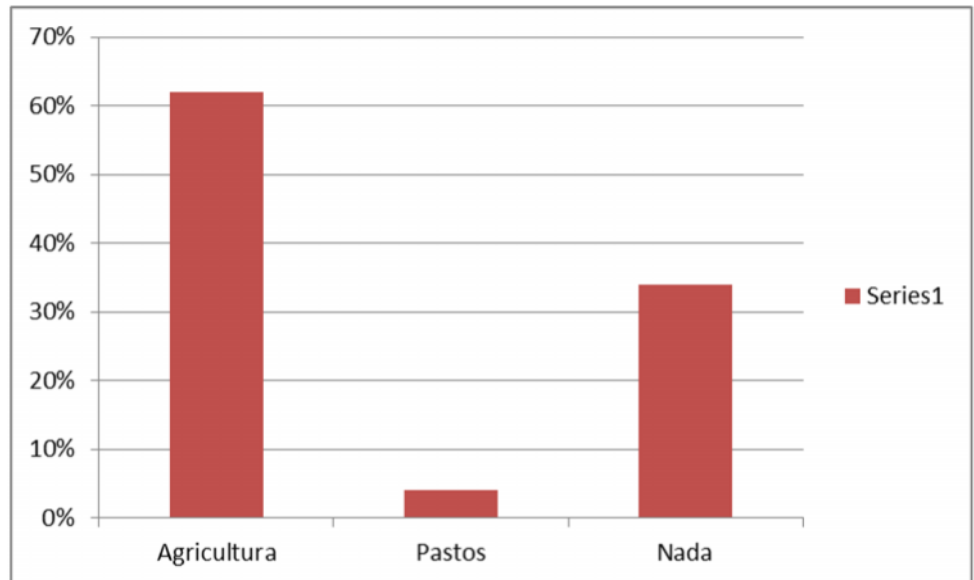
**Análisis:**

En su gran mayoría las frutas silvestres recolectadas se la destina al autoconsumo, muy pocas de éstas frutas son comercializadas como es el caso del mortiño que se lo comercializa en pequeñas cantidades en los mercados de la ciudad de Ibarra en noviembre para la colada morada.

1.8.5.

¿Para qué son utilizados los terrenos?

**CUADRO Nro. 5  
USO DEL SUELO**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

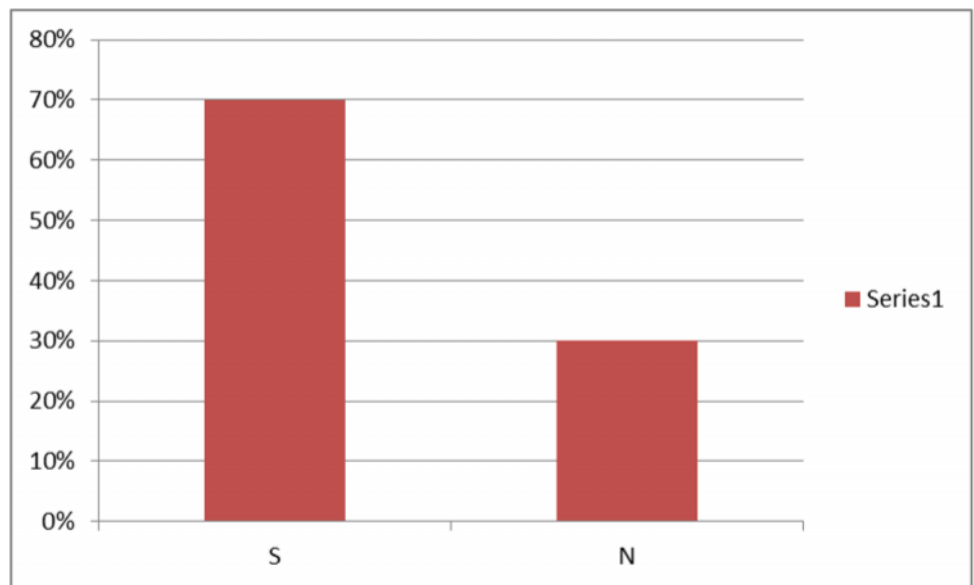
**ELABORADO POR:** La Autora

**Análisis:**

La mayoría de la población de la parroquia La Esperanza utiliza el suelo para la agricultura, de esta manera subsiste, la otra gran parte del suelo no se utiliza en nada. Adicional a esto y para mayor seguridad de los datos obtenidos mediante la encuesta, también se extrajo datos de la Junta Parroquial La Esperanza y de acuerdo a ello la superficie total del territorio es de 4025 hectáreas, de la cuales 2179,72 Ha están destinadas a la producción agrícola, 1073,6 Ha de páramo, 299,6 Ha de vegetación arbustiva, 141 Ha en proceso de erosión, 134 Ha de pastos cultivados, 126,2 Ha erosionadas, 34,7 Ha identificados como bosque intervenido, 23,47 Ha de afloramientos rocosos y 12,75 Ha consideradas como nieve.

**1.8.6. ¿Estaría usted. dispuesto a ser proveedor directo de las frutas silvestres (mortiño, frutilla, mora) que recolecte?**

**CUADRO Nro.6**  
**PROVEEDOR DE FRUTAS SILVESTRES**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

**ELABORADO POR:** La Autora

**Análisis:**

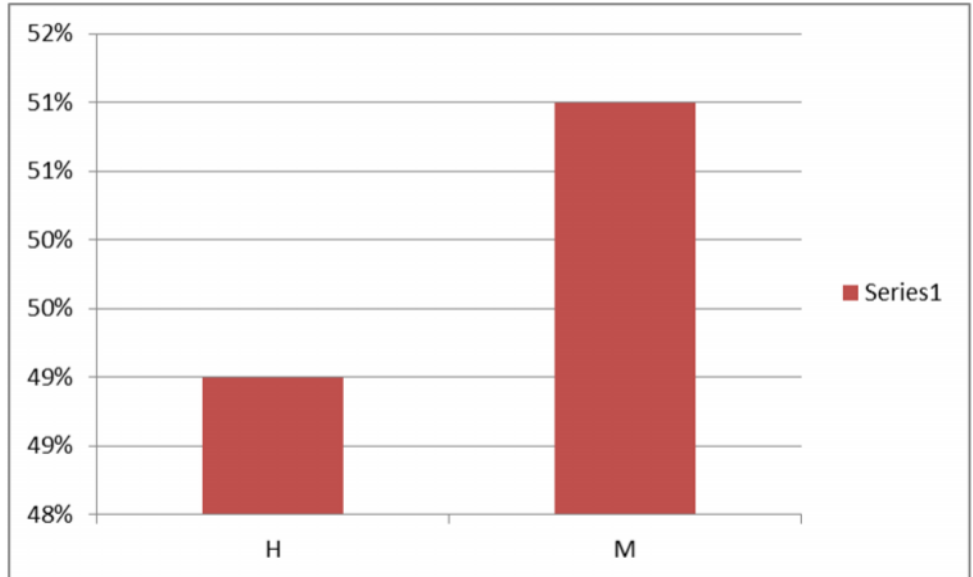
La mayoría de habitantes de la parroquia ya mencionada anteriormente estarían dispuestos a ser los proveedores directos de las frutas silvestres para el éxito de mi proyecto ya que, aseguran sería una forma de conseguir ingresos para sus hogares especialmente las personas que no tienen una actividad económica a la cual dedicarse y por ende se encuentran en desempleo.



1.8.7.

**GÉNERO**

**CUADRO Nro. 7  
GÉNERO**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

**ELABORADO POR:** La Autora

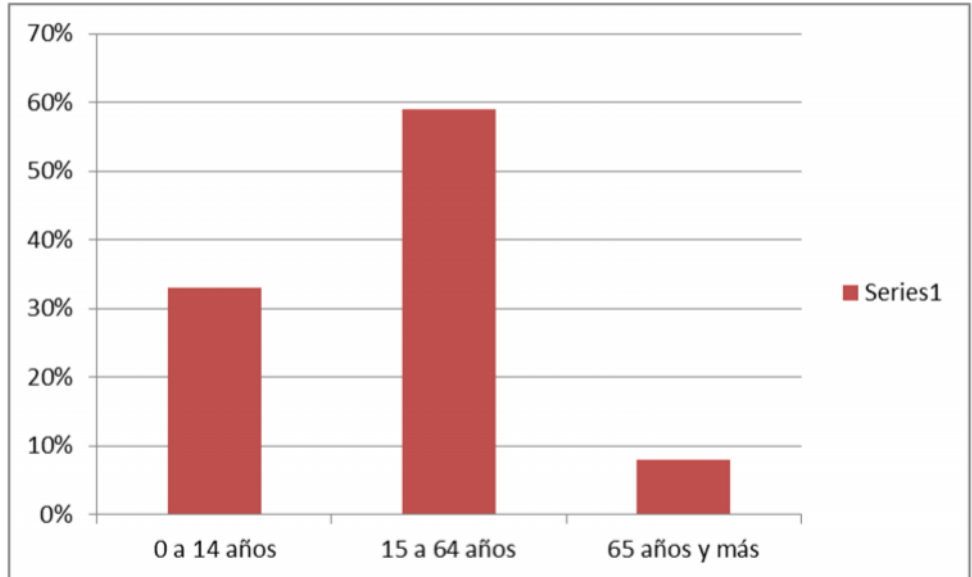
**Análisis:**

Como se puede observar no existe mucha diferencia entre mujeres y hombres los dos géneros se encuentran presentes en la parroquia La Esperanza casi de una manera equitativa en cuestiones estadísticas.

1.8.8.

**EDAD**

**CUADRO Nro.8  
EDAD**



**FUENTE:** Encuesta aplicada a Familias de La Parroquia La Esperanza

**ELABORADO POR:** La Autora

**Análisis:**

La mayoría de personas encuestadas tienen una edad entre los 15 y 64 años, lo que significa que se podría contar con personas que están en capacidad de trabajar y por ende contribuir con el proyecto.

## **1.9. ALIADOS, OPORTUNIDADES, RIESGOS, Oponentes**

### **1.9.1. ALIADOS**

No se utilizan químicos para la cosecha de los frutos debido a que son silvestres.

Las personas que realizan la recolección de los frutos silvestres son los mismos habitantes de los páramos

Se dispone de materia prima propia del lugar, lo que hacen que los costos de producción resulten más cómodos.

Control adecuado de los efectos ambientales negativos.

Existe producción de frutas silvestres.

La mayoría de personas están dispuestas a colaborar en el presente proyecto.

Las comunidades están organizadas facilitando el desarrollo del proyecto.

### **1.9.2. OPORTUNIDADES**

En nuestro medio resulta rentable vender vinos de buena calidad a un precio popular debido a que esta clase de vinos tiene acceso a la economía de la mayoría de personas.

Proyecto innovador

Se generan fuentes de trabajo involucrando a la población del sector y permite mejorar la situación socio-económica de los hogares.

Durante el proceso de la obtención del vino se obtienen desechos sólidos y líquidos aprovechables para el empleo de abono orgánico para las plantas.

Se puede obtener vinos de buena calidad y procesados de forma natural sin utilizar productos químicos que afecten a la salud y al medio ambiente.

Es una nueva forma de dar valor agregado a las frutas silvestres.

Generar nuevas fuentes de empleo.

Microempresa local.

El vino de mortiño y otras frutas silvestres si puede competir en el mercado con los vinos de uva u otras frutas.

Reducir la contaminación del ambiente sin utilizar productos químicos sino únicamente productos orgánicos.

### **1.9.3. Oponentes**

Precios no estables por la competencia.

Falta de capacitación de comerciantes para vender vinos

No se cuenta con infraestructura propia para la comercialización del producto.

Escasa asesoría técnica para el cuidado de los páramos que es donde crecen las frutas silvestres.

### **1.9.4. Riesgos**

Competencia

Migración de mano de obra.

No existe motivación hacia quienes cosechan el mortiño de los páramos

Clima cambiante debido al calentamiento global.

Falta de concienciación hacia el cuidado de los recursos naturales y el medio ambiente.

Nuevas políticas tributarias

### 1.10. CRUCES ESTRATÉGICOS

<b>ALIADOS vs. RIESGOS</b>	<b>ALIADOS vs. OPORTUNIDADES</b>
<p>*Para la cosecha de frutos silvestres (mortiño, frutilla, mora) se utilizaría la mano de obra de la gente que habita en los páramos instruyéndoles y motivándoles para que cuiden el ambiente y no acaben con los páramos</p> <p>Motivar a los comerciantes con capacitación de vino de frutas silvestres para que comercialicen de una manera adecuada el producto y la empresa pueda posesionarse en el mercado y hacer frente a la competencia.</p> <p>Al disponer de materia prima propia del lugar, permite poner en marcha la microempresa abasteciendo al mercado local y con precios cómodos, mediante el comercio directo con la gente de las comunidades sin la intervención de intermediarios.</p>	<p>Al ofertar en el mercado un producto de buena calidad a un precio popular que esté al alcance de la economía de todos, se logrará aumentar la demanda del producto y obtener una buena rentabilidad.</p> <p>*Por ser un producto nuevo y novedoso se necesitará de una promoción adecuada sobre el consumo moderado de esta bebida por los compuestos antioxidantes que contiene pudiendo prevenir hasta en un veinte por ciento el desarrollo de células cancerígenas; esto permitirá cambiar productos artificiales por productos naturales.</p> <p>Al ser una microempresa local los comerciantes tendrán más facilidad para distribuir el nuevo producto y que la microempresa sea conocida a nivel local y por qué no nacional también, mediante pancartas y</p>

	publicidad por medio de la radio
--	----------------------------------

**1.11. CRUCES ESTRATÉGICOS**

<b>ALIADOS vs. RIESGOS</b>	<b>ALIADOS vs. OPORTUNIDADES</b>
<p>*Para la cosecha de frutos silvestres (mortiño, frutilla, mora) se utilizaría la mano de obra de la gente que habita en los páramos instruyéndoles y motivándoles para que cuiden el ambiente y no acaben con los páramos</p> <p>Motivar a los comerciantes con capacitación de vino de frutas silvestres para que comercialicen de una manera adecuada el producto y la empresa pueda posesionarse en el mercado y hacer frente a la competencia.</p> <p>Al disponer de materia prima propia del lugar, permite poner en marcha la microempresa abasteciendo al mercado local y con precios cómodos, mediante el comercio directo con la gente de las comunidades sin la intervención de intermediarios.</p>	<p>Al ofertar en el mercado un producto de buena calidad a un precio popular que esté al alcance de la economía de todos, se logrará aumentar la demanda del producto y obtener una buena rentabilidad.</p> <p>*Por ser un producto nuevo y novedoso se necesitará de una promoción adecuada sobre el consumo moderado de esta bebida por los compuestos antioxidantes que contiene pudiendo prevenir hasta en un veinte por ciento el desarrollo de células cancerígenas; esto permitirá cambiar productos artificiales por productos naturales.</p> <p>Al ser una microempresa local los comerciantes tendrán más facilidad para distribuir el nuevo producto y que la microempresa sea conocida a nivel local y por qué no nacional también, mediante pancartas y publicidad por medio de la radio</p>

## **1.12.**

### **IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

La mayoría de la población de la Esperanza no tiene conciencia de los recursos naturales que posee nuestro país como son los páramos entre otros, ya que los quemamos de una manera indiscriminada y utilizando gran parte de éstos páramos para la agricultura, sin darse cuenta que ahí crecen frutos como el mortiño, frutilla, mora entre otras y de éstos se puede crear una microempresa destinada a darle un valor agregado, en este caso vino de frutas silvestres y a la vez crear nuevas fuentes de trabajo y evitar que la gente emigre a otros lugares en busca de empleo.

Por tal motivo se ve la necesidad de crear una microempresa de vino de frutas silvestres, que no solo busca fines de lucro, que claro que son importantes sino también ayudar a la sociedad mediante la generación de fuentes de empleo y conservación del medio ambiente.

## **CAPÍTULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

En este capítulo se agrupa una serie de conceptos y extractos que serán aplicados al presente proyecto como es la creación de una microempresa de vino de frutas silvestres, guiándome en bases científicas para el logro exitoso del proyecto.

#### **2.1. PÁRAMOS**

##### **2.1.1. HISTORIA DE LOS PÁRAMOS**

Los suelos de los páramos son en buena parte de origen glaciar y volcánico reciente y muchos de ellos están aún en plena formación.

Su estructura especial se debe a una combinación de materia orgánica, que se descompone muy lentamente en el clima frío, con la ceniza volcánica. Esta estructura es la base para el servicio ambiental fundamental del páramo, el almacenamiento y distribución de agua limpia y constante a los sitios bajos, donde se usa para riego, agua potable e hidroelectricidad.

La importancia de estos suelos y la de la vegetación que lo protege, así como de su fragilidad, son temas que han empezado a ser tratados desde varios puntos de vista y convierten al páramo en un ecosistema particularmente frágil y estratégico.

En algunos lugares los suelos parameros pueden alcanzar varios metros de espesor. Constituyen los ecosistemas de montano andino que pertenecen al Dominio Amazónico.

El ser humano durante su desarrollo ha ido poblando los páramos, y por consiguiente cambiando el ecosistema natural, por la agricultura y ganadería, adecuada a este clima, perjudicando el medio ambiente. En la actualidad gran parte de ellos aún no son poblados, pero existe el temor que la humanidad vaya destrozando este hábitat



natural y permita la destrucción de la vida, no solo humana sino también animal y vegetal.

### **2.1.2. APARECIMIENTO DE LA PALABRA PÁRAMO**

Desde el descubrimiento de América en 1492, es cuando se da el nombre de la palabra páramo, que proviene de un vocablo céltico que significaba “sitio sin árboles” vía el latín paramus.

Aparentemente los primeros colonizadores españoles que llegaron a estos lugares en el Neotrópico, encontraron cierto parecido con los páramos de Castilla; el nombre pegó tanto que sus denominaciones autóctonas que prácticamente han desaparecido. Sin embargo, en el Perú sí se usa el nombre de “jalca”. ( Mena, P. y G. Medina, G. 2005. La Biodiversidad de los Páramos en el Ecuador. En: Mena, P., G. Medina y R. Hofstede (Eds). 2005. Los Páramos del Ecuador. Particularidades, Problemas y Perspectivas. Abya Ya-la/Proyecto Páramo. Quito)

### **2.1.3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA**

Se ubican discontinuamente en el Neotrópico desde hasta la línea de nieves perpetuas.

