



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**TESIS DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE ECONOMISTA**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE LECHE PARA LA
PARROQUIA VALLADOLID PERTENECIENTE A LA PROVINCIA DE ZAMORA
CHINCHIPE”**

AUTORA:

JULISSA CECIBEL RIVERA RIVAS

DIRECTORA:

MGS. NANCY MARÍA ARMIJOS DELGADO

LOJA – ECUADOR

2021

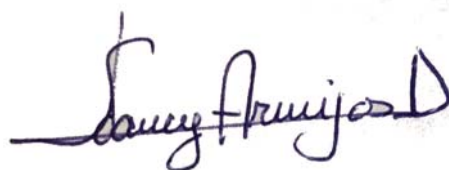
Yo, JULISSA CECIBEL RIVERA RIVAS, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



.....
Julissa Cecibel Rivera Rivas

Yo, Mgs. Nancy María Armijos Delgado, certifico que conozco a la autora del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



.....
Mgs. Nancy María Armijos Delgado
DIRECTORA DE TESIS

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se llevó a efecto el estudio del “Plan de negocios para la creación de una microempresa productora y comercializadora de manjar de leche para la parroquia Valladolid perteneciente a la provincia de Zamora Chinchipe”, el mismo que tuvo la finalidad de determinar la factibilidad y viabilidad de la creación de la microempresa en la Parroquia Valladolid, Cantón Palanda, Provincia de Zamora Chinchipe.

Asimismo, fue imprescindible para el desarrollo de este plan de negocios emplear varios métodos entre los cuales se encuentra el método inductivo, deductivo y estadístico, también se utilizó las técnicas de observación directa, entrevista y encuesta.

De manera que se analizó la demanda de manjar de leche y se determinó la viabilidad de la propuesta de la creación y puesta en marcha de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche, el mismo manjar que será elaborado con altos estándares de calidad e higiene, siendo así una microempresa factible para desarrollar y fortalecer el sector empresarial, dinamizando así la economía de las familias en la localidad de Valladolid.

Como consecuencia de lo antes mencionado, se ejecutó, los estudios necesarios tales como; estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y por consiguiente la evolución financiera. Todo esto se lo realizó con la finalidad de lograr determinar el acogimiento del producto por parte de los consumidores y la rentabilidad que percibirá la microempresa de manjar de leche en Valladolid, y por su puesto a lo largo de este plan de negocios se manifiesta de manera concisa la viabilidad de la implementación de la microempresa.

Palabras clave:

Plan de negocios, microempresa, producto, mercado, rentabilidad.

Abstract

In the present research work, the study of the "Business Plan for the creation of a microenterprise producing and marketing delicacy of milk for the Valladolid parish belonging to the province of Zamora Chinchipe" was carried out, the same that had the purpose to determine the feasibility and viability of the creation of the microenterprise in the Parish of Valladolid, Canton Palanda, Province of Zamora Chinchipe.

Likewise, it was essential for the development of this business plan to use various methods, among which is the inductive, deductive and statistical method, the techniques of direct observation, interview and survey were also used.

Thus, the demand for milk delicacy was analyzed and the viability of the proposal for the creation and start-up of the micro-enterprise producing and marketing milk delicacy was determined, the same delicacy that will be prepared with high standards of quality and hygiene, thus being a feasible micro-enterprise to develop and strengthen the business sector, thus boosting the economy of families in the town of Valladolid.

As a consequence of the aforementioned, the necessary studies such as; market study, technical study, financial study and consequently financial evolution. All this was done in order to determine the acceptance of the product by art of consumers and the profitability that the micro-enterprise of delicacy of milk in Valladolid will perceive, and of course throughout this business plan it manifests itself in a way concise the feasibility of the implementation of the micro-enterprise.

Keywords:

Business plan, micro-business, product, market, profitability.

*Agradezco al Creador Todopoderoso, por la vida, por mi familia, por hacer posible que hoy
esté aquí cumpliendo una de mis metas.*

*Mi más sincero y gratificante agradecimiento a mis amados padres, hermanos, familia en
general y amigos quienes han venido brindándome su apoyo moral, económico e
incondicional a lo largo de este maravilloso camino.*

*A la mejor universidad donde me han brindado oportunidades incomparables, pero sobre
todo a mis queridos docentes, quienes más que sus conocimientos me han regalado su
amistad y sabios consejos que valoro mucho.*

*A ustedes les debo los conocimientos que he venido aplicando en mi trabajo de grado y
llevare conmigo por el resto de mis días, de manera especial agradezco a la Mgs. Nancy
Armijos por ayudarme a desarrollar este trabajo con amor y paciencia.*

*Dios les pague a todos, mí eterna gratitud para ustedes, muchas gracias por formar parte y
acompañarme en esta estupenda travesía de mi vida.*

Julissa Cecibel Rivera Rivas.

Mi trabajo de tesis lo dedico con todo mi cariño a Dios, a mis amados padres, hermanos, familia y amigos, puesto que, son quienes me han dado la fuerza necesaria para afrontar cada uno de los problemas que se han presentado a lo largo de mi carrera logrando superarlos con su apoyo, ustedes son el pilar fundamental de mi vida personal y profesional. Gracias por todo su apoyo y amor incondicional, pero sobre todo a mis padres por su amor, perseverancia y humildad lo cual los caracteriza, mostrándome así siempre el camino hacia la superación.

Para ustedes es mi esfuerzo y dedicación durante todos estos años, gracias por confiar en mis capacidades, apoyarme para ser una mejor persona y sobre todo por darme alas y abrirme nuevas puertas de la sabiduría, llenando así mi vida de muchos conocimientos, experiencias, alegrías y oportunidades.

Julissa Cecibel Rivera Rivas.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE LECHE PARA LA PARROQUIA VALLADOLID PERTENECIENTE A LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCIPE

Fundamentación Teórica	23
▪ Marco referencial.....	23
▪ Marco conceptual.....	28
Metodología Utiliza	42
▪ Métodos.....	42
▪ Técnicas	43
Capítulo I	47
1. Análisis de los resultados de la investigación de mercado	47
1.1 Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de Valladolid.....	48
1.2 Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a los intermediarios del producto en la parroquia Valladolid.	68
1.3 Análisis e interpretación de la entrevista aplicada al Sr. Jamil Ramón propietario de la microempresa artesanal “PRODULAV”	73
Capítulo II	75
2. Estudio de Mercado	75
2.1 Demandantes.....	75
2.1.1 Proyección de la población	75
2.2 Análisis de la demanda	77
2.2.1 Demanda potencial.....	77

2.2.2 Demanda real	78
2.2.3 Consumo per cápita.....	79
2.2.4 Demanda efectiva.....	80
2.3 Análisis de la oferta	81
2.3.1 Oferta actual.....	81
2.3.2 Negocios intermediarios	83
2.4 Balance entre oferta y demanda	83
2.5 Plan de comercialización	84
2.5.1 Producto	84
2.5.2 Slogan	85
2.5.3 Logotipo.....	85
2.5.4 Precio	86
2.5.5 Plaza.....	86
2.5.5 Publicidad	87
2.5.6 Promoción	89
Capítulo III	91
3. Estudio técnico	91
3.1 Tamaño del proyecto.....	91
3.1.1 Producción anual de leche de la parroquia Valladolid.....	91
3.1.2 Cantidad real de leche fresca	92
3.1.3 Calculo de la cantidad de materia prima en la elaboración del producto.....	92
3.1.1 Capacidad instalada.....	94

3.1.2 Capacidad utilizada.....	95
3.1.3 Participación en el mercado	96
3.2 Localización de la planta.....	97
3.2.1 Macro localización.....	97
3.2.2 Micro localización	98
3.3 Ingeniería del proyecto.....	99
3.3.1 Equipos y materiales para la producción	100
3.3.2 Proceso de producción	103
3.3.3 Flujograma de procesos	106
3.3.4 Distribución de la planta	108
3.3.5 Aspectos ambientales.....	110
Capítulo IV.....	111
4. Estudio organizacional	111
4.1 Organización legal	111
4.1.1 Acta constitutiva	111
4.1.2 Razón social	112
4.1.3 Domicilio de la microempresa	112
4.1.4 Objetivos de la microempresa.....	112
4.1.5 Capital social.....	112
4.1.6 Tiempo de duración de la microempresa	112
4.1.7 Nacionalidad	113
4.2 Organización administrativa	113

4.2.1 Niveles jerárquicos.....	113
4.2.2 Organigramas.....	115
4.2.3 Manual de funciones para el personal de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche “TASTY”.....	119
4.2.4 Roles de pago del personal de la microempresa “TASTY”.....	125
Capítulo V.....	128
5. Estudio económico financiero.....	128
5.1 Inversiones.....	128
5.1.1 Inversiones en activos fijos.....	129
5.1.2 Activos diferidos.....	138
5.1.3 Inversiones en activo circulante.....	139
5.2 Financiamiento de la inversión.....	148
5.3 Análisis de costos.....	148
5.3.1 Presupuesto proyectado o proformado.....	148
5.3.2 Costo unitario producción y determinación del precio de venta al público.....	150
5.3.3 Determinación de ingresos por ventas.....	151
5.3.4 Estado de pérdidas y ganancias.....	151
5.3.5 Clasificación de costos.....	153
5.3.6 Punto de equilibrio.....	156
Capítulo VI.....	166
6. Evaluación económica financiera.....	166
6.1 Flujo de caja.....	166

6.2 Valor actual neto (VAN).....	167
6.3 Relación beneficio costo (RBC)	168
6.4 Período de recuperación de capital (PRC)	169
6.5 Tasa interna de retorno (TIR).....	170
6.6 Análisis de sensibilidad.....	171
Capítulo VII	175
7. Estudio de impacto ambiental	175
7.1 Matriz de impactos ambientales.....	175
Conclusiones	178
Recomendaciones	180
Bibliografía	181
Anexos	183

Índice de tablas

Tabla 1 Consume manjar o mermelada.....	48
Tabla 2 Razón por la que consume majar o mermelada	49
Tabla 3 Cada que tiempo consume manjar o mermelada	50
Tabla 4 Calidad del producto.....	51
Tabla 5 Tipos de manjar o mermelada que consume.....	52
Tabla 6 Precio que paga por el manjar de leche.....	53
Tabla 7 Consumiría una nueva presentación	54
Tabla 8 Lugar donde adquiere el manjar	55
Tabla 9 Consumiría el producto de la microempresa.....	56
Tabla 10 Peso del producto.....	57
Tabla 11 Características del producto.....	58
Tabla 12 Precio que pagaría por el manjar	59
Tabla 13 Cantidad que consume semanalmente	60
Tabla 14 Presentación del producto.....	61
Tabla 15 Lugar de preferencia para la adquisición.....	62
Tabla 16 Publicidad	63
Tabla 17 Diario de preferencia.....	64
Tabla 18 Emisora de preferencia	65
Tabla 19 Redes sociales.....	66
Tabla 20 Promociones.....	67
Tabla 21 Tipo de negocio	68
Tabla 22 Vende manjar en su local.....	69
Tabla 23 A quien compra el producto.....	70
Tabla 24 Utilidad por tarrina.....	71
Tabla 25 Tarrinas de majar que vende al día	72

Tabla 26 Proyección de la población en el estudio	76
Tabla 27 Demandantes Potenciales.....	77
Tabla 28 Demanda potencial.....	77
Tabla 29 Demandantes reales	78
Tabla 30 Demanda real	78
Tabla 31 Consumo per cápita.....	79
Tabla 32 Demandantes efectivos	80
Tabla 33 Demanda efectiva	81
Tabla 34 Proyección de la oferta.....	82
Tabla 35 Negocios intermediarios	83
Tabla 36 Demanda insatisfecha	84
Tabla 37 Producción de leche anual	92
Tabla 38 Cantidad de leche.....	92
Tabla 39 Cantidad de leche.....	93
Tabla 40 Cantidad de azúcar	93
Tabla 41 Cantidad de fécula de maíz	93
Tabla 42 Cantidad de glucosa	93
Tabla 43 Receta de manjar de leche.....	94
Tabla 44 Capacidad de la máquina	95
Tabla 45 Capacidad instalada	95
Tabla 46 Capacidad utilizada.....	96
Tabla 47 Participación en el mercado	97
Tabla 48 Equipos y materiales.....	103
Tabla 49 Roles de pago área administrativa	126
Tabla 50 Roles de pagos área de producción.....	126
Tabla 51 Rol de pago área de ventas.....	127

Tabla 52 Terreno.....	129
Tabla 53 Construcción	129
Tabla 54 Maquinaria y equipo	130
Tabla 55 Equipo de cómputo y reinversión	130
Tabla 56 Muebles de oficina.....	131
Tabla 57 Vehículo.....	131
Tabla 58 Resumen de inversiones fijas.....	131
Tabla 59 Depreciaciones.....	132
Tabla 60 Depreciación de construcción	132
Tabla 61 Maquinaria y equipo	133
Tabla 62 Depreciación de equipo de cómputo.....	133
Tabla 63 Depreciación de reinversión en equipo de cómputo	134
Tabla 64 Depreciación de muebles de oficina	134
Tabla 65 Depreciación de vehículo.....	135
Tabla 66 Resumen de depreciación de activos fijos	136
Tabla 67 Depreciación de equipo de cómputo.....	136
Tabla 68 Depreciación del vehículo.....	137
Tabla 69 Estudios preliminares.....	138
Tabla 70 Constitución legal	138
Tabla 71 Patente Municipal	138
Tabla 72 Resumen de activos diferidos	139
Tabla 73 Amortización del activo diferido	139
Tabla 74 Materia prima.....	140
Tabla 75 Materia prima indirecta.....	140
Tabla 76 Materiales de empaque	141
Tabla 77 Combustible para vehículo	141

Tabla 78 Mano de obra directa e indirecta.....	142
Tabla 79 Sueldos mano de obra directa e indirecta.....	142
Tabla 80 Personal administrativo.....	143
Tabla 81 Sueldos administrativos	143
Tabla 82 Personal de ventas.....	144
Tabla 83 Sueldo de Ventas	144
Tabla 84 Servicios básicos.....	144
Tabla 85 Mantenimiento	145
Tabla 86 Publicidad y promoción.....	145
Tabla 87 Suministros de oficina.....	146
Tabla 88 Suministros de limpieza.....	146
Tabla 89 Material de trabajo	147
Tabla 90 Resumen de inversiones en activo circulante	147
Tabla 91 Resumen de activos	148
Tabla 92 Financiamiento de la inversión	148
Tabla 93 Presupuesto proyectado	149
Tabla 94 Costo unitario de producción.....	150
Tabla 95 Precio de venta al público.....	151
Tabla 96 Presupuesto de ingresos.....	151
Tabla 97 Estado de pérdidas y ganancias.....	152
Tabla 98 Clasificación de los costos fijos y variables.....	154
Tabla 99 Flujo de caja.....	166
Tabla 100 Valor Actual Neto (VAN).....	167
Tabla 101 Relación beneficios costo	168
Tabla 102 Periodo de recuperación de capital	169
Tabla 103 Tasa interna de retorno (TIR)	170

Tabla 104 Análisis de sensibilidad con incremento en los costos	173
Tabla 105 Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos	174
Tabla 106 Matriz de impacto ambiental	175
Tabla 107 Atributos de los impactos.....	176
Tabla 108 Identificación y valoración de impactos	176

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Leche.....	23
Gráfico 2. Leche fluida entera.....	25
Gráfico 3. Leche en polvo.....	26
Gráfico 4. Leche condensada.....	26
Gráfico 5. Las razas Fledckvieh, Holstein, jersey y normando	27
Gráfico 6 Consume manjar o mermelada	48
Gráfico 7 Razón por la que consume manjar o mermelada	49
Gráfico 8 Cada que tiempo consume manjar o mermelada	50
Gráfico 9 Calidad del producto.....	51
Gráfico 10 Tipos de manjar o mermelada que consume.....	52
Gráfico 11 Precio que paga por el manjar de leche	53
Gráfico 12 Consumiría una nueva presentación	54
Gráfico 13 Lugar donde adquiere el manjar	55
Gráfico 14 Consumiría el producto de la microempresa	56
Gráfico 15 Peso del producto.....	57
Gráfico 16 Características del producto.....	58
Gráfico 17 Precio que pagaría por el manjar	59
Gráfico 18 Cantidad que consume semanalmente	60
Gráfico 19 Presentación del producto.....	61
Gráfico 20 Lugar de preferencia para la adquisición.....	62
Gráfico 21 Publicidad	63
Gráfico 22 Diario de preferencia	64
Gráfico 23 Emisora de preferencia	65
Gráfico 24 Redes sociales.....	66
Gráfico 25 Promociones	67

Gráfico 26 Tipo de negocio	68
Gráfico 27 Vende manjar en su local.....	69
Gráfico 28 A quien compra el producto.....	70
Gráfico 29 Utilidad por tarrina.....	71
Gráfico 30 Tarrinas de majar que vende al día	72
Gráfico 31 Logotipo.....	85
Gráfico 32 Pagina de Facebook	88
Gráfico 33 Modelos de anuncios publicitarios	88
Gráfico 34 Diseño de cuña radial.....	89
Gráfico 35 Ubicación parroquial.....	98
Gráfico 36 Croquis de la microempresa	99
Gráfico 37 Olla de acero inoxidable	100
Gráfico 38 Envasadora.....	101
Gráfico 39 Balanza	101
Gráfico 40 Prendas de seguridad	102
Gráfico 41 Diagrama de flujo proceso de producción de manjar de leche	107
Gráfico 42 Distribución física de la microempresa.....	109
Gráfico 43 Organigrama estructural de la microempresa	116
Gráfico 44 Organigrama funcional de la microempresa	117
Gráfico 45 Organigrama posicional de la microempresa.....	118
Gráfico 46 Punto de equilibrio primer año	157
Gráfico 47 Punto de equilibrio segundo año.....	159
Gráfico 48 Punto de equilibrio tercer año	161
Gráfico 49 Punto de equilibrio cuarto año	163
Gráfico 50 Punto de equilibrio quinto año.....	165

Índice de Anexos

Anexo 1 Resumen del proyecto	183
Anexo 2 Modelo de encuesta aplicada a las familias	184
Anexo 3 Modelo de encuesta aplicada a los intermediarios	188
Anexo 4 Modelo de encuesta aplicada a la competencia.....	190

Introducción

El presente plan de negocios para la creación de una microempresa productora y comercializadora de manjar de leche, se encuentra orientada a ser implantada en la Parroquia Valladolid, Cantón Palanda, perteneciente a la Provincia de Zamora Chinchipe, la misma que se encuentra en la parte sur oriental del Ecuador, este sector cuenta con climas muy variados, con una temperatura de 15 °C en las zonas frías hasta los 25 °C en las zona calientes y una humedad relativa del 95%, por ende esta es considerada como una zona netamente agrícola y ganadera ya que aproximadamente el 80% de los ingresos de los habitantes de la localidad son generados de las dos fuentes antes mencionadas.

Valladolid es una zona netamente ganadera ya que la mayoría de los habitantes se dedican principalmente a la producción ganadera donde se encuentran múltiples hatos ganaderos, pero a pesar de esto aún no se ha implementado una planta para el procesamiento adecuado de los derivados que se pueden obtener de la leche de las vacas, donde se encuentra inmerso el manjar de leche siendo este uno de los principales derivados que los habitantes elaboran de forma artesanal en sus hogares para satisfacer su necesidad.

Los que conlleva a que el producto no tengan la calidad que exige el mercado ya que no cumplen con los requisitos necesarios, entre ellos está el registro sanitario, debido a esta y otras razones se ha planteado este plan de negocios para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de leche en Valladolid, la misma que aplicara altos estándares de calidad en su producto, y es una alternativa para que los productores de la localidad perciban ingresos y las familias puedan satisfacer una necesidad, por ello se presenta esta investigación con sus respectivos objetivos para realizar, el estudio de mercado, estudio técnico, análisis financiero y la evaluación financiera.

El presente trabajo posee un Resumen en el cual se determina el conocimiento de la investigación, seguido de ellos se encuentra la Introducción donde se realiza la descripción de

la estructura del plan de negocio. De la misma manera se encuentra la Metodología utilizada en donde se hace referencia a los diferentes métodos y técnicas que fueron utilizados para la elaboración. Después encontramos la Fundamentación teórica estableciendo los conocimientos teóricos y prácticos respectivos con el presente proyecto.

El desarrollo del presente trabajo de tesis está conformado por VII capítulos los mismos que se encuentra establecidos en el siguiente orden:

El Capítulo I está conformado por las encuestas que fueron aplicadas a los demandantes, los intermediarios y la entrevista al principal oferente el Sr. Jamil Ramón, propietario y gerente de la microempresa artesanal “PRODULAV”; luego de obtener la información necesaria se procedió a realizar la tabulación, análisis e interpretación de la misma para el estudio de mercado.

El Capítulo II, se encuentra compuesto por el estudio de mercado donde se manifiestan los aspectos más relevantes afines con la oferta y demanda del producto, con su respectivo plan de comercialización.

En el Capítulo II, se elabora el estudio técnico donde se establecen los factores principales de acuerdo al tamaño y la localización de la microempresa, también se hace referencia a la ingeniería del proyecto con los requerimientos y elementos tecnológicos necesarios, siempre y cuando se ajuste a las necesidades de la microempresa y la localidad donde realizara sus operaciones.

En el Capítulo IV, se establece el estudio administrativo donde muestra la estructura organizacional y empresarial de la microempresa con sus respectivos organigramas y manuales de funciones para el correcto funcionamiento de las áreas que la conforman.

En el Capítulo V, se hace constar de manera precisa el estudio de mercado, en el mismo que se manifiesta los presupuestos y monto necesarios para la ejecución del presente plan de

negocios, el mismo asciende a \$ **31.934,85** dólares y será financiado por los accionistas de la microempresa en partes equitativas.

En el Capítulo VI, se establece la evaluación financiera donde se encuentra el valor actual neto (VAN) siendo positivo con un valor de \$ 1.635,21 dólares, la tasa interna de retorno (TIR) es de 12,95%, la misma que es mayor que el costo de oportunidad del capital, la relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido ganará 1,26 centavos de beneficio, la inversión se recuperará en 1 año, 3 meses y 29 días, en base al análisis de sensibilidad se puede observar un resultado satisfactorio que permite 6,58% de incremento en los costos y una disminución en los ingresos de -36,67% correspondientemente, por consiguiente el proyecto no es sensible a estos cambios..

En el Capítulo VII, se establece el estudio de impacto ambiental para determinar los posibles contaminantes al medio ambiente y evitarlo empleando medidas de mitigación para no afectar a la ciudadanía ni a la naturaleza, en este caso el proyecto de la microempresa no necesita medidas de mitigación.

En las Conclusiones y Recomendaciones, se manifiesta la factibilidad de la implementación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de leche en la parroquia Valladolid, por ende, aquí se muestra el balance final de la presente investigación, el mismo que se constituye de manera lógica, clara y concisa de los resultados obtenidos.

En la parte final se encuentra la Bibliografía de la información recopilada que se empleó y los anexos que son elementos auxiliares para generar un conocimiento apropiado de los temas que se encuentran vinculados al proyecto en sí.