Van desde Venezuela, y Colombia hasta el norte del Perú; en Venezuela, Colombia y el norte del Ecuador están caracterizados por la presencia de los "frailejones" que pertenecen al complejo Espeletia (más de 200 especies); además de los "frailejones", hay muchos géneros y especies vegetales endémicas del Páramo, y también hay vegetales de amplia distribución pero que no son los determinantes. También existen pequeñas extensiones de páramo en Costa Rica y Panamá.

Dada su latitud ecuatorial y gran altitud, ecosistemas similares pero con distintos nombres locales se encuentran en África oriental, en Papúa Nueva Guinea y en otras áreas netamente tropicales con montañas muy elevadas. Por lo menos, en términos paisajísticos y evolutivos son muy parecidos a los páramos andinos.

En toda su extensión en Sudamérica, el páramo tiene más de 30.000 km<sup>2</sup>. El país con mayor superficie de su territorio cubierta por páramos es Ecuador.

#### **2.1.4. VARIEDAD DE LOS PÁRAMOS**

A pesar de que se puede hablar del páramo en toda su extensión, su diversidad es notable.

El páramo es un ecosistema tropical alto Andino que se extiende en los Andes septentrionales, entre el actual límite superior de bosque andino cerrado y la línea de nieve perpetua, caracterizado por una vegetación no arbórea, alta irradiación ultravioleta, bajas temperaturas y alta humedad.

En el Ecuador se considera a los páramos como el área que está sobre los 3.500 metros al norte del paralelo 3 de latitud sur y sobre los 3.000 metros al sur de dicho paralelo.

En estos ecosistemas se encuentran los siguientes tipos de páramo:

**2.1.4.1.** PÁRAMO PAJONAL, Páramo de frailejones, Páramo herbáceo de almohadillas, Páramo herbáceo de pajonal y almohadillas, Páramo pantanoso, Páramo seco, Páramo sobre arenales, Páramo arbustivo del sur, Superpáramo y Superpáramo azonal.

**2.1.4.2.** PÁRAMO ARBUSTIVO: Se trata de formaciones alto andinas parameras con una presencia grande de arbustos de hasta 2 metros de altura, más o menos dispersos, típicas del parque Nacional Podocarpus en Loja y Zamora Chinchipe.

**2.1.4.3.** PÁRAMO DE ALMOHADILLAS: Éstas son formaciones alto andinas parameras con una presencia grande de almohadillas, que son plantas pequeñas, generalmente de menos de 30 cm. de altura, densamente agrupadas en forma de pequeños montículos, pertenecientes a géneros como Plantago, Azorella y Werneria.

(Mena, P. y G. Medina, G. 2005. La Biodiversidad de los Páramos en el Ecuador. En: Mena, P., G. Medina y R. Hofstede (Eds). 2005. Los Páramos del Ecuador. Particularidades, Problemas y Perspectivas. Abya Ya-la/Proyecto Páramo. Quito)

**2.1.4.4.** PÁRAMO DE FRAILEJONES: En esta formación alto andina paramera, el frailejón

(*Espeletia pycnophylla*.) domina el estrato arbustivo.

Los frailejones son abundantes y diversos en Venezuela y Colombia, pero al Ecuador sólo ha llegado esta especie, que se vuelve dominante en los páramos de Carchi y Sucumbíos. Una población biogeográficamente aberrante se encuentra en los Llanganates.

#### **2.1.5. CLIMATOLOGÍA**

La gran altura en sitios tropicales produce un clima especial que puede resumirse en invierno todas las noches y verano todos los días.

La menor densidad de la capa atmosférica, común de las grandes altitudes, permite una mayor intensidad en la radiación ultravioleta y simultáneamente una mayor disipación de la energía lumínica, especialmente la infrarroja, que es la principal contribución en calor para el planeta.

Esto provoca, por ejemplo, que la piel humana al descubierto se queme muy fácilmente y a la vez el clima sea generalmente frío, especialmente en las madrugadas.

El particularmente inestable clima del páramo, además de frío, es nublado y lluvioso, aunque hay horas de sol intenso, así como también existen las grandes heladas.

#### **2.1.6. EL PÁRAMO ECOSISTEMA NO VALORADO**

Desde algún tiempo, los páramos han sido utilizados por la humanidad en beneficio propio sin importar la destrucción del ecosistema, el ser humano debe sobrevivir de

alguna manera, por lo que busca la actividad económica y el páramo puede ser de gran utilidad productiva.

El pastoreo, la ganadería, la actividad agrícola, que es la que más deteriora los suelos de los páramos por la utilización de productos químicos para la producción de alimentos.

Los usuarios indirectos del páramo son muy numerosos, puesto que, los suelos especiales de éste ecosistema almacenan y distribuyen agua que luego es usada para riego, agua potable e hidroelectricidad.

Los suelos de los páramos son una esponja natural, pero que al ser compactada no recobra sus propiedades. “Las quemas y el pisoteo del ganado alteran sus propiedades y se pierde su capacidad de almacenamiento de agua. No es exagerado decir que las principales ciudades andinas, incluyendo Mérida, Bogotá, Quito y Cajamarca, dependen fundamentalmente de la salud de este ecosistema.

El calentamiento global del planeta también afecta a este ecosistema y de dos maneras: por un lado, una de las fuentes del agua que almacenan y distribuyen, el deshielo de los glaciares, se ve fuertemente afectada”

(INTERNET WWW.PARAMOS.COM)

“Por otro lado, las características de sus suelos dependen de que se mantenga una temperatura baja. Una subida en la temperatura significa que los suelos pierden su estructura particular y su capacidad hídrica.”

El medio ambiente natural de los páramos se ha ido deteriorándose por todos estos aspectos antes mencionados

(BIBLIOTECA DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE- QUITO ECUADOR. Medina y P.A.Mena (Eds).2005.La Agricultura y la Ganadería en los Páramos. Serie Páramo 8 GTP/Abya Yala. Quito)

### **2.1.7. PAJONAL**

Crece entre los 3.00 y 4.600 m y domina en gran cantidad el paisaje de los páramos.

El pajonal es también utilizado en la elaboración de artesanías, ya que son de gran interés para los turistas que visitan estos páramos. Además es utilizada en la alimentación del ganado ovino y bovino, pero por la falta de una cultura o educación ambiental muchos habitantes del sector tienen la costumbre de quemar el pajonal, perdiendo así una riqueza natural que es el páramo, todo esto con el fin de ampliar la frontera agrícola.

([www.marketag.com](http://www.marketag.com),[www.realblueberries.com](http://www.realblueberries.com))

## **2.2 DESARROLLO SUSTENTABLE**

El desarrollo sustentable debe conservar la diversidad, la complejidad y las funciones de los ecosistemas así como de las actividades del hombre, regulando y limitando los efectos de estas actividades, para de cierta forma avanzar hacia una sociedad justa en donde todos y todas gocemos del mismo acceso, en general, al conocimiento, a los medios materiales, culturales y sociales necesarios para alcanzar el buen vivir.

El buen vivir da la pauta para encontrar nuevas y equilibradas formas de uso y conservación del ambiente hacia un enfoque social, político, ambiental y económico del desarrollo, y no solamente al crecimiento económico como lo propone el desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible plantea que las situaciones de inequidad se superarán en base a un mayor crecimiento económico, el mismo que ha dado paso a más problemas ambientales, y no ha resuelto los desbalances sociales, un mayor crecimiento económico es insostenible desde el punto de vista ecológico. Hablar de desarrollo sustentable, basado en un mayor crecimiento económico, busca no enfrentar el problema de la inequidad y las desigualdades.

### **2.3. DESARROLLO SOSTENIBLE**

Las políticas de desarrollo sostenible afectan a tres áreas: económica, ambiental y social. En apoyo a esto, se refieren a los tres componentes del desarrollo sostenible, que son el desarrollo económico, el desarrollo social y la protección del medio ambiente, como "pilares interdependientes que se refuerzan mutuamente". Los componentes mencionados juegan un papel importante para el desarrollo de la presente investigación y por ende en la creación de la microempresa de vino de frutas silvestres en la parroquia La esperanza ubicada en la provincia de Imbabura.

La puesta en práctica del desarrollo sostenible tiene como fundamento ciertos valores y principios éticos que compartidos pueden ayudar a las sociedades a ser más sostenibles.

La Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural (Unesco, 2001) profundiza aún más en el concepto al afirmar que "... la diversidad cultural es tan necesaria para el género humano como la diversidad biológica para los organismos vivos"; Se convierte en "una de las raíces del desarrollo entendido no sólo en términos de crecimiento económico, sino también como un medio para lograr un balance más satisfactorio intelectual, afectivo, moral y espiritual". En esta visión, la diversidad cultural es el cuarto ámbito de la política de desarrollo sostenible.

#### **2.3.1. UN DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL RESPETUOSO CON EL MEDIO AMBIENTE**

El objetivo del desarrollo sostenible es definir proyectos viables como es el caso del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de vino de mortiño y otras frutas silvestres, y reconciliar los aspectos económico, social, y ambiental de las actividades humanas; "tres pilares" que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas como personas:

**2.3.1.1** Sostenibilidad económica: se da cuando la actividad que se mueve hacia la sostenibilidad ambiental y social es financieramente posible y rentable.

**2.3.1.2** Sostenibilidad social: basada en el mantenimiento de la conexión social y de su habilidad para trabajar en la persecución de objetivos comunes. En este caso para la creación y funcionamiento de la microempresa de vino de frutas silvestres se tendrá en cuenta las consecuencias sociales de la actividad de la misma en todos los niveles: los trabajadores (condiciones de trabajo, nivel salarial, etc.), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general

**2.3.1.3** Sostenibilidad ambiental: compatibilidad entre la actividad económica considerada y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, evitando la degradación de las funciones fuente y sumidero. Sostenibilidad ambiental es uno de los aspectos importantes, entre otros, que se trata de lograr con la implantación de éste proyecto ya mencionado anteriormente conservando y cuidando nuestros páramos que son fuente de vida.

## **2.3.2 CONDICIONES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE**

Los límites de los recursos naturales sugieren tres reglas básicas en relación con los ritmos de desarrollo sostenibles.

- Ningún recurso renovable deberá utilizarse a un ritmo superior al de su generación.
- Ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado o absorbido por el medio ambiente.
- Ningún recurso no renovable deberá aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible.

Se llama desarrollo sostenible aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquella que se puede mantener. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque asegurando la repoblación es una actividad sostenible. Por contra, consumir petróleo no es sostenible con los conocimientos actuales, ya que no se conoce ningún sistema para crear petróleo.

En el presente proyecto si existe desarrollo sostenible ya que al recolectar los frutos silvestres adecuadamente no se está dañando la naturaleza sino que más bien se contribuye a que la población se concientice de la no quema indiscriminada de los páramos y nos ayuden a cuidarlos.

### **2.3.3 ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y DE SERVICIOS**

- Producción Más Limpia. Dicho concepto parte del principio de sostenibilidad de las actividades humanas requeridas para suplir necesidades básicas y suplementarias (calidad de vida), incorporando elementos como mínimas emisiones, buenas prácticas de producción y operación, manejo adecuado y aprovechamiento del subproducto y el residuo, disminución en el consumo de insumos, etc. De esta forma, se observa que el desarrollo sostenible no es por sí mismo un elemento sociológico, sino que debe formar parte de un tejido en el cual la producción, la economía, el bienestar y el ambiente juegan siempre del mismo lado.

El desarrollo sostenible, se enfoca desde el lado de la oferta ambiental, bajo la óptica de obtener rendimientos firmes. Es decir, una productividad básica, de acuerdo a la capacidad que pueden suministrar los ecosistemas. El contexto desde donde se enfoca el desarrollo tiende a ser diferente en



los países latinoamericanos, parte de un ámbito nacional a uno global, que se asienta en interrelaciones globales y de naturaleza local.

### **¿Qué significa y porque es importante incorporar la Sostenibilidad en los Negocios?**

Hablando de los retos sociales y ambientales a nivel global, podemos mencionar en términos generales dentro de estos; la escasez relativa de agua, la insuficiente inversión pública y privada para lograr tasas de crecimiento adecuadas, recursos financieros y de capital limitados, acentuado deterioro ambiental; problemas de calidad de aguas, deterioro y pérdida de ecosistemas y deterioro de belleza escénica, inequidad urbana-rural, alta vulnerabilidad tectónica y ambiental, crecimiento acelerado de la población acentuado en áreas urbanas e incorporación de la población joven a la fuerza laboral.

- ¿Cuál debería ser la respuesta de las empresas modernas ante retos sociales y ambientales como estos? Esta respuesta debe ser la Sostenibilidad, concepto que representa una dimensión compuesta con tres amplios componentes, normalmente descritos como “personas, planeta y utilidades” o las dimensiones sociales, económicas y ambientales ya mencionadas anteriormente. La Sostenibilidad se define como tratar de asegurar el éxito del negocio en el largo plazo mientras se contribuye al desarrollo económico y social, a un ambiente sano y a una sociedad estable.
- ¿Qué se necesita para reorientar a las empresas para seguir una estrategia de sostenibilidad? Es importante sin duda alguna una buena dosis de liderazgo para incorporar la sostenibilidad en la organización.

En términos de la responsabilidad corporativa, la sostenibilidad puede ser descompuesta en nueve principios que tienen los siguientes atributos.

Estos principios son los siguientes:

**2.3.3.1 Ética:** la empresa promueve, monitorea y mantiene prácticas y estándares éticos en su tratamiento con los involucrados (stakeholders).

**2.3.3.2 Gobernabilidad:** la empresa administra sus recursos consciente y efectivamente, reconociendo la obligación fiduciaria de las juntas directivas y de los gerentes al enfocarse en los intereses de los involucrados.

**2.3.3.3 Transparencia:** la empresa provee la revelación oportuna de la información sobre sus productos, servicios y actividades, permitiendo de esta manera que los involucrados hagan decisiones informadas.

**2.3.3.4 Relaciones de Negocios:** la compañía se involucra en prácticas de comercio justo con proveedores, distribuidores y socios.

**2.3.3.5 Retorno Financiero:** la compañía compensa a los proveedores de capital con un retorno sobre la inversión competitiva y con la protección de los activos de la empresa.

**2.3.3.6 Involucramiento de la Comunidad y Desarrollo Económico:** la compañía promueve una relación de mutuo beneficio entre esta y la comunidad en la cual es sensible a la cultura, el contexto y las necesidades de dicha comunidad.

**2.3.3.7 Valor de los productos y servicios:** La empresa respeta las necesidades, deseos y derechos de sus clientes y se esfuerza por proveer los niveles más altos de valor del producto y servicios.

**2.3.3.8 Prácticas de empleo:** La empresa se involucra en prácticas de gerencia de recursos humanos que promueven el desarrollo profesional del empleado la diversidad y el empoderamiento

**2.3.3.9 Protección del Medio Ambiente:** la empresa se esfuerza en proteger y restaurar el medio ambiente y promueve el desarrollo sostenible con productos, procesos y otras actividades

Una vez que la estrategia de la empresa ha sido revisada y el componente de la sostenibilidad incluido; hay que medir los resultados. Hay múltiples medidas que típicamente incluyen indicadores de desempeño financiero y no financiero. A su vez, estos indicadores de medición deben estar vinculados con la estrategia e incluyen una combinación de medidas de insumos, procesos, productos y resultados.

(BIBLIOTECA DEL MINISTERIO DEL AMBIENTE- QUITO ECUADOR. Medina y P.A.Mena (Eds).2005.La Agricultura y la Ganadería en los Páramos. Serie Páramo 8 GTP/Abya Yala. Quito)

## 2.4 COOPERATIVISMO



Los dos pinos, símbolo internacional del cooperativismo.

El **cooperativismo** es el movimiento social que define la cooperación de sus integrantes en el rango económico y social como medio para lograr que los productores y consumidores, integrados voluntariamente obtengan un beneficio mayor para la satisfacción de sus necesidades.

El cooperativismo es una herramienta que permite a las comunidades y grupos humanos participar para lograr el bien común. La participación se da por el trabajo diario y continuo, con la colaboración y la solidaridad.

En el presente proyecto se implementará la microempresa de vino de mortiño y otras frutas silvestres con la participación de los habitantes de las diferentes comunidades de la parroquia La Esperanza y se trabajará en grupo cooperando mutuamente para el bien colectivo.

#### **2.4.1 VALORES COOPERATIVOS**

Los principios cooperativos se fundamentan en valores éticos universales de cooperación y responsabilidad, como son:

- Ayuda mutua: es el accionar de un grupo para la solución de problemas comunes.
- Esfuerzo propio: es la motivación, la fuerza de voluntad de los miembros con el fin de alcanzar metas previstas.
- Responsabilidad: nivel de desempeño en el cumplimiento de las actividades para el logro de metas, sintiendo un compromiso moral con los asociados.
- Democracia: toma de decisiones colectivas por los asociados (mediante la participación y el protagonismo) en lo atinente a la gestión que se está realizando.
- Igualdad: todos los asociados tienen iguales deberes y derechos.
- Equidad: justa distribución de los excedentes entre los miembros que trabajan conjuntamente para un bien común
- Solidaridad: apoyar, cooperar en la solución de problemas de los asociados, la familia y la comunidad.

También promueve los valores éticos de la honestidad, transparencia, responsabilidad social y compromiso con los demás.

## **2.4.2 ASOCIATIVIDAD CULTURAL**

La asociatividad cultural como concepto, “es un proceso sociocultural que estimula la participación organizada, en el cual, participa el estado central, los municipios, el sector privado, las organizaciones sin fines de lucro y la sociedad civil, con el fin de articular redes culturales solidarias y comunicativas dentro de un territorio determinado”.

Es importante que el territorio en donde se siga una estrategia asociativa tenga factores de identidad comunes, que exista un hilo conductor que construya la mística y diversidad del proyecto asociativo, por medio de un contenido sociocultural colectivamente aceptado.

Los proyectos de asociatividad, son un trabajo de largo plazo. En donde es necesario que exista confianza entre los agentes que participan, una confianza sin prejuicios políticos, ni de clases, ni económicos, ni religiosos, en otras palabras sin proselitismos. Además, es indispensable que el proyecto tenga un alto grado de credibilidad en la sociedad, que todos crean en el proceso que se está construyendo.

La asociatividad, lo que hace en simples palabras, es la construcción de redes culturales que solidaricen entre sí, ya sea con capital intelectual, financiamiento, patrimonio, mano de obra voluntaria, etc.

Mediante la asociatividad se busca un bien común , aportando con capital, ideas entre otras, pero a más de esto se busca la relación intercultural mediante el apoyo de quienes habitan en la comunidades, como es el caso en la Parroquia La Esperanza.

El Estado Central, el cual es el encargado de elaborar políticas culturales que estimulen el desarrollo y la asociatividad. También, cumple funciones de elaborar proyectos de ley los cuales faciliten y regulen la industria cultural.

El municipio es el organismo público encargado del desarrollo comunal, su función es de mucha importancia, ya que dependiendo de la relevancia que le dé al área de la

cultura en su gestión, su presupuesto y su planificación, dependerá la calidad de desarrollo y asociatividad que logre la comunidad.

El sector privado en los últimos años, juegan un rol indirecto en el desarrollo cultural, generalmente no realizan actividades culturales, pero si las financian. Potencialmente, son de mucha importancia, ya que en nuestra sociedad las expectativas de participación del sector privado a través de donaciones en el ámbito de la cultura, van en aumento.

La sociedad civil también participa de diferentes formas en el mundo de la cultura y las artes, ya sea como espectadores, creadores, difusores, voluntariado, gestores, animadores, dirigentes y una gran cantidad de otras profesiones y oficios que participan directa e indirectamente en este ciclo continuo llamado cultura.

## **2.5 CULTIVOS ORGÁNICOS**

Cultivos orgánicos se llama a todos aquellos métodos de producción de alimentos pura y exclusivamente naturales.

En éstos jamás podremos encontrar aditivos químicos o cualquiera otra sustancia que contenga materiales sintéticos.

Estas producciones no sólo son beneficiosas para el alimento que logra un estado completamente natural, sino que además beneficia el medioambiente evitando contaminar y permitiendo la regeneración del suelo.

Además, los cultivos orgánicos en muchas oportunidades mantienen los nutrientes esenciales de su naturaleza, elementos que en muchos casos se pierden con la manipulación genética o utilización de agroquímicos.

Algo que hace referencia a lo mencionado anteriormente son las frutas silvestres encontradas en los páramos, ya que éstas frutas crecen sin necesidad de cultivarlas con químicos y no degeneran la tierra manteniendo nuestro entorno natural.

**[http://www.ecologismo.com/2009/03/12/que-son-los-cultivos organicos/tual](http://www.ecologismo.com/2009/03/12/que-son-los-cultivos-organicos/tual)**.

Esto nos promueve a que podemos desarrollarnos con una agricultura Sostenible, esta agricultura se basa en sistemas de producción con aptitud de ser útiles a la sociedad indefinidamente.

### **2.5.1 OBJETIVOS DE LA AGRICULTURA ORGÁNICA**

- Producción suficiente de alimentos con calidad natural
- Máxima conservación del equilibrio natural
- Conservación de los recursos naturales
- No utilización de productos tóxicos o contaminantes
- Utilización óptima y equilibrada de los recursos locales
- Empleo de técnicas que cooperan con la naturaleza
- Reducción de transporte y periodos de almacenamiento
- Satisfacer las necesidades materiales como las espirituales del hombre

Al estar ante un momento de preocupación acerca de su alimentación y forma de llevar una vida saludable, se ha visto que la alimentación con productos orgánicos y ecológicos se ha convertido en una alternativa para un consumo responsable y sostenible.

Los productos orgánicos en la actualidad se consideran como una nueva era en la alimentación natural y equilibrada. Su ventaja se concentra en que son alimentos sin aditivos ni químicos, los que es algo esencial ya que promueve el cuidado de la salud.

## **2.5.2 LOS ANTIOXIDANTES EN LOS ALIMENTOS ORGÁNICOS**

Las verduras y frutas orgánicas demostraron en estudios tener niveles de antioxidantes más elevados que los alimentos de producción intensiva. Los antioxidantes tienen propiedades efectivas para combatir el cáncer. Los cultivos orgánicos produjeron estos compuestos químicos naturalmente como un método de defensa ante ataques de insectos y la maleza.

## **2.6 HISTORIA DEL VINO**

El vino se produjo por primera vez durante el neolítico, según los testimonios arqueológicos hallados en los montes Zagros, en la región que hoy ocupan Georgia, Armenia e Irán, gracias a la presencia de *Vitis vinifera sylvestris* y la aparición de la cerámica durante este periodo. La evidencia más antigua de la producción y consumo de vino es una vasija del año 5400 a. C., hallada en el poblado neolítico de Hajii Firuz Tepe, en los montes Zagros. La vasija contiene un residuo rojizo, presumiblemente vino. Aunque recientemente se ha encontrado la bodega más antigua conocida, datada en el año 6000 a. C., que sitúa en Armenia la producción más antigua de vino. Posteriormente, el consumo de vino se extendió hacia el occidente, llegando a Anatolia y Grecia; y hacia el sur, llegando hasta Egipto, ya célebre en Bahariya durante el Imperio Medio (siglo XX a. C.) La más antigua documentación griega sobre el cuidado de la vid, la cosecha y el prensado de las uvas, es los trabajos y los días, de Hesíodo, del siglo VIII a. C. En la antigua Grecia el vino se bebía mezclado con agua y se conservaba en pellejos de cabra.

Lo primero que cabe destacar es que el vino, a lo largo de la historia, ha estado muy bien considerado por la alta sociedad occidental, siendo testigo imprescindible en cualquier acontecimiento o banquete de importancia y alrededor de él se han firmado los grandes tratados y acontecimientos históricos de occidente.



Ya en Egipto, Grecia y Roma, se adoraba a Dioniso o Baco (dios de los viñedos) y la Biblia se refiere al vino en diversos pasajes, entre otros donde relata la última cena de Jesús, que ofreció una copa de vino a sus discípulos representando su sangre. Sabemos que en China, hace 4.000 años, ya conocían el proceso de fermentación de la uva, y que en Egipto, en el siglo XIV a. C., ya conocían la viticultura.

La viticultura debe su mayor desarrollo a la propagación del cristianismo, por ser el vino necesario para la celebración de la misa. Los monasterios, con sus propios métodos de elaboración y extracción, fueron los precursores de la viticultura y vinicultura, dejando huellas tan claras como los vinos priorato, proveniente de la palabra prior.

A lo largo de la historia del cultivo de la especie *Vitis vinífera* el hombre ha dado lugar a una gran infinidad de diversas variedades con el objeto de obtener diversos aromas, sabores, etc. De esta forma se tienen los vinos elaborados con uvas de diferentes variedades dentro de la especie *Vitis vinifera*, como pueden ser por ejemplo: el malbec, verdejo, el cabernet Sauvignon, el carménère, el merlot, el chardonnay, la gewürtztraminer, etc. Todas ellas aportan un carácter especial a los vinos.

### **2.6.1 VINO**

El vino (del latín *vinum*) es una bebida obtenida de la uva (especie *Vitis vinífera*) mediante la fermentación alcohólica de su mosto o zumo. La fermentación se produce por la acción metabólica de levaduras que transforman los azúcares del fruto en alcohol etílico y gas en forma de dióxido de carbono. El azúcar y los ácidos que posee la fruta vinífera hace que sean suficientes para el desarrollo de la fermentación. No obstante, el vino es una suma de un conjunto de factores ambientales: clima, latitud, altitud, horas de luz, etc. Aproximadamente un 66% de la recolección mundial de la uva se dedica a la producción vinícola; el resto es para su

consumo como fruta. A pesar de ello el cultivo de la vid cubre tan sólo un 0,5% del suelo cultivable en el mundo. El cultivo de la vid se ha asociado a lugares con un clima mediterráneo.

Se da el nombre de «vino» únicamente al líquido resultante de la fermentación alcohólica, total o parcial, del zumo de uvas u otras frutas cítricas sin adición de ninguna sustancia. En muchas legislaciones se considera sólo como vino a la bebida fermentada obtenida de *Vitis vinífera*, pese a que se obtienen bebidas semejantes de otras especies como la *Vitis labrusca*, *Vitis rupestris*, etc. El conocimiento de la ciencia particular de la elaboración del vino se denomina enología (sin considerar los procesos de cultivo de la vid). La ciencia que trata tan sólo de la biología de la vid, así como de su cultivo, se denomina ampelología.

Los vinos por varias generaciones han sido elaborados a base de uva, en la actualidad se han ido encontrando de diferentes sabores de frutas cítricas que es lo ideal para hacer el vino y conseguir su fermentación. Es por eso que también se pretende dar un valor agregado a las frutas silvestres que se encuentran en nuestros páramos ecuatorianos.

### **2.6.2 REGIONES VITIVINÍCOLAS**

La producción vitivinícola está restringida a ciertas latitudes geográficas, por regla general está asociada a isotermas climáticas anuales que poseen de media temperaturas entre los 10° y 20°.

Carlos Delgado escribía en 1997 que con 1.700.000 hectáreas de viñedo España es el país que dedica mayor extensión al cultivo de la vid: un 17% del total mundial y un 22% del viñedo europeo. Sin embargo la producción anual de 2.500 millones de litros de vino es la mitad de la francesa o italiana.

Fuera de Europa han surgido potentes productores de vino en África del Sur, Australia y Nueva Zelanda. Se han basado en estudios serios, que han revolucionado la viticultura, tanto por lo que se refiere a la recolección como a la disposición de los viñedos. Esos vinos se han comenzado a imponer en Inglaterra, que aunque produce vino blanco de buena calidad, no se autoabastece ni mucho menos.

En América Latina sobresalen Argentina y sobre todo Chile entre los países que exportan vino a precios muy competitivos y de una alta calidad.

### **2.6.3 ALCOHOLES EN EL VINO**

Uno de los efectos nocivos del consumo del vino, debido a su contenido de etanol, es el alcoholismo.

La fermentación alcohólica es un proceso metabólico anaeróbico (en ausencia de oxígeno) que permite a las levaduras (*Saccharomyces cerevisiae*) consumir los azúcares del mosto para liberar dióxido de carbono y alcohol etílico (etanol de fórmula  $\text{CH}_3\text{-CH}_2\text{-OH}$ ) que permanece en disolución el vino final. La concentración de alcohol se suele medir en porcentaje de volumen total. El contenido de alcohol etílico varía dependiendo del tipo de uva y de las condiciones, por ejemplo en los vinos de mesa está entre los 7%-14%, en los espumosos: 11%-13%, en el jerez y otros vinos encabezados 16%-18% y en el oporto así como en vinos de postre suele estar por debajo de 17%. La forma más común para averiguar el contenido de alcohol en un vino es medir el punto de ebullición.

Los vinos poseen además pequeñas cantidades de otros alcoholes como puede ser alcohol metílico ( $\text{CH}_3\text{OH}$ ), no son resultado directo de la fermentación, sino de la hidrolización de las pectinas (existente en la piel de la uva) mediante acción enzimática. Debido a que la pectina se encuentra más en la piel que en el mosto, los vinos blancos contienen mucho menos alcohol metílico que los vinos tintos. En algunas ocasiones se pre-calienta el mosto para que elimine este contenido metílico y

quede en concentraciones por debajo de las 30 ppm. Informes del contenido de metanol en vinos de todo el mundo indican concentraciones de 60 mg/litro (en un rango que va desde 40-120 mg/litro) para los vinos blancos y 150 mg/litro (en un rango de 120-250 mg/litro) para los vinos tintos. A pesar de ser el metanol tóxico, las cantidades que poseen el vino no son del todo malignas ya que las dosis letales de 340 ml/kg de peso, 50 hace que una persona media de 70 kg tenga que tomar aproximadamente dos centenas de litros.

Famosas lágrimas deslizándose en las copas indican un alto contenido de glicerina en los vinos.

Existen además otros alcoholes en muy pequeña concentración, como pueden ser los polialcoholes, uno de los más importantes tri-alcoholes es el glicerol (glicerina) y su concentración está relacionada directamente con la temperatura de fermentación, con el contenido global de alcoholes (mayor alcohol, mayor cantidad de glicerol) y con el color del vino (mayor en vinos tintos que blancos). La concentración de este alcohol es mayor en los vinos de mesa. El contenido medio de glicerina en los vinos suele estar entre los 15-25 g/litro. La glicerina se sintetiza en gran parte gracias al hongo *Botrytis cinerea*, aunque hay cierta presencia de en las uvas sanas. Suele haber un mayor contenido de glicerol en las fermentaciones a alta temperatura (esta es la razón por la que los vinos tintos suelen tener un mayor contenido de glicerol). El glicerol es un líquido denso y con un sabor dulce (aprox. 70% de la glucosa) y su presencia aporta dulzura y una sensación de llenado en la boca. Se detecta fácilmente por dejar una especie de lágrimas en las paredes interiores de las copas.

Otro poli-alcohol presente en el vino es el eritritol y su concentración depende de la cepa de la levadura que fermenta el vino, por ejemplo la *Saccharomyces cerevisiae* tiene menos efecto en la concentración de eritritol que por ejemplo la levadura salvaje denominada *kloeckera apiculata* (se trata de una levadura que no tolera concentraciones de alcohol y muere en los primeros pasos de la fermentación). El arabitol, el manitol, el sorbitol (hexa-alcohol isómero del manitol), el inositol (hexa-

alcohol frecuente en frutas). Casi todos estos polialcoholes aportan dulzura al vino y poseen la característica de ser resaltadas sus concentraciones cuando la podredumbre noble de la uva está presente.

#### **2.6.4 ALMACENAMIENTO DEL VINO**

No todos los vinos están preparados para largos periodos de almacenamiento (o añejado), sólo ciertos vinos de crianza, la gran mayoría es aconsejable se consuma en el propio año. Por regla general los vinos tintos se conservan mejor que los blancos.<sup>53</sup> Un primer añejado puede darse en las propias bodegas, los vinos finos suelen ser guardados en toneles de roble, la madera de éstos suele conferirles, añadirles, matices especiales a los vinos en ellas guardados. No todos los vinos pueden ser añejados, de hecho tan sólo un 1% de los vinos puede hacerlo.<sup>46</sup> Para ello este necesita una temperatura constante entre 7 y 21° C, siendo la ideal 14 °C

En las viviendas se recomienda guardar los vinos finos en armarios o bodegas acondicionados, las cuales deberían reunir condiciones similares al de las bodegas (oscuridad, ambiente fresco y estable, humedad relativamente alta, ausencia de vibraciones...) y en los cuales se depositaran acostadas las botellas. Salvo cosechas excepcionales no se necesitan más de cuatro años para alcanzar su punto óptimo, un vino fino de cosecha puede llegar a "oxidarse" si el añejado supera ciertos años, pero depende mucho de la uva o uvas que lo forman, de su crianza y de su porcentaje de alcohol (mínimo 12% para un vino de guarda), de hecho, vinos de crianza donde primen las uvas Cabernet Sauvignon o Tempranillo suelen tener una larga vida, de ahí, que sean las cepas de estas uvas las predominantes de los Burdeos o los Riojas respectivamente.

Uno de los problemas que puede haber con el vino es la denominada contaminación del corcho. Los corchos de botellas afectados suelen presentar un olor desagradable. Suele presentarse en botellas almacenadas junto a grandes depósitos de madera. Este

problema fue de grandes dimensiones en algunos países en la década de los 90, lo que vino a dar en una nueva generación de taponés alternativos al corcho.

### **2.6.5 USOS DEL VINO**

El vino acompaña a la humanidad desde hace casi ya más de 7.000 años. No es de extrañar que los usos proporcionados por el vino durante este tiempo hayan sido más que lúdicos. En la historia se puede ver como su ingesta se ha asociado en las diferentes culturas a rituales religiosos (culto a Dionisios en la Grecia Clásica), químicas, mágicas, culinarias, medicinales, etc.

### **2.6.6 VINO Y SALUD**

Sobre las cualidades beneficiosas y perjudiciales del vino se ha realizado numerosas investigaciones en las que hay un claro consenso dentro de la ciencia. El consumo excesivo y prolongado es claramente perjudicial, mientras que el moderado puede causar ciertos beneficios saludables. La ciencia médica intenta investigar la frontera entre el consumo perjudicial y el beneficioso. La frontera es un consumo por debajo del intervalo que va desde los 250 ml/día hasta los 300 ml/día (un tercio de una botella estándar de 750 ml) para una persona adulta de media 70 kg.<sup>1</sup> Una curiosidad no resuelta hoy en día en la nutrición es la denominada paradoja francesa acerca del consumo de grasas saturadas y vino en la dieta de los franceses contrastado con la mortalidad en relación con la incidencia de las enfermedades coronarias, algunos estudios muestran que la incidencia de enfermedades coronarias es mayor entre los abstemios y los bebedores. Es importante especificar que los estudios muestran la correlación con el consumo moderado de alcohol, no específicamente con el vino.

## **2.7 CLASES DE VINOS**

### **2.7.1.1 VINOS ROJOS**

Se les elabora principalmente de frutos que tienen su coloración roja; es decir, tienen una gran cantidad de pigmentos de este color que al ser utilizados en la transformación de vino como es lógico el vino tiende a ser del color del fruto (rojizo).

### **2.7.1.2 VINOS BLANCOS**

Estos vinos se producen a partir de uvas blancas o tintas. En éstas últimas sólo la cáscara contiene materias colorantes. Por lo que basta evitar el contacto prolongado entre el mosto y el orujo para que el vino no se coloree y quede blanco. Como los vinos blancos no tienen maceración no es recomendable envejecerlos mucho tiempo, sino al contrario se aconseja consumirlos rápidamente.

### **2.7.1.3 VINOS ROSADOS**

Para el proceso de la vinificación de los vinos rosados es similar al de los tintos, con la diferencia de que en las primeras horas de fermentación es retirado del mosto las cáscaras de la fruta con lo cual se obtiene el color deseado en este caso un vino rosado.

### **2.7.1.4 VINOS TINTOS**

El color del vino proviene del color de la piel de la uva, donde el mosto es dejado en contacto con la piel de la uva hasta que se alcance un color deseado.

Para hacer vino tinto, las uvas rojas se aplastan y el mosto pasa parte o la totalidad del periodo de fermentación y, en muchos casos, un periodo de maceración previo o posterior a la fermentación, en contacto con las pieles u hollejos. Toda la materia colorante, además de múltiples compuestos saborizantes y taninos, se encuentran en los hollejos de las uvas y la fermentación y maceración se encargan de liberarlos. Esta liberación se intensifica a menudo por técnicas de activación mecánica (remontado), o batido (bazuqueado), durante estos periodos.

### **2.7.1.5 VINOS ESPUMOSOS**

Espumosos son aquellos vinos que contienen gas carbónico procedentes de la acción de sacarosa y levaduras en su segunda fermentación (la primera como vino seco normal y la segunda realizada en la botella) provocando el característico desprendimiento de gas en la copa, lento y prolongado. La segunda fermentación y posterior crianza en botella producen la destrucción paulatina de las levaduras, agotada su función. Esto da lugar al característico aroma a cava, a levadura.