Fundamentación Teórica

▪ Marco referencial

La leche debe poseer una excelente calidad higiénica en cuanto a esto, analizamos que generalmente esto ha sido un problema constante a través del tiempo, por lo tanto, se han determinado parámetros de clasificación y pagos de incentivos con la finalidad de mejorar día a día esa condición del producto, que se relaciona directamente con la vida útil del alimento.

Leche

La leche de vaca por lo general posee una gran demanda debido a que es considerada un alimento de primera necesidad en la dieta básica de niños, adultos mayores, enfermos, adolescentes etc., además tiene un alto valor nutricional debido a los macronutrientes de gran biodisponibilidad, contiene principalmente grasas, proteínas, lactosa y sales minerales. Es importante tener en cuenta que es un producto accesible y de relativo bajo costo.

Gráfico 1 Leche



Fuente: <https://saboryestilo.com.mx/vida-saludable/propiedades-de-la-leche-organica/>
Elaboración: La autora

Composición nutricional de la leche

Desde el punto de vista legal, se denomina leche a la secreción natural de las glándulas

mamarias de las vacas sanas o de cualquier otra especie animal, excluido el calostro. En promedio, la composición de la leche bovina es agua (87%), lactosa (4-5%), grasas (3-4%), proteínas (3%; alrededor de 32g/L), minerales (0.8%) y vitaminas (0.1%)¹⁴. (Vázquez & Uscanga, 2019)

Características de la leche

- **Complejidad**

Es secretada por las glándulas mamarias de las vacas después del nacimiento de la cría, la composición de la leche es compleja con alto valor nutritivo, es de color blanco y posee un sabor un poco dulce.

- **Heterogeneidad**

Es una emulsión de materia grasa, su líquido exterioriza analogías de plasma sanguíneo y materias proteínicas en un suero constituido por sales minerales y proteínas, también existen otros componentes mínimos como las vitaminas, enzimas, gases disueltos.

- **Variabilidad de la composición**

La leche puede variar su composición de una especie animal a otra en el caso de las vacas en la época del nacimiento es calostro, que está compuesto principalmente por partes proteínicas y salinas.

- **Alterabilidad**

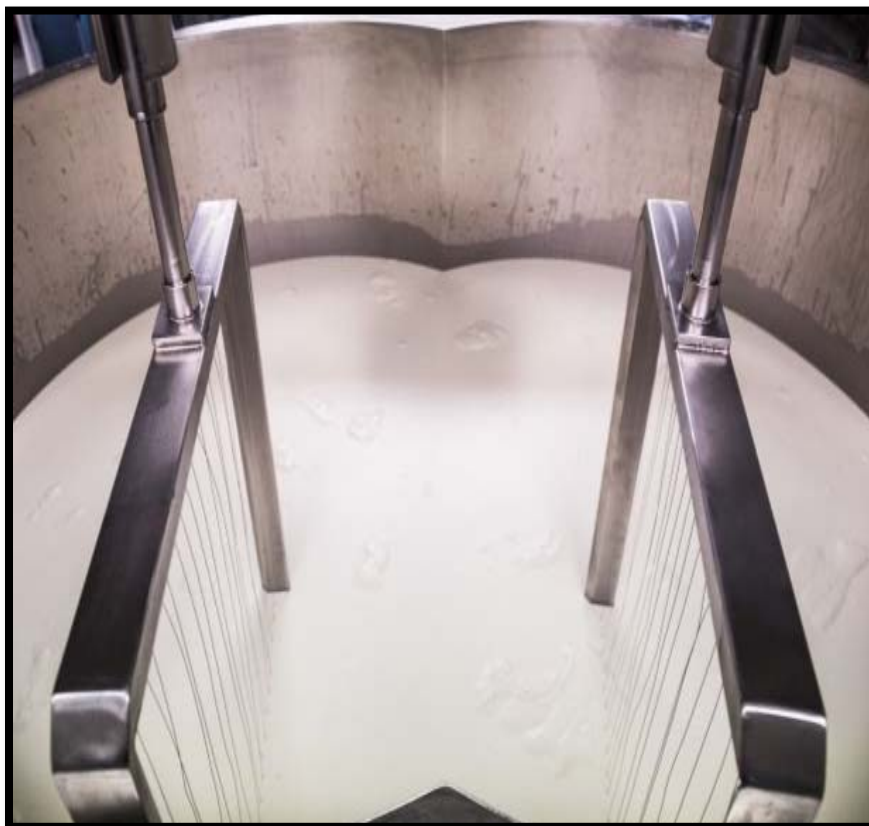
Normalmente la leche se altera de manera muy fácil con tan solo estar expuesta al calor ya que existen numerosos microorganismos incluso hasta insectos que pueden invadirla de manera fácil y rápida.

Leche fluida entera

Se entiende con éste nombre a la leche a granel higienizada, enfriada y mantenida a 5°C, sometida opcionalmente a terminación, pasteurización y/o estandarización de materia grasa, transportada en volúmenes de una industria láctea a otra para ser procesada y envasada bajo

normas de higiene. La leche fluida entera puede ser sometida a procedimientos de higienización por calor. Procesos de ultra alta temperatura (UAT o UHT), que consisten en llevar la leche homogenizada a temperaturas de 130° a 150°C durante 2 a 4 segundos, permiten higienizarla de forma apropiada y de manera que estas puedan llegar en forma segura al consumidor. (Murad, 2015)

Gráfico 2. Leche fluida entera



Fuente: https://cadenaser.com/ser/2019/01/11/sociedad/1547209895_759737.html
Elaboración: La autora

Leche en polvo

A la leche en polvo generalmente podemos encontrarlas enteras, semidescremadas y descremadas ya que a través de varios procesos técnicos el líquido se llega a deshidratar y por consiguiente se reduce a polvo. Para efectuar este proceso, la leche es introducida en cámaras calientes las cuales se encargan de la deshidratación formando así pequeñas gotas de leche que se deshidratan inmediatamente.

Gráfico 3. Leche en polvo



Fuente: <https://edairynews.com/es/importaciones-de-leche-en-polvo-de-mexico-suben-14-8-131396/>

Elaboración: La autora

Leche condensada

Ha esta variedad normalmente es utilizada en su mayoría para la repostería, no es apta para la dieta diaria debido a su elevado contenido de grasa y bajo de agua. Se la obtiene de la leche fluida a la que se le agrega glucosa y sacarosa, se logra su concentración al vacío con temperaturas medias, este producto tiene 7% de grasa y aproximadamente el 30% de agua.

Gráfico 4. Leche condensada



Fuente: <https://cocinaycomparte.com/recetas/leche-condensada-casera-y-sin-azucar-light>

Elaboración: La autora

Producción láctea en Zamora Chinchipe

En el Oriente Ecuatoriano, predominan las explotaciones no especializadas, en su mayoría existen hatos destinados a la producción lechera predominando entre ellas las siguientes razas: Holstein friesian, Brown Swiss, Jersey, también existen hatos doble propósito es decir productoras de leche y carne dentro de las cuales encontramos: Normando, Gyr, Fleckvieh, mientras que en algunos sectores solamente se dedican a la producción cárnica entre estas razas se encuentran las siguientes: Charoláis, Angus, Brahmán, etcétera.

Cabe recalcar que existe un número considerable de vacas mestizas que son el resultado del cruce de varias razas las cuales tienen la misma finalidad que las anteriores la producción de carne y leche.

Gráfico 5. Las razas Fleckvieh, Holstein, jersey y normando



Fuente: <https://www.contextoganadero.com/ganaderia-sostenible/5-razas-lecheras-y-sus-valores-en-calidad>
Elaboración: La autora

En esta zona la Provincia de Zamora Chinchipe tiene una representatividad del 10% del total de producción. Por otro lado, se estima que el número de productores que ordeñan vacas se acercan a los 5 mil y el número de ejemplares es aproximadamente de 300.000, lo que da un volumen de producción aproximado de 3'000.000 de litros anuales en este sector. (Capa, 2016)

En la parroquia Valladolid existe una concentración de alrededor de unas 10.000 cabezas de ganado Bovino de las cuales aproximadamente el 60% de las mismas están destinadas a la producción lechera con una producción promedio de 10 litros/día por cada cabeza de ganado bovino en producción lo que hace un promedio diario de 100.000 litros día de producción total de los cuales solo el 20 % se utilizan para la producción de derivados. (Capa, 2016)

▪ **Marco conceptual**

Plan de negocios

Un plan de negocios, debe ofrecer todas las herramientas necesarias para la toma de decisiones del inversionista (emprendedor) y que se considera un esquema pormenorizado donde se detallan los productos y servicios que se ofrecen, mercado meta, entorno competitivo, estrategias de entrada, funcionamiento del negocio y el establecimiento en detalle de las operaciones financieras; además indica que un plan de negocios debe ser eficaz, estructurado y de fácil comprensión. (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018)

Estudio de Mercado

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos y resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto o servicio dentro del mercado. (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018)

Análisis de la demanda

La búsqueda de información se debe centrar en dos aspectos: la función demanda y la cantidad demanda. La función demanda se refleja en el comportamiento que tienen los consumidores frente al precio de un producto o servicio, el evaluador debe descubrir si el proyecto se enfrenta a una demanda elástica o inelástica. Por otra parte, la cantidad demanda hace referencia al consumo nacional, el que está determinado por la producción nacional, las importaciones y las exportaciones. (Moreno Castro, 2016)

Demanda potencial

Se encuentra constituida por la cantidad de bienes o servicios que se podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado. (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018)

Demanda actual

Se encuentra constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado. (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018)

Demanda efectiva

Está conformada por la cantidad de bienes o servicios que son requeridos por el mercado esto debido a que existen algunas restricciones para acceder al producto, por lo tanto, aunque quieran adquirirlo no pueden hacerlo, en este caso podría ser por la situación económica, el nivel de ingresos entre otros factores. (Luna González, 2016)

Análisis de la oferta

La oferta es el comportamiento de los competidores actuales y potenciales proporciona una indicación directa e indirecta de sus intenciones, motivos objetivos, estrategias actuales y sus capacidades para satisfacer con eficiencia las necesidades de una parte o del total de

consumidores actuales y potenciales que tendrá el plan de negocios, aspecto de vital importancia para establecer estrategia (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018)

Demanda insatisfecha

En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes debido a esto no se logra satisfacer la demanda de los destinatarios en el mercado. (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018)

Producto-servicio

Es aquel que comprende propiedades físicas y técnicas que condicionan a satisfacer deseos o necesidades determinados e incorporan envase, marca, presentación etc., “Estos significa que, un producto es una cosa o un objeto producido o fabricado, es algo material que se elabora de manera natural o industrial mediante un proceso, para el consumo o utilidad de los individuos” (Monferrer, 2015, pág. 86).

Precio

El precio es la cantidad de dinero que hay que pagar por la compra o alquiler de un determinado producto o servicio. La apertura o lanzamiento de un negocio al mercado debe estar acompañada por una estrategia de precio para asegurar su posicionamiento atrayendo a los clientes (Eslava, 2015)

Plaza

La plaza es el lugar donde se venden los productos. Para llegar a los usuarios finales es preciso examinar la presencia de clientes, el costo del lugar, las facilidades y dificultades para acceder con el producto, la posibilidad de mantener relaciones duraderas con los usuarios y el lugar donde la imagen adquiere mayor valor. (Moreno Castro, 2016)

Promoción-publicidad

“La promoción consiste en comunicar o recordar la existencia de un producto a los consumidores, así como persuadir, motivar, inducir su compra o adquisición” (Baquero & Cantor, 2017).

Mientras que publicidad “es la aplicación inteligente de una mezcla de acciones y productos publicitarios, muy creativos y de bajo costo para comunicar su producto o servicio y posicionarlo en la mente de su público objetivo” (Zia, 2016)

Estudio técnico

Un análisis técnico identifica las características del producto, la descripción de su proceso, diagramas de los procesos, maquinaria y equipo, materias primas, insumos, rendimientos, áreas del negocio, programa de producción, requerimiento de mano de obra, localización entre las principales condiciones para su estructura y adaptación en el plan de negocios. (Moyano Castillejo, 2015)

Localización de la empresa

Para determinar la localización óptima del negocio se debe tomar en cuenta algunos factores tales como: condicionantes geográficos, físicos, infraestructura para transporte de materia prima, insumos o materiales, servicios de asistencia técnica y capacitación del talento humano, servicios financieros, servicios básicos, seguridad, régimen legal entre otras. (Luna González, 2016)

Factores

En contraste con el estudio técnico inciden varios factores entre ellos se encuentran los siguientes: los medios y costos del transporte, la disponibilidad y costo de la mano de obra, la

cercanía de las fuentes de abastecimientos, los factores ambientales, la estructura impositiva y legal, la disponibilidad de agua, energía y otros suministros. (Murad, 2015)

- Factores geográficos, que se relacionan con las condiciones naturales que rigen en las distintas zonas del país, como el clima, los niveles de contaminación y desechos, las comunicaciones (carreteras, vías férreas y aéreas), entre otras.
- Factores institucionales, que son los relacionados con los planes y las estrategias de desarrollo, y descentralización industrial.
- Factores sociales, que se relacionan con la adaptación del plan ambiente y la comunidad.
- Factores económicos, que se refiere a los costos de los suministros e insumos en esa comunidad, como es la mano de obra, las materias primas, el agua, la energía eléctrica, los combustibles, la infraestructura, terrenos y la cercanía de los mercados, etc. (Luna González, 2016)

Macro localización

La ubicación del negocio se describirá sistemáticamente: es decir, se definirá la macro localización, para que a partir de esta se describan las opciones de micro localización, se debe señalar la delimitación de la zona y definir en forma correcta, dentro de esta, las áreas que contienen el o los terrenos por decir. (Luna González, 2016)

Micro localización

La localización es mucho más específica y exacta, se la determina una vez que se ha realizado la macro localización, identificando los factores más importantes como: la ubicación de la materia prima, de mano de obra especializada, de caminos y vías de acceso, los precios de los factores productivos y la existencia de servicios básicos. (Moreno Castro, 2016)

Tamaño de la empresa

Se conoce como tamaño de una planta o empresa la capacidad instalada de producción de la misma, esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo. Es decir, en volumen, peso, valor, o unidades de producto elaborados por año, mes, días y horas, etcétera. (Moreno Castro, 2016)

Ingeniería del proyecto

“Se busca dar solución a todo lo referente a la instalación, acción, descripción del proceso, adquisición de maquinaria, equipo y herramientas; distribución optima y la organización que habrá de tener la planta productiva” (Luna González, 2016)

Proceso productivo

El proceso de producción es la transformación de los insumos de mano de obra, capital, terrenos y administración en productos de bienes y servicios, en otros términos, es la metodología que se aplica en el plan para obtener bienes y servicios, utilizando insumos como materia prima, mano de obra, capital, maquinaria, equipo, mediante una efectiva función de manufactura. (Luna González, 2016)

Flujograma de procesos

“Contiene detalles e información como el diagrama de flujo del proceso, donde se aplica una simbología internacional aceptada para representar las operaciones efectuadas” (Luna González, 2016).

A continuación, se describe la simbología empleada:

Operación: se entiende que se efectúa un cambio en algún componente del producto, por medios físicos, mecánicos, químicos, o la mezcla de cualquiera de los tres.

⇒ **Transporte:** cualquier movimiento del producto, en determinada operación o algún punto de almacenamiento o demora.

▽ **Almacenamiento:** intervalos durante los cuales el producto, o cualquiera de sus partes, espera o esta inmóvil, puede ser de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.

□ **Inspección:** todas las actividades que se realizan para verificar que el producto, una operación o un transporte se efectúa correctamente.

D **Demora:** almacenamiento temporal antes o después de una operación de producción.

⊗ **Operación combinada:** se da cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Distribución de la planta

Es un diseño de distribución de planta consiste en la disposición o configuración de los departamentos, estaciones de trabajo, equipos, maquinaria y herramientas que conforman el proceso de producción y que deben estar representadas en un plano o croquis correctamente definido. (Luna González, 2016)

Estructura organizativa de la empresa

“La estructura organizacional es la representación real del negocio, por lo general está sujeta a cambios de diseño de acuerdo a las exigencias del entorno y de las necesidades propias de la organización” (Gilli, 2018).

Organización legal

Según el autor: Moreno, “Es el conjunto de leyes, reglamentos, normas, decretos que establecen el basamento jurídico sobre el cual se sustenta la investigación” (Moreno Castro, 2016).

Razón social

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo que debe estar de acorde con el tipo de microempresa el cual debe ser conforme lo establece la Ley. (Moreno Castro, 2016)

Objeto social

Hace referencia a lo que se dedicara la empresa es decir a la producción, comercialización y distribución del producto terminado a la ciudadanía en general. (Moreno Castro, 2016)

Tiempo de duración

Toda actividad tiene un tiempo de vida o duración para lo cual se planifica y posteriormente se evalúa para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe manifestar que plazo o tiempo estimado operará. (Moreno Castro, 2016)

Domicilio

La microempresa debe ser implementada en una ubicación estratégica para poder optimizar tiempo y recursos donde posea una infraestructura adecuada. (Moreno Castro, 2016)

Organización administrativa

“Se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las relaciones entre los directivos, encargados de áreas y los empleados” (Gilli, 2018)

Niveles jerárquicos

Según (Gilli, 2018): existen varios niveles jerárquicos entre ellos se encuentran los siguientes:

- **Nivel Legislativo.** - es el formulador de leyes y proyectos de ley, amparados por la Constitución, para generar bienestar de la empresa.
- **Nivel Ejecutivo.** – este nivel está a cargo del manejo de la organización, consiste en

concebir y efectuar las leyes, políticas, normas, reglamentos y procedimientos que oriente el nivel directivo.

- **Nivel Asesor.** – se enfoca en aconsejar, informar y preparar proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas de la empresa.
- **Nivel Auxiliar o de Apoyo.** – se encarga de apoyar a los demás niveles administrativos, en la asistencia de servicios, de manera oportuna optimizando tiempo y recursos.
- **Nivel Operativo.** - es el encargado de manera directa de dar cumplimiento a todas las actividades primordiales de la empresa, debido a esto es considerado el pilar fundamental de la producción y comercialización del producto o servicio.

Organigrama

Según (Gilli, 2018), considera como organigrama a la representación de la estructura grafica de la microempresa.

- **Estructural.** - es la representación gráfica de la división de funciones.
- **Funcional.** - es donde se representa e indica las funciones que posee cada departamento.
- **Posicional.** – es muy importante ya que se analizan y desarrollan aspectos más profundos como número desempleados y su respectivo sueldo.

Manual de funciones

Es aquel que abarca el análisis y la descripción de los diferentes cargos e instrumentos que originan y motivan la eficiencia de la administración de los Recursos Humanos debido a que estos permiten establecer normas de coordinación entre cargos. (Gilli, 2018)

Estudio financiero

Se define la estructura financiera, como una secuencia simultánea del análisis económico, y a la hora de crear un negocio, el emprendedor debe conocer como se establece el estudio

financiero desde su inicio, los costos de materia prima y cuál es la estructura del costo, los gastos de elaboración de los productos o servicios si en el negocio se los elaborará, o en su defecto cuales son los gastos de comercialización que se requieren para la venta de los productos o servicios. (Romero, Hidalgo, & Correa, 2018)

Inversiones

En la fase de montaje del proyecto se adquieren activos fijos, se invierte en activos intangibles y en capital del trabajo. En primera etapa de operación se reponen los activos fijos cuya vida útil se agota durante el horizonte de valuación y, además, se invierte en capital de trabajo en la medida que las ventas experimentan un crecimiento. El conjunto de inversiones de un proyecto se registra en el balance general del periodo en que se adquieren como activos circulantes, activos fijos y otros activos. (Moreno Castro, 2016)

Activos fijos

Los activos fijos, inmovilizados o no corrientes son los bienes cuya duración es mayor a un año. En ellos se incluye el terreno, los edificios, las máquinas, los muebles, las instalaciones eléctricas, sanitarias y de gas, los vehículos, los enseres y las herramientas. Con excepción de los terrenos, estos activos están sujetos a depreciación porque por su naturaleza pueden agotarse, desgastarse o destruirse durante su empleo. (Moreno Castro, 2016)

Activos diferidos

Son todas aquellas inversiones que se vinculan con la compra de patentes y marcas, estudio de mercado y factibilidad del proyecto, gastos de ensayos y puesta en marcha.

Activos circulantes o capital de trabajo

Los desembolsos propios del giro del negocio exigen dos formas de pagos: al inicio del proyecto y durante las ventas. El capital de trabajo inicial son los fondos que se necesitan para

fabricar el producto o para prestar el servicio antes que se generen los ingresos a través de su venta. Entre sus componentes se encuentran los costos de producción, los gastos de administración y ventas, y el dinero en caja. (Moreno Castro, 2016)

Financiamiento de la inversión

Se entiende como una forma de financiamiento según los cuales los prestadores e inversionistas accionarios buscan principalmente el flujo de efectivo de un activo determinado o una serie de activos sobre los cuales obtener un rendimiento y, por tanto, el retorno de su inversión al decidir si un financiamiento del plan de negocios es una forma de reunir fondos apropiados para un plan específico. (Luna González, 2016)

Capital social

Es el monto de capital con el que se logra dar inicio a las operaciones de la nueva empresa y la forma en la que se encuentra conformada.

Análisis de costos

En un negocio se presentan tres grupos de costos: los variables, los fijos y los de oportunidad o rentabilidad exigida. El análisis consiste en encontrar el número de unidades que se tienen que vender para cubrir es trilogía. El resultado permite observar que se trata de una cantidad de equilibrio con retorno. (Moreno Castro, 2016)

Costo unitario de producción y determinación del precio de venta al público.

Dentro del costo de producción incurre en los costos de materia prima, mano de obra y cargos indirectos. Los costos de producción se dividen en materia prima directa, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación. (Moreno Castro, 2016)

Clasificación de costos

Los costos se clasifican en varios debido a esto se analizará los siguientes:

- **Costos fijos.**

Las instalaciones nuevas, desde el principio traen consigo costos fijos en los que solo se incurre una vez, los que deben recuperarse a partir de los ingresos, si la inversión resulta rentable.

- **Costos variables.**

Ya constituida la nueva instalación deberá contratar personal e iniciar actividades siendo estos costos que dependen de la ubicación para los procesos de la conversión de mano de obra intensiva, la disponibilidad de la misma y una diversificación salarial, son cuestiones básicas. (Luna González, 2016)

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio determina el volumen de operación o nivel de utilización de la capacidad instalada, en el que los ingresos (ventas) son iguales a los costos. Por debajo de este resultado el negocio incurre en pérdidas y por arriba en utilidades. En otras palabras, el punto de equilibrio es el nivel de producción en el que los beneficios por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y los variables. (Luna González, 2016)

Flujo de caja

“Los flujos de caja facilita información acerca de la capacidad de la microempresa haciendo referencia a las salidas y entradas netas de dinero del proyecto en un período determinado” (Moyano Castillejo, 2015).

Valor actual neto

El VAN representa el valor del dinero a través del tiempo, es decir muestra el valor actual de una inversión fundamentada en los flujos de efectivo esperados en los siguientes años. Es un indicador financiero, que permite determinar la factibilidad de un proyecto, siempre y cuando

el resultado de los ingresos menos los egresos, sean mayores a la inversión, porque el mensaje emitido es que aun cuando se resta la inversión se determina un saldo de ganancia. (Moreno Castro, 2016)

Formula del VAN:

$$VAN = \text{Sumatoria de flujos netos} - \text{Inversión}$$

Periodo de recuperación del capital

Se analiza el periodo de recuperación de capital P.R.C. este indicador señala el tiempo en el que se recuperan los fondos invertidos en el proyecto. Su cálculo depende del flujo de caja; si el flujo de caja es constante se realiza dividiendo la inversión para el flujo. Si, por el contrario, el flujo no es constante, se precisa la obtención del flujo de caja acumulado. (Olmedo, Mendoza, & Silva, 2020)

$$P.R.C. = \frac{\text{Inversión Inicial}}{FC \text{ constante}}$$

Relación costo beneficio

Se obtiene el valor presente de los flujos desde el primer año de operación y se divide para la inversión del proyecto. Si el valor es superior a 1, se concluye en la rentabilidad del mismo y se aprueba su ejecución. (Olmedo, Mendoza, & Silva, 2020)

Este indicador corresponde a la siguiente ecuación:

$$\text{Beneficio} - \text{costo} = \frac{VP(\text{Flujo de caja})}{\text{Inversión}}$$

Tasa interna de retorno

La TIR, es un instrumento o medida usado para evaluar la eficiencia de una inversión. El emprendedor debe aplicar la tasa interna de retorno, para conocer si la inversión a realizar es rentable, en que tiempo la recuperará y qué tasa de interés ganará por la inversión. (Moreno Castro, 2016)

Ecuación para calcular la TIR:

$$TIR = Tm + DT \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad y rentabilidad son dos aspectos importantes en la valoración de inversiones y estudios de factibilidad. El primero de ellos indica si un proyecto es rentable, mientras que el segundo pone a prueba esa rentabilidad a través de la alteración de algunos supuestos o variables previamente definidos. (Olmedo, Mendoza, & Silva, 2020)

Fórmula para establecer al análisis de sensibilidad:

$$\text{Sensibilidad del VAN} = \frac{VAN_n - VAN_a}{VAN_a} * 100$$

Metodología Utiliza

Para llevar a cabo el presente proyecto se empleó diferentes métodos y técnicas que permitan facilitar el acceso y recolección de la información pertinente, estos son de suma importancia ya que tienen como finalidad dar cumplimiento a los objetivos planteados dentro del mismo. Por lo tanto, tenemos los siguientes:

- **Métodos**

Los métodos más adecuados y oportunos para el desarrollo de la presente investigación serán detallados a continuación:

Método Inductivo:

Según lo mencionan (Rodríguez & Pérez, 2017) la inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica.

El método inductivo se empleó para indagar y analizar algunas cuestiones específicas mediante los cuales se consiguió conclusiones generales acerca del objeto de estudio, así mismo a través de este método se logró recopilar información esencial mediante la aplicación de las encuestas y entrevistas a la población, en base al estudio de mercado se analizó la oferta y demanda del proyecto para generar conclusiones generales de forma precisa y acertada.

Método Deductivo:

(Rodríguez & Pérez, 2017) manifiestan que consiste en inferir soluciones o características concretas a partir de generalizaciones, principios, leyes o definiciones universales. Se trata de encontrar principios desconocidos, a partir de los conocidos o descubrir consecuencias desconocidas, de principios conocidos; por ejemplo, obtener conclusiones prácticas referentes

al comportamiento de alguna sustancia, en función de un principio o ley general que allí se aplica.

Al método deductivo se lo empleo para la recopilación y el análisis minucioso de los antecedentes bibliográficos del presente estudio, mediante la obtención de los mismos se procedió consecuentemente a la conformación del proyecto. Por su puesto, partiendo de lo general para después aplicarlo a casos individuales condescendiendo así a determinar los posibles clientes, para de esta manera lograr alcanzar un resultado lógico el mismo que será obtenido a partir de todas las premisas.

Método Estadístico

(Rodríguez & Pérez, 2017) afirman que, el método estadístico radica en “Una serie de operaciones y procedimientos que consiste en permitir demostrar la hipótesis del proyecto y establecer las relaciones necesarias de causalidad, así mismo consisten en la manipulación de datos cuantitativos y cualitativos, mediante la implementación de técnicas de recolección, presentación, descripción y análisis de información”

Consistió en manejar de manera correcta los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación mediante la recolección, análisis e interpretación de datos e información complementaria, teniendo como propósito comprobar la hipótesis en general para una mejor comprensión de la realidad y una optimización en la toma de decisiones referente al proyecto.

- **Técnicas**

La Observación Directa

De acuerdo a los dos autores (Romo & Castillo, 2012): la observación puede ser directa, en caso que el investigador sea testigo presencial de los hechos y se encuentre inmerso dentro de la situación o lugar particular”.

Esta técnica permitió recolectar información y analizar la situación de los productores ganaderos también se estableció los inconvenientes que se presentan en el mercado y se analizó

de forma precisa la localización y el tamaño de la microempresa mediante el estudio técnico.

La Encuesta

“Es un procesamiento de datos e información , el mismo que se presenta en forma de cuestionario del conjunto de peculiaridades con el cual se pretende estudiar la cantidad del censo o muestreo antes predeterminado” (Salas Begazo, 2018).

Es una serie de preguntas que está dirigida a la población (familias) de Valladolid con un numero de 203 encuestas obtenidas mediante la muestra las que fueron aplicadas a las diferentes familias de la parroquia Valladolid, con la finalidad de obtener información acertada referente al estudio de mercado del proyecto, identificando la demanda del producto a insertar en el mercado, como los gustos, las preferencias y otros factores relevantes. Así mismo, se aplicó la encuesta a los propietarios de los negocios intermediarios de la localidad.

Entrevistas:

De acuerdo a (Romo & Castillo, 2012): “la entrevista es una herramienta esencial al momento de optar una forma adecuada de la conversación, ya que la dicha conversación es un entrelazamiento de lenguaje y emoción, y no es solamente la transmisión de palabras sino también de sentido”.

Esta técnica es de relevancia para la recolección de información fue aplicada a el Señor Jamil Ramón propietario “PRODULAV” microempresa artesanal que produce y comercializa productos lácteos como yogurt, quesos, manjar de leche entre otros involucrados en este proyecto, se lo llevo a efecto de manera verbal conociendo así cual es la posición de la competencia y el estado de la oferta en el mercado a nivel parroquial.

▪ Población y muestra

Población

Se delimito la población a la cual va dirigido el estudio, teniendo en consideración la geografía y demografía de la localidad en este caso de la parroquia Valladolid.

De acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) emitido por el Gobierno Autónomo del Cantón Palanda del año 2014, la parroquia de Valladolid cuenta con una población de aproximadamente 1678 habitantes cantidad que fue dividida para los 4 integrantes promedio por familia de lo cual obtenemos el siguiente resultado: $1.678/4=419$ familias.

Proyección de la población

Con los datos obtenidos anteriormente se procedió a la proyección de la población para el año 2020 que es el año donde se realizó el presente estudio.

Se aplicó la siguiente fórmula para el cálculo directo de la población al año 2020.

Población familias 2014 = 419 familias.

Formula:

$$Pf = Po (1 + r)^n$$

Simbología:

Pf = población final

Po = población inicial

1 = constante

r = tasa de crecimiento

n = número de años

$$Pf = Po (1 + r)^n$$

$$Pf_{2020} = Po_{2014} (1 + r)^n$$

$$Pf_{2020} = 419 (1 + 0.47\%)^6$$

$$Pf_{2020} = 419(1.0285)$$

$$Pf_{2020} = 430,73$$

$$430,73 \approx 431 \text{ familias}$$

La población base para efectuar el estudio del proyecto fue de 431 familias en el año 2020.

Muestra

La muestra estadística es la agrupación de datos referentes a una población de datos, se

encuentra establecida por un numero de observaciones que representan apropiadamente el total de datos.

Tamaño de la muestra

Fórmula:

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

Simbología:

n = Tamaño de la muestra

N = Población total en familias

Z = Nivel de confianza (95%)= 1.96

p = probabilidad de éxito (50%)= 0,5

q = probabilidad de fracaso (50%)=0,5

e = margen de error que es (5%)= 0,05

(N-1) = corrección de la población

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (431)}{(0,05)^2(431 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{413.9324}{1,075 + 0,9604}$$

$$n = \frac{413.9324}{2.0354}$$

$$n = 203$$

Se obtuvo como resultado de la muestra la cantidad de 203 encuestas las cuales fueron aplicadas a los demandantes de la localidad de Valladolid.

Capítulo I

1. Análisis de los resultados de la investigación de mercado

En el transcurso del desarrollo de este capítulo se realizó el análisis e interpretación respectiva de los resultados obtenidos de la investigación de mercado, tomando en cuenta la segmentación determinada previamente a las familias de Valladolid, en base a los resultados obtenidos de la muestra, con la finalidad de elaborar un plan de negocios para la creación de una microempresa procesadora y comercializadora de manjar de leche en la parroquia Valladolid.

Por tal razón se procedió a aplicar las encuestas a las familias de la localidad en este caso se obtuvo anteriormente la muestra que arrojó como resultado 203 encuestas, así mismo se aplicó una encuesta a los propietarios de los negocios intermediarios de la localidad, cabe recalcar que además se realizó una entrevista al gerente-propietario de la microempresa artesanal “Productos Lácteos El Gran Vallesoletano” (PROULAV) el Sr. Jamil Ramón Castillo de la misma localidad.

Mediante la aplicación de la entrevista y las encuestas se logró extraer información valiosa y datos significativos para constituir de manera adecuada el plan de negocios para la creación de la microempresa, puesto que, al tabular los datos obtenidos con sus análisis pertinentes se logra determinar de forma consistente los resultados de la misma, teniendo así una perspectiva más clara a la que se enfrentara la propuesta de la creación de la microempresa, evaluando con precisión la percepción de los futuros clientes, determinado así la proyección de la demanda y la oferta, como el plan de comercialización; y, por consiguiente si tendrá buena aceptación por parte de las familias de la parroquia Valladolid.

1.1 Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de Valladolid

1. ¿En su familia consumen algún tipo de manjar o mermelada?

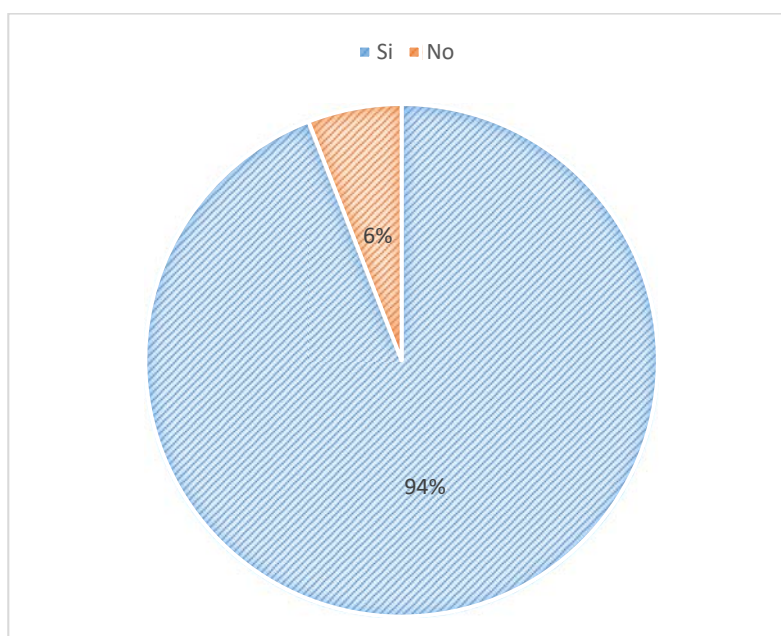
Tabla 1 Consume manjar o mermelada

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	191	94%
No	12	6%
Total	203	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 6 Consume manjar o mermelada



Fuente: Tabla 1

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia de Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con un 94% de las familias encuestadas de la localidad respondió que sí consumen manjares o mermeladas y el 6% restante manifestó que no consumen ningún tipo de manjar o mermelada. En conclusión, se puede mencionar que la mayoría de las familias de la localidad si consumen algún tipo de manjar o mermelada.

2. ¿Por qué razón consume manjar o mermelada en su familia?

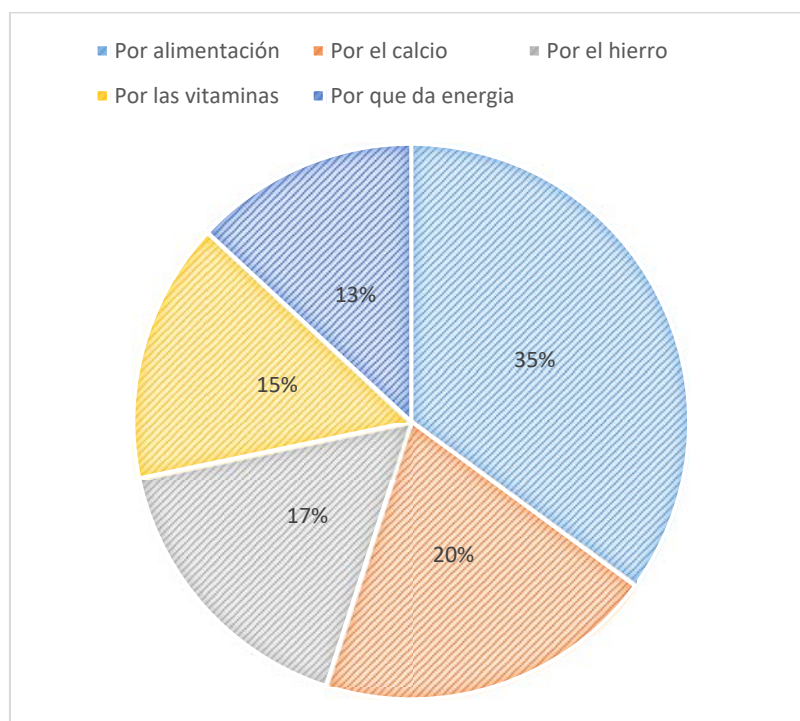
Tabla 2 Razón por la que consume manjar o mermelada

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por alimentación	67	35%
Por el calcio	38	20%
Por el hierro	32	17%
Por las vitaminas	29	15%
Porque da energía	25	13%
Total	191	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 7 Razón por la que consume manjar o mermelada



Fuente: Tabla N. 2

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: la mayoría de las familias de la localidad con un 35% consumen manjar o mermelada por alimentación, el 20% que las consumen porque posee y les aporta calcio, seguido del 17% que las consumen por que poseen hierro, mientras que el 15% manifestó que lo hacen ya que poseen vitaminas, y por consiguiente el 13% menciona que le aporta energía

al cuerpo al consumir manjar o mermelada. En conclusión, se puede mencionar que la mayoría de las familias de la localidad consumen manjar o mermelada básicamente por alimentación y porque posee calcio.

3. ¿Cada que tiempo consume el manjar o mermelada su familia?

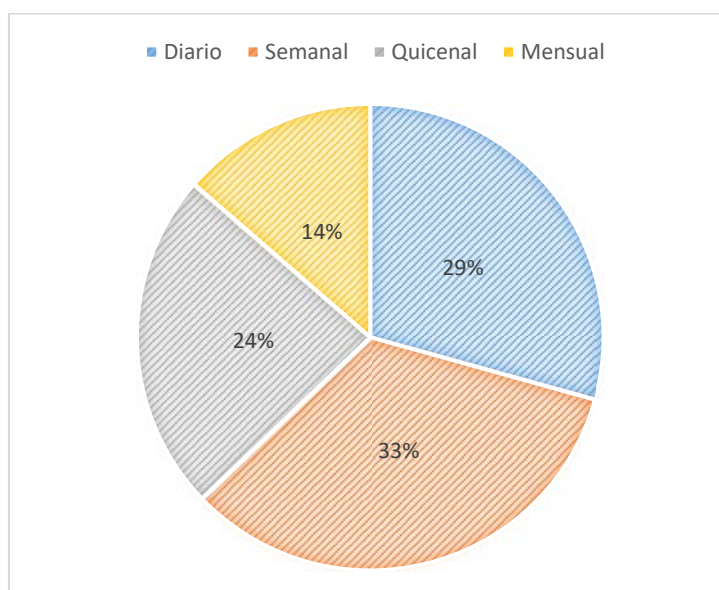
Tabla 3 Cada que tiempo consume manjar o mermelada

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	56	29%
Semanal	64	33%
Quincenal	45	24%
Mensual	26	14%
Total	191	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 8 Cada que tiempo consume manjar o mermelada



Fuente: Tabla N. 3

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: 33% de las familias encuestadas consumen manjar o mermelada de forma semanal, el 29% consume manjar o mermelada diariamente, seguido del 24% que consumen de forma quincenal manjar o mermeladas, y el 14% restante manifestó que consume manjar o

mermelada mensual. En conclusión, se puede mencionar que la mayoría de las familias de la localidad consumen manjar semanalmente y en algunas familias diariamente.

4. ¿La calidad del manjar o mermelada que consume su familia?

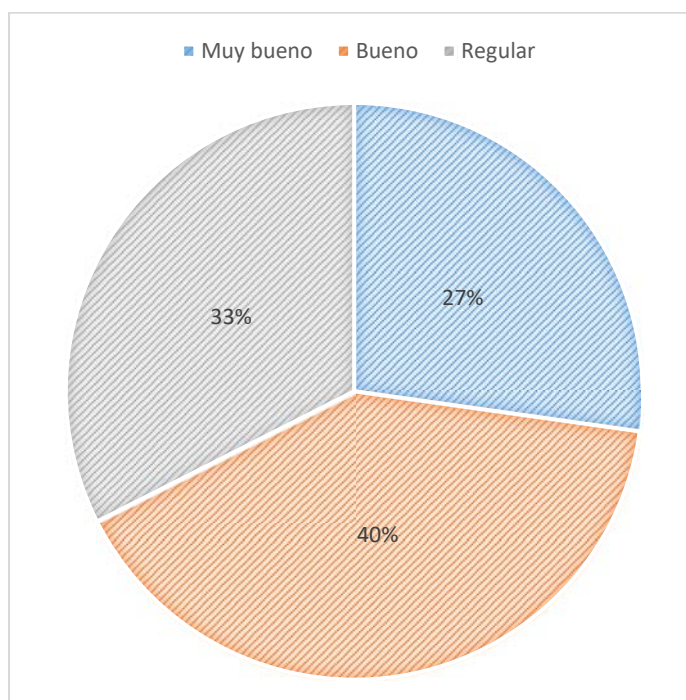
Tabla 4 Calidad del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	52	27%
Bueno	77	40%
Regular	62	33%
Total	191	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 9 Calidad del producto



Fuente: Tabla 4

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: el 40% de las familias que consumen manjar de leche manifiestan su descontento por la calidad y la determinan como buena, seguido del 33% que califican a la

calidad como regular y el 27% restante manifestó que el manjar de leche es de muy buena calidad. En conclusión, se puede mencionar que el manjar de leche de ofertado en la localidad es de calidad buena, pero sin embargo en algunos casos no cumple con las expectativas de los consumidores y la califican como regular.

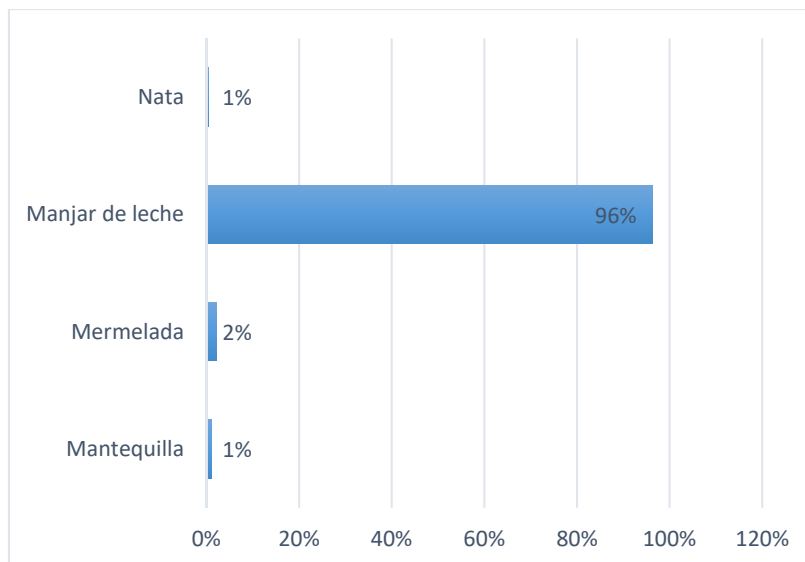
5. ¿Indique que producto consume su familia?

Tabla 5 Tipos de productos que consume

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mantequilla	2	1%
Mermelada	4	2%
Manjar de leche	184	96%
Nata	1	1%
Total	191	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaboración: La autora

Gráfico 10 Tipos de productos que consume



Fuente: Tabla 5
Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con el 96% las familias de la localidad consumen manjar de

leche, el 2% que prefieren consumir mermelada, mientras que el 1% se inclinan por consumir mantequilla y el 1% restante de las familias opta por consumir nata. En conclusión, se puede mencionar que las familias de la localidad prefieren adquirir manjar de leche ya que tiene buena aceptación por parte de los encuestados a nivel parroquial.

6. ¿A qué precio compra usted el manjar de leche en tarrinas?

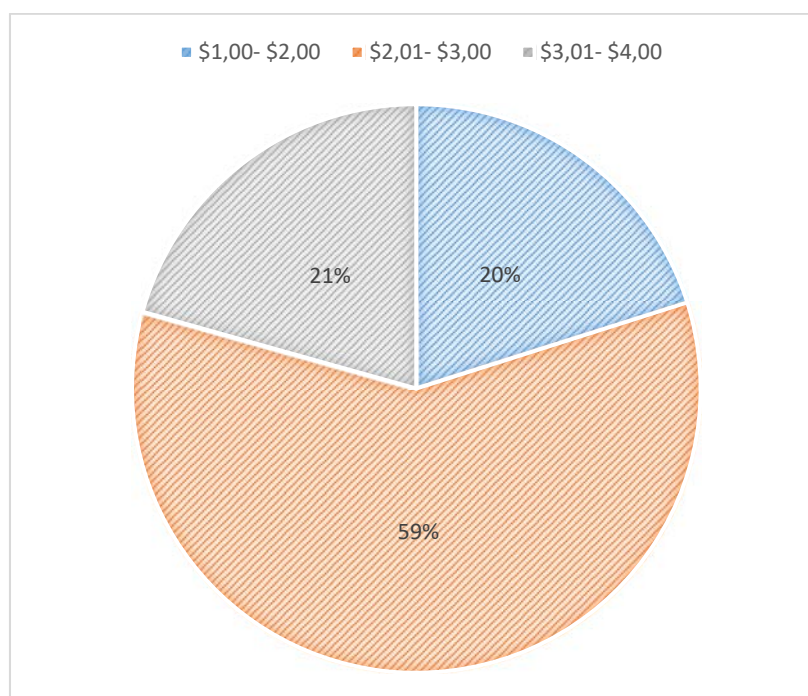
Tabla 6 Precio que paga por el manjar de leche

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,00 - \$2,00	37	20%
\$2,01- \$3,00	109	59%
\$3,01- \$4,00	38	21%
Total	184	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 11 Precio que paga por el manjar de leche



Fuente: Tabla 6

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con el 59% las familias de la localidad que consumen manjar

de leche pagan de \$2,01 a \$3,00 por tarrina, seguido del 21% que pagan de \$3,01 a \$4,00 por tarrina de manjar, mientras que el 20% restante manifiesta que paga de \$1,00 a \$2,00 por tarrina de manjar. En conclusión, se puede mencionar que las familias de la localidad actualmente pagan de \$2,00 a \$3,00 dólares por adquirir una tarrina de libra manjar de leche.