El vino de frutas silvestres se encuentra entre la clasificación de vinos rojos ya que éstos se llaman así debido al color que proporciona el fruto con el que se elabora como es el caso de la frutilla y la mora; también se encuentra dentro de la clasificación de vinos tintos debido a su envejecimiento y elaboración como es el caso de su preparación con el mortiño.

### **2.8 MORTIÑO (*Vaccinium Floribundum*)**

Esta es una planta de especie arbustiva que crece entre los 2.700 m y los 3.800 m, con temperaturas que van desde 6 a 14 grados y precipitaciones entre 400 y 1300 m, con una densidad por hectárea de 780 plantas. La época de mayor demanda se da durante el día de los difuntos, ya que es utilizada para preparar la colada morada.

(Hedberg Y Hedberg 2005, Mena y Balslev 2005, Hedberg 2005, Ramsay y Oxley 2005-2008. La vegetación de los páramos. En la Biodiversidad de los Páramos. Serie Páramo 7. GTP/Abya Yala.)

Aproximadamente en esa época se vende unas 400 toneladas de mortiño. Durante el resto del año casi no tiene mayor salida, ya que no es muy conocida en el mercado nacional, normalmente el precio al consumidor está entre 1,1 dólar por kilo y cuando hay escasez sube hasta 1,80 dólares el kilo.



“El mortiño mejorado está presente en los mercados internacionales con precios al por mayor que oscilan alrededor de 0,85 USD por Kilo (Londres). Los principales productores y exportadores de este fruto son Estados Unidos, Australia, Bélgica y Alemania. Entre los países latinoamericanos se destacan Argentina, con rubros de exportación importantes, y Colombia, con montos marginales. En la información de mercado de este fruto en Internet se destaca que la oferta es insuficiente”.(9)

Recientemente al mortiño se lo está utilizando para la elaboración de mermeladas, postres y principalmente para el teñido de textiles, así como también la cáscara de mortiño que es utilizada para usos medicinales en algunos países europeos, en nuestro país todavía no se lo utiliza para la elaboración de medicamentos, debido a la falta de tecnologías suficientes.

## **2.9 FRAGRARIA CHILOENSIS (FRUTILLA SILVESTRE)**

Esto es la versión silvestre de la frutilla. La frutilla silvestre tiene flores bonitas blancas y relativamente grandes y hojas trifoliadas y dentadas en la parte exterior. En la zona norte crece a semi-sombra de los bosques y más al sur ocupa áreas más despejadas.

La frutilla silvestre es fácil de propagar por esquejes, crece sin problemas, no teme las heladas, necesita bastante riego. El precio mayorista de la frutilla silvestre es entre 3 a 4 veces mayor que el precio de la frutilla normal y el mercado internacional tiene una demanda constante para este producto. Aunque a la primera vista la frutilla silvestre parece ser muy inferior por su tamaño y el color (muchas veces los frutos maduros son algo blanquecinos), el sabor y el aroma de la frutilla silvestre es bastante más superior a la frutilla normal. No olvidemos que la frutilla corriente pasó por una selección artificial que promueve el tamaño y el color de los frutos a expensas de la calidad; como nada es gratuito en la naturaleza y la planta no puede generar más de lo que se le ofrece en forma de nutrientes y microelementos, el tamaño gigante de la frutilla normal viene con el precio que el consumidor tiene que asumir y que muchas

veces desconoce: el contenido es mucho más diluido. En cambio, la frutilla silvestre tiene las sustancias aromáticas mucho más concentradas. El rendimiento de frutilla silvestre cultivada en forma intensiva es mucho menor que el de la frutilla, unos 12.000 kg / ha (la frutilla normal alcanza alrededor 40.000).

## **2.10 MORA (*Morus nigra*)**

Mora es el nombre que reciben diversos frutos comestibles de distintas especies botánicas. Son frutas o bayas que, a pesar de proceder de especies vegetales completamente diferentes, poseen aspecto similar y características comunes. En ocasiones, las distintas moras pueden ser confundidas e incluso obviadas, dado que al usar la palabra mora para hablar de dicha fruta, puede hacerse referencia, simplificando, a dos tipos de bayas procedentes de dos géneros distintos de vegetales con rasgos fenotípicos muy dispares entre sí, el género *Morus* y el género *Rubus*. Ambos géneros dan moras, pero no son la misma fruta, unas vienen de unos árboles comúnmente llamados moreras y morales (que son del género *Morus*), y las otras provienen de unas plantas sarmentosas y espinosas comúnmente llamadas zarzas (que son del género *Rubus*). No obstante, la diferenciación es en realidad aún mayor, dado que dentro de ambos géneros hay un importante número de especies distintas. En total existen más de 300 especies

### **2.10.1 DESCRIPCIÓN**

Desde el punto de vista botánico, la mora es una fruta polidrupa, es decir, está formada por la unión de pequeñas drupas arracimadas (o en racimo), dentro de las que se halla una semilla diminuta, perceptible durante su consumo e incluso a veces algo molesta. De forma algo más alargada en las especies de *Morus*, y generalmente más redondeada en las de *Rubus* (aunque depende de la especie), *Rubus glaucus* presenta una forma levemente parecida al de la fresa (ancha por la base terminado en punta).

Su tamaño es diminuto, midiendo entre 1 y 3 cm, dependiendo de la especie.

El color varía conforme la mora va madurando, comenzando en un tono blanco verdoso pasando al rojo para finalmente llegar al negro o púrpura oscuro.

Como la generalidad de las frutas, las moras son fuente de sales minerales y vitaminas, constituyendo así un importante aporte nutricional que podría incluirse en cualquier tipo de dieta.

Las moras son frutas de bajo valor calórico debido a su escaso aporte de hidratos de carbono, lo que las hace un alimento beneficioso ayudando al metabolismo.

Son especialmente ricas en vitamina C, conteniendo cantidades incluso mayores que las de algunos cítricos, hecho por el que las utilizan tanto los navegantes nórdicos como los Inuit americanos como protección contra el escorbuto. También son muy ricas en vitamina A, así como en potasio.

Las moras también contienen antocianos y carotenoides, asociados en diversos estudios a ciertas propiedades consideradas beneficiosas para el organismo.

## **2.11 MICROEMPRESA**

### **2.11.1 DEFINICION DE MICROEMPRESA**

<http://www.members.tripod.com/aromaticas/Empresa.htm>: **“La microempresa es una organización independiente que produce y distribuye bienes o servicios para el mercado, con la finalidad de obtener beneficio económico. Esto nos revela varios aspectos y cualidades del empresario.”**

COOPERACION INTERNACIONAL CIDA, Metodología de análisis, empresas públicas Financieras: **“La microempresa está**

**comprendida de personas de escasos ingresos. Posee de 1 a 6 integrantes involucrados, aprox. Estas iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.”**

Luego de las definiciones antes mencionadas por los autores, la Microempresa es una organización formada para producir bienes o servicios, integrada por personas que tienen objetivos en común como el de aumentar sus ingresos poniendo en práctica sus habilidades y destrezas; y por otra parte satisfacer las necesidades de la sociedad.

Mi definición sobre microempresa es que: la microempresa va desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven, padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en la marquesina de su casa, hasta aquellos jóvenes profesionales, para satisfacer sus necesidades y las de la sociedad.

### **2.11.2 VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA**

- Al igual que la pequeña y mediana empresa es una fuente generadora de empleos.
- Se transforman con gran facilidad por no poseer una estructura rígida.
- Son flexibles, adaptando sus productos a los cambios del mercado.

### **2.11.3 DESVENTAJAS DE LA MICROEMPRESA:**

- Utilizan tecnología ya superada

- Sus integrantes tienen falta de conocimientos y técnicas para una productividad más eficiente.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, va encaminada solamente al mercado interno.

#### **2.11.4 EL MICROEMPRESARIO**

<http://www.members.tripod.com/aromaticas/Empresa.htm>: **“Es la persona que unifica todos los medios de producción y logra el restablecimiento de todo el capital empleado más el valor de los salarios, intereses y gastos que paga, además de los beneficios que le pertenecen.”**

[http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias\\_administrativa/oa11/caracteristicas\\_empresa/z.htm](http://biblioteca.itson.mx/oa/ciencias_administrativa/oa11/caracteristicas_empresa/z.htm): **“El empresario es quien organiza los medios de producción: el capital y el trabajo. No se limita a sumarlos, sino que los relaciona y ordena de acuerdo con un plan que él pensó previamente. Esto implica que el empresario es una persona creativa, pues concibió la idea de que puede formar una empresa para producir artículos o servicios que luego puede ofrecer y vender en el mercado. Ha creado un orden del capital y del trabajo, es decir, una organización.”**

Después de mencionado todo lo anterior, El Microempresario es la persona que forma una organización, para hacer uso de los recursos con que cuenta de una manera eficiente y minimizando gastos en lo posible, de esta manera produce bienes o

servicios que serán ofertados en el mercado; con la finalidad de obtener utilidad económica.

Mi definición sobre el empresario es: El microempresario es la persona que realiza planes para la venta del producto o servicio, que suponen un adecuado conocimiento del mercado, de los precios, de las características de su producto y de la de la competencia. Es decir, el microempresario mantiene una actividad constante de exploración y desarrollo de nuevos productos, imprime nuevas características a los productos disponibles y prepara constantemente nuevas estrategias de atracción y conservación de la clientela.

#### 2.11.5 ¿QUE TIENEN LAS MICROEMPRESAS?

- **Dueño:** Es quien tiene la propiedad de la empresa. El que ha arriesgado su dinero para que ella exista. Cuando una sola persona se la denomina de "propiedad individual" o de "persona física".
- **Trabajadores y empleados:** Son todas las personas que llevan a cabo las actividades de la empresa, desde el ayudante menor hasta el dueño o gerente que dirige o coordina las operaciones.
- **Materiales:** La clasificación general de los materiales es la siguiente: material permanente o fijo, con el que se transforma los productos a comercializar o con el que presta los servicios y se conoce como "activo fijo". El "inventario" es el material transformado cuya permanencia es temporal en la empresa y cuyo destino es la venta.
- **Obligaciones:** Las empresas al operar adquieren obligaciones, por ejemplo: pago de impuestos, registros, asistencia médica sus trabajadores, etc. O porque toman créditos que se comprometen a pagar en tiempos

determinados. Hay también personas obligadas con la empresa cuando deben pagarle a esta con algún servicio.

- **Utilidades:** Es el fin primordial de la empresa. Una empresa que no tiene utilidades no cumple con su objetivo de lucro.

## **2.12 COMERCIALIZACION**

El vendedor profesional debe seguir una metodología o una estructura en su trabajo. Esto tiene la ventaja para él de saber dónde se encuentra en todo momento durante la entrevista para poder subir y avanzar por los distintos escalones de la venta, lo que le ayudará a conseguir el éxito. Lo más importante en el concepto de estructura de la venta es la flexibilidad.

Nadie desea, ni es aconsejable, ponerle al vendedor una camisa de fuerza, al contrario, la estructura debe permitirle utilizar mejor sus propias dotes personales. El esquema que proponemos para ello consta de las siguientes seis fases o etapas:

### **2.12.1 MERCADO**

<http://www.marketing-xxi.com/etapas-de-la-venta-comercializacion-101.htm>:  
**“Los Mercados es el área dentro de la cual los vendedores y los compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.”**

STANTON WILLIAM-FUNDAMENTOS DE MARKETING, EDITORIAL MC GRAW HILL. MEXICO 2001: **“Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que**

**consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.”**

SALVAT, EDITORES-ENCICLOPEDIA SALVAT, ESPAÑA-BARCELONA, 1978: **“Los mercados son los consumidores reales y potenciales de nuestro producto. Los mercados son creaciones humanas y, por lo tanto, perfectibles. En consecuencia, se pueden modificar en función de sus fuerzas interiores.”**

Luego de las definiciones dadas por los diferentes autores mencionados anteriormente, Mercado es el área dentro de la cual comerciantes y consumidores interactúan entre sí mediante las diferentes transacciones que realizan. Estos mercados son creados por el hombre y por lo tanto se modifican de acuerdo a sus necesidades.

Según mi criterio mercado es el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio para satisfacer necesidades existentes.

### **2.12.2 CLASES DE MERCADO**

Puesto que los mercados están contruidos por personas, hogares, empresas o instituciones que demandan productos, las acciones de marketing de una empresa deben estar sistemáticamente dirigidas a cubrir los requerimientos particulares de estos mercados para proporcionarles una mejor satisfacción de sus necesidades específicas.



### **2.12.2.1 Según el monto de la mercancía**

#### **2.12.2.1.1 Mercado Total.**

Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.

#### **2.12.2.1.2 Mercado Potencial**

Conformado por todos los entes del mercado total que además de desear un servicio, un bien están en condiciones de adquirirlas.

#### **2.12.2.1.3 Mercado Meta**

Está conformado por los segmentos del mercado potencial que han sido seleccionados en forma específica, como destinatarios de la gestión de marketing, es el mercado que la empresa desea y decide captar y por lo tanto crea un producto o servicio dirigido a cierto grupo de la población.

#### **2.12.2.1.4 Mercado Real**

Representa el mercado al cual se ha logrado llegar a los consumidores de los segmentos del mercado meta que se han captado.

### **2.12.3 OTROS TIPOS DE MERCADO**

#### **2.12.3.1 Mercado mayorista**

Son en los que se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades. Allí acuden generalmente los intermediarios y distribuidores a comprar en cantidad los productos que después han de revender a otros comerciantes, a precios mayores y caprichosamente elevados.

### **2.12.3.2 Mercado Minorista**

Llamados también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores. Una nueva modalidad de este tipo de mercados lo tenemos en los llamados "Supermarkets" (Supermercados) de origen norteamericano, los que constituyen grandes cadenas u organizaciones que mueven ingentes capitales.

### **2.12.4 CARACTERÍSTICAS DE MERCADO**

El mercado está compuesto de vendedores y compradores que vienen a representar la oferta y la demanda. Se realizan relaciones comerciales de transacciones de mercancías.

Los precios de las mercancías tienden a unificarse y dichos precios se establecen por la oferta y la demanda.

En la penetración del mercado buscamos quitarle clientes a la competencia mediante una mejor publicidad, mayor distribución, reducciones de precio, nuevos envases, etc.

En el desarrollo del mercado tratamos de captar nuevos clientes sin modificar el producto, por ejemplo los supermercados y los restaurantes abren locales en nuevas zonas, buscando nuevos clientes.

Para poder ubicar oportunidades de negocios es importante estudiar la situación en 3 niveles:

- El Entorno Nacional
- El Sector Específico
- El Consumidor

### **2.12.5 VENTA**

La venta cumple un rol vital. Saber vender no es colocar un producto de cualquier modo y a cualquier precio. Para vender hay que saber mostrar los beneficios del artículo, informando al consumidor, por qué razones le va ser ventajosa su compra. No se puede ni se debe vender artículos de mala calidad. Esta condición es la primera de toda venta: que el producto en oferta sea buena, pues lo bueno satisface al público y hace prospera a la sociedad. Además, lo bueno se vende siempre.

Partiendo de esta premisa, se puede diseñar un plan de acción destinado a vender y hacer más que la satisfacción al consumidor en primer término y la ganancia o utilidad en segundo término, son los objetivos de la venta y del mercadeo. Más el éxito no puede lograrse sólo en buenas esperanzas con inteligencia y tino a fin que la idea del negocio no quede trunca y se obtengan los recursos necesarios para supervivencia y crecimiento.

Por ello, el estudio de la venta es obligatorio para todo comerciante que desee ver cumplidos sus objetivos, aunque a veces la suerte y la intuición en los negocios ofrezcan buenos resultados. Pero esto ocurre en muy escasas ocasiones. La regla general es que sólo el esfuerzo y un conocimiento profundo del tema junto con una valoración exacta del mercado, son los pilares del éxito en las ventas.

La venta de vino de mortiño y otras frutas silvestres se la haría mediante los dueños de las hosterías de la parroquia La Esperanza y en los pequeños lugares que se ofrecen productos típicos de nuestra provincia, dado que la Provincia de Imbabura atrae a gran cantidad de turistas.

### **2.12.6 PRODUCTO**

Cuando los productores o intermediarios compran productos, se interesan en la ganancia que puede obtener de su compra, mediante su uso o reventa, no en cómo se hicieron los productos.

Debido a que los consumidores compran satisfacción, no elementos sueltos. Producto significa el ofrecimiento -por una firma- de satisfacer necesidades. Lo que interesa a los clientes es como ellos ven el producto.

La calidad del producto también debería determinarse a través de como los clientes ven el producto. Desde una perspectiva comercial, calidad significa la capacidad de un producto para satisfacer las necesidades o requerimientos de un cliente.

Los mercados organizacionales pueden representar entidades fabricantes o comercializadoras de bienes y servicios.

Los mercados son importantes porque se identifica con un mecanismo impersonal y racional que sirve de marco a la oferta y la demanda, puede tener diversas interpretaciones.

Los emprendedores de la organización tienen el deber de visualizar las prácticas de otros emprendimientos similares, de manera tal que nos sirva como punto diferenciador y competitivo.

Como conclusión final, es importante reconocer la importancia de la investigación comercial, la cual es la clave del éxito y en la toma de decisiones correctas.

## **CAPÍTULO III**

### **3 ESTUDIO DE MERCADO**

El Estudio de Mercado consiste en realizar un breve análisis y estudio para saber la aceptación, demanda y oferta que va a tener el producto en el mercado, es decir, el vino de frutas silvestres.

#### **3.3 PRESENTACIÓN**

Desde la antigüedad hasta hoy en día, el vino ha sido considerado como el más noble de las bebida alcohólicas por su bajo grado de alcohol y su sabor delicado, siendo hace pocos años considerada una bebida para un selecto grupo de consumidores; hoy en día gracias a su difusión por el mundo y su tecnificación se ha convertido en una bebida accesible para la mayoría de niveles económicos, países como Italia, Francia, España en Europa y EEUU, Chile, Argentina en América son los más grandes productores y consumidores de esta bebida.

Actualmente en nuestro país la producción de vino está apenas creciendo, su oferta es todavía aún pequeña por la falta de productores locales lo que da lugar a considerarse como una mina falta por explotar.

El presente estudio de mercado se refiere al análisis de la oferta y la demanda que son dos grandes fuerzas que determinan el precio que debe tener el producto a comercializar, en este caso el vino, en el mercado y por ende su consumo.

Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas, y que por tal motivo, están dispuestas a adquirir el producto que les satisfagan y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención precio adecuado, entre otros; es decir, para el proyecto como ya se mencionó anteriormente las fuerzas de la oferta estarían compuestas por la producción y comercialización; y la demanda por la población imbabureña y también de quienes visitan la provincia, ya

que el producto podrá ser comercializado en las hosterías de la parroquia La Esperanza que son ligares turísticos y en la ciudad de Ibarra donde se ofrecen igual productos típicos de la provincia.