7. ¿Le gustaría consumir una nueva presentación de manjar de leche a su familia?

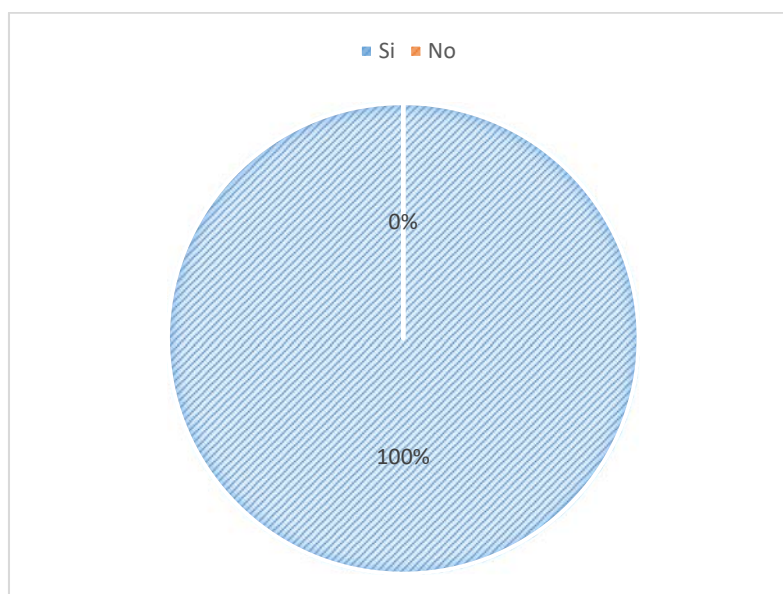
Tabla 7 Consumiría una nueva presentación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	184	100%
No	0	0%
Total	184	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 12 Consumiría una nueva presentación



Fuente: Tabla 7

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: el 100% de las familias encuestadas de la localidad que consumen manjar de leche están dispuestos a consumir una nueva presentación del producto.

8. ¿En dónde adquiere el manjar de leche con mayor frecuencia?

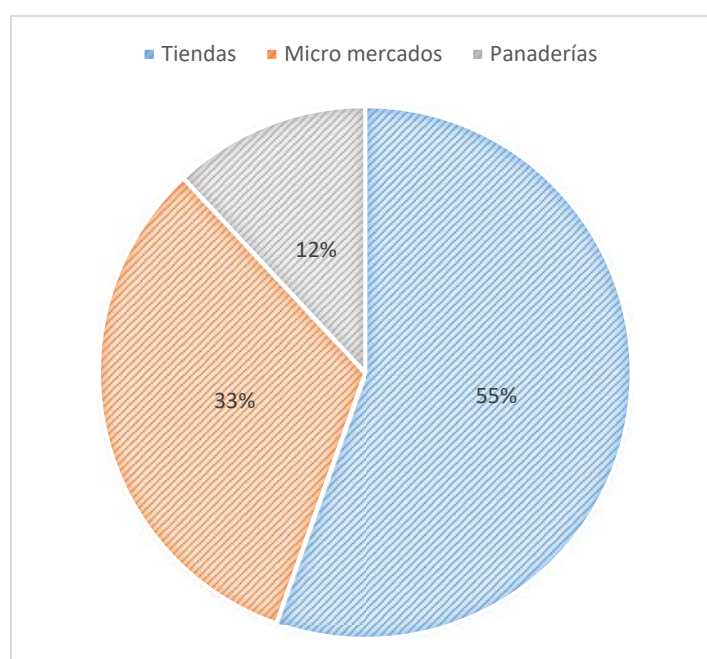
Tabla 8 Lugar donde adquiere el manjar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	102	55%
Micro Mercados	60	33%
Panaderías	22	12%
Total	184	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 13 Lugar donde adquiere el manjar



Fuente: Tabla 8

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: el 55% de las familias que consumen manjar de leche lo adquieren con mayor frecuencia en las tiendas, seguido del 33% que generalmente adquieren el manjar en los micro mercados y el 12% restante de las familias adquieren el manjar de leche en las panaderías. En conclusión, se puede mencionar que las familias encuestadas adquieren el manjar de leche con mayor frecuencia y facilidad en las tiendas de la localidad.

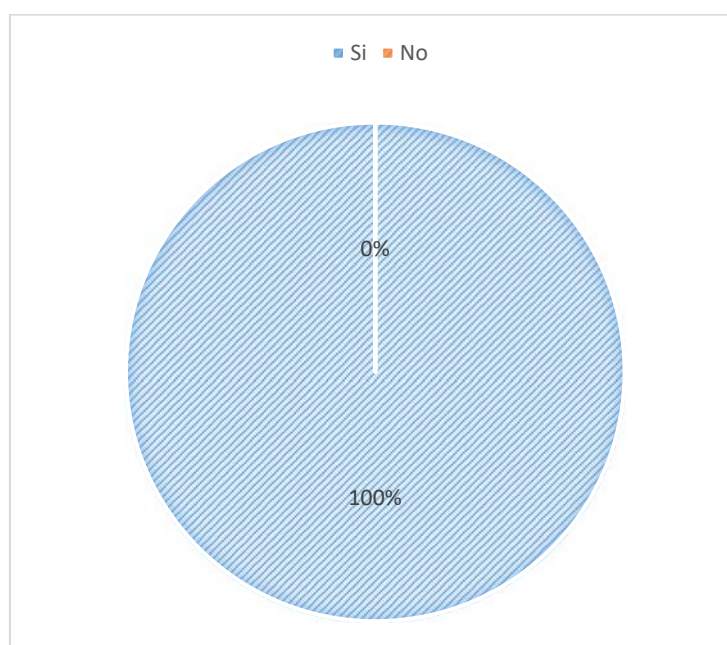
9. ¿Si se instalaría una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de leche en la localidad de Valladolid, estaría dispuesto a consumir nuestro producto usted y su familia?

Tabla 9 Consumiría el producto de la microempresa

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	184	100%
No	0	0%
Total	184	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaboración: La autora

Gráfico 14 Consumiría el producto de la microempresa



Fuente: Tabla 8
Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con el 100% las familias encuestadas de la localidad respondieron que sí estarían dispuestas a consumir el manjar de leche producido por la nueva microempresa. En conclusión, se puede mencionar que la microempresa productora de manjar de leche tiene buena aceptación por parte de las familias encuestadas.

10. ¿En qué peso le gustaría que se expenda el manjar de leche?

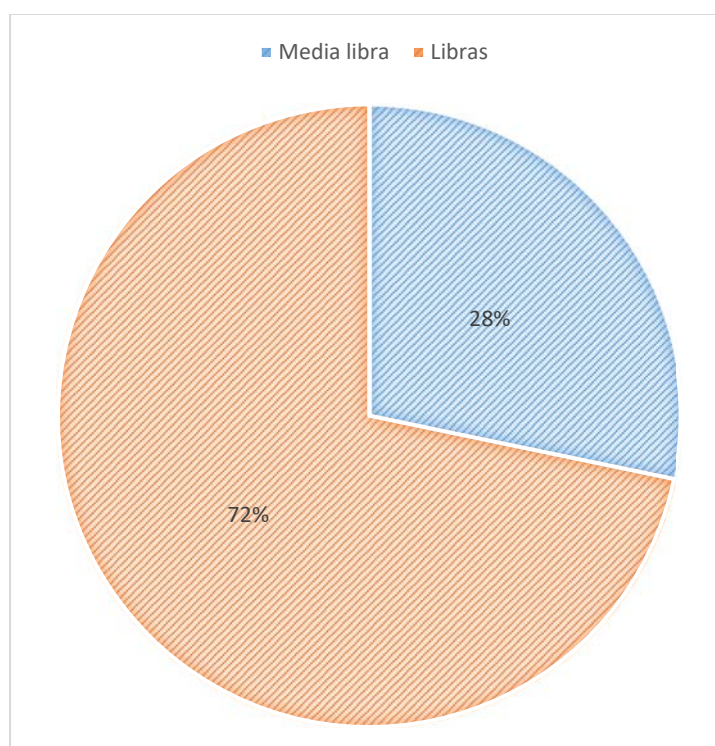
Tabla 10 Peso del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Media libra	52	28%
Libra	132	72%
Total	184	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 15 Peso del producto



Fuente: Tabla 10

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: el 72% de las familias encuestadas respondió que le parece adecuado y agradable que el manjar de leche se expenda en libras, mientras que el 28% restante de las familias prefieren que se expenda en la presentación de media libra. En conclusión, la mayoría de las familias de la localidad desean adquirir el manjar de leche en la presentación de libra.

11. ¿Qué características le gustaría que tenga el producto?

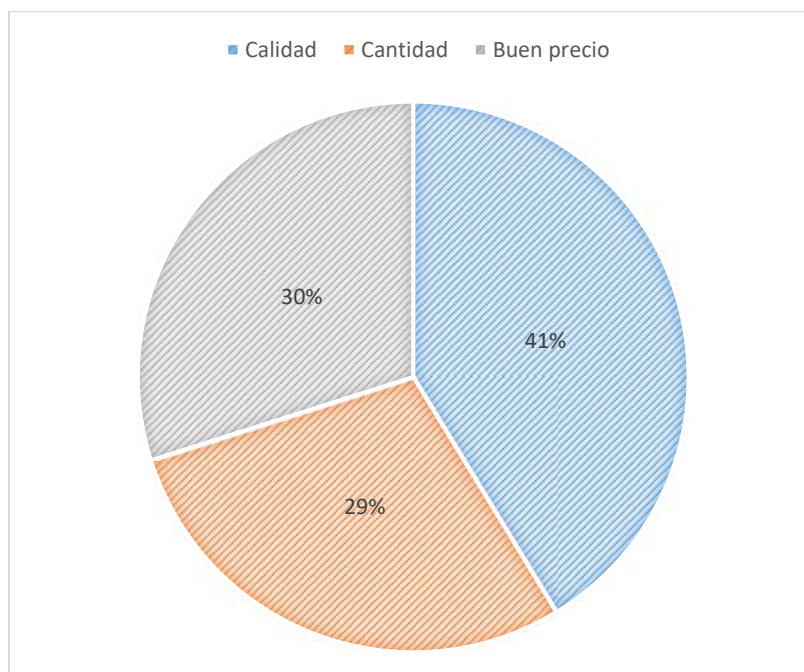
Tabla 11 Características del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Calidad	76	41%
Cantidad	53	29%
Buen precio	55	30%
Total	203	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 16 Características del producto



Fuente: Tabla 11

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: el 41% de las familias que consumen manjar de leche le dan una mayor importancia a la calidad del producto, seguido del 30% que se enfoca en el producto tenga un buen precio, mientras que el 29% manifestó que le parece relevante la cantidad del producto. En conclusión, se puede mencionar que las familias encuestadas consideran más relevante la calidad y el precio del producto en este caso del manjar de leche.

12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

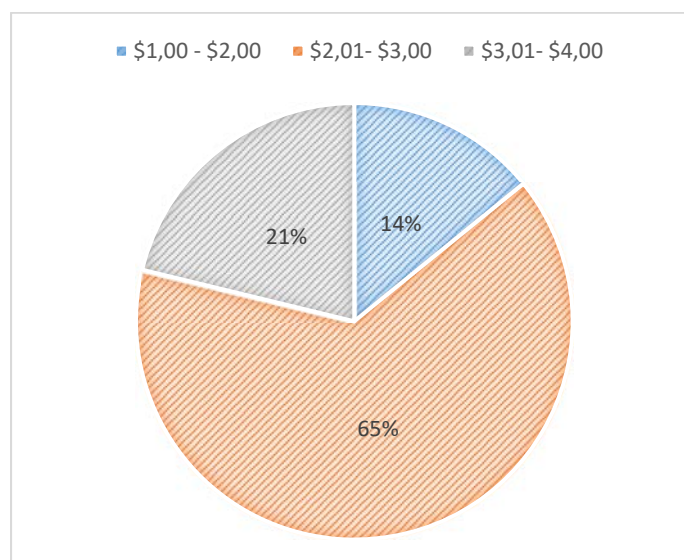
Tabla 12 Precio que pagaría por el manjar

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1,00 - \$2,00	26	14%
\$2,01 - \$3,00	119	65%
\$3,01 - \$4,00	39	21%
Total	203	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 17 Precio que pagaría por el manjar



Fuente: Tabla 12

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con el 65% las familias encuestadas respondieron que están dispuestos a pagar de \$2,01 a 3,00 por libra de manjar de leche, seguido del 21% de las familias que están dispuestos a pagar de \$3,01 a \$4,00, mientras que el 14% restante menciona que pagaría de \$1,00 a \$2,00 por cada libra de manjar. En conclusión, se puede mencionar que el precio de la libra de manjar de leche más aceptable y accesible para las familias de la localidad es de \$2,01 a \$3,00 por libra de manjar de leche.

13. ¿Cuántas tarrinas de manjar de leche estaría dispuesto a consumir semanalmente?

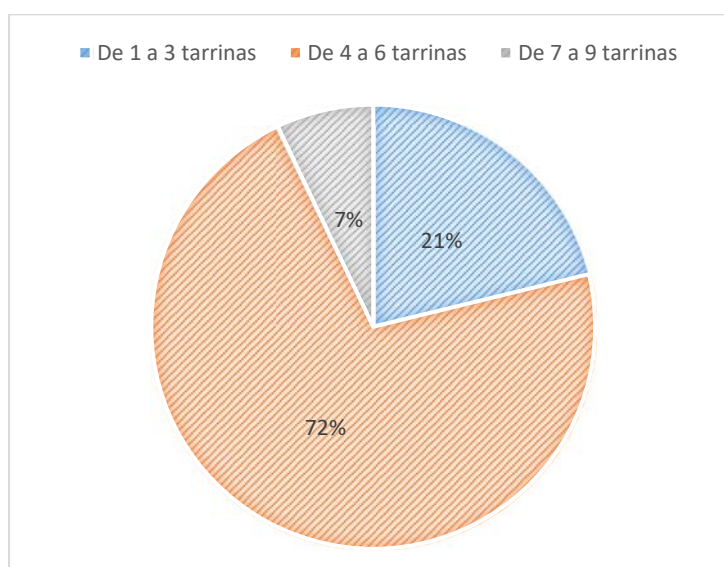
Tabla 13 Cantidad que consume semanalmente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 3 tarrinas	39	21%
De 4 a 6 tarrinas	132	72%
De 7 a 9 tarrinas	13	7%
Total	184	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 18 Cantidad que consume semanalmente



Fuente: Tabla 13

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con el 72% las familias encuestadas manifiestan que están dispuestas a comprar de 4 a 6 tarrinas de manjar de leche al mes, seguido del 21% que comprarían de 1 a 3 tarrinas de manjar de leche al mes, y el 7% restante manifiesta que comprarían de 7 a 9 tarrinas de manjar de leche al mes. En conclusión, se puede mencionar que la mayoría de las familias de la localidad están dispuestas a comprar de 4 a 6 libras de manjar semanalmente.

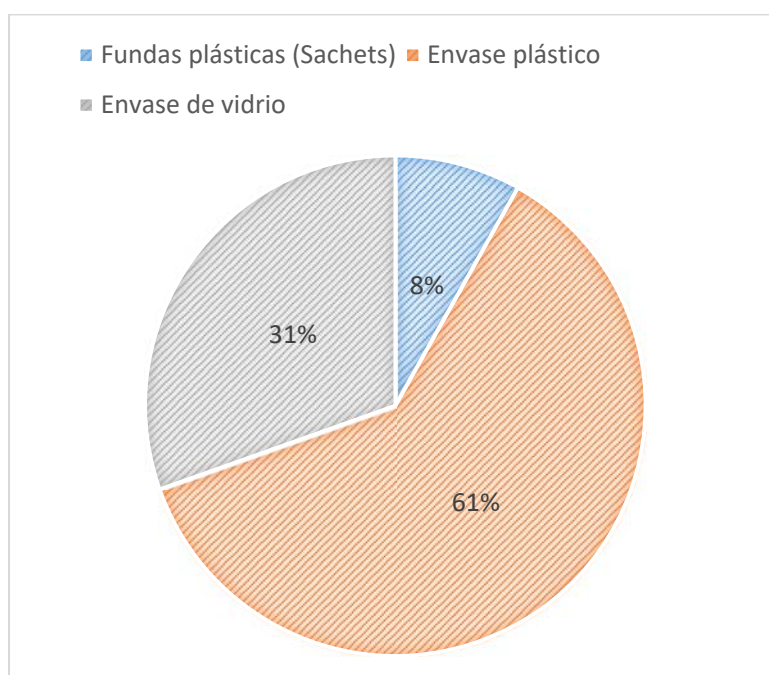
14. ¿En qué presentación desearía adquirir el producto?

Tabla 14 Presentación del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fundas plásticas (Sachet)	15	8%
Envase plástico	113	61%
Envase de vidrio	56	30%
Total	184	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaboración: La autora

Gráfico 19 Presentación del producto



Fuente: Tabla 14
Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con el 61% las familias encuestadas prefieren que el manjar de leche sea expuesto a la venta en un envase plástico, seguido del 30% de familias que preferirían que se use envases de vidrio, mientras que el 8% restante manifestó que desearía que se expendiera el manjar de leche fundas plásticas (sachet). En conclusión, se puede mencionar que la mayoría de las familias encuestadas de la localidad prefieren que el manjar de leche se expendiera en envase plástico, tarrinas.

15. ¿En qué lugar le gustaría encontrar el producto de la microempresa?

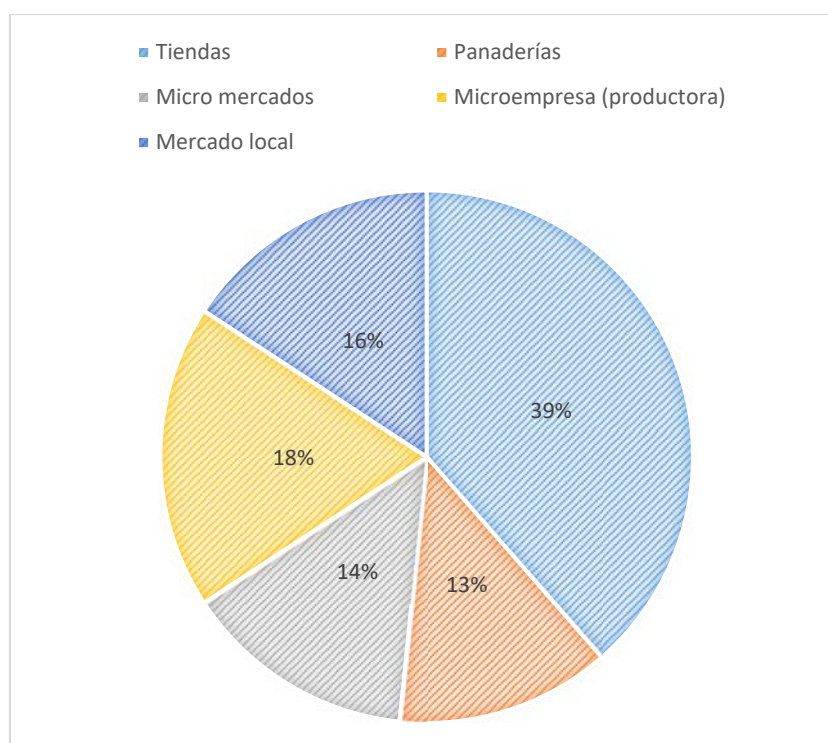
Tabla 15 Lugar de preferencia para la adquisición

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	71	39%
Panadería	24	13%
Micro mercados	26	14%
Microempresa productora	34	18%
Mercado local	29	16%
Total	203	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 20 Lugar de preferencia para la adquisición



Fuente: Tabla 15

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante las encuestas aplicadas a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar: que en su mayoría con el 39% las familias encuestadas desean encontrar y adquirir el majar de leche en las tiendas de la localidad, el 18% prefieren adquirirlo en la empresa productora, seguido del 16% que desea encontrar el manjar de leche el mercado de la localidad,

mientras que el 14% desea adquirirlo en el micro mercados y el 13% restante prefieren comprarlo en las panaderías. En conclusión, se puede mencionar que el lugar de mayor accesibilidad para adquirir el manjar de leche según los encuestados son tiendas, la microempresa productora y el mercado de la localidad.

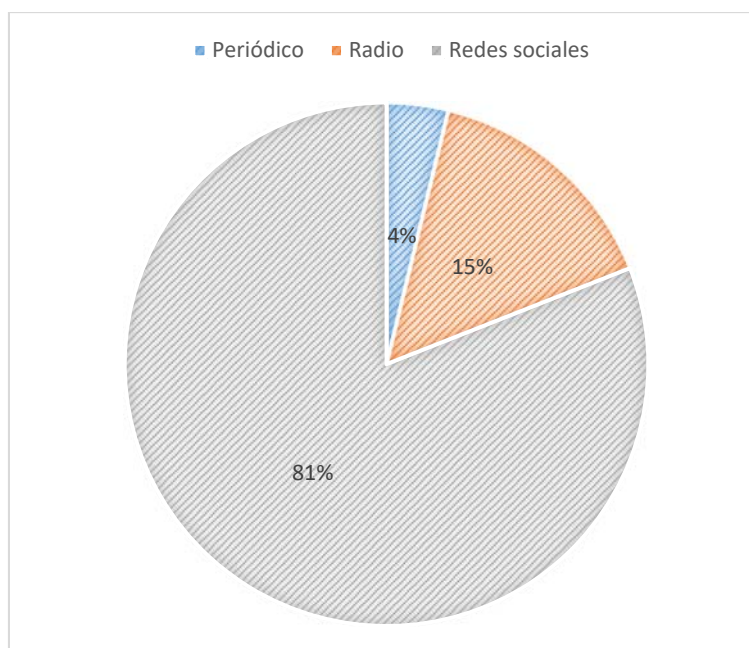
16. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que le llegue el recordatorio de la existencia del producto?

Tabla 16 Publicidad

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Periódico	7	4%
Radio	27	15%
Redes sociales	150	81%
Total	203	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaboración: La autora

Gráfico 21 Publicidad



Fuente: Tabla 16
Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante las encuestas aplicadas a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: en su mayoría con el 81% las familias encuestadas respondieron que les

gustaría enterarse de la publicidad del manjar de leche mediante las redes sociales, el 15% prefiere enterarse mediante la radio, y el 4% restante manifestó que desea enterarse mediante el periódico. En conclusión, se puede mencionar que las familias de la localidad en su mayoría desean enterarse de la publicidad del manjar de leche mediante redes sociales y cuñas mediante la radio.

17. En caso que su respuesta fue el periódico ¿en qué diario le gustaría conocer sobre el producto?

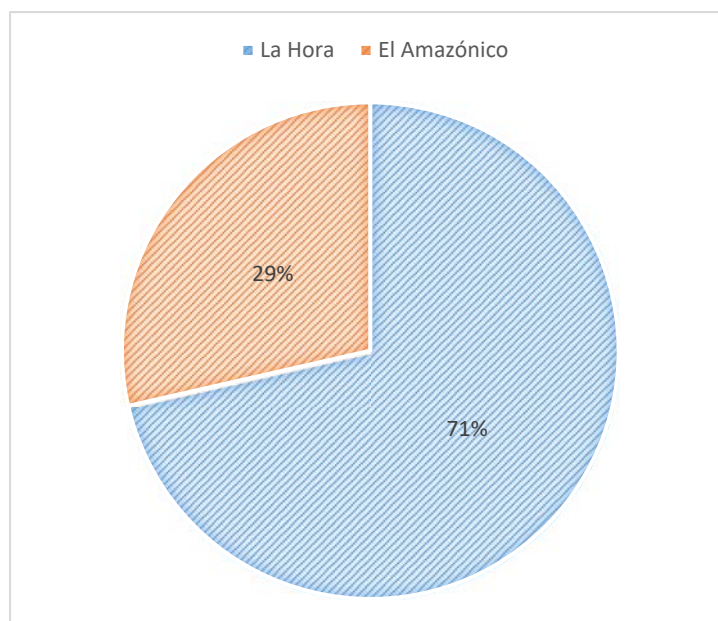
Tabla 17 Diario de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Hora	5	71%
El Amazónico	2	29%
Total	7	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 22 Diario de preferencia



Fuente: Tabla 17

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que algunas familias desean enterarse de la publicidad del manjar de leche mediante

los siguientes diarios, por lo tanto, se puede constatar que el 71% desean enterarse mediante el diario la Hora de la publicidad del manjar de leche, y el 29% restante mediante el diario Amazónico.

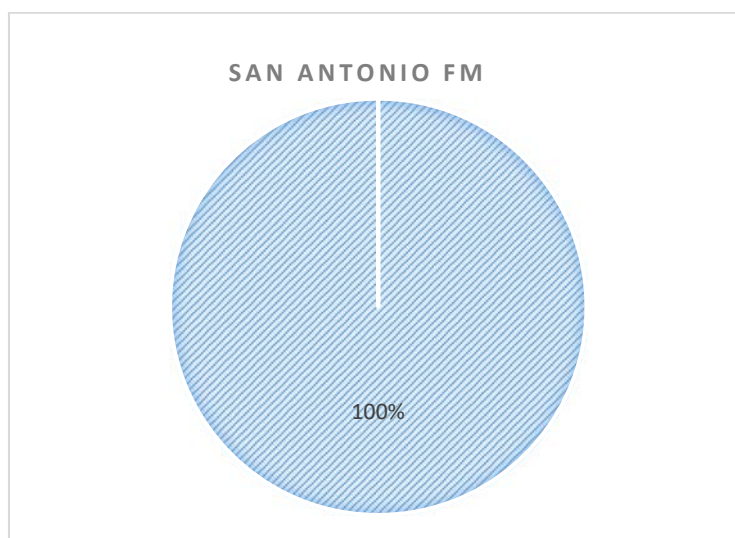
18. En caso que su respuesta fue la radio ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre el producto y en que horario?

Tabla 18 Emisora de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
San Antonio FM	28	100%
Otro	0	0%
Total	28	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias
Elaboración: La autora

Gráfico 23 Emisora de preferencia



Fuente: Tabla 18
Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que algunas familias desean enterarse mediante la radio de la publicidad del manjar de leche, por lo tanto, se puede constatar que el 100% desean enterarse mediante la radio San Antonio FM de la publicidad del manjar de leche.

19. En caso que su respuesta fue las redes sociales ¿en qué red social le gustaría conocer sobre el producto?

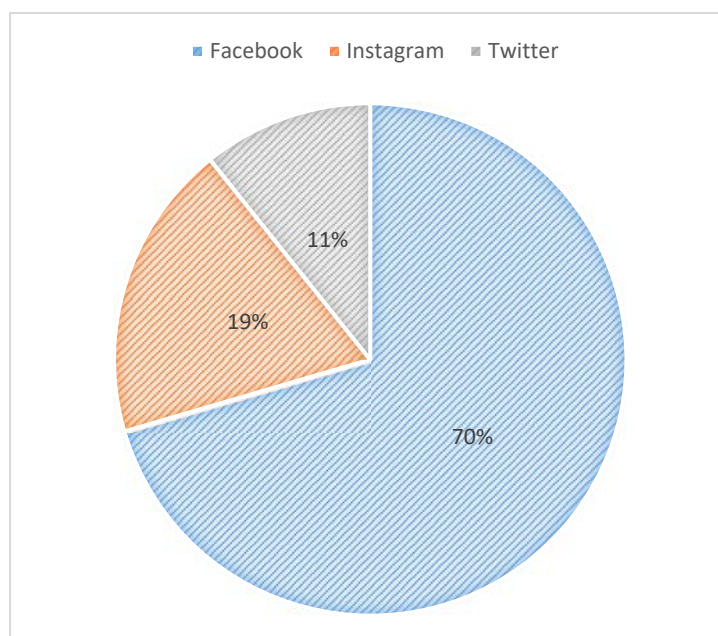
Tabla 19 Redes sociales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	105	70%
Instagram	28	19%
Twitter	16	11%
Total	149	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 24 Redes sociales



Fuente: Tabla 19

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que algunas familias de la localidad desean enterarse mediante las redes sociales de la publicidad del manjar de leche, por lo tanto, se puede constatar que el 70% desean enterarse de la publicidad mediante Facebook, el otro 19% mediante Instagram de la publicidad del manjar de leche, y el 11% restante manifestó que prefiere ver la publicidad del manjar de leche en twitter.

20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la adquisición del producto?

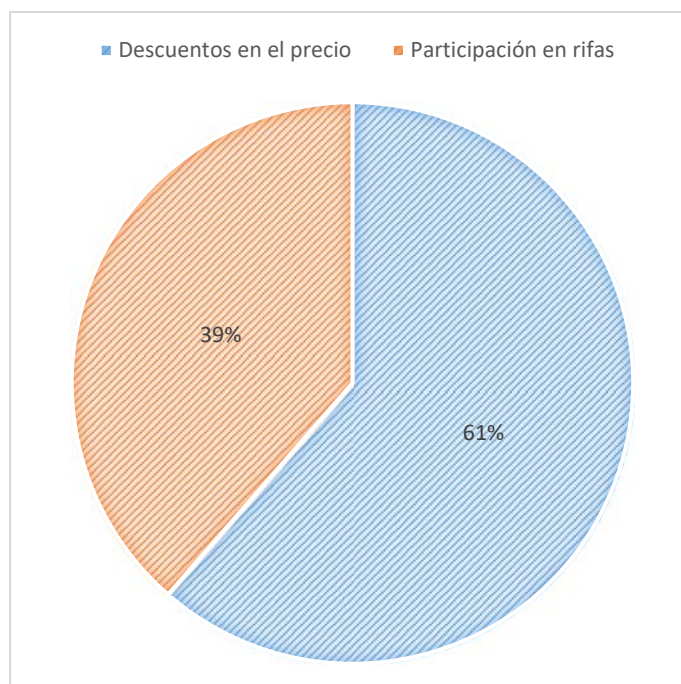
Tabla 20 Promociones

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Descuentos en el precio	113	61%
Participación en rifas	71	39%
Total	203	100%

Fuente: Encuestas realizadas a las familias

Elaboración: La autora

Gráfico 25 Promociones



Fuente: Tabla 20

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

Mediante la encuesta aplicada a las diferentes familias de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que: el 61% de las familias encuestadas desearían como promoción que exista descuentos en el precio del majar de leche, y el 39% restante manifestó que les gustaría participar en rifas las cuales se realizaran en las siguientes fechas: 14 de febrero, día de la madre, día del padre, navidad, y año nuevo.

1.2 Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a los intermediarios del producto en la parroquia Valladolid.

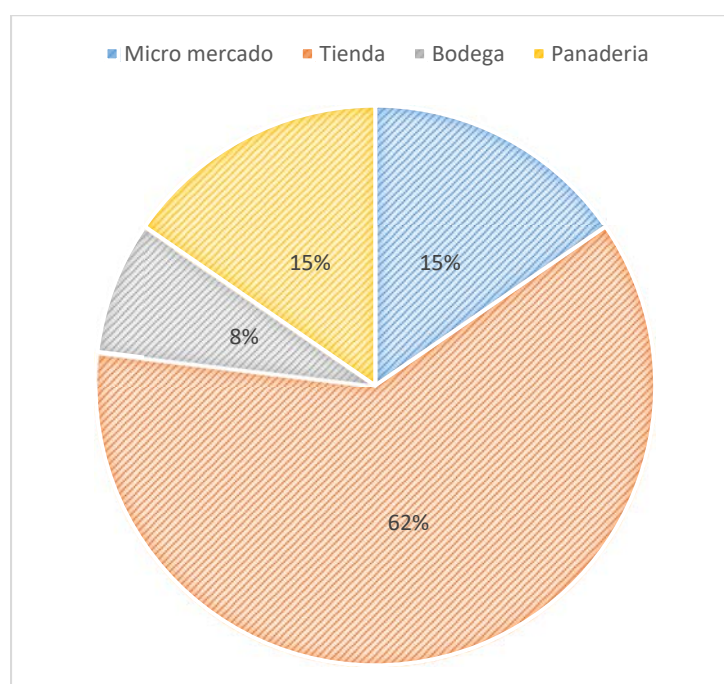
1. ¿Qué tipo de negocio es el suyo?

Tabla 21 Tipo de negocio

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Micro mercado	2	15%
Tienda	8	62%
Bodega	1	8%
Panadería	2	15%
Total	13	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los intermediarios
Elaboración: La autora

Gráfico 26 Tipo de negocio



Fuente: Tabla 21
Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los intermediarios de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que el 62% de los negocios son tiendas, el 15% son micro mercados, el siguiente 15% son panaderías, y el 8% restante son bodegas.

2. ¿Vende usted manjar de leche en su establecimiento?

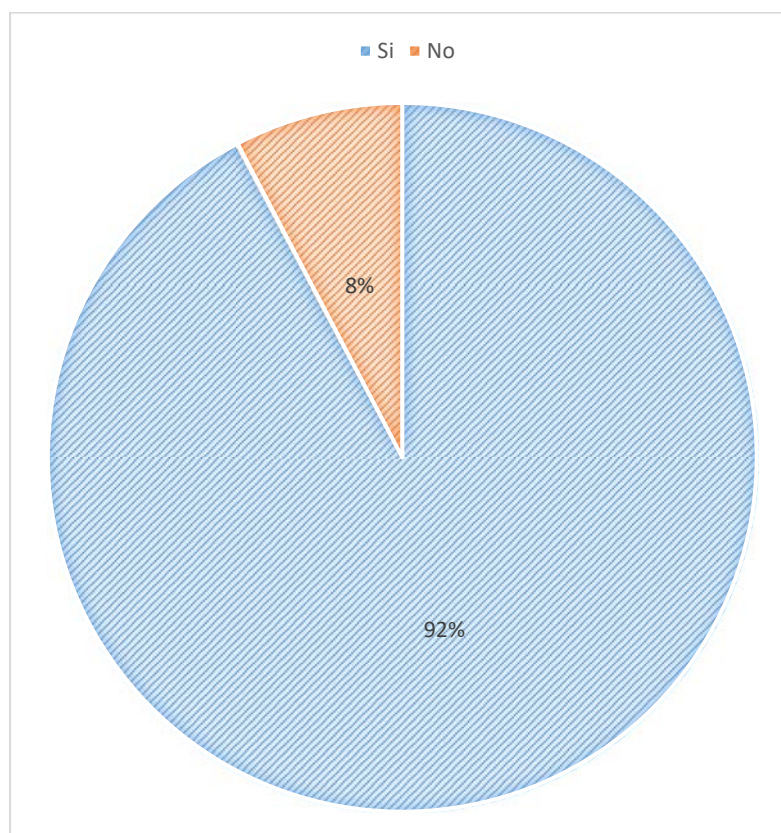
Tabla 22 Vende manjar en su local

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	12	92%
No	1	8%
Total	13	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los intermediarios

Elaboración: La autora

Gráfico 27 Vende manjar en su local



Fuente: Tabla 22

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los intermediarios de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que el 92% de los negocios de la localidad si venden manjar de leche, y el 8% restante manifestó que no.

3. ¿A quienes compra usted los productos de manjar?

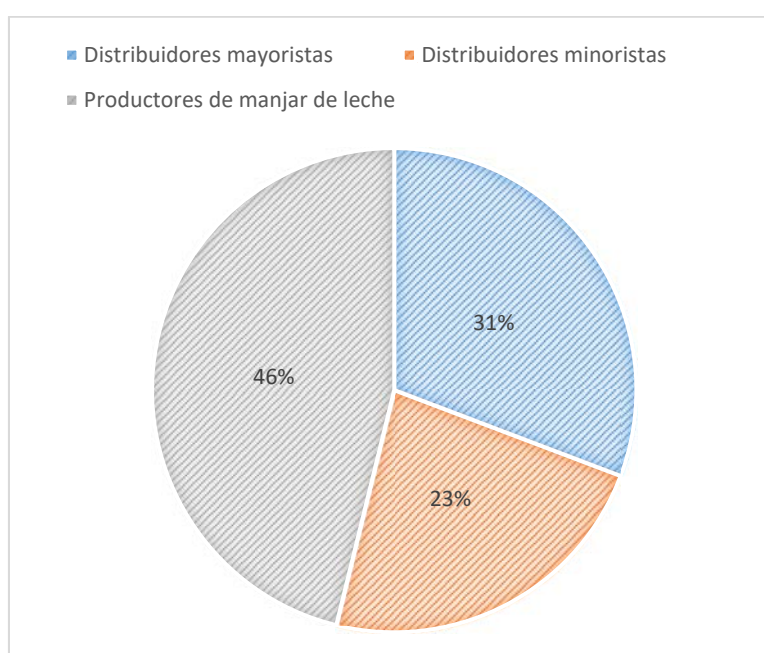
Tabla 23 A quien compra el producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distribuidores mayoristas	4	31%
Distribuidores minoristas	3	23%
Productores de manjar de leche	6	46%
Total	13	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los intermediarios

Elaboración: La autora

Gráfico 28 A quien compra el producto



Fuente: Tabla 23

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los intermediarios de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que el 46% de los negocios compran el manjar de leche a los productores de la localidad, seguido del 31% que prefiere adquirir el manjar de los distribuidores mayoristas, y el 23% restante compra el manjar a los distribuidores minoristas.

4. ¿Qué utilidad percibe por cada tarrina de manjar de leche que compra para luego vender en su local?

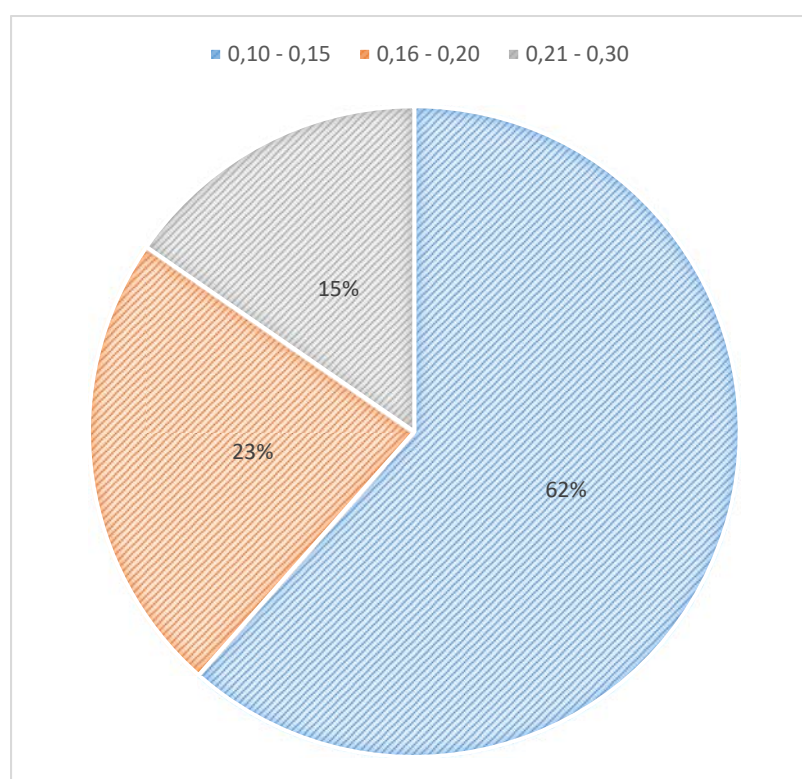
Tabla 24 Utilidad por tarrina

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0,10 - 0,15 ctvs.	8	62%
0,16 - 0,20 ctvs.	3	23%
0,21 - 0,30 ctvs.	2	15%
Total	19	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los intermediarios

Elaboración: La autora

Gráfico 29 Utilidad por tarrina



Fuente: Tabla 24

Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los intermediarios de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que el 62% de los negocios ganan de 0,10 ctvs. a 0,15 ctvs. por tarrina (libra) de manjar de leche, seguido del 23% que ganan una utilidad de 0,16 ctvs. a 0,20 ctvs., y el 15% restante tienen una utilidad de 0,16 ctvs. a 0,20 ctvs., por cada tarrina de manjar de leche.

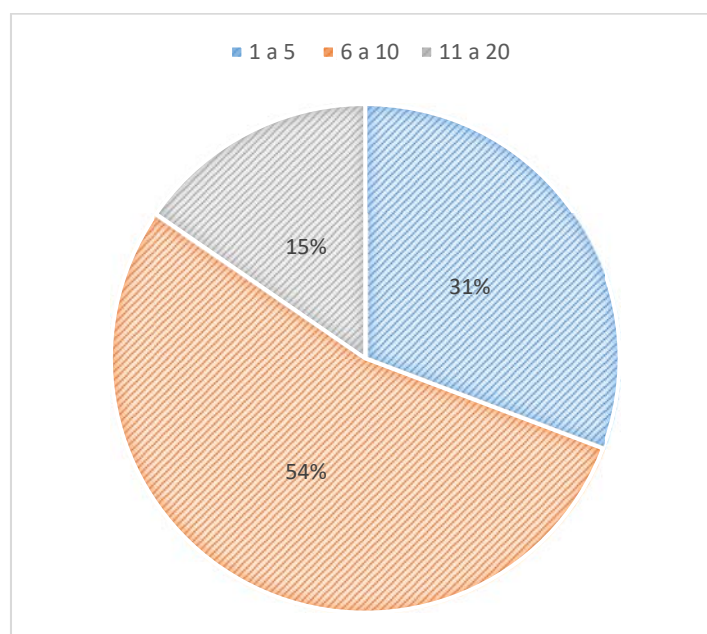
5. ¿Cuántas tarrinas de manjar vende usted diariamente?

Tabla 25 Tarrinas de manjar que vende al día

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 a 5 tarrinas	4	31%
6 a 10 tarrinas	7	54%
11 a 20 tarrinas	2	15%
Total	19	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los intermediarios
Elaboración: La autora

Gráfico 30 Tarrinas de manjar que vende al día



Fuente: Tabla 25
Elaboración: La autora

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los intermediarios de la Parroquia Valladolid, se logró determinar que el 54% de los negocios venden de 6 a 10 tarrinas (libras) de manjar de leche diariamente, seguido del 31% que venden de 1 a 5 tarrinas, y el 15% venden de 11 a 20 tarrinas de manjar diariamente.

1.3 Análisis e interpretación de la entrevista aplicada al Sr. Jamil Ramón propietario de la microempresa artesanal “PRODULAV”

1. ¿Vende usted manjar o mermelada en su establecimiento?

De acuerdo a lo manifestado por el señor propietario de la microempresa artesanal “PRODULAV” comercializa manjar de leche y diferentes tipos de mermeladas entre estos se encuentran las siguientes; piña, guayaba y fresa. Pero por lo general el más vendido es el manjar de leche seguido de la mermelada de piña.

2. ¿Qué cantidad de manjar de leche vende mensualmente?

Por lo general se vende un aproximado de 90 libras de manjar al mes, cabe recalcar que esta cantidad ha disminuido debido a la pandemia que estamos cruzando puesto que las familias perciben un menor ingreso y optan por comprar otros alimentos de primera necesidad.

3. ¿Indique el porcentaje que usted percibe que ha incrementado la demanda de manjar de leche 2018, 2019?

El propietario manifestó que percibe que ha existido un incremento en la demanda en los dos últimos años de aproximadamente 10% en la venta de manjar de leche.

4. ¿De dónde y cómo obtiene el manjar de leche para venderlo?

El manjar de leche es producido en la microempresa, la leche es obtenida de los pequeños productores de la localidad se les paga de forma semanal la leche es receptada a diario en el transcurso del siguiente horario del 8:00 am hasta 2:00 pm en algunos casos se realiza excepciones por distancia puesto que la traen de los barrios.

5. ¿Qué estándares y normas cumple el manjar de leche para asegurar que el producto sea de calidad?

Manifestó que poseen la maquinaria adecuada que se encuentra en óptimas condiciones y la materia prima en este caso la leche es recibida a diario y cumple con ciertos

estándares de higiene garantizando que se encuentra en buen estado, para elaborar el producto que luego pasa a ser sellado y etiquetado para prevenir que sea manipulado y luego vendido.

6. ¿Cómo considera el precio del manjar de leche que ofertan los comerciantes de la localidad?

El propietario de la microempresa considera que el precio al que ofertan el manjar de leche los comerciantes son costosos debido a que no son producidos en la localidad ya que los traen de la ciudad de Loja, entre ellos están los siguientes, el manjar Toni, dulce de leche KiosKo, entre otros.

7. ¿Qué presentación del manjar de leche tiene mayor demanda?

En la localidad tiene mayor aceptación el envase de plástico, en esa presentación lo expendemos nosotros al manjar y a las mermeladas por libras.

8. ¿En qué lugar realiza la venta de su producto?

Se realiza la distribución en las tiendas, los mercados locales de la localidad y los barrios, así como también se realiza la promoción y venta en las ferias agrícolas de los sectores cercanos a la parroquia los fines de semana normalmente.