Como todo proyecto productivo, el presente nace para satisfacer una necesidad dada, el mercado está orientando a consumir lo natural, puesto que el vino de frutas silvestres se presenta como una alternativa económica novedosa que posee buenas características organolépticas, a más de concientizar a cuidar a la población los páramos y a su vez creando fuentes de trabajo en la parroquia La Esperanza que es de donde se va extraer la materia prima para comercializar el producto.

### **3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO**

El producto a elaborarse se encuentra constituido por las siguientes frutas:

#### **3.4.1 EL MORTIÑO**

La planta de mortiño crece en los bosques andinos, son plantas consideradas como indicadores de altura superior a 3000 metros sobre el nivel del mar, se lo utiliza como alimento y también como leña. Su fruto es silvestre, pequeño y de color azul-morado. En noviembre se lo utiliza en la colada morada.

Además que este fruto tiene propiedades como: buen oxigenador del cerebro, sirve como astringente, entre otras.

En nuestro país se debería aprovechar nuestros recursos de una manera adecuada como en este caso al querer darle un valor agregado al mortiño, que es un fruto propio de nuestra tierra, pero para esto también debemos cuidar nuestros páramos, y el medio ambiente en general.

### **3.4.2 FRUTILLA**

La frutilla silvestre es fácil de propagar por esquejes, crece sin problemas, no teme las heladas, necesita bastante riego. El precio mayorista de la frutilla silvestre es entre 3 a 4 veces mayor que el precio de la frutilla normal y el mercado internacional tiene una demanda constante para este producto. Aunque a la primera vista la frutilla silvestre parece ser muy inferior por su tamaño y el color (muchas veces los frutos maduros son algo blanquecinos), el sabor y el aroma de la frutilla silvestre es bastante más superior a la frutilla normal. La frutilla corriente pasó por una selección artificial que promueve el tamaño y el color de los frutos a expensas de la calidad; como nada es gratuito en la naturaleza y la planta no puede generar más de lo que se le ofrece en forma de nutrientes y micro elementos. El rendimiento de frutilla silvestre cultivada en forma intensiva es mucho menor que el de la frutilla, es decir de unos 12.000 kg / ha.

### **3.4.3 MORA**

Desde el punto de vista botánico, la mora es una fruta polidrupa, es decir, está formada por la unión de pequeñas drupas arracimadas (o en racimo), dentro de las que se halla una semilla diminuta, perceptible durante su consumo e incluso a veces algo molesta, presenta una forma levemente parecida al de la fresa (ancha por la base terminado en punta). Su tamaño es diminuto, midiendo entre 1 y 3 cm.

El color varía conforme la mora va madurando, comenzando en un tono blanco verdoso pasando al rojo para finalmente llegar al negro o púrpura oscuro.

Como la generalidad de las frutas, las moras son fuente de sales minerales y vitaminas, constituyendo así un importante aporte nutricional que podría incluirse en cualquier tipo de dieta.

Las moras son frutas de bajo valor calórico debido a su escaso aporte de hidratos de carbono, lo que las hace un alimento beneficioso ayudando al metabolismo. Son especialmente ricas en vitamina C y A así como también en potasio.

#### **3.4.4 VINO**

La elaboración de vinos utilizando como materia prima otros frutos aparte de la uva se está generando la aceptación del público consumidor ya que se consiguen características de calidad similares a las obtenidas con la uva, por lo tanto la elaboración de vino de frutas silvestres es una buena alternativa para nuestro medio por ser novedoso y sus frutos se los puede encontrar en nuestros páramos.

#### **3.5 MERCADO META**

Los mercados potenciales a los cuales principalmente estará orientado el proyecto serán las hosterías de la parroquia La Esperanza, lugares turísticos que llegan propios y extraños, además de los puestos donde ofrecen productos típicos de la provincia ubicados en el centro de la ciudad de Ibarra en La Merced, y en otras tiendas, licorerías, bodegas de la ciudad.

Los principales consumidores del producto mencionado anteriormente serían los turistas que visitan la provincia, en especial la parroquia La Esperanza y quienes están localizados especialmente en el sector urbano de la ciudad en nuestra provincia. Además cabe señalar que la población de Imbabura se encuentra entre los 398.244 habitantes aproximadamente, quienes a futuro pueden ser potenciales consumidores; además si a esto se le añade la población consumidora de provincias cercanas a Imbabura y el permanente flujo turístico hacia nuestra provincia, da lugar a que este proyecto sea bastante satisfactorio.



### **3.6 SEGMENTO DE MERCADO**

Comprendiendo como segmentación de mercado un proceso que divide el mercado general de un bien en múltiples grupos más pequeños y homogéneos, la esencia de la segmentación está en que los miembros de cada grupo sean comunes con respecto a los factores que repercuten en la demanda. Por lo tanto, un elemento decisivo del éxito de una microempresa radica en la capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Por lo expuesto, la clase social a la que se pretende llegar con mi producto es la clase media y alta de nuestra provincia, así como también al constante flujo de turistas que en su mayoría se alojan en hosterías, hoteles, restaurantes, etc. Se pretende también incorporar el producto en el mercado popular buscando un consumo masivo en la población con un vino de buena calidad y a precios cómodos, con lo que aspiro tendrá gran aceptación y salida en el mercado.

El grupo de edad para el consumo de vino, va dirigido a personas adultas de ambos sexos, entre este grupo se encuentran las familias, profesionales, estudiantes universitarios, empresarios, etc.

### **3.7 IDENTIFICACIÓN DE LA DEMANDA**

Entendiéndose que la demanda es la cantidad de un bien o servicio que los sujetos están dispuestos a comprar para satisfacer una o varias necesidades, no es suficiente para llegar a la compra ya que también debe existir la demanda en la capacidad económica que posea dicha persona para adquirirlo.

Luego de haberse realizado un examen general de las tendencias del mercado entorno a la oferta de mi producto, marca un favoritismo hacia bebidas de bajo grado de alcohol, de sabor dulce y suave tendiendo a que el producto en su totalidad sea procesado de una forma natural, libre de químicos, de buena calidad y a un precio cómodo. De acuerdo a la investigación realizada a los posibles proveedores-consumidores se ha llegado a determinar que el vino de frutas silvestres si tendría una buena acogida por varios factores como: fácil accesibilidad, su agradable sabor, es de frutos silvestres y propio de nuestro país, y se generarían fuentes de trabajo en la región, de esta manera se estaría apoyando a consumir primero lo nuestro, además de la conservación del medio ambiente, en especial de nuestros páramos como se había mencionado anteriormente.

En nuestro país por ser muy baja la producción de vino, no se dispone hasta el momento de datos exactos sobre la demanda histórica del vino ya que no se cuenta con información precisa sobre la producción local. Por tal motivo el Banco Central del Ecuador detalla las siguientes series históricas de las importaciones de vino al Ecuador.

### CUADRO Nro. 9

#### DEMANDA HISTÓRICA DEL VINO A NIVEL NACIONAL

AÑOS	TONELADAS IMPORTADAS	% DE INCREMENTO
2002	8.482,00	----
2003	3.600,00	-1,36
2004	2.801,48	-0,29
2005	1.318,12	-1,13
2006	1.874,00	0,30
2007	3.323,00	0,44
2008	3.402,88	0,02
2009	4.075,52	0,17
2010	4.748,16	0,14
2011	4.430,48	-0,07

**Fuente:** Banco Central del Ecuador- Servicio de Información Agropecuaria del Ministerio de Agricultura y Ganadería-Ecuador ([www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec))

### 3.8 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda futura de vino, se tomó como base la serie histórica del año 2002 y suponiendo que las diversas eventualidades pasadas se repitan a futuro, para proyectar se ha tomado la siguiente fórmula:

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

De donde:

$C_n$  = Consumo Futuro

$C_o$  = consumo Histórico

$i$  = Tasa de Crecimiento

n = Año Proyectado

Esta fórmula permite realizar la proyección correspondiente considerando que la tasa de crecimiento (i) da como resultado de la relación que existe entre la demanda y el crecimiento de ésta en el sector agroindustrial.

### CUADRO Nro.10

#### TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

AÑOS	CONSUMO HISTÓRICO TONELADAS	$I = \frac{C_n}{C_o} - 1$
2002	8.482,00	0,00
2003	3.600,00	-0,57
2004	2.801,48	-0,22
2005	1.318,12	-0,53
2006	1.874,00	0,42
2007	3.323,00	0,77
2008	3.402,88	0,02
2009	4.075,52	0,20
2010	4.748,16	0,17
2011	4.430,48	-0,07
	<b>TOTAL</b>	<b>i = 0,19</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** La Autora

Las cifras señaladas anteriormente indican que el consumo de vino en Ecuador ha tenido un crecimiento no tan significativo en los últimos diez años, pero pese a esto

es importante resaltar que las cifras señalan que fueron superando el descenso que supuso la crisis económica en el año 1999 y que arrastro tal descenso hasta el año 2005, debido a la crisis económica que atravesó el país por el feriado bancario en el transcurso de la dolarización se perdió la confianza de inversión en nuestro país lo que provocó la huida de inversiones nacionales y extranjeras especialmente.

Luego de esto ya para el año 2006 las cifras muestran que fue un año positivo para la economía del país y se logró superar tal crisis mencionada anteriormente, a partir de ahí la introducción de vino a nuestro país ha ido creciendo de manera notoria.

A continuación se procede a estimar la tasa promedio (i)

$$\frac{i}{N} = \frac{0,19}{10} = \mathbf{0,019(i)}$$

Con ésta tasa de crecimiento de la demanda se procede a calcular las proyecciones respectivas:

**CUADRO Nro. 11**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

AÑOS	CONSUMO FUTURO $C_n = C_o (1+0,019)^n$ EN TONELADAS
2011	4.430,48
2012	4.514,66
2013	4.600,44
2014	4687,84
2015	4776,91
2016	4.867,67

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** La Autora

La demanda estimada (proyectada) que se tendrá del año 2011 al 2016 ha sufrido un incremento de 437, 81 para los cinco años ya mencionados.

### **3.9 ANALISIS DE LA COMPETENCIA**

Puesto que la competencia es un término que sirve para definir situaciones del mercado como una forma de actividad económica, se puede asegurar que la producción local de vino es muy reducida y de no tan buena calidad en nuestro país, por tal motivo la mayor parte de vino consumido es importado, siendo Chile uno de los mayores proveedores de vino hacia nuestro país.

Al ser un producto nuevo y novedoso se hace muy importante producir un vino que ofrezca buena imagen (presentación del producto, calidad, facilidades de obtención) con precios competitivos, solo así se podrá competir con los grandes países como Chile, Argentina, España, Francia, Italia entre otros.

### **3.10 ANALISIS DE PRECIOS**

Con la finalidad de tener una referencia de precios a continuación se detalla una lista de precios, tipo y origen de vinos que son comercializados en los supermercados La Favorita del Supermaxi.

**CUADRO Nro.12**

**PRECIOS Y MARCAS DE VINOS DE SUPERMERCADOS LA FAVORITA (SUPERMAXI)**

NOMBRE	PROCEDENCIA	TIPO DE VINO	MEDIDA	VALOR
Alamos Sauv	Argentina	Tinto	750 ml	14,00
Malbec	Argentina	Tinto	750 ml	17,00
SSyrah	Argentina	Tinto	750 ml	16,00
Alma Criolla	Argentina	Tinto	750 ml	15,00
Alta Vista Montelindo Malbec	Argentina	Blanco	750 ml	14,00
Benjamín Nieto Chardonnay	Argentina	Blanco	750 ml	12,00
Benjamín Nieto Syrah	Argentina	Tinto	750 ml	10,00
Cadus	Argentina	Tinto	750 ml	15,00
Ch. Aliwen	Chile	Blanco	750 ml	12,00
Merlot	Chile	Tinto	750 ml	12,00
Concha y Toro Amelia	Chile	Blanco	750 ml	7,00
Concha y Toro Casillero del Diablo	Chile	Blanco	750 ml	11,00
Concha Y Toro Frontera	Chile	Blanco	750 ml	9,00
Concha y Toro Reservado	Chile	Blanco	750 ml	8,00
Concha y Toro Trío	Chile	Blanco	750 ml	13,00
Concha y Toro Casillero del Diablo	Chile	Tinto	750 ml	11,00
Concha y Toro Frontera	Chile	Tinto	750 ml	9,00
Concha y Toro Reservado Merlot	Chile	Tinto	750 ml	8,00
Concha y Toro Trío Merlot	Chile	Tinto	750 ml	15,00
Concha y Toro Reservado Rose	Chile	Rosado	750 ml	8,00



Errazuriz	Chile	Blanco	750 ml	17,00
Errazuriz Caemenere	Chile	Tinto	750 ml	17,00
Errazuriz Marlot	Chile	Tinto	750 ml	26,00
Errazuriz Cab. Sauv	Chile	Tinto	750 ml	17,00
Cousino Macul Doña Isidora	Chile	Blanco	750 ml	13,00
Cousino Macul Don Luis	Chile	Tinto	750 ml	15,00
Cousino Macul Gris	Chile	Tinto	750 ml	12,00
Montes Chardonnay Classic	Chile	Blanco	750 ml	13,00
Montes de Leyda Blanc Selec	Chile	Blanco	750 ml	18,00
Montes Sauv. Blanc Classic Screw	Chile	Blanco	750 ml	15,00
Morande Chardonnay	Chile	Blanco	750 ml	16,00
Morande Pionero	Chile	Blanco	750 ml	13,00
Morande Sauv Blanc. Resv	Chile	Blanco	750 ml	11,00
Santa Helena	Chile	Blanco	750 ml	18,00
Morande Carignan	Chile	Tinto	750 ml	16,00
Morande Merlot	Chile	Tinto	750 ml	18,00
Morande Pinot Noir	Chile	Tinto	750 ml	16,00
Morande Pionero Syrah	Chile	Tinto	750 ml	13,00
Morande Pionero	Chile	Rosado	750 ml	13,00
Caliterra Chardonnay	Chile	Blanco	750 ml	12,00
Caliterra Carminere	Chile	Tinto	750 ml	12,00
Casa Silva	Chile	Blanco	750 ml	15,00
Casa Silva	Chile	Tinto	750 ml	15,00
Casa Silva Rose	Chile	Rosado	750 ml	15,00
Doña Dominga Chardonnay	Chile	Blanco	750 ml	7,00
Doña Dominga Semillon	Chile	Blanco	750 ml	7,00

Doña Dominga Viognier	Chile	Blanco	750 ml	10,00
Doña Dominga Carmenere	Chile	Tinto	750 ml	7,00
Doña Dominga Merlot	Chile	Tinto	750 ml	10,00
Santa Helena	Chile	Blanco	750 ml	12,00
Santa Helena Chardonnay	Chile	Blanco	750 ml	9,00
Santa Helena	Chile	Tinto	750 ml	9,00
Santa Helena Marlot	Chile	Tinto	750 ml	12,00
Prosecco	Italia	Blanco	750 ml	23,00
Chianti Coli Elite	Italia	Tinto	750 ml	15,00
Valpovicelia Delle Venezi Merlot	Italia	Tinto	750 ml	10,00
Fabiano Pinot Grigio Valpovicella	Italia	Blanco	750 ml	14,00
<b>VINOS NACIONALES</b>				
Castell Real	Ecuador		750 ml	4,50
Vino Frutal	Ecuador		750 ml	3,00
Sangría del Río	Ecuador		750 ml	2,00
Vino de Manzana del Río	Ecuador		750 ml	1,50
Fray León Sangría	Ecuador		750 ml	4,00

**Fuente:** Supermercados La Favorita- Supermaxi- Botellas de Vino de Vidrio de 750 ml

**Elaborado por;** La Autora

### CUADRO Nro.13

#### PRECIOS DE LA MATERIA PRIMA (MORTIÑO, FRUTILLA, MORA)

MATERIA PRIMA	CANASTA/CAJA	LIBRAS	PRECIOS
MORTIÑO	Caja	20 lb	\$40,00
FRUTILLA	Caja	20 lb	\$20,00
MORA	Canasta	20 lb	\$16,00

**Fuente:** Mercado Mayorista de Ibarra

**Elaborado por:** La Autora

Como se puede apreciar éstos datos dan a notar que los precios pueden variar en el transcurso del año sobre todo en el caso del mortiño que su precio se eleva en temporadas comerciales como es en noviembre por el mes de los difuntos que se acostumbra a elaborar la tradicional colada morada con éste fruto.

### 3.11 SENSIBILIDAD DEL ESTUDIO

El mercado local, regional y nacional es estable, en incremento con buenas perspectivas.

La estrategia de entrada al mercado más adecuada es conectándose con los puntos de venta del sector como son las hosterías de la Parroquia La Esperanza que atraen a muchos turistas y en los lugares que comercializan productos típicos de la ciudad para luego extenderse en supermercados más grandes como es el Supermaxi, TIA, AKI, Bodegas distribuidoras, Licorerías, etc. Estos puntos de venta pueden adquirir el producto si se reúne las condiciones de calidad y precios predeterminados. Otra estrategia es poner en práctica es la promoción y la publicidad, en donde las actividades específicas de promoción

se reducen a degustaciones del producto junto a ofertas de precios en los puntos de venta, al mismo tiempo dando a conocer los efectos benéficos que representa el vino para la salud. El coste de este tipo de acciones es menor que el anunciarse por televisión y además se dirige y se llega de una manera más directa a los consumidores. Otras bebidas alcohólicas tienden a realizar su publicidad en anuncios televisivos como el whisky, cervezas, ron. En el caso del vino no se ha visto necesario este medio para realizar publicidad.

**La publicidad se realizará por medio de radio con acuñas publicitarias con un valor de 30 dólares mensuales.**

### **3.12 CONCLUSION DEL ESTUDIO**

De acuerdo al estudio realizado se ha llegado a determinar que la microempresa de vino de frutas silvestres tiene buenas oportunidades de crecer y posesionarse en el mercado, ya que el consumo de vino cada vez va en aumento puesto que es accesible a todo tipo de nivel social y con la debida promoción del producto por radio y vallas publicitarias, éste podrá ser más conocido para su consumo.

## CAPÍTULO IV

### 4 ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 4.3 MACRO Y MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

##### 4.3.1 MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



**Fuente:**

<http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra/localizacion-geografica>

El presente proyecto está localizado en la República del Ecuador, Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra. La República del Ecuador se encuentra ubicada sobre la

línea ecuatorial, en el Continente Americano del Sur, por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Limita al Norte con la República de Colombia, al Sur y Este con la República de Perú, al Oeste con el Océano Pacífico.

Una de las provincias del Ecuador es la de Imbabura, la cual se encuentra localizada al norte del país y limita con las provincias de Esmeraldas y Carchi al norte, con Pichincha al sur, Sucumbíos al Este y con la provincia de Esmeraldas al oeste. Esta provincia es eminentemente turística por sus atractivos naturales y lugares acogedores para propios y extraños.

#### 4.3.2 MICROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTO



**Fuente:**

<http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra/localizacion-geografica>

La ciudad de Ibarra se encuentra localizada en la provincia de Imbabura, limitando de la siguiente manera al norte con la provincia del Carchi, al noroeste con la provincia de Esmeraldas, al oeste con los cantones Urcuqui, Antonio Ante y Otavalo, al este con el cantón Pimampiro y al Sur con la Provincia de Pichincha, dentro de ésta ciudad se encuentra la parroquia de La Esperanza que cuenta con atractivos turísticos y afluencia de extranjeros especialmente.

Dado que en la parroquia ya mencionada se encuentran las diferentes comunidades que van a ser mis principales distribuidores de las frutas silvestres que se cosechan en la zona, éste es el sitio donde va a estar ubicada, la microempresa de elaboración y comercialización de vino de frutas silvestres exactamente cerca a la Plaza Artesanal ubicada en el Barrio Rumipamba cerca al ingreso principal al cuartel Yaguachi (sitio estratégico de acercamiento a todas las comunidades), lugar que por su ubicación es apto para la elaboración del vino y de igual manera para que los recolectores de las frutas silvestres transporten y entreguen la materia prima.

#### **4.4 UBICACIÓN DE LA PLANTA**

La planta procesadora de vino de frutas silvestre estará ubicada en el Barrio Rumipamba cerca a la Plaza Artesanal ya que la materia prima principal para el proyecto (frutas silvestres) será negociada directamente con los recolectores de las diferentes comunidades, lo cual facilita su llegada a la planta procesadora de vino, de igual forma facilita la entrega del producto ya terminado en las diferentes hosterías turísticas del sector o para que adquieran el producto directamente los turistas que visitan la parroquia y sus alrededores.

Luego de ya mencionado todo lo anterior cabe señalar que el lugar también es apto para la fermentación y almacenamiento adecuado de vino debido a que la infraestructura de la planta aún es algo de antaño.

#### **4.5 DISEÑO DE INSTALACIONES**

Para el diseño de instalaciones de la planta se realizará en base al análisis de todo el proceso de elaboración del vino.

#### **4.6 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA**

Para la distribución de la planta se ha tomado en cuenta todas las condiciones necesarias que van a permitir realizar las operaciones productivas y económicas de manera eficaz y eficiente así como también todas las medidas de seguridad para su funcionamiento.

##### **4.6.1 PERSONAL DE LA MICROEMPRESA**

Para el normal desempeño y proceso de producción de la microempresa es necesario el personal que se detalla a continuación:

**CUADRO Nro.14**  
**PERSONAL PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA**

<b>PUESTO O CARGO</b>	<b>PERSONAS A OCUPAR EL CARGO</b>
<b>GERENTE PROPIETARIO</b>	1
<b>CONTADOR-SECRETARIO</b>	1
<b>PERSONAL OPERATIVO</b>	2
<b>GUARDIA DE SEGURIDAD</b>	1

**Elaborado por:** La Autora



#### 4.6.2 MATERIAS PRIMAS E INSUMOS PARA LA ELABORACIÓN DEL VINO

**CUADRO Nro.15**  
**MATERIAS PRIMAS E INSUMOS**

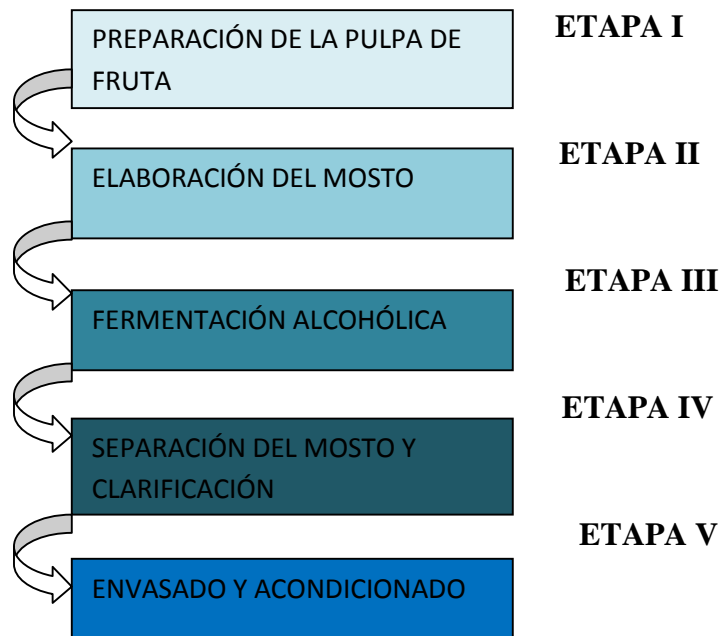
<b>MATERIAS PRIMAS E INSUMOS</b>	<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>
<b><u>PRODUCCIÓN</u></b>	
Agua	Litros
Azúcar	Quintales
Bicarbonato de Sodio	Kilogramos
Levadura de Cerveza	Kilogramos
Cocina Industrial	Unidades
Balanza	Unidades
Licuada de Capacidad	Unidades
Ollas	Unidades
Barriles	Unidades
Paletas	Unidades
Cucharones	Unidades
Cuchillos	Unidades
Manguera	Unidades
Embudo	Unidades
Jarras con Medida	Unidades
Cinta de PH	Metros
Cedazo	Unidades

Algodón	Gramos
Botellas de Cristal de 750ml	Unidades 750 ml
Corchos	Unidade
Etiquetas	Unidades
Balanza en Kg	Unidades
Embotelladora manual	Unidades
Encorchadora manual	Unidades
Cilindros de Gas	Unidades
Focos de 100 Watt	Unidades
<b><u>ADMINISTRACIÓN</u></b>	
Computadoras	Unidades
Sumadoras	Unidades
Teléfono	Unidades
Escritorios	Unidades
Archivadores	Unidades
Sillas	Unidades
Impresora	Unidades
Útiles de oficina	Unidades
<b><u>DISTRIBUCIÓN</u></b>	
<b>VEHÍCULO</b>	Unidades

**Elaborado por:** La Autora

## 4.7 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

### 4.7.1 ETAPAS PARA LA ELABORACIÓN DEL VINO



### 4.7.2 DESCRIPCIÓN DE LAS ETAPAS EN EL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL VINO

#### 4.7.2.1 Etapa de Preparación

Se procede a hervir unos 160 litros de agua durante media hora con un día de anticipación para eliminar cualquier tipo de bacterias o contaminación, luego se la deja enfriar a temperatura ambiente en la olla tapada. Esta agua servirá para diluir el mosto de la pulpa licuada. El bicarbonato de sodio se emplea como regulador de la acidez del mosto, para que la levadura pueda actuar correctamente, el bicarbonato de sodio va neutralizando parte del ácido cítrico excesivo.

#### **4.7.2.2 Preparación de la Pulpa**

Para preparar la pulpa comenzamos con la recolección o compra de las frutas silvestres (mortiño, frutilla, mora), con unos 80 kilogramos alcanzará para el módulo de 200 litros. Colocamos dentro de la licuadora con parte del agua hervida y a temperatura ambiente. Si el equipo no nos da para hacer la operación en un solo paso, lo repetimos hasta obtener un licuado de pulpa que a partir de ahora se llamará mosto y cuyo volumen debe ser de unos 80 litros.

#### **4.7.2.3 Elaboración del mosto**

Cuando tenemos todo lo vertimos en el tacho de 200 litros para iniciar la fermentación, allí corregimos el pH del mosto. Necesitamos que el pH este en un valor entre 3,6 a 4 empleando el papel indicador. Primero se intentará ajustar por dilución con agua hervida y si no alcanza se agrega una solución de bicarbonato de sodio, como último recurso, entonces si teníamos 80 litros de mosto, le agregamos otros 80 litros de agua hervida y verificamos el valor del pH con la cinta indicadora. Luego corregimos el nivel de azúcar agregando por cada litro de mosto unos 200 gramos de azúcar, o sea que si tenemos 160 litros de mosto agregaremos unos 32 kilos de azúcar, revolvemos hasta su dilución total y con el mosto corregido, estamos listos para el proceso de fermentación.

#### **4.7.2.4 Fermentación Alcohólica**

Para iniciar la fermentación necesitaremos que la levadura este previamente activada, para esto agregamos en una olla de diez litros de capacidad, agua hervida tibia hasta la mitad, le ponemos otro tanto de mosto y unas tres cucharadas de azúcar, disgregamos unos ciento sesenta gramos de levadura, revolvemos bien y dejamos tapada la olla en reposo y en un lugar tibio durante 20 minutos, es importante que la temperatura esté en los 30 °C antes de dejar reposar. Notaremos que la levadura esta activada por las burbujas que comienzan a salir a la superficie del preparado. La

relación entre levadura y mosto es de un gramo de levadura por litro de mosto corregido.

Añadimos la levadura activada al mosto corregido en forma lenta y con agitación de una paleta. Completamos el volumen a 200 litros con el resto de agua hervida y cerramos luego el tambor en forma hermética, colocando sobre la tapa plástica una “trampa de fermentación” que consiste en un corcho perforado por donde sale una manguera que a su vez se introduce en un recipiente o vaso con una solución al 10 % de bisulfito de sodio. Esta sustancia se emplea para evitar contaminaciones del mosto con otras bacterias.

Se deja todo en un lugar seguro durante unos veinte días para luego proceder al “descube” esto consiste en separar el vino de fruta de los residuos sólidos precipitados en el fondo del tambor. Se prepara otro tambor limpio y seco y sobre su boca se coloca un cedazo o lienzo con algodón encima para filtrar y retener partículas en suspensión. Se puede trasvasar con jarra lentamente o subir el tambor en una mesa y hacer sifón con la manguera para que se mueva el líquido de un recipiente a otro, teniendo precaución de no apoyar la manguera en el fondo para evitar tomar los materiales sólidos.

#### **4.7.2.5 Separación del Mosto y Clarificación**

El vino descubado, sin residuos de levadura ni sólidos de frutas, se devuelve al tambor original, ya limpio y se deja tapado durante un mes. Luego se lleva a cabo el primer “trasiego”, que consiste en pasar el líquido turbio a través de un filtro de algodón a otro recipiente limpio. Allí agregamos bentonita para clarificar en una proporción del 0,1 %, agitamos en forma circular con la paleta para dispersar la bentonita en el vino y después dejamos reposar. Luego de un mes realizamos el segundo trasiego y mientras filtramos tomamos una muestra del vino para observar su transparencia, si aún está turbio volvemos a repetir la operación de clarificación con bentonita, y a los treinta días efectuamos el tercero y último trasiego. Aquí el vino ya debe estar libre de partículas y clarificado con la graduación alcohólica lograda

después de la fermentación de los azúcares de las frutas y el añadido por nosotros para compensar la dilución del mosto.

#### **4.7.2.6 Envasado y Acondicionado**

Mientras terminamos la última etapa podemos ir lavando y esterilizando las botellas. Preparamos una solución de enjuague con bisulfito de sodio [una cucharadita diluida en diez litros de agua] finalmente escurrimos bien y dejamos que se seque con el pico invertido.

Lo ideal después de la limpieza es esterilizar la botella para asegurarnos que además de limpia está libre de bacterias que puedan perjudicar o contaminar nuestro vino artesanal. La esterilización puede hacerse como la de los biberones de bebés, en un recipiente u olla grande con agua por encima del nivel de la botella, se hace hervir durante 10 minutos y se lo saca con cuidado para evitar golpes de temperatura que pueden quebrar la botella de vidrio. El fraccionado lo podemos hacer manualmente con jarra y embudo para luego cerrar con corcho.

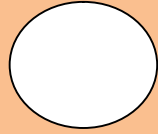
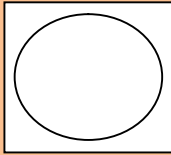
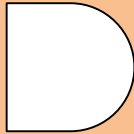

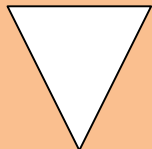
El almacenado nos conviene hacerlo en forma horizontal para evitar que por el pico ingrese aire, Cuanto mayor sea el tiempo de añejamiento, mejor será su aroma y cuerpo.

#### **4.7.3 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL VINO DE FRUTAS SILVESTRES.**

Para la elaboración del flujograma se ha utilizado la siguiente simbología universal que se detalla a continuación.

**CUADRO Nro.16**

**SIMBOLOGÍA**

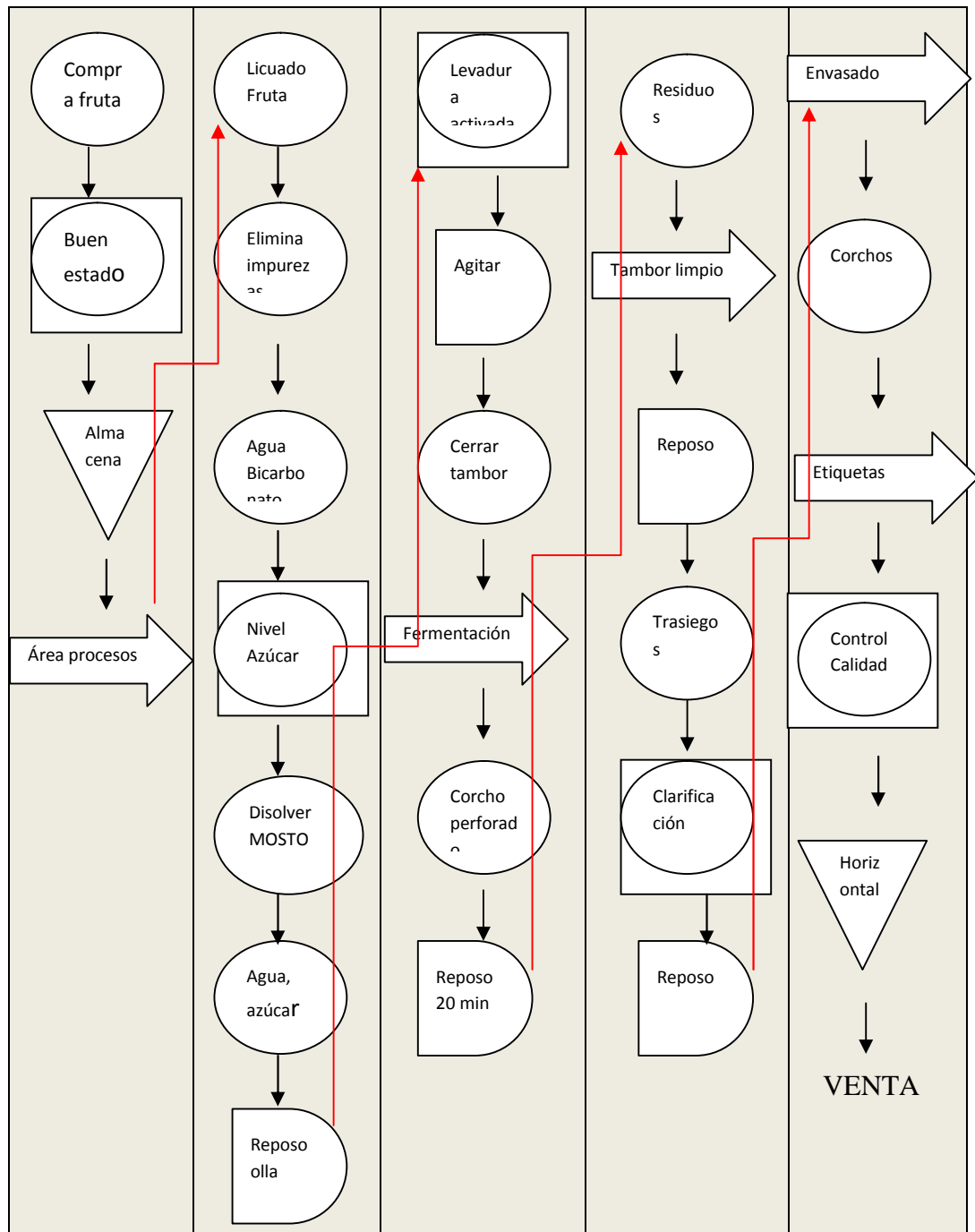
OPERACIÓN	
INSPECCIÓN	
DEMORA O ESPERA	
TRANSPORTE	
ALMACENAMIENTO	

**Elaborado Por:** La Autora

**CUADRO Nro.17**

**FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE ELABORACIÓN DEL VINO**

PREPARACIÓN	ELABORACIÓN DEL MOSTO	FERMENTACIÓN	CLARIFICACIÓN	ENVASADO
-------------	--------------------------	--------------	---------------	----------



Elaborado Por: La Autora

#### 4.8 PRESUPUESTO TÉCNICO



Para el presupuesto técnico se toma en cuenta todo lo que se va a utilizar para conformar la microempresa de vino, su proceso y hasta tener un producto final como se detalla a continuación en los siguientes puntos a continuación.