9. ¿Cómo considera los precios de la materia prima que ofrecen los productores de la localidad?

Considero que los precios son accesibles (bajos) debido que es una leche de calidad y de fácil acceso puesto que nuestro sector es ganadero y existe una gran oferta de leche.

10. ¿Qué tipo de publicidad realiza usted para dar a conocer sus productos?

Vuelvo hacer énfasis a lo antes mencionado lo hacemos mediante pequeños stands en las ferias agrícolas-alimentarias en la localidad y sectores cercanos. También se lo realiza mediante el internet en las redes sociales generando publicidad más accesible y en menor costoso.

Capítulo II

2. Estudio de Mercado

Mediante el estudio de mercado se analiza la oferta y demanda del producto en un determinado sector, en el cual, la microempresa busca entrar para satisfacer de manera eficiente y oportuna cierta necesidad. A través de este estudio se determina la situación de los demandantes y oferentes, y se logra extraer una serie de conclusiones importantes para la toma de decisiones de manera adecuada minimizando así los riesgos, encaminadas a los gustos y preferencias del consumidor. Así mismo se lleva a cabo el plan de comercialización teniendo en cuenta todos los aspectos importantes que tienen que ver con el producto, precio, plaza, promoción y publicidad. Es esencial el uso de instrumentos estadísticos para determinar de manera precisa las cifras e información esto con la finalidad de tener un panorama más claro y real del mercado donde se implementará la microempresa.

2.1 Demandantes

El mercado demandante al cual va dirigido el presente proyecto son las familias de la parroquia de Valladolid. Según el último Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) emitido por el Gobierno Autónomo del Cantón Palanda del año 2014, la parroquia de Valladolid cuenta con una población de aproximadamente 1678 habitantes los cuales se han distribuido por familias dando un total de 419 familias en el año 2014, las mismas que al ser proyectadas al año 2020 son 431, estas familias son el mercado al cual va dirigido el nuevo producto. A continuación, se procedió a realizar la proyección de la población de la localidad para los cinco años de vida útil para el año 2021 se obtuvo una población tentativa de 433 familias.

2.1.1 Proyección de la población

Para realizar la debida proyección de la población se toma en cuenta el año 2014 con un total de 419 familias y una tasa de crecimiento de 0,47 % anual para la parroquia de Valladolid,

según datos proporcionados por el (PDOT) del GAD Municipal del Cantón Palanda en el año 2014, como la base de estudio, para lo cual se aplicó la siguiente:

Formula:

$$Pf = Po (1 + r)^n$$

Simbología:

Pf = población final

Po = población inicial

1 = constante

r = tasa de crecimiento

n = número de años

$$Pf = Po (1)^n$$

$$Pf_{2021} = Po_{2014} (1 + r)^n$$

$$Pf_{2021} = 419 (1 + 0.47\%)^7$$

$$Pf_{2021} = 419(1.0333)$$

$$Pf_{2021} = 432,98$$

$$432,98 \approx 433 \text{ familias}$$

El presente proyecto tendrá una duración de cinco años por lo tanto al proyectar la población con la fórmula anterior obtenemos la siguiente tabla:

Tabla 26 Proyección de la población en el estudio

PERIODO	POBLACION	POBLACION TOTAL (N° de familias)
0	1726	431
1	1734	433
2	1742	436
3	1750	438
4	1759	440
5	1767	442

Fuente: PDOT 2014 (Plan de Ordenamiento Territorial Palanda)

Elaboración: La autora

2.2 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda consiste en determinar y examinar el mercado al que vamos a ofrecer nuestro producto, determinando así las características y cantidades del manjar de leche, esto con la finalidad de lograr satisfacer la demanda de los consumidores finales del producto, durante la vida útil del presente proyecto. Por consiguiente, se obtuvo los siguientes resultados:

2.2.1 Demanda potencial

Tabla 27 Demandantes Potenciales

POBLACIÓN	PORCENTAJE	DEMANDANTES POTENCIALES
Familias base del estudio 433	Familias que consumen manjar o mermelada 94%	407 Familias

Fuente: Tabla N. 1
Elaboración: La autora

Se encuentra constituida por el total de las familias en el mercado que podrían consumir el producto, para el cálculo de la demanda potencial se utilizó la población proyectada de la parroquia de Valladolid, que para el primer año es de 433 familias, esta cantidad se multiplicó para el 94% que es el porcentaje de la demanda potencial que si consumen manjar de leche, dato que se encuentra planteado en la segunda pregunta de la encuesta aplicada a las familias de la parroquia Valladolid, dando como resultado la demanda potencial. De manera que se presenta la siguiente tabla:

Tabla 28 Demanda potencial

AÑOS	POBLACION TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES (94%)
0	431	406
1	433	407
2	436	409
3	438	411
4	440	413
5	442	415

Fuente: Tabla N. 27
Elaboración: La autora

2.2.2 Demanda real

Tabla 29 Demandantes reales

DEMANDA POTENCIAL	PORCENTAJE	DEMANDA REAL (FAMILIAS)
407 Familias	Familias que actualmente consumen manjar 96%	391 Familias

Fuente: Tabla N. 1 y 5
Elaboración: La autora

Está compuesta por la cantidad de bienes o servicios que se consume o se usa en específico en el mercado conociendo así cuál es el número de familias que adquieren actualmente el producto, de manera que se tomó en cuenta a los posibles clientes que en la actualidad consumen manjar de leche esta información fue tomada de la pregunta tres, de la encuesta aplicada a las familias de la Parroquia Valladolid los cuales se considera demandantes reales.

Por consiguiente, en la tabla se realiza la proyección de la demanda real para los cinco años de vida útil del proyecto, se toma como referencia la tabla anterior de la demanda potencial del primer año que da como resultado 431 familias y se procede a multiplicar por el 96% que es el porcentaje de la demanda real de las familias de la localidad y obtenemos como resultado 391 familias las mismas que son los demandantes reales.

Tabla 30 Demanda real

AÑOS	POBLACION TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES (94%)	DEMANDANTES REALES (96%)
0	431	406	389
1	433	407	391
2	436	409	393
3	438	411	395
4	440	413	397
5	442	415	399

Fuente: Tabla N. 29
Elaboración: La autora

2.2.3 Consumo per cápita

Para lograr determinar el consumo anual per cápita de manjar de leche se tomó en cuenta los datos obtenidos de la pregunta número doce de la encuesta aplicada a las familias de la localidad.

Por lo tanto, se llevó a efecto los cálculos correspondientes, de acuerdo a estos se obtuvo el siguiente valor de 10104 libras que es consumo anual de manjar de leche, para obtener este resultado total anual se divide para las 184 encuestas que son la demanda real, con un total de 55 libras de manjar de leche al año como consumo anual per cápita, debido a lo antes mencionado se puede manifestar que los resultados son positivos para la microempresa a constituirse. A continuación, se detalla cómo se efectuó los cálculos:

Fórmula para obtener el consumo per cápita anual:

$$\text{Total de veces anual} = F * C * V (12 \text{ meses})$$

Tabla 31 Consumo per cápita

CANTIDAD EN LIBRAS	Xm	FRECUENCIA	LIBRAS MENSUALES	PERIODO MESES	CONSUMO ANUAL
De 1 a 3	2	39	78	12	936
De 4 a 6	5	132	660	12	7920
De 7 a 9	8	13	104	12	1248
Total	Σ	184	842	12	10104

Fuente: Encuestas realizadas a las familias Tabla N. 13

Elaboración: La autora

De manera que, se aplicó la siguiente fórmula:

$$\dot{x} = \frac{\Sigma(F * C) * V}{\Sigma F}$$

$$\dot{x} = \frac{10104}{184}$$

$$\dot{x} = 55$$

$\dot{x} = 55$ libras de manjar de leche al año

Para obtener el consumo promedio anual de manjar de leche por parte de los demandantes, se realiza mediante la división de la sumatoria del total de veces anual para el número de las familias encuestadas de lo cual obtenemos como resultado el consumo promedio anual de manjar de leche de la parroquia Valladolid que es de 55 libras al año. En consecuencia, cada familia de la localidad consumirá un promedio de 5 libras de forma mensual.

$$55 \text{ libras} \div 12 \text{ meses} = 4,58 \approx 5 \text{ libras por mes}$$

2.2.4 Demanda efectiva

Tabla 32 Demandantes efectivos

DEMANDA REAL	PORCENTAJE	DEMANDA EFECTIVA (FAMILIAS)
391 Familias	Familias que están dispuestas a consumir el producto de la microempresa 100%	391 Familias

Fuente: Tabla N. 30 y 31
Elaboración: La autora

En la demanda efectiva se determina la cantidad de familias que efectivamente están dispuestas a adquirir el manjar de leche que se ofertara en la nueva microempresa. Para establecer de manera correcta esta demanda efectiva se tomó como referencia la pregunta número siete de la encuesta aplicadas a las familias de la localidad.

Tabla 33 Demanda efectiva

AÑOS	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS (100%)	CONSUMO PER CÁPITA	DEMANDA EFECTIVA
0	389	389	55	21395
1	391	391	55	21505
2	393	393	55	21615
3	395	395	55	21725
4	397	397	55	21835
5	399	399	55	21945

Fuente: Tabla N. 30,31 y 32

Elaboración: La autora

Para lograr obtener la demanda efectiva se tomó como referencia la demanda real de la tabla N. 30, el primer año que es 391 la misma cantidad que se multiplico por el porcentaje 100% de la demanda efectiva, se obtuvo como resultado una demanda efectiva en familias de 391, luego se multiplica esta por el consumo promedio de 55 da un resultado de 21.505,00 demanda efectiva en libras de manjar de leche anuales para el primer año del proyecto.

2.3 Análisis de la oferta

La oferta hace referencia a la cantidad de unidades de un producto, bien o servicio, que los productores están dispuestos a ofrecer al mercado, a un determinado precio, en este caso es la microempresa oferta el manjar de leche.

Oferta que se logró establecer en función del estudio realizado a la competencia e intermediarios de la localidad a través de la investigación y entrevista.

2.3.1 Oferta actual

En la actualidad, se encuentra la microempresa artesanal Productos Lácteos el Gran Vallesoletano (PRODULAV) por lo tanto, se la considera a esta como potencial competidor puesto que se dedica a la producción y comercialización de derivados lácteos, y entre ellos se encuentra el manjar de leche que es el producto ofertado por este plan de negocio, debido a esto se realizó la entrevista al Sr. Jamil Ramón gerente-propietario de PRODULAV.

Por lo tanto, se tomó como referencia los datos e información que se obtuvieron mediante la aplicación de la entrevista, en este caso se hace referencia a la pregunta número dos que es la siguiente, ¿Qué cantidad de manjar de leche vende mensualmente?, dando respuesta a la misma el gerente-propietario manifestó que generalmente vende un aproximado de 90 libras específicamente de manjar de leche esto de forma mensual.

Por consiguiente, se logró determinar que existe una producción total de 1080 libras de manjar de leche anualmente.

A continuación, se representa el cálculo y la proyección de la oferta:

Tabla 34 Proyección de la oferta

AÑOS	PRODUCCION BASE OFERTA	PORCENTAJE DE INCREMENTO (10%)	OFERTA TOTAL
0	1080	----	1080
1	1080	10%	1188
2	1080	10%	1307
3	1080	10%	1437
4	1080	10%	1581
5	1080	10%	1739

Fuente: Entrevista el propietario de la microempresa de El Gran Vallesoletano (PRODULAV)

Elaboración: La autora

Consecuentemente se determina que el total de la producción de la competencia durante el año es de 1080 libras de manjar de leche, la cual aumentará progresivamente de un año para otro durante los cinco años de vida útil del plan de negocio.

Para llevar a efecto el cálculo del crecimiento anual se ha determinado el porcentaje del 10% obtenido de la entrevista realizada al propietario de (PRODULAV), información que se encuentra en la pregunta número tres que corresponde a la siguiente ¿Indique el porcentaje que usted percibe que ha incrementado la demanda de manjar de leche 2018, 2019?

Producción mensual = 90 libras de manjar de leche mensual

Producción anual = 90 lb mensual * 12 meses = 1080 libras anualmente

2.3.2 Negocios intermediarios

Se hace referencias a los negocios de la localidad, los mismo que expenden en sus locales comerciales manjar de leche que es el producto que se pretende ofertar la localidad. Para establecer de manera efectiva los locales intermediarios se tomó en cuenta y como referencia la información obtenida de la encuesta aplicada a los propietarios de los locales comerciales intermediarios de la localidad de Valladolid.

Tabla 35 Negocios intermediarios

ALTERNATIVA	NUMERO DE NEGOCIOS	OFERTA PROMEDIO ANUAL	OFERTA ANUAL
Tiendas	8	1080	9720
Micro mercados	2	1080	2160
Panaderías	2	1080	2160
Total	12		14040

Fuente: Tabla N. 21
Elaboración: La autora

2.4 Balance entre oferta y demanda

El análisis de la demanda efectiva menos la oferta permite determinar la demanda insatisfecha la cual no ha sido cubierta en el mercado ya que la demanda es mayor que la oferta.

Al momento de establecer la diferencia entre la demanda efectiva y oferta se tiene como resultado la demanda insatisfecha en este caso es de 20.317,00, mientras que para el último año es de 20.206,00, debido a esto se determina que existe una oferta deficitaria y se considera que la implementación de la microempresa es rentable debido a que existe la suficiente demanda para que adquieran y consuman el producto a comercializarse.

En consecuencia, de lo antes mencionado tenemos los siguientes resultados:

Tabla 36 Demanda insatisfecha

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	21395	1080	20315
1	21505	1188	20317
2	21615	1307	20308
3	21725	1437	20288
4	21835	1581	20254
5	21945	1739	20206

Fuente: Tabla N. 33 y 34

Elaboración: La autora

2.5 Plan de comercialización

El plan de comercialización es esencial para la correcta ejecución del plan de negocios, debido a esto para realizar la comercialización del manjar de leche, se tomó en cuenta varios aspectos del marketing mix como producto, precio, plaza y promoción. Esto con la finalidad de llegar al consumidor final con un producto de calidad que se encuentre en óptimas condiciones de consumo y cuente con una excelente presentación, todo esto de manera adecuada mediante la planificación y el control de los procesos para que el producto llegue a los clientes a tiempo, en excelentes condiciones y con un precio accesible.

2.5.1 Producto

En este caso el producto que la microempresa oferta es el manjar de leche, el mismo que será elaborado aplicando estrictos controles de calidad en cuanto a materia prima, higiene y uso de insumos para la elaboración del mismo. Esto con la finalidad de brindar al mercado un producto en óptimas condiciones para su consumo, este producto será expandido en envases plásticos, con una presentación de libra equivalente a 454 gramos, este producto está dirigido a toda la población en general de la Parroquia Valladolid perteneciente al Cantón Palanda.

De acuerdo a las labores productivas se ha establecido un horario de atención con el que laborará normalmente la microempresa, el mismo que será de lunes a viernes de 08h00 a 12h00 y de 13h00 a 17h00.

2.5.2 Slogan

Al slogan generalmente se lo utiliza en la publicidad, para dar a conocer con una palabra o frase que sea llamativa e impactante en base a los beneficios o características principales del producto que en este caso es el manjar de leche, esto con la finalidad que llame la atención y genere deseos de consumir el producto.

"Muuucha delicia para su paladar"

Elaboración: La autora

2.5.3 Logotipo

El logotipo tiene un papel muy importante, puesto que se manifiesta y expresa de manera visual que es el diseño o gráfico que representa la identidad o marca de la microempresa mediante formas, colores, dimensiones, etc.

Gráfico 31 Logotipo



Elaboración: La autora

2.5.4 Precio

Las estrategias de precio de la microempresa están encaminadas hacia el posicionamiento del producto en el mercado, por lo cual es necesario tener en cuenta que el precio es la cantidad de dinero que los consumidores pagaran por tener y consumir el producto final, el mismo que influye en el nivel de demanda y determina la actividad de la empresa.

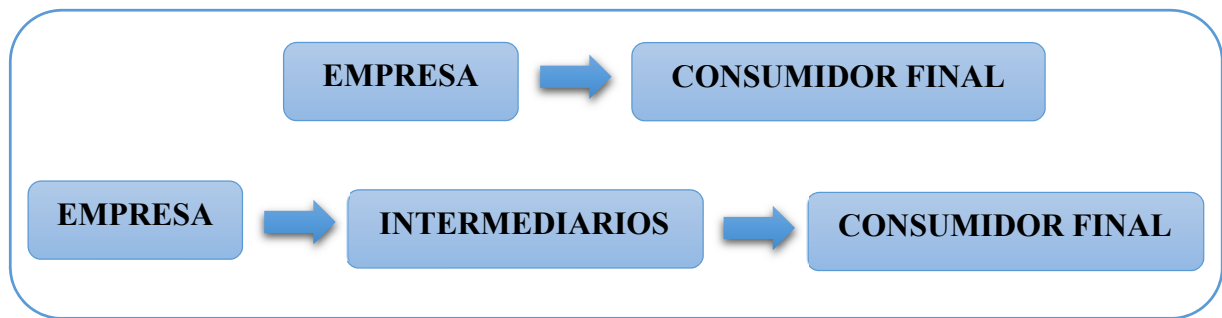
Debido a lo antes mencionado la determinación del precio final del producto se lo hará teniendo en cuenta la competencia, además se sumará el margen de utilidad al costo unitario, una vez realizado el estudio financiero se determina que la tarrina de libra de manjar de leche, tiene un precio final de \$3,00, mientras que la media libra tiene un precio de \$1,50, el mismo que se mantiene de acuerdo a los años de vida útil de la microempresa.

2.5.5 Plaza

El manjar de leche llegará a los consumidores finales a través de la comercialización en la nueva microempresa, así mismo se lo realizara mediante los intermediarios entre los cuales se encuentran, tiendas, panaderías, micro mercados, etc., con la finalidad que los consumidores tengan fácil y rápido acceso al producto.

Debido a lo antes mencionado según las encuestas aplicadas a las familias de la localidad el 39% de las familias prefieren adquirir el manjar de leche en las tiendas, el 18% que desea adquirirlo directamente de la empresa productora, el 16% en el mercado local, seguido del 14% que desean adquirir el manjar en los micro mercados, mientras que el 13% restante desea adquirirlo en las panaderías de la localidad.

Por lo tanto, la microempresa comercializara el manjar de leche a través de las tiendas, mercado local, panaderías y en la microempresa productora esto se dará hasta que se logre consolidar la posibilidad de establecer más puntos de expendio.



Elaboración: La autora

Consecuentemente, se han establecido estos canales de comercialización uno de ellos es de la microempresa productora de manjar de leche hasta el consumidor final, mientras que el segundo va desde la microempresa productora luego de ellos se distribuye mediante los intermediarios hasta llegar al consumidor final.

2.5.5 Publicidad

Es importante determinar la publicidad por la cual se dará a conocer las características y beneficios del producto en este caso del manjar de leche, por lo cual, se ha considerado los diferentes medios de comunicación de preferencia para los habitantes y por consiguiente clientes de la localidad según el resultados de las encuestas aplicadas a las familias de la parroquia Valladolid en la pregunta N° 16; debido a la información obtenida anteriormente lo más factible es que se dé a conocer por medio de las redes sociales Facebook e Instagram, así mismo se emitirán cuñas radiales que serán transmitidas de forma mensual con la finalidad de posicionar y promocionen el producto de la microempresa.

Por lo tanto, se desarrollan las siguientes actividades:

- Se emitirá información acerca del manjar de leche en su mayoría mediante las redes sociales se lo hará de forma quincenal debido a que es una forma eficiente de hacer publicad con un menor costo, se lo realizara mediante Facebook e Instagram, ya que son las redes sociales de uso cotidiano y fácil acceso para la mayoría de las personas de la localidad mediante los celulares e internet.

- La planta contara con un letrero distintivo de la de la microempresa “TASTY”, el mismo que se encontrara ubicado en la parte frontal de las instalaciones con la finalidad de dar a conocer, promocionar y posicionar la marca de nuestro producto.
- Se llevarán a efecto degustaciones en los exteriores de la planta y en las ferias agrícolas productivas de la localidad en stands, durante los primeros dos meses para dar a conocer el sabor y propiedades del manjar de leche.

Gráfico 32 Pagina de Facebook



Elaboración: La autora

Gráfico 33 Modelos de anuncios publicitarios



Elaboración: La autora

- Así mismo se respaldará la campaña publicitaria mediante la transmisión de cuñas radiales los primeros tres meses de funcionamiento de la microempresa, durante el primer mes se busca posicionar el producto en el mercado, después en los dos meses restantes las cuñas servirán como recordatorio para la ciudadanía de la existencia y ofertas del producto. Por lo tanto, se cancelará el valor de \$8 por cada cuña radial, de forma mensual en la radio San Antonio FM (93.3), la misma que tiene mayor acogida en la localidad.

Gráfico 34 Diseño de cuña radial




En la microempresa **"TASTY"** te ofrecemos la distribución y venta del mejor manjar de leche elaborado con los más altos estándares de calidad, a los mejores precios del mercado.

Ubicamos: En la parroquia Valladolid, Avenida Amazonas a una cuadra del (MOP)

Para mayor información contáctanos al: 0981182574.

¡Ven y visítanos, estaremos gustosos de atenderte!

Elaboración: La autora

2.5.6 Promoción

Para constituir el tipo de promoción adecuada y lograr establecer relaciones eficaces con los clientes de la nueva microempresa, se ha considerado las promociones de preferencia según el resultado de las encuestas aplicadas a las familias de la parroquia Valladolid en la pregunta N° 20; debido a la información obtenida se hará descuentos en el precio dependiendo de la cantidad de compra al por mayor y menor del producto, también se realizara rifas, puesto que, fueron

las promociones elegidas en su mayoría por los demandantes y futuros clientes de la microempresa.

En consecuencia, de lo antes mencionado se determina que, por la compra de una docena de manjar de leche de 1 lb, se hará un descuento del 2% en el precio total o se realizará la entrega de una unidad adicional. Además, se realizará la entrega de boletos para que participen en rifas las cuales se ha creído conveniente llevar a efecto en las siguientes fechas: 14 de febrero, 8 de marzo, día de la madre, día del padre, navidad y año nuevo.

Capítulo III

3. Estudio técnico

El estudio técnico del proyecto permite analizar las diferentes opciones tecnológicas para lograr producir el producto terminado requiere la microempresa, este estudio se encuentra elaborado de acuerdo a los resultados obtenidos del estudio de mercado.

En este análisis se selecciona e identifica los equipos, maquinas, materia prima e instalaciones necesarias para el óptimo funcionamiento de la planta, los costos de inversión y de operación requeridos, y así mismo el capital de trabajo que se necesita para ser implantar la planta de la microempresa

3.1 Tamaño del proyecto

Se conoce como tamaño del proyecto o planta a la capacidad instalada de producción que tendrá la microempresa, esta se plantea en base a los resultados obtenidos del estudio de mercado. Se expresa en la cantidad producida por volumen, peso, valor, o unidades de producto elaborados por año, mes, días y horas para en un futuro no hacer una nueva inversión y poder satisfacer las necesidades de una mayor cantidad de clientes.