#### 4.9 TAMAÑO DEL PROYECTO

De acuerdo a datos obtenidos por el ministerio de agricultura se puede estimar que en una hectárea de páramo se produce entre 4.000 a 8.000 kilos anuales de fruta. Para el presente proyecto se estima que de las 1.073,6 ha de páramo que existe en la parroquia la esperanza y que es donde se producen las frutas silvestres, se va a tomar como referencia 7 ha de las cuales se obtendría entre 28.000 a 56.000 kilos anuales de fruta; desde este punto de vista a continuación se realiza un análisis de la capacidad de producción de la planta:

#### ESTIMACION DE LA MATERIA PRIMA DISPONIBLE

DETALLE	CANTIDAD	
7ha	28000	Kg fruta
Ltr	56000	vino al año
Ltr	4666,66667	vino al mes
botellas de 750ml	74666,67	al año
botellas de 750ml	6222,2225	al mes

#### 4.10 PUNTO DE EQUILIBRIO Y SENSIBILIDAD

##### 4.10.1 PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES MONETARIAS

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Dónde:

(PE) = Punto de Equilibrio

(CF) = Costos Fijos

(CV) = Costos Variables

(V) = Ventas

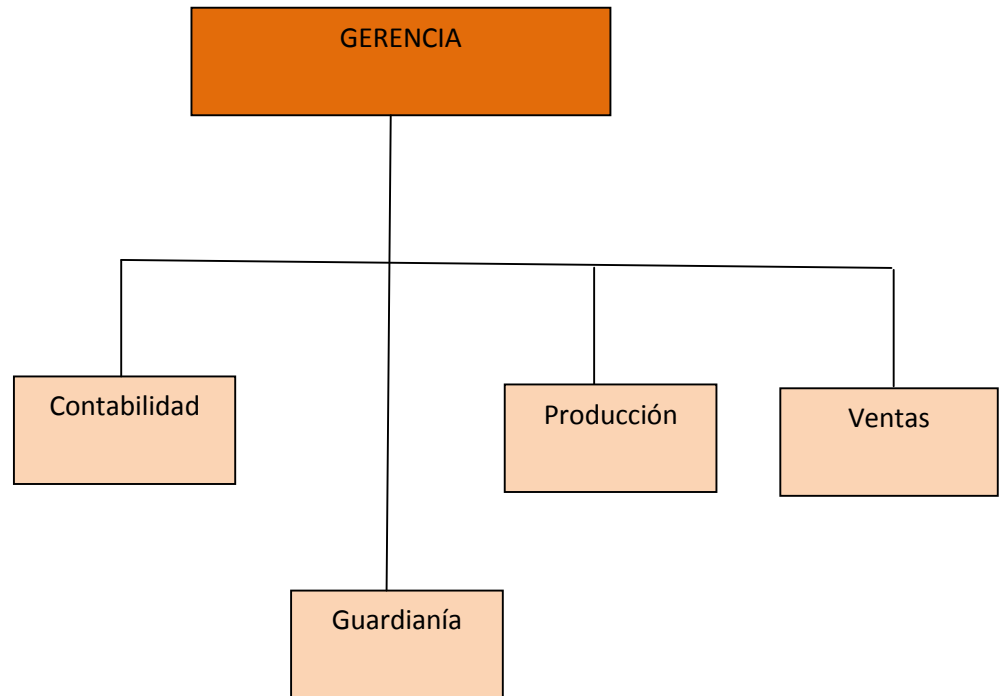
#### 4.10.2 PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDAD DE UNIDADES

$$PE = \frac{PE \text{ (unidad monetaria)}}{PVu}$$

Dónde:

(PVu) = Precio de Venta Unitario

#### 4.11 ESTRUCTURA ORGÁNICA



#### 4.12 SEGUIMIENTO Y MONITOREO

El presente proyecto tiene cuenta con la materia prima necesaria para su desarrollo y mediante un flujo grama de procesos se desarrolla de manera adecuada y en las diferentes etapas que tiene el vino hasta llegar a su etapa final que la del consumo por parte de los consumidores

## CAPÍTULO V

### 5 ESTUDIO ECONÓMICO

#### 5.1. PRESUPUESTO DE LA INVERSIÓN

##### 5.1.1. INVERSIONES FIJAS

##### 5.1.1.1.1. INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Debido a que se va empezar el proyecto aún no se cuenta con una infraestructura física propia por lo que se pretende alquilar el lugar en \$200,00 mensuales (2.400,00 anuales) y realizar unas adecuaciones necesarias para el funcionamiento de la planta procesadora de vino, para lo cual se requiere de un presupuesto de \$5.000,00.

#### 5.3.1.1 MAQUINARIA Y EQUIPO UTILIZADOS EN LA PRODUCCIÓN DE VINO

CUADRO Nro.18

#### MAQUINARIA Y EQUIPO

DESCRIPCIÓN (MAQUINARIA)	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Mesa de madera	1	100,00	100,00
Estanterías	3	150,00	450,00
Estrujadora eléctrica	1	450,00	450,00
Embotelladora manual	2	220,00	440,00
Encorchadora manual	2	70,00	140,00
(EQUIPO)			0,00
Congeladora	1	550,00	550,00
Cocina Industrial	2	350,00	700,00

Balanza	1	155,00	155,00
Licadora de Capacidad	0	0,00	0,00
Ollas	4	55,00	220,00
Barriles	10	150,00	1500,00
Paletas	2	4,35	8,70
Cucharones	2	5,65	11,30
Cuchillos	4	23,00	92,00
Manguera (m)	20	1,00	20,00
Embudo	1	4,50	4,50
Jarras con Medida	2	2,00	4,00
Cedazo	2	1,50	3,00
Cilindros de Gas	2	2,40	4,80
Focos de 100 Watt	7	0,40	2,80
Alcoholímetro	1	11,50	11,50
Cinta de PH	5	6,00	30,00
<b>TOTAL</b>			<b>4897,60</b>

**Elaborado Por:** La Autora

### CUADRO Nro. 19

### DEPRECIACIÓN

DEPRECIACION	CANTIDAD	TOTAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Mesa de madera	1	100,00	0,75	9,00
Estanterías	4	600,00	4,50	54,00
Estrujadora eléctrica	1	450,00	3,38	40,50
Embotelladora manual	2	440,00	3,30	39,60
Encorchadora manual	2	140,00	1,05	12,60
<b>(EQUIPO)</b>		<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Congeladora	1	550,00	4,13	49,50
Cocina Industrial	2	700,00	5,25	63,00
Balanza	1	155,00	1,16	13,95
Licuada de Capacidad	2	90,00	0,68	8,10
Ollas	4	220,00	1,65	19,80
Barriles	16	2400,00	18,00	216,00
Paletas	2	8,70	0,07	0,78
Cucharones	2	11,30	0,08	1,02
Cuchillos	6	138,00	1,04	12,42
Manguera (m)	20	20,00	0,15	1,80
Embudo	2	9,00	0,07	0,81
Jarras con Medida	3	6,00	0,05	0,54
Cedazo	3	4,50	0,03	0,41
Cilindros de Gas	2	4,80	0,04	0,43
Algodón			0,00	0,00
Alcoholímetro	1	11,50	0,09	1,04
Cinta de PH	5	30,00	0,23	2,70
<b>TOTAL</b>		<b>6093,60</b>	<b>17,68</b>	<b>212,16</b>

**Elaborado Por:** La Autora

La depreciación de maquinaria y equipo es calculada por medio del método de línea recta con un valor residual de 10% y una vida útil de 10 años.

### 5.3.1.2 MUEBLES Y ENSERES

Puesto que mi proyecto se va a iniciar como una microempresa requiere un equipo básico de oficina y según cómo vaya creciendo la planta

seguirán aumentando sus requerimientos, a continuación se detalla los muebles y enseres a utilizarse.

**CUADRO Nro.20**  
**MUEBLES Y ENSERES**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Escritorios	2	120,00	240,00
Archivadores	2	145,00	290,00
Sillas tipo gerente	3	55,00	165,00
Sillas tipo visitante	6	25,00	150,00
<b>TOTAL</b>			<b>965,00</b>

**Elaborado Por:** La Autora

**CUADRO Nro. 21**  
**DEPRECIACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL	DEP.MENSUAL	DEP.ANUAL
Escritorios	3	360,00	2,70	32,40
Archivadores	2	290,00	2,18	26,10
Sillas tipo gerente	3	165,00	1,24	14,85
Sillas tipo visitante	6	150,00	1,13	13,50
<b>TOTAL</b>		<b>965,00</b>	<b>7,24</b>	<b>86,85</b>

**Elaborado Por:** La Autora

### 5.3.1.3 EQUIPOS DE OFICINA

**CUADRO Nro.22**  
**EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	P/U	TOTAL
Computadoras	2	465,00	930,00
Sumadoras	2	26,00	52,00
Teléfono	1	40,00	40,00

Impresora	1	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>1222,00</b>

**Elaborado Por:** La Autora

### CUADRO Nro. 23

#### DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL	DEP.MENSUAL	DEP.ANUAL
Computadoras	2	930,00	6,98	83,70
Sumadoras	2	52,00	0,39	4,68
Teléfono	1	40,00	0,30	3,60
Impresora	1	200,00	1,50	18,00
<b>TOTAL</b>		<b>1222,00</b>	<b>9,17</b>	<b>109,98</b>

**Elaborado Por:** La Autora

#### 5.3.1.4 VEHÍCULO

Para el funcionamiento de la microempresa de vino se aportará como inversión propia con una camioneta NISSAN, color blanco, modelo 2002 valorada en el mercado en \$7.000,00.

Para la estimación de la depreciación de dicho vehículo se estima un valor residual de 20% y una vida útil de 5 años por medio del método de línea recta teniendo la siguiente tabla de depreciación.

### CUADRO Nro. 24

#### DEPRECIACIÓN

INVERSIÓN	V.RESIDUAL	VIDA ÚTIL	DEP MENSUAL	DEP. ANUAL
7000	20%	5 Años	93.33	1120

**Elaborado Por:** La Autora

#### 5.3.2 INVERSIONES DIFERIDAS

En las inversiones diferidas se ha considerado los gastos iniciales para la creación de la microempresa, es decir, los servicios profesionales de un abogado, gastos en los permisos de funcionamiento para obtener el registro sanitario, gastos para obtener el ruc y otros procesos en el SRI, así como también se hacen constar los gastos del estudio de factibilidad para realizar el presente proyecto.

**CUADRO Nro. 25**

**GASTOS DE CONSTITUCIÓN**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Gastos de Constitución	400
Estudio de Factibilidad	350
<b>Subtotal</b>	<b>750</b>
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>37,50</b>
<b>TOTAL</b>	<b>787,50</b>

**Elaborado Por:** La Autora

**CUADRO Nro. 26**

**AMORTIZACIÓN**

<b>COSTO</b>	<b>AÑOS</b>	<b>DEP.MENSUAL</b>	<b>DEP.ANUAL</b>
787,50	5	13.13	157,50

**Elaborado Por:** La Autora

**5.3.3 INVERSIONES VARIABLES**

**5.3.3.1 MATERIA PRIMA DIRECTA**



**CUADRO Nro. 27****MATERIA PRIMA DIRECTA PARA ELABORACIÓN DEL VINO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>mensual</b>	<b>Anual</b>	<b>P/U</b>	<b>Mensual</b>	<b>Cajas/mens</b>	<b>Cajas/anual</b>	<b>Anual</b>
Mortiño kg	592	7100	25	1625,00	65	782	19500,00
Frutilla kg	576	6920	20	1260,00	63	760	15120,00
Mora kg	592	7100	16	1040,00	65	782	12480,00
Agua	2,75	32,94	0,44	1,21			14,52
Azúcar qq	14,08	169	25	352,00			4224,00
Bicarbonato de Sodio Kg	5,92	71	2	11,84			142,08
Levadura de Cerveza Kg	4,4	52,8	5,68	24,99			299,90
Algodón gr	7,33	87,96	2,45	17,96			215,50
<b>TOTAL</b>				<b>4333,00</b>			<b>51996,01</b>

**Elaborado por:** La Autora

### 5.3.3.2 INSUMOS

**CUADRO Nro. 28**

#### **INSUMOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>P/U</b>	<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
Botellas de Cristal de 750ml	5866,67	70400,04	0,20	1173,33	14080,01
Corchos	5866,67	70400,04	0,13	762,67	9152,01
Etiquetas	5866,67	70400,04	0,10	586,67	7040,00
<b>TOTAL</b>				<b>2522,67</b>	<b>30272,02</b>

**Elaborado Por:** La Autora

Las botellas de 750ml y los corchos para las mismas se las va a obtener de la empresa Trópico Seco ubicada al sur de la ciudad de Quito, los corchos mencionados son plásticos ya que en nuestro país es difícil conseguir corchos naturales.

### 5.3.3.3 MANO DE OBRA

El personal que se requiere para el funcionamiento de la planta es de seis personas, las mismas que se detalla a continuación en sus diferentes puestos de trabajo.

**CUADRO Nro. 29****PERSONAL PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA PLANTA PROCESADORA DE VINO**

DETALLE DE PERSONAL	# OBREROS	SBU	IESS 12,15%	3er SUELDO	4to SUELDO	F.R.	TOTAL MENSUAL	ANUAL
GERENTE	1	400,00	48,60	33,33	33,33	33,33	548,60	6583,20
PERSONAL OPERATIVO	2	292,00	35,48	24,33	24,33	24,33	400,48	4805,74
CONTADOR	1	200,00	24,30	16,67	16,67	16,67	274,30	3291,60
GUARDIA	2	292,00	35,48	24,33	24,33	24,33	400,48	4805,74
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>1184,00</b>	<b>143,86</b>	<b>98,67</b>	<b>98,67</b>	<b>98,67</b>	<b>1623,86</b>	<b>19486,27</b>

**Elaborado por:** La Autora

El personal requerido para el funcionamiento de la microempresa laborará 8 horas diarias de lunes a viernes completando así las 40 horas laborables que permite la ley y el código de trabajo con un sueldo básico de 262 dólares y el gerente propietario 400 dólares mensuales. El contador con un sueldo de 200 dólares mensuales ya que no estará de manera permanente en la empresa sino solo retirará papeles necesarios para llevar la correcta contabilidad y la debida asesoría contable en la planta procesadora de vino de mortiño y otras frutas silvestres.

#### 5.3.3.4 GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

A continuación se detallan los gastos generales de fabricación:

**CUADRO Nro. 30**

**GGF**

<b>DETALLE</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
<b>GGF EN PRODUCCIÓN</b>	<b>3359,665</b>	<b>40315,98</b>
Insumos	2522,67	30272,04
Mano de Obra Indirecta	400,48	4805,76
Electricidad	50,88	610,56
Agua Potable	3,19	38,28
Cajas de Cartón	244,445	2933,34
Utiles de Aseo	8	96
Combustible del Vehículo	100	1200
Mantenimiento	30	360
<b>GGF EN ADMINISTRACION</b>	<b>31</b>	<b>372</b>
Materiales de Oficina	16	192
Teléfono	15	180
<b>GGF EN VENTAS</b>	<b>30</b>	<b>360</b>
Publicidad	30	360
<b>TOTAL GGF</b>	<b>3420,665</b>	<b>41047,98</b>

**Elaborado Por:** La Autora

#### 5.3.4 INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

**CUADRO Nro. 31**  
**INVERSIÓN TOTAL**

INVERSIÓN FIJA	22272,10
INVERSIÓN VARIABLE	107724,50
<b>TOTAL</b>	<b>129996,60</b>

**Elaborado Por:** La Autora

#### 5.3.5 FINANCIAMIENTO DEL CAPITAL

La inversión total del proyecto asciende 129996,60 dólares de los cuales el 20% que equivale a 25999,32 va a ser asumido como capital propio mientras que el 80% restante equivalente a 103997,28 es financiado mediante un préstamo en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle Lta. a una tasa de interés del 12% pagaderos en 4 años. La amortización de la deuda se detalla a continuación:

**CUADRO Nro.32**

**TABLA DE AMORTIZACIÓN**

**VINOS "LA ESPERANZA"**

**Inversión total:** 129996,6

**Préstamo:** 80%

**Valor Préstamo:** 103.997,28

**Interés:** 12%

**Plazo en meses:** 48

TABLA DE AMORTIZACION						Interés
Período	Sal. Inicial	Capital	Interes	Dividendo	Sal. Final	Pago x año
1	103.997,28	2.166,61	1.039,97	3.206,58	101.830,67	
2	101.830,67	2.166,61	1.018,31	3.184,92	99.664,06	
3	99.664,06	2.166,61	996,64	3.163,25	97.497,45	
4	97.497,45	2.166,61	974,97	3.141,58	95.330,84	
5	95.330,84	2.166,61	953,31	3.119,92	93.164,23	
6	93.164,23	2.166,61	931,64	3.098,25	90.997,62	
7	90.997,62	2.166,61	909,98	3.076,59	88.831,01	
8	88.831,01	2.166,61	888,31	3.054,92	86.664,40	
9	86.664,40	2.166,61	866,64	3.033,25	84.497,79	
10	84.497,79	2.166,61	844,98	3.011,59	82.331,18	
11	82.331,18	2.166,61	823,31	2.989,92	80.164,57	
12	80.164,57	2.166,61	801,65	2.968,26	77.997,96	11.049,71
13	77.997,96	2.166,61	779,98	2.946,59	75.831,35	
14	75.831,35	2.166,61	758,31	2.924,92	73.664,74	
15	73.664,74	2.166,61	736,65	2.903,26	71.498,13	
16	71.498,13	2.166,61	714,98	2.881,59	69.331,52	
17	69.331,52	2.166,61	693,32	2.859,93	67.164,91	

18	67.164,91	2.166,61	671,65	2.838,26	64.998,30	
19	64.998,30	2.166,61	649,98	2.816,59	62.831,69	
20	62.831,69	2.166,61	628,32	2.794,93	60.665,08	
21	60.665,08	2.166,61	606,65	2.773,26	58.498,47	
22	58.498,47	2.166,61	584,98	2.751,59	56.331,86	
23	56.331,86	2.166,61	563,32	2.729,93	54.165,25	
24	54.165,25	2.166,61	541,65	2.708,26	51.998,64	7.929,79
25	51.998,64	2.166,61	519,99	2.686,60	49.832,03	
26	49.832,03	2.166,61	498,32	2.664,93	47.665,42	
27	47.665,42	2.166,61	476,65	2.643,26	45.498,81	
28	45.498,81	2.166,61	454,99	2.621,60	43.332,20	
29	43.332,20	2.166,61	433,32	2.599,93	41.165,59	
30	41.165,59	2.166,61	411,66	2.578,27	38.998,98	
31	38.998,98	2.166,61	389,99	2.556,60	36.832,37	
32	36.832,37	2.166,61	368,32	2.534,93	34.665,76	
33	34.665,76	2.166,61	346,66	2.513,27	32.499,15	
34	32.499,15	2.166,61	324,99	2.491,60	30.332,54	
35	30.332,54	2.166,61	303,33	2.469,94	28.165,93	
36	28.165,93	2.166,61	281,66	2.448,27	25.999,32	4.809,87
37	25.999,32	2.166,61	259,99	2.426,60	23.832,71	
38	23.832,71	2.166,61	238,33	2.404,94	21.666,10	
39	21.666,10	2.166,61	216,66	2.383,27	19.499,49	
40	19.499,49	2.166,61	194,99	2.361,60	17.332,88	
41	17.332,88	2.166,61	173,33	2.339,94	15.166,27	
42	15.166,27	2.166,61	151,66	2.318,27	12.999,66	
43	12.999,66	2.166,61	130,00	2.296,61	10.833,05	
44		2.166,61	108,33	2.274,94	8.666,44	

	10.833,05					
45	8.666,44	2.166,61	86,66	2.253,27	6.499,83	
46	6.499,83	2.166,61	65,00	2.231,61	4.333,22	
47	4.333,22	2.166,61	43,33	2.209,94	2.166,61	
48	2.166,61	2.166,61	21,67	2.188,28	-0,00	1.689,96