Por lo tanto, el tamaño de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche se determinó según la capacidad instalada y utilizada.

3.1.1 Producción anual de leche de la parroquia Valladolid

Así mismo se toma en cuenta la producción de la materia prima que es la leche para la elaboración del producto en la Parroquia Valladolid, ya que la microempresa depende de este recurso para producir y comercializar el manjar de leche.

Por ende, se presenta el estimado de la producción de leche anual en la localidad, cabe recalcar que es una zona ganadera y su población por lo general percibe ingresos gracias a esta actividad y a la agricultura.

Tabla 37 Producción de leche anual

CANT	LUGARES DONDE PROVIENE	LITROS DE LECHE DIARIOS	PRODUCCIÓN POR AÑO FINCAS (I)	PRODUCCIÓN TOTAL DE LECHE ANUAL (I)	%
21	Fincas	150	3150	1149750	73%
16	Potreros	60	960	350400	22%
8	Galpones	25	200	73000	5%
Total		235	4310	1573150	100%

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

3.1.2 Cantidad real de leche fresca

La leche es la materia prima esencial para la elaboración del producto de la microempresa que se pretende implementar mediante el presente plan de negocios, por ende, se llevó a efecto la recopilación de datos e información precisa para saber la cantidad aproximada de litros de leche que se produce diariamente en la localidad. De acuerdo a lo antes mencionado se obtuvo la siguiente tabla:

Tabla 38 Cantidad de leche

PRODUCCIÓN ANUAL (I)	% A APROVECHAR AL AÑO 75%	CANTIDAD MENSUAL	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD DIARIA
1573150	1179863	14158350	267139	732

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

3.1.3 Cálculo de la cantidad de materia prima en la elaboración del producto

El manjar de leche es considerado un dulce típico de la localidad de Valladolid, debido a que esta zona es ganadera entonces existe gran oferta de leche, generalmente los habitantes perciben ingresos de la producción y elaboración de los derivados lácteos, entre ellos se encuentra el manjar de leche, el mismo que es elaborado manera artesanal por las familias de la localidad.

A continuación, se dan a conocer las cantidades de materia prima necesarias para su elaboración de acuerdo a la demanda y la capacidad de producción de la maquinaria de la microempresa:

Tabla 39 Cantidad de leche

PRODUCCIÓN ANUAL	MATERIA PRIMA (l)	APROVECHAMIENTO ANUAL 99%	CANT. MENSUAL	CANT. SEMANAL	CANT. DIARIA
18533 lb	8800	8712	726	182	36

Elaboración: La autora

Tabla 40 Cantidad de azúcar

PRODUCCIÓN ANUAL	MATERIA PRIMA (q)	APROVECHAMIENTO ANUAL 99%	CANT. MENSUAL	CANT. SEMANAL	CANT. DIARIA
8800 leche	20 (q)	1980	165	41	8

Elaboración: La autora

Tabla 41 Cantidad de fécula de maíz

PRODUCCIÓN ANUAL	MATERIA PRIMA (q)	APROVECHAMIENTO ANUAL 99%	CANT. MENSUAL	CANT. SEMANAL	CANT. DIARIA
8800 leche	14 (q)	1386	116	29	6

Elaboración: La autora

Tabla 42 Cantidad de glucosa

PRODUCCIÓN ANUAL	MATERIA PRIMA (lb)	APROVECHAMIENTO ANUAL 99%	CANT. MENSUAL	CANT. SEMANAL	CANT. DIARIA
8800 leche	271	268	22	6	1

Elaboración: La autora

Receta de manjar de leche tradicional

Para la elaboración del manjar de leche artesanal, empleará la siguiente receta en la microempresa para la elaboración del producto final, en las tablas anteriores se muestran las cantidades necesarias de materia prima para cumplir con la producción estimada, se procede a

obtener la siguiente receta: entre los ingredientes se encuentra la leche como ingrediente principal, luego la azúcar, seguido de la fécula de maíz y la glucosa que también sirve como conservante del producto.

Tabla 43 Receta de manjar de leche

INGREDIENTES	CANTIDAD	UNIDAD	PORCENTAJE
Leche	36	Litros	70%
Azúcar	8	Libras	20%
Fécula de maíz	6	Libras	9%
Glucosa	1	Libras	1%
CANT. PRODUCIDA: 72 tarrinas de libra			
CANT. PORCIONES: 144 tarrinas de media libra			
PVP MEDIA LIBRA: \$1,50			
PVP LIBRA: \$3,00			

Elaboración: La autora

Para la elaboración de esta receta se empleará los siguientes ingredientes con sus respectivas cantidades: 36 litros de leche, 8 libras de azúcar, 6 libras de fécula de maíz y 1 libra de glucosa, de esta receta se obtiene 72 tarrinas de libra de manjar de leche, en caso que sean de media libra se duplicaran a 144 tarrinas, el precio de venta al público de cada tarrina de libra de manjar de leche es de \$3, y la media libra a \$1,50. Es importante recalcar que esta receta es empleada por mi familia para la elaboración del manjar de leche artesanal.

3.1.1 Capacidad instalada

Hace referencia a la capacidad de producción que tiene la maquinaria de la microempresa para el procesamiento correspondiente de la materia prima hasta obtener el producto final, es decir cuando el manjar de leche está listo para su comercialización en el mercado durante un cierto periodo de tiempo.

La capacidad instalada de este proyecto, está basada en la capacidad de los equipos y maquinaria implementada en la microempresa, en este caso, la planta contará con una marmita que es un recipiente cilíndrico donde se procesa la leche hasta convertirla en manjar, esta máquina posee una capacidad de producción de 9 libras de manjar por hora, la cual es

multiplicada por las 8 horas laborables, y se obtiene 72 libras de producción diaria; para obtener la producción anual se multiplica por los 260 días laborables del año fuera de los feriados, obteniendo un resultado de 18720 libras anuales.

Tabla 44 Capacidad de la máquina

AÑOS	PRODUCCIÓN DIARIA (8 HORAS) LIBRAS	PRODUCCIÓN ANUAL (260 DÍAS) LIBRAS
1	72	18720

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Producción: 9 lb por hora de trabajo

Horas laborables: 8 horas al día

Producción diaria: 72 lb

Días laborables: 260 días al año

Producción anual: 18720 lb

Tabla 45 Capacidad instalada

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
1	20317	18720
2	20308	18720
3	20288	18720
4	20254	18720
5	20206	18720

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

3.1.2 Capacidad utilizada

La capacidad utilizada de la microempresa hace referencia a la capacidad instalada que se dedicada a la producción para su posterior comercialización del producto en este caso del manjar de leche, se la determinara en consecuencia de la información antes obtenida de los

porcentajes de capacidad de producción y capacidad instalada, luego se realiza la multiplicación para obtener la capacidad utilizada.

Debido a lo antes mencionado, la capacidad utilizada de la microempresa cubrirá el 99% de su capacidad instalada, es decir que producirá 18533 libras de manjar para el primer año y los años siguientes hasta llegar al quinto año que determina el 99% de la capacidad instalada. Por consiguiente, en un determinado momento se utilizará el 100% de la capacidad instalada de la maquinaria ya que es nueva y se encuentra en excelentes condiciones.

Por lo tanto, para determinar la capacidad utilizada se realizó el siguiente cuadro:

Tabla 46 Capacidad utilizada

AÑOS	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD UTILIZADA (lb.)
1	18720	99%	18533
2	18720	99%	18533
3	18720	99%	18533
4	18720	99%	18533
5	18720	99%	18533

Fuente: Tabla N.45

Elaboración: La autora

3.1.3 Participación en el mercado

La participación en el mercado, analiza las tendencias e indica el comportamiento de la microempresa en base a las ventas y comercialización de un determinado producto en el mercado, en este caso del manjar de leche. Por consiguiente, hace referencia al porcentaje de ventas del producto en unidades o volumen, y en valores monetarios con relación al mercado.

Acorde con lo antes mencionado, se determina la participación de la microempresa en el mercado la cual nos manifiesta que si trabajara con la capacidad instalada máxima al 100% podría brindar hasta 18720 libras de manjar de leche anualmente, de manera que la

microempresa a podría cubrir el 91% de la demanda insatisfecha del mercado para el primer y quinto año.

Tabla 47 Participación en el mercado

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE % PARTICIPACION EN EL MERCADO
1	20317	18533	91%
2	20308	18533	91%
3	20288	18533	91%
4	20254	18533	92%
5	20206	18533	92%

Fuente: Tabla N.45 y 46

Elaboración: La autora

3.2 Localización de la planta

La localización de la planta hace referencia al lugar que se ha elegido previamente para situar la planta con la finalidad que desarrolle su actividad productiva de manera eficaz y eficiente aprovechando y optimizando los recursos al máximo para de esta manera generar rentabilidad para los accionistas de la microempresa.

Debido a lo antes mencionado, a continuación, se detallará la ubicación de la planta del proyecto para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de manar de leche:

3.2.1 Macro localización

Seguido de haber analizado varios factores que son imprescindibles para la microempresa se ha determinado la siguiente macro localización para la planta del presente proyecto: País Ecuador, Zona 7, Provincia Zamora Chinchipe, Cantón Palanda, Parroquia Valladolid, sector que se dedica principalmente a la ganadería y agricultura, por lo tanto, en esta zona existe gran oferta de leche por parte de los moradores.

Para la ubicación de la microempresa se tomó en cuenta varios factores importantes como; la cercanía con los productores para la obtención de la materia prima, disponibilidad de mano de obra y servicios básicos, ubicación accesible para la población. La misma que se representa mediante los siguientes mapas:

Gráfico 35 Ubicación parroquial



Fuente: GAD Municipal de Palanda

3.2.2 Micro localización

La microempresa se ubicará en la parroquia Valladolid, ciudad Valladolid siendo este el lugar estratégico que cuenta con todos los factores de localización y servicios como son: servicios básicos, fácil acceso, cercanía al mercado consumidor, visibilidad e infraestructura adecuada del local, disponibilidad de materia prima, insumos y mano de obra, así como también cuenta con vías de acceso seguras, entre otros, los mismos que son indispensables para el correcto funcionamiento de la microempresa, se encontrara ubicada en el Barrio el Cisne en la Av.

Amazonas y calle S/N a una cuadra del campamento de obras del Ministerio de Obras Públicas (MOP).

Es importante recalcar que la microempresa se instalará en un local propio, el mismo que poseerá una infraestructura adecuada en óptimas condiciones, así mismo contará con todos los servicios necesarios y está ubicado en un lugar seguro de fácil acceso para los productores de leche de la localidad ya que en este caso para los principales proveedores de la materia prima.

Debido a los antes mencionado la empresa tendrá la siguiente ubicación tal y como se especifica en el siguiente croquis:

Gráfico 36 Croquis de la microempresa



Fuente: GAD Municipal de Palanda

3.3 Ingeniería del proyecto

La Ingeniería del proyecto de producción y comercialización de manjar de leche, debe que contemplar diversos elementos del proceso de producción y comercialización del producto para

conseguir el correcto funcionamiento de la planta, entre ellos se encuentran: definición de planos, descripción del proceso, materia prima, recursos humanos, maquinaria y equipo, edificios e instalaciones.

3.3.1 Equipos y materiales para la producción

Se refiere a la selección de la tecnología y maquinaria que será utilizada en el proyecto para la producción y comercialización de manjar de leche, entre ellos se mencionan las siguientes equipos y materiales:

Olla o paila de acero inoxidable

Gráfico 37 Olla de acero inoxidable



Fuente: Grupo FRITEGA S.A

- La olla es apropiada y se la utiliza para calentar de manera indirecta diferentes tipos de mezclas, con la finalidad de acelerar el proceso de homogenización para la elaboración de varios productos entre ellos se encuentra el manjar de leche. La capacidad de esta olla es 25 litros hasta 50 litros de leche y posee patas anti deslizables para seguridad.

Envasadora de líquidos viscosos

Gráfico 38 Envasadora



Fuente: Grupo FRITEGA S.A

- La envasadora se encuentra fabricada de material de acero inoxidable y es diseñada para envasar líquidos viscosos, la misma que opera colocando en el envase pre fabricado sobre la boquilla de descarga, la cual produce la cantidad seleccionada previamente al presionar el botón color rojo; esta también posee una boca de entrada en la parte superior donde succiona el producto y lo almacena durante el proceso de envase.

Balanza

Gráfico 39 Balanza



Fuente: Grupo FRITEGA S.A

Tabla 48 Equipos y materiales

Equipos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Equipo de computo ▪ Teléfono ▪ Impresora
Suministros de oficina	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sellos ▪ Esferos ▪ Papelería ▪ Perforadora y grapadora
Mobiliario	<ul style="list-style-type: none"> • Escritorio ▪ Silla giratoria ▪ Archivador

Elaboración: La autora

3.3.2 Proceso de producción

Consiste en el procedimiento técnico mediante el cual se elaborará el producto este inicia a partir del procesamiento de la materia prima la leche, para la elaboración y comercialización del manjar de leche que la microempresa va ofrecer en la parroquia de Valladolid. En nuestro caso el proceso de producción para obtención del manjar de leche, comprende desde la llegada de la leche a la planta de producción, donde pasará por una serie de procesos con la finalidad que este en óptimas condiciones para elaborar un producto final de calidad y consecutivamente comercializarlo en el mercado.

El proceso de producción del manjar de leche será detallado de manera precisa a continuación:

1. Recepción de la materia prima

El proceso comienza con la recepción de la materia prima la leche que es traída a la planta por los proveedores, la misma que se le realiza varios controles para determinar que se encuentre en buen estado y evitar inconvenientes. Por lo tanto, se realiza las siguientes observaciones: la leche no debe tener más de 12 horas de haber sido ordeñada, no debe presentar un color anormal, impurezas o emanar malos olores, también es preciso evaluar la acidez de la leche.

2. Higienización (filtración)

Es necesario filtrar la leche para eliminar todo tipo de partículas o suciedad visible de la leche que se junta durante el ordeño, antes de entrar al siguiente proceso se lo realiza mediante el uso de filtros o malla fina de acero inoxidable.

3. Elaboración (calentamiento y concentración)

Esta es la etapa más importante puesto que se realiza el calentamiento y la concentración en olla que es un recipiente de acero inoxidable con una capacidad de 25 a 50 litros, en esta etapa la materia prima es sometida a temperaturas desde 70°C hasta 103°C con el fin que se evapore cierta cantidad de agua, por con siguiente se eliminan las bacterias patógenas de la leche, es necesario estar pendiente debido a que se debe agregar la azúcar y maicena antes de que empiece la evaporización, así mismo es imprescindible la constante agitación para lograr una buena homogenización evitando así que se queme o se formen grumos, a medida que pasa el tiempo y se está próximo a terminar se le agrega la glucosa que también sirve para la conservación y algún tipo de esencia que sea de preferencia, conforme va pasando el tiempo el manjar va tomando un color marrón, y así se determina si se determina si la consistencia y concentración es la adecuada y si el manjar de leche está listo para ser descargado.

4. Enfriar

De manera inmediata el dulce de leche obtenido se enfría para posteriormente realizar el envasado, es muy importante que el enfriado sea rápido para evitar una textura arenosa en el dulce, debido a esto se lo ubica en un recipiente adecuado de acero inoxidable o material sanitario para evitar la contaminación el cual debe estar ubicado sobre abundante agua para que se enfríe en el menor tiempo posible, para luego ser vertido a la maquina dosificadora.

5. Envasar

Por lo general el envasado se realiza cuando el dulce está entre los 50 a 55°C para que fluya y se deslice de manera rápida con mayor facilidad, evitando así que se produzcan vapores dentro del envase y por consiguiente la aparición de hongos o bacterias en el manjar de leche, se utiliza envases que se encuentran limpios y en perfectas condiciones cuyo material es de polietileno, puesto que, son resistentes al calor que presenta el manjar de leche al momento de ser embazado, estos envases tienen una presentación de 453,5 gramos es decir de 1 libra.

6. Etiquetar

Es la parte final pero no menos importante ya que la etiqueta especifica los componentes principales del manjar de leche, así mismo garantiza que el producto a consumir se encuentra en óptimas condiciones puesto que cuenta con la respectiva fecha de elaboración y vencimiento, la vida útil del manjar TASTY de leche es de tres meses ya que no se utiliza conservantes.

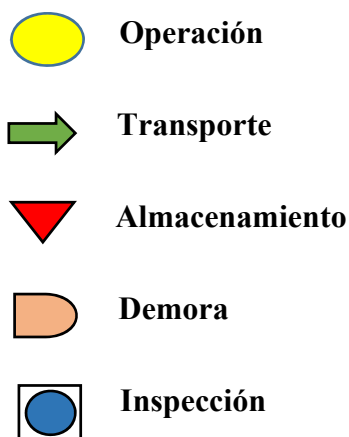
7. Almacenar

Se procede a conservar el manjar de leche a temperatura ambiente, siempre y cuando este se encuentre almacenado en lugares frescos y libres de humedad, por lo tanto, es muy importante e imprescindible que el producto sea producido y envasado de manera correcta

e higiénica ya que es para consumo familiar, el mismo posee una vida útil media, para que no haga falta el agregado conservante alguno. Por ende, el producto es llevado a la bodega para luego ser distribuido por el vendedor de la microempresa a las tiendas, panaderías, micro mercados y mercado local.

3.3.3 Flujograma de procesos

Se realiza la descripción de manera precisa de los procesos primordiales de la producción y comercialización del manjar de leche en la parroquia Valladolid, selo realizo según la siguiente simbología:

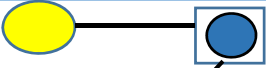


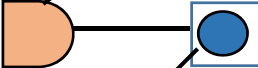

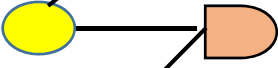
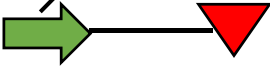


La microempresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de leche en la parroquia Valladolid, trabajará en jornada de lunes a viernes durante 8 horas diarias, es decir 260 días al año a excepción de fines de semana y fechas relevantes. Para el correcto funcionamiento cuenta con 1 jefe de producción y 1 obrero, los mismos que ejecutan las actividades pertinentes que constan en cada fase del proceso productivo.

En consecuencia, se puntualiza en el flujograma de procesos de todo el proceso de producción y los tiempos que se empleara en cada proceso de acuerdo con la maquinaria, equipo y talento humano que posee la planta, de manera que se logra producir 72 libras de

manjar de leche en el transcurso de 8 horas diarias ya que la capacidad de producción por hora es de 9 libras.

Gráfico 41 Diagrama de flujo proceso de producción de manjar de leche

N°	ACTIVIDAD	SIMBOLOGÍA	TIEMPO
1	Recepción de la materia prima		40 min.
2	Higienización (filtración)		60 min.
3	Elaboración (calentamiento y concentración)		180 min.
4	Enfriar		30 min.
5	Envasar		60 min.
6	Etiquetar		40 min.
7	Almacenar		70 min
	TOTAL		480 min

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

3.3.4 Distribución de la planta

Es esencial que la planta tenga una correcta distribución para mantener así el orden en las diferentes áreas de trabajo mediante el uso de insumos y manejo adecuado de la maquinaria en cada fase del proceso productivo con la finalidad de minorar el tiempo, el espacio y los costos.

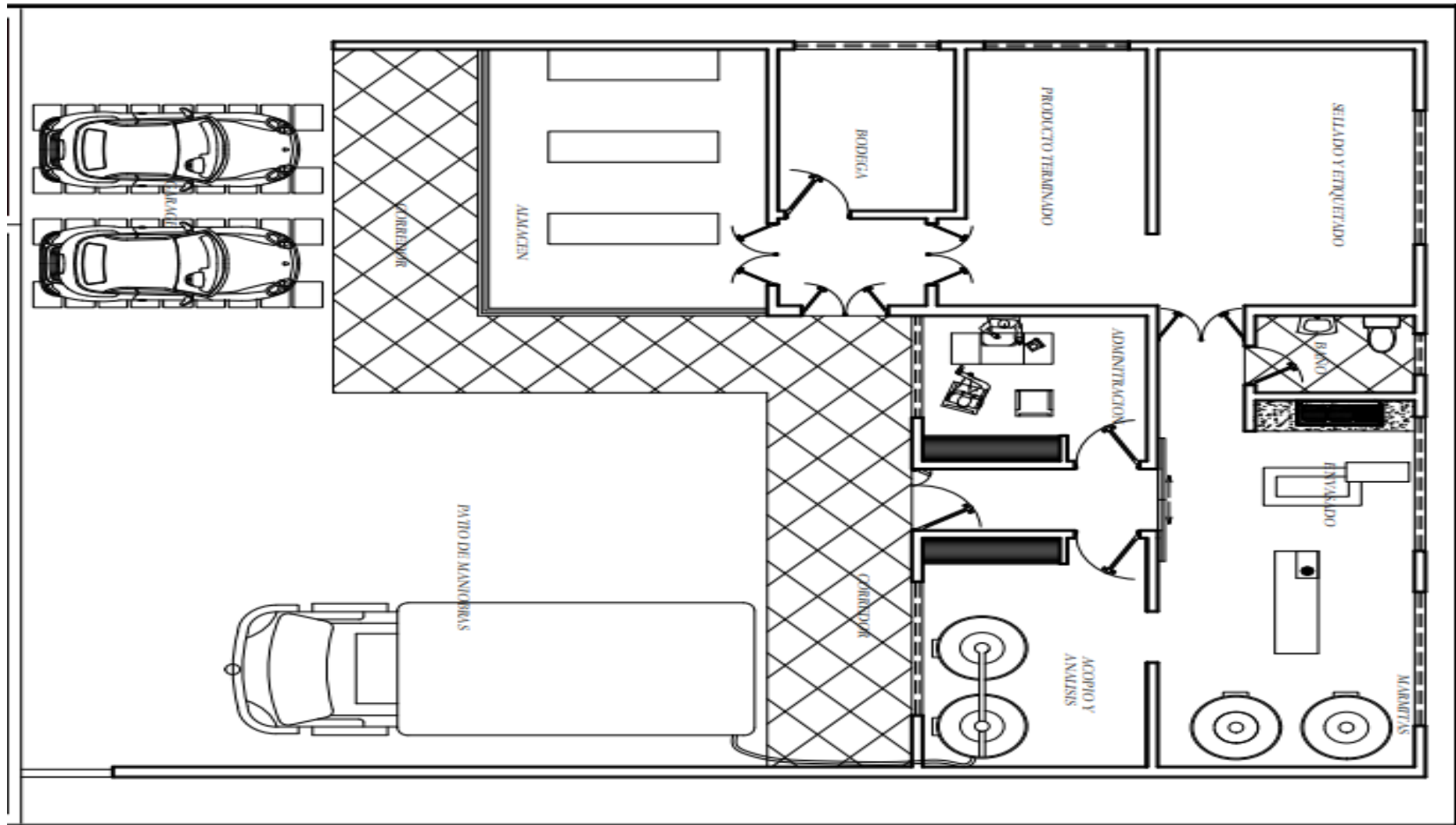
De acuerdo a lo antes mencionado es imprescindible realizar el diseño y la distribución óptima de todos los espacios de la planta para que cada área disponga de los equipos, materiales e insumos necesarios para el debido funcionamiento, y para que este sea más eficiente en cada fase del proceso productivo, asegurando así el flujo continuo del trabajo en la microempresa, y de esta manera se logre ahorrar varios recursos.