**Elaborado Por:** La Autora

### 5.3.6 PROYECCIÓN DE VENTAS

#### CUADRO Nro.33

#### VENTAS PROYECTADAS

Lotes por año 264

Lotes por mes 22

DETALLE	Tamaño de lote	Producción estimada por mes	Producción estimada por año	Kg de fruta por día	Kg de fruta por mes	Kg de fruta por año
Litros	200,00	4.400,00	52.800,00	80	1760	21120
Botellas	266,67	5.866,67	70.400,00			
PVP x botella	2,00	2,00	2,00			
Ventas estimadas	533,33	11733,33	140800,00			

**Elaborado Por:** La Autora



5.4 PROYECCIÓN DE VENTAS, COSTOS Y GASTO

CUADRO Nro.34

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	140800,00	144235,52	147754,87	151360,09	155053,27
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>140800,00</b>	<b>144235,52</b>	<b>147754,87</b>	<b>151360,09</b>	<b>155053,27</b>
<b>EGRESOS</b>					
<b>Costos de Producción</b>	<b>97819,73</b>	<b>100206,53</b>	<b>102651,57</b>	<b>105156,27</b>	<b>107722,08</b>
Materia Prima	51966,01	53233,98	54532,89	55863,49	57226,56
Mano de Obra Directa	4805,74	4923,00	5043,12	5166,17	5292,23
Depreciación Maquinaria y Equipo	212,16	548,42	548,42	548,42	548,42
Depreciación Vehículo	1120	1120	1120	1120	1120
Gastos Indirectos de Fabricación	41047,98	42049,55	43075,56	44126,60	45203,29
<b>Total Gastos de Producción</b>	<b>99151,89</b>	<b>101874,95</b>	<b>104319,99</b>	<b>106824,69</b>	<b>109390,50</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>9874,80</b>	<b>10115,75</b>	<b>10362,57</b>	<b>10615,42</b>	<b>10874,43</b>
Sueldos Administrativos	9874,80	10115,75	10362,57	10615,42	10874,43
Depreciación Muebles y Enseres	86,85	91,19	91,19	91,19	91,19
Depreciación Equipo de Oficina	109,98	118,79	118,79	118,79	118,79
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>10071,63</b>	<b>10325,73</b>	<b>10572,55</b>	<b>10825,40</b>	<b>11084,41</b>

Intereses	11049,71	7929,79	4809,87	1689,96	0,00
Amortización Gastos de Constitución	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>121060,73</b>	<b>120130,47</b>	<b>119702,41</b>	<b>119340,05</b>	<b>120474,91</b>
<b>UTILIDAD O PÉRDIDA</b>	<b>19739,27</b>	<b>24105,05</b>	<b>28052,46</b>	<b>32020,04</b>	<b>34578,36</b>

**Elaborado Por:** La Autora

**5.5 BALANCE GENERAL INICIAL**

**VINOS "LA ESPERANZA"  
CUADRO Nro. 35  
BALANCE  
PROFORMA**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO A LARGO PLAZO</b>	
Bancos	103997,28	Préstamo por Pagar	103997,28
<b>ACTIVO FIJO</b>		<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>103997,28</b>
Edificio	7400,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Maquinaria y Equipo	4897,60	Aportes Propios Efectuados	25999,32
Muebles y Enseres	965,00	Utilidad del Ejercicio	
Equipo de oficina	1222,00		
Vehículo	7000,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>25999,32</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>			
Constitución	787,50		
Otros diferidos	3727,22		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>129996,60</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIM.</b>	<b>129996,60</b>

## 5.6

## PROYECCIONES DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

## CUADRO Nro.36

## VINOS LA ESPERANZA

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Inversión</b>	129996,60					
Ventas		140800,00	144235,52	147754,87	151360,09	155053,27
Costo de Producción		97087,73	99456,67	101883,41	104369,37	106915,98
Depreciaciones		1686,49	2035,90	2035,90	2035,90	2035,90
<b>Utilidad Bruta</b>		<b>42025,78</b>	<b>42742,95</b>	<b>43835,55</b>	<b>44954,82</b>	<b>46101,39</b>
Gastos Administrativos		10246,80	10496,82	10752,94	11015,32	11284,09
Gastos de Ventas		360,00	368,78	377,78	387,00	396,44
<b>Utilidad Operativa</b>		<b>31418,98</b>	<b>31877,34</b>	<b>32704,83</b>	<b>33552,50</b>	<b>34420,86</b>
Gastos Financieros		11049,71	7929,79	4809,87	1689,96	0,00
<b>Utilidad antes de P E T</b>		<b>20369,27</b>	<b>23947,55</b>	<b>27894,96</b>	<b>31862,54</b>	<b>34420,86</b>
15% P E T		3055,39	3592,13	4184,24	4779,38	5163,13
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>		<b>17313,88</b>	<b>20355,42</b>	<b>23710,71</b>	<b>27083,16</b>	<b>29257,73</b>
25 % I/R		4328,47	5088,86	5927,68	6770,79	7314,43
<b>Utilidad Neta</b>		<b>12985,41</b>	<b>15266,57</b>	<b>17783,03</b>	<b>20312,37</b>	<b>21943,30</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.7 FLUJO DE EFECTIVO

**CUADRO Nro. 37**  
**VINOS “LA ESPERANZA”**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>140.800,00</b>	<b>144.235,52</b>	<b>147.754,87</b>	<b>151.360,09</b>	<b>155.053,27</b>
Utilidad Neta	-	12.985,41	15.266,57	17.783,03	20.312,37	21.943,30
Depreciación	-	1.686,49	2.035,90	2.035,90	2.035,90	2.035,90
Valor Residual	-					203,59
<b>EGRESOS</b>	<b>103.997,28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Inversión	103.997,28					
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>-103.997,28</b>	<b>140.800,00</b>	<b>144.235,52</b>	<b>147.754,87</b>	<b>151.360,09</b>	<b>155.053,27</b>

Elaborado por: La Autora

## 5.8 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

**CUADRO Nro. 38**  
**CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO**

Préstamo:	80%		
Tasa de interés	12%		
Capital propio:	20%	$td=(0,8 * 0,12(1-0,25)+(0,2 * 0,12)$	
Tasa de oportunidad:	12%	<b>tasa dscto:</b>	<b>10%</b>
Impuesto a la renta:	25%		

Elaborado por: La Autora

### 5.8.1 VALOR ACTUAL NETO

$$VAN = (103.997,28) + 140.800,00/(1,1)^1 + 144.235,52/(1,1)^2 +$$

$$147.754,87/(1,1)^3 + 151.360,09/(1,1)^4 + 155.053,27/(1,1)^5$$

$$VAN = -103997,28 + 128000 + 119202,91 + 111010,42 + 103380,98 + 96275,88$$

$$VAN = 453872,91$$

El valor actual neto del presente proyecto es de 453872,91, dicho valor fue obtenido de la suma de los flujos de efectivo actualizados a una tasa de descuento de 10% y a la vez descontado del valor de la inversión

Dado que el valor obtenido del Van es positivo muestra que si es factible de ejecutar el proyecto mencionado.

### 5.8.2 TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de rendimiento deberá ser mayor que la tasa de redescuento para que de esta manera la inversión sea aceptable.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \left( \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ts} - VAN_{Ti}} \right)$$

**De donde:**

Ti= Tasa de interés menor

Ts= Tasa de interés mayor

VAN Ti= VAN calculado con la tasa de interés menor

VAN Ts= VAN calculado con la tasa de interés superior

**Para obtener una tasa de descuento arbitraria para obtener un VAN positivo se tomará como VAN =12%**

$$\text{VAN}=(103.997,28)+140.800,00/(1,12)^1+144.235,52/(1,12)^2+147.754,87/(1,12)^3+151.360,09/(1,12)^4+155.053,27/(1,12)^5$$

$$\text{VAN}=103997,28+125714,29+114983,67+105168,99+96192,07+87981,39$$

$$\text{VAN}= 634037,69$$

**Para un VAN negativo al 90%**

$$\text{VAN}=(103.997,28)+140.800,00/(1,50)^1+144.235,52/(1,50)^2+147.754,87/(1,50)^3+151.360,09/(1,50)^4+155.053,27/(1,50)^5$$

$$\text{VAN}=-103997,28+93866,67+64104,67+43779,22+29898,28+20418,54$$

$$\text{VAN}=-39663,26$$

$$\text{TIR} = 12 + (90 - 12) \left( \frac{634037,69}{634037,69 - 39663,26} \right)$$

**TIR= 21,7%**

La tasa interna de retorno muestra que si es factible el proyecto sin asumir pérdidas futuras, por lo tanto el presente proyecto si es factible de realizar.

## CAPÍTULO VI

### 6. IMPACTOS DEL PROYECTO

Sin duda alguna, la implementación del proyecto generara impactos positivos y negativos, tanto en lo ambiental como en lo social, económico y educativo; en este sentido es fundamental identificar y valorar dichos impactos con el objetivo de minimizar los adversos y maximizar los beneficios, logrando de esta manera un desarrollo armónico de las acciones del proyecto con la tierra y la sociedad humana, en el área de intervención.

#### 6.1. IMPACTO SOCIAL

**CUADRO Nro. 39**

	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
	INDICADORES							
1	Fuentes de trabajo						X	
2	Concientización cuidado de los recursos naturales							X
3	Calidad de vida						X	
	TOTAL	-	-	-	-	-	4	3

**Elaborado por:** La Autora

$$NI = \frac{4 + 3}{3} = \frac{7}{3} = 2.33 = 2$$

Con este proyecto se generarán más fuentes de trabajo tanto para los recolectores de mortiño y otras frutas silvestres como para las personas que van a trabajar en dicho



proyecto. Hoy en día el consumo de vino ha pasado a formar parte de nuestra cultura y vida diaria por ser una bebida moderada de bajo grado alcohólico, es así que es imprescindible en casi todos los eventos sociales, celebraciones especiales, reuniones familiares y ahora cada vez más personas acompañan sus comidas con un vino.

El nivel de impacto que genera el proyecto tiene una calificación medio positivo.

El desarrollo del presente proyecto podrá consistir en un ejemplo de descentralización, autogestión y desarrollo para las demás organizaciones, lo que les motivara a que se inicien con actividades de producción y comercialización de diferentes productos.

Al darse un incremento a la producción y la implantación de pequeñas empresas, se ofrecerá la oportunidad de que existan diferentes proporciones turísticas del sector al presentar un espacio de demostración y convivencia comunitaria.

## 6.2. IMPACTO ECONÓMICO

**CUADRO Nro.40**

	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
	INDICADORES							
1	Mejor nivel de vida para la comunidad							X
2	Inversión			X				
3	Incremento de la producción							X
	TOTAL	-	-	-1	-	-	-	6

**Elaborado por:** La Autora

$$NI = \frac{-1+6}{3} = \frac{5}{3} = 1.66 = 2$$

Este es un impacto positivo puesto que las utilidades que arrojan las ventas en esta clase de vino es considerada alta, lo que permitirá seguir creciendo y abriendo nuevos caminos hacia el progreso.

Sin embargo la inversión para un proyecto de estas características es alta. Por otro lado con respecto a la producción, se aprovechará la materia prima propia del lugar ya que se trata de frutos silvestres de los páramos.

### 6.3. IMPACTO AMBIENTAL

**CUADRO Nro. 42**

	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
	INDICADORES							
1	Contaminación del medio ambiente				X			
2	Proceso de elaboración del vino				X			
3	Cuidado de los páramos						X	
	TOTAL	-	-	-	0	-	2	-

**Elaborado por:** La Autora

$$NI = \frac{2}{3} = 0,67$$

La contaminación del medio ambiente toma una calificación de no impacto; puesto que es un proceso natural que genera residuos sólidos y líquidos los mismos que son retenidos para emplearse como abono orgánico.

El indicador de elaboración del vino toma una calificación de no impacto (0); debido a que con la empresa procesadora de vino no tiene incidencias, ya que la nocividad total es mínima y esta cantidad se puede reducir separando los desechos de cada proceso sin mandarlos al desagüe, con esto no se contamina las aguas residuales.

Si tiene gran impacto positivo el cuidado de los páramos, ya que con el presente proyecto la comunidad al cosechar los frutos se concientizan de cierta manera de no quemar indiscriminadamente los páramos y además ven en ellos una fuente de ingreso económico.

#### 6.4. IMPACTO GENERAL

CUADRO Nro. 43

	NIVEL DE IMPACTO	-3	-2	-1	0	1	2	3
	INDICADORES							
1	Impacto social						X	
2	Impacto económico						X	
3	Impacto tecnológico							X
	Impacto ambiental				X			
	TOTAL	-	-	-	0	-	4	3

Elaborado por: La Autora

$$NI = \frac{0 + 4 + 6}{4} = \frac{7}{4} = 1.75 = 2$$

El nivel de impacto general que genera el proyecto tiene una calificación de “Impacto Medio Positivo” (2).

Esto indica que el proyecto genera en el área social, económica y ambiental un impacto positivo.

## **CAPÍTULO VII**

### **7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1. CONCLUSIONES**

- 7.1.1.** La instalación de una planta procesadora de vino de frutas silvestres en la parroquia La Esperanza si es posible ya que la materia prima se encuentra en las comunidades que conforman dicha parroquia lo cual facilita su obtención y traslado hacia la planta procesadora de vino.
- 7.1.2.** La instalación de una planta procesadora de vino en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura es rentable conforme a lo que se determinó mediante un análisis FODA, existen más fortalezas y oportunidades que debilidades y amenazas.
- 7.1.3.** Al instalar dicha microempresa en la parroquia La Esperanza, se contribuye al desarrollo de esta zona, y a la vez a la creación de fuentes de trabajo especialmente para gente propia que habita en las comunidades y ofreciéndoles de esta manera un mejor nivel de vida.

## **7.2. RECOMENDACIONES**

- 7.2.1.** En los páramos de la parroquia La Esperanza existe gran cantidad de frutas silvestres, los mismos que no han sido industrializados y más bien han sido utilizados en consumo directo de una manera casera, perdiendo así un valor agregado que se le podría dar a esta materia prima, es así que una vez demostrado en este estudio que sí es rentable la instalación de una microempresa vinícola, se recomienda la posibilidad de invertir en la industrialización de esta materia prima. Se recomienda cuidar más el medio ambiente y contribuir a que la quema indiscriminada de los páramos se reduzca ya que ahí podemos encontrar flora muy valiosa entre ella el mortiño, mora y frutilla que a más de ser frutos tiene grandes propiedades beneficiosas para la salud.
- 7.2.2.** Se recomienda producir un vino de calidad a un precio accesible al alcance de todo el público consumidor para que éste pueda competir en el mercado con otros vinos nacionales e importados.
- 7.2.3.** Se recomienda que la microempresa vinícola en su inicio empiece su producción en volúmenes pequeños ya que así se evitaría endeudarse en un monto alto y con esto los ingresos obtenidos serían una utilidad propia y se podría ir aumentando la producción conforme la demanda así lo determine.

## BIBLIOGRAFÍA

- ( Mena, P. y G. Medina, G. 2005. La Biodiversidad de los Páramos en el Ecuador. En: Mena, P., G. Medina y R. Hofstede (Eds). 2005. Los Páramos del Ecuador. Particularidades, Problemas y Perspectivas. Abya Ya-la/Proyecto Páramo. Quito)
- (biblioteca del ministerio del ambiente- quito ecuador. medina y P.A.Mena (Eds).2005.La Agricultura y la Ganadería en los Páramos. Serie Páramo 8 GTP/Abya Yala. Quito)
- Luís A Mendoza García, Marcela Mendoza Solórzano, Elementos de Economía, colecciones Lumarso, pág. 59,60
- ([www.marketag.com](http://www.marketag.com),[www.realblueberries.com](http://www.realblueberries.com))
- [http://www.elmundo.com/sitio/noticia\\_detalle.php?idcuerpo=5&dscuerpo=Mensuales&idseccion=43&dsseccion=Oh&idnoticia=43944&imagen=&vl=1&r=oh.php&idedicion=523](http://www.elmundo.com/sitio/noticia_detalle.php?idcuerpo=5&dscuerpo=Mensuales&idseccion=43&dsseccion=Oh&idnoticia=43944&imagen=&vl=1&r=oh.php&idedicion=523)
- Banco de germoplasma preliminar de plantas útiles de tipo herbáceo silvestre in situ, en el área de La Maná
- Aplicación de la Metodología Seis Sigma para el Control de Variación en el Envasado de Pinturas
- <http://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/ibarra/localizacion-geografica>
- [http://www.imbaburaturismo.gob.ec/cantones.php?vamenu=10001&id\\_organizacion=53](http://www.imbaburaturismo.gob.ec/cantones.php?vamenu=10001&id_organizacion=53)

**ANEXOS**



## ANEXOS

**UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE CONTABILIDAD SUPERIOR Y AUDITORÍA**

### ENCUESTA:

El objetivo de la presente encuesta es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción y comercialización de vino de mortiño y otras frutas silvestres en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura. Para lo cual solicito se digne marcar con una "x" la respuesta a las preguntas que se describen a continuación, según su criterio.

1. ¿Usd. Trabaja?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
2. ¿A qué actividad se dedica?  
Agricultura, ganadería, silvicultura \_\_\_\_\_  
Industrias \_\_\_\_\_  
Construcción \_\_\_\_\_  
Comercio \_\_\_\_\_  
Actividades del hogar \_\_\_\_\_  
Administración pública \_\_\_\_\_  
Otra \_\_\_\_\_ ¿Cuál? \_\_\_\_\_
3. ¿En la parroquia recolectan frutas silvestres?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_
4. ¿Para qué se destinan las frutas silvestres recolectadas?  
Venta \_\_\_\_\_  
Autoconsumo \_\_\_\_\_
5. ¿Para qué son utilizados los terrenos?  
Agricultura \_\_\_\_\_  
Pastos \_\_\_\_\_  
Nada (proceso erosión) \_\_\_\_\_
6. ¿Estaría ud. dispuesto a ser nuestro distribuidor directo de las frutas silvestres que recolecte?  
Si \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

**DATOS GENERALES DE QUIEN RESPONDE:**

Hombre \_\_\_\_\_ Mujer \_\_\_\_\_

EDAD:

0 a14 \_\_\_\_

15 a64 \_\_\_\_

65 y más \_\_\_\_

## LA ESPERANZA





**RECOLECCIÓN DE FRUTOS SILVESTRES EN LA ESPERANZA**





## PLANTA DE MORTIÑO



## FRUTO MORTIÑO



**FRUTILLA**



**MORA**