Para la distribución de la planta se toma en cuenta a cada una de las áreas de la microempresa que son las siguientes:

- Gerencia
- Secretaria/contadora
- Jefe de producción
- Producción y envasado
- Recepción de materia prima
- Almacenamiento de producto terminado y ventas
- Garaje
- Baño

Por lo tanto, en el siguiente gráfico se muestra como esta dada la distribución de las instalaciones de la planta productora y comercializadora de manjar de leche, la misma que está ubicada en la parroquia Valladolid, esta debe ser tomada en cuenta para su respectiva ejecución, y es de la siguiente manera:

Gráfico 42 Distribución física de la microempresa



Elaboración: La autora

3.3.5 Aspectos ambientales

La microempresa debe garantizar que los procesos productivos empleados no generen contaminación al medio ambiente o causen molestias a la población de la localidad ya sea mediante la emanación de malos olores o a causa de ruidos. Para ello, la microempresa instalará una caja de revisión con trampa anti grasa, la misma que estará en constante mantenimiento para impedir la salida de grasa, la contaminación y evitar malos olores.

Así mismo se llevará a efecto la clasificación de residuos orgánicos e inorgánicos; los residuos inorgánicos estarán clasificados de la siguiente manera, papel y plástico en un recipiente, vidrios en otro recipiente de color negro, mientras que los orgánicos se ubicarán en solo recipiente de color verde, estos serán entregados los días correspondientes a la empresa recolectora de basura de la localidad, en las bolsas respectivas.

Medidas de mitigación

La microempresa a implementarse estará sujeta a las ordenanzas Municipales y al reglamento establecido por el Cuerpo de Bomberos del cantón Palanda.

Capítulo IV

4. Estudio organizacional

Mediante el estudio organizacional se pretende determinar la capacidad operativa de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche a implementarse haciendo referencia a los diferentes elementos administrativos, con la finalidad de definir de manera clara las responsabilidades de cada persona que labora y por consiguiente dirige las operaciones y procesos de la planta productora y comercializadora, mediante los cuales se busca cumplir con los objetivos planteados, definiendo así; la estructura, el organigrama y el manual de funciones del personal de la organización para el correcto manejo de las diferentes etapas de administración las mismas que deben ser acorde con los requerimientos de la microempresa para su ejecución y operación como son: inversión, operación y mantenimiento.

4.1 Organización legal

La organización legal es la forma en la que se encuentra organizada la microempresa productora y comercializadora a constituirse y los requisitos que deben ser cumplidos para llevar a efecto el proyecto en la parroquia Valladolid, por lo tanto, debe contar con todos los aspectos legales necesarios para ser competitiva y tener un correcto funcionamiento en el mercado como son: los permisos de funcionamiento emitido por las autoridades correspondientes de la localidad y el Registro Único de Contribuyente (RUC).

4.1.1 Acta constitutiva

Es el documento que certifica la debida conformación legal de la microempresa a constituirse en la parroquia Valladolid, de acuerdo a los requerimientos establecidos en la Superintendencia de

Compañías, en el mismo que se detalla toda la información referente de los socios, sus aportes, obligaciones y derechos según la Ley.

4.1.2 Razón social

La microempresa será de Responsabilidad Limitada debido a esto pasará a ser inscrita y funcionará bajo la siguiente razón social “TASTY CÍA. LTDA.”

4.1.3 Domicilio de la microempresa

El domicilio es el lugar estratégico donde será instalada y funcionará la microempresa, la misma que se encontrará en un lugar de fácil acceso para los demandantes, por lo tanto, se determinó que el lugar idóneo para la ubicación será en la Provincia de Zamora Chinchipe, Cantón Palanda, Parroquia Valladolid en el Barrio el Cisne en la Av. Amazonas y calle S/N a una cuadra del (MOP).

4.1.4 Objetivos de la microempresa

La microempresa “TASTY CÍA. LTDA.” tiene como objetivo la producción y comercialización de manjar de leche en la parroquia Valladolid, la misma que trabajara 8 horas diarias, cinco días a la semana fuera de los sábados y domingos, es decir 260 días al año sin los días de feriado.

4.1.5 Capital social

El capital social de la microempresa productora y distribuidora de manjar de leche a constituirse ascenderá a \$ 31.934,85 dólares de los Estados Unidos de América. Los mismos que serán constituidos en un 100% por las aportaciones de los tres socios en partes iguales.

4.1.6 Tiempo de duración de la microempresa

La presente microempresa “TASTY CÍA. LTDA.” tendrá un lapso de duración de 5 años de vida útil, la misma que iniciará sus operaciones luego de su debida inscripción en el Registro Mercantil,

debido a lo antes mencionado la microempresa al término de los cinco años procederá a su cancelación o también puede proceder a la ampliación de su periodo operativo.

4.1.7 Nacionalidad

La microempresa “TASTY CÍA. LTDA.” Se encuentra en proceso de constitución y ejecución en la República del Ecuador, por lo tanto, se sujetará a todas las normas, leyes y reglamentos del mismo y será de nacionalidad ecuatoriana.

4.2 Organización administrativa

La microempresa a constituirse “TASTY CÍA. LTDA.” poseerá un sistema organizacional administrativo de métodos y procedimientos óptimos para asignar, controlar y dirigir al personal de la microempresa mediante la ejecución de cada función o proceso con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos, y por consiguiente tener la rentabilidad esperada.

4.2.1 Niveles jerárquicos

La microempresa productora y comercializadora de manar de leche “TASTY CÍA. LTDA.” contará con los siguientes niveles jerárquicos mediante los cuales se pretende organizar de manera adecuada cada una de las áreas con las que cuenta la microempresa para su correcto desempeño, entre ellos se encuentran los siguientes:

- **Nivel legislativo**

En este caso el nivel legislativo esta lo compuesto por la Junta General de Socios, es decir por los tres accionistas de la compañía, en el cual se tiene como función el encargarse de legislar las políticas y reglamentos a los que se regirá la microempresa, tomando así decisiones encaminadas al éxito y consecutivamente dictando normas, estatus y resoluciones acordes con la fase operativa.

Este nivel se encuentra conformado por los tres accionistas de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche “TASTY CÍA. LTDA.”, que en este caso son las siguientes personas: Ghina Rivera, Juan Rivera y Beatriz Rivas.

- **Nivel ejecutivo**

Este nivel se encuentra dirigido por el presidente y gerente general el cual es nombrado por los socios, y es el encargado de llevar a efecto las ordenes de la junta de socios por medio del presidente, por ende, orienta y plantea estrategias para llevar al más alto nivel del éxito a la microempresa. Dentro del este nivel se encontrará a cargo de la Eco. Carmen López.

- **Nivel asesor**

Está nivel está representado por el Asesor Jurídico que es el encargado de brindar asesoramiento a los niveles superiores de la microempresa en temas legales y jurídicos de manera temporal. Estará a cargo del Abg. Juan Castillo, del mismo que se requerirá sus servicios de manera temporal.

- **Nivel auxiliar o de apoyo**

Este nivel está encargado de la realizar acciones que ayuden al óptimo desarrollo de las actividades de la microempresa, en este caso será la encargada la secretaria-contadora prestando sus servicios de manera eficiente y oportuna. El área de secretaria/contadora estará a cargo de la Ing. Mariana Paute.

- **Nivel operativo**

El correcto funcionamiento de este nivel es de relevante importancia para de la microempresa se encuentra constituido por la planta obrera que desarrolla las actividades productivas del manar de leche, lo conforman el jefe de producción, los obreros y el chofer encargado de la

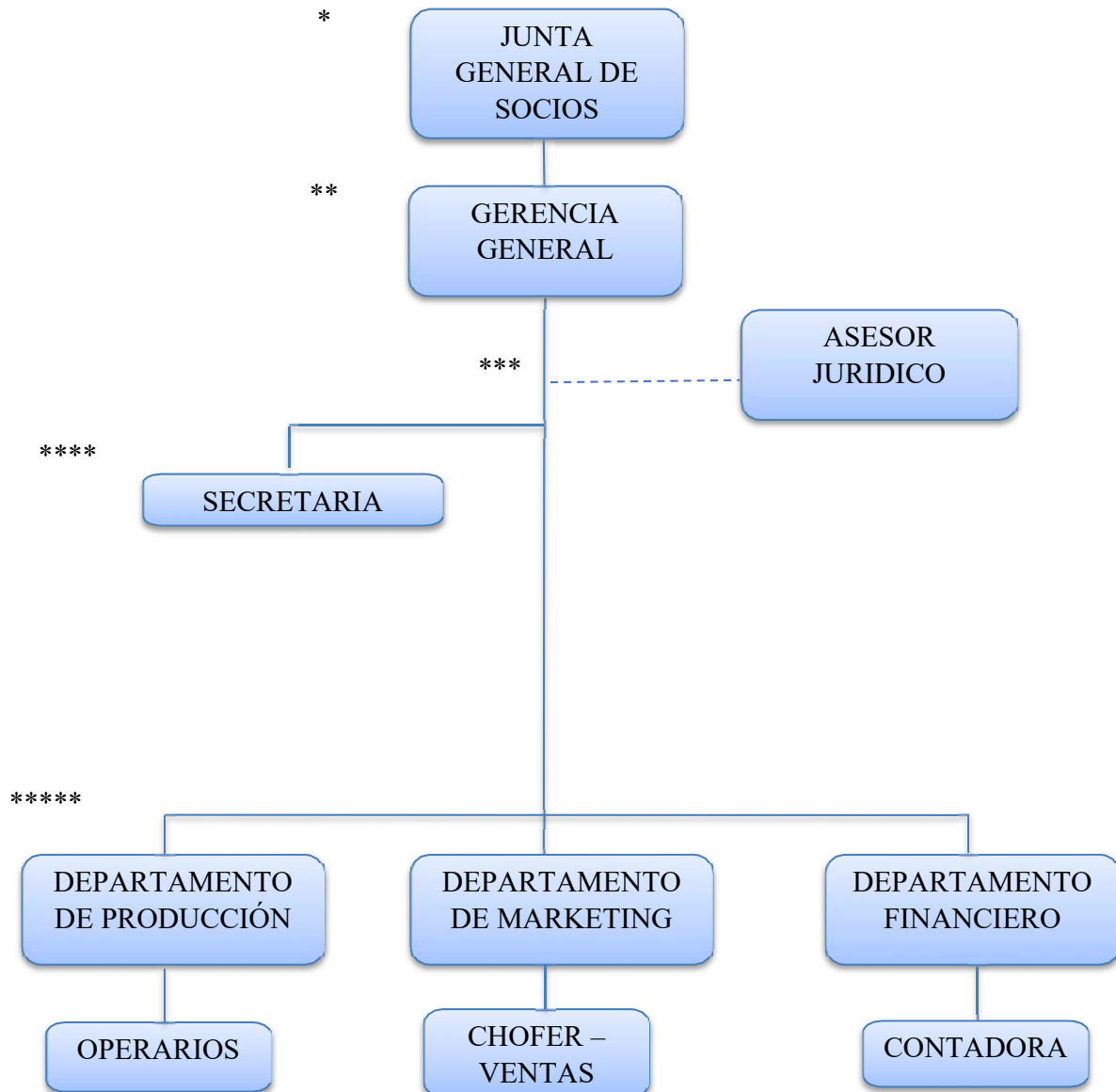
comercialización del producto el cual debe ser elaborado con las más altas estándares de calidad para los demandantes.

Las pronas encargadas de este nivel se encuentran distribuidas de la siguiente manera para optimizar tiempo y recursos; jefe de producción es el Ing. Carlos Valverde, el cual labora con dos obreros que corresponde a los siguientes, Sr. Carlos Torres, mientras que el chofer y encargado de ventas es el Sr. Cristian Ortiz.

4.2.2 Organigramas

Debido a lo antes mencionado determinamos que la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche “TASTY CÍA. LTDA.”, contara y empleara algunos organigramas, los mismos que se detallaran a continuación:

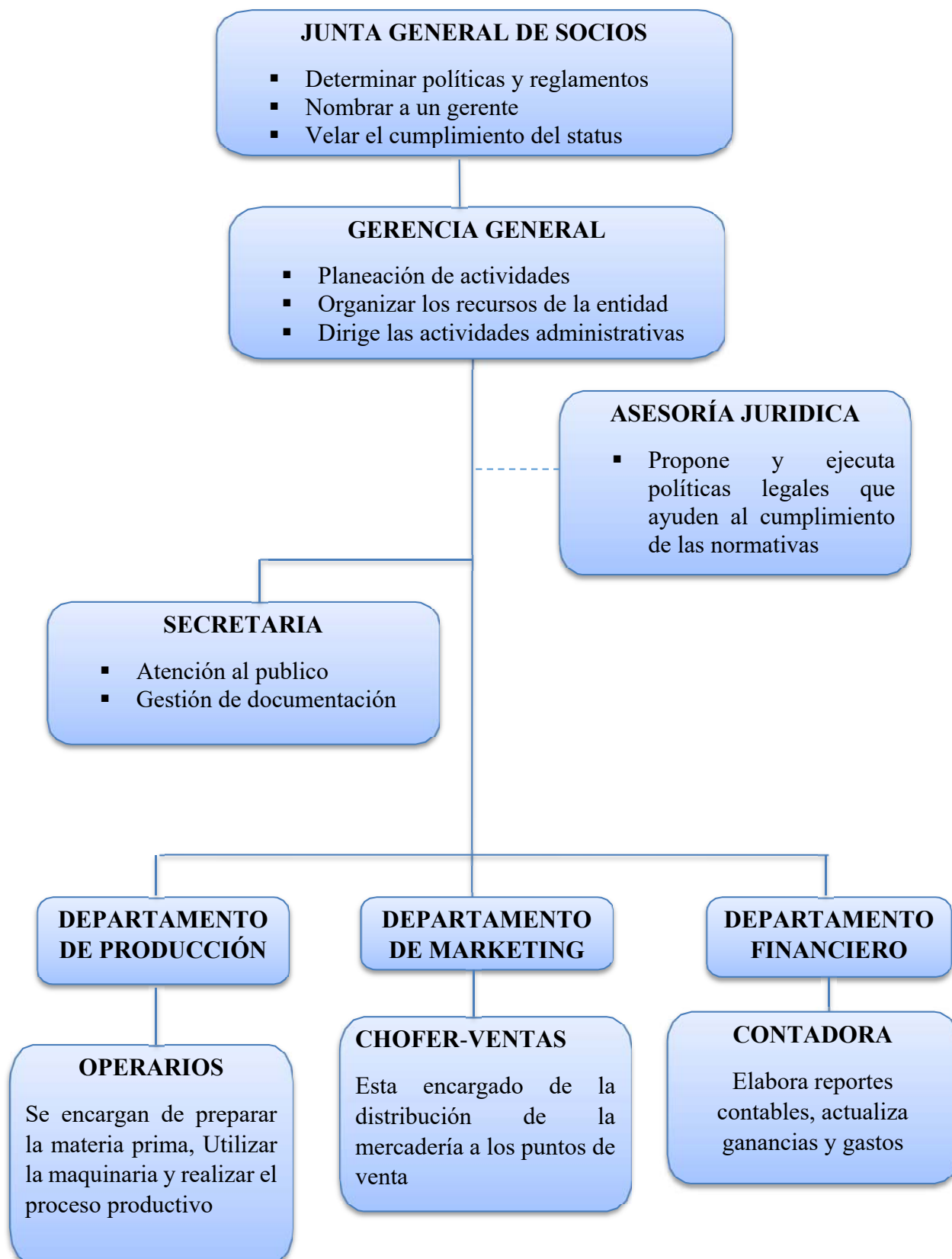
Gráfico 43 Organigrama estructural de la microempresa



Elaboración: La autora

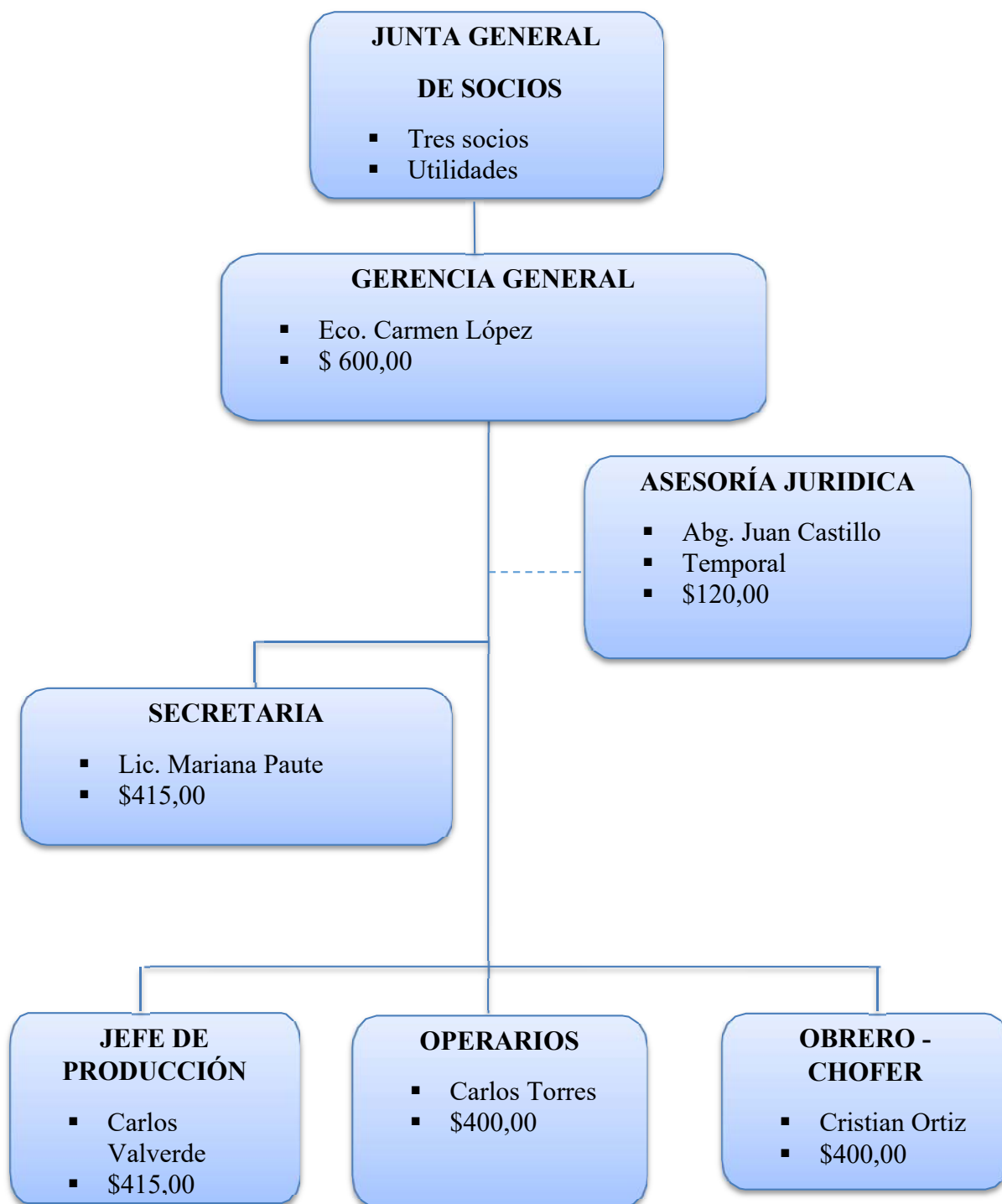
* Nivel Legislativo
 ** Nivel Ejecutivo
 *** Nivel Asesor
 **** Nivel Auxiliar
 ***** Nivel Operativo

Gráfico 44 Organigrama funcional de la microempresa



Elaboración: La autora

Gráfico 45 Organigrama posicional de la microempresa





Elaboración: La autora


4.2.3 Manual de funciones para el personal de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche “TASTY”


El manual de funciones de la microempresa engloba la información necesaria con respecto al análisis y descripción de las diferentes tareas que se deben llevar a cabo y cumplir mediante cada cargo laboral, mediante estas herramientas se busca generar la eficiente administración de los Recursos Humanos y facilitar el establecimiento normas de coordinación entre cargos, para de esta manera lograr facilitar y agilizar el trabajo del personal en la microempresa.


	MANUAL DE FUNCIONES	Código: 001
	Microempresa “Productora y comercializadora de manjar de leche TASTY Cía. Ltda.”	
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Junta General de Socios	
Número de personas a cargo	3 accionistas	
Nivel Jerárquico	Nivel Legislativo	
Jefe Inmediato Superior	Ninguno	
NATURALEZA DEL PUESTO		
La Junta General de Socios es la máxima autoridad conforme al Reglamento Interno de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche “TASTY”		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Dictar y aprobar su reglamento • Establecer reuniones ordinarias y extraordinarias para aprobar aspectos relevantes de la microempresa • Acordar y aprobar modificación al Estatus 		
PERFIL DEL CARGO		
Todas las reuniones ordinarias o extraordinarias serán presididas por el gerente general de la microempresa.		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> • Ser uno de los accionistas de la empresa. 		


	MANUAL DE FUNCIONES	Código: 002
Microempresa “Productora y comercializadora de manjar de leche TASTY Cía. Ltda.”		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Gerente General	
Número de personas a cargo	1 persona	
Nivel Jerárquico	Nivel Ejecutivo	
Jefe Inmediato Superior	Junta General de Socios	
NATURALEZA DEL PUESTO		
<p>Su labor se centra en planificar, dirigir, controlar, programar, organizar y ejecutar las actividades que se realizan en la microempresa tanto administrativa como operacional desarrollando estrategias competitivas</p>		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Es el representante legal de la microempresa • Velar por el cumplimiento de las normas y reglamentos a nivel empresarial y laboral • Supervisar las funciones de todos los trabajadores • Elaborar y ejecutar presupuestos • Contratar y remover al personal de acuerdo a las necesidades de la microempresa • Elaborar planes operativos, estratégicos y de capacitación 		
PERFIL DEL CARGO		
<p>Tener visión a corto y largo plazo para lograr el cumplimiento de los objetivos de la microempresa, tener capacidad para trabajar en equipo siendo un líder absoluto al momento de resolver inconvenientes laborales y administrativos.</p>		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título académico de tercer nivel en Administración de Empresas o Ing. Comercial. ▪ Experiencia mínima de 3 años. ▪ Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo 		

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: 003
Microempresa “Productora y comercializadora de manjar de leche TASTY Cía. Ltda.”		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Asesor Jurídico	
Número de personas a cargo	1 persona	
Nivel Jerárquico	Nivel Asesor	
Jefe Inmediato Superior	Gerente General	
Supervisa	Junta General de Socios	
NATURALEZA DEL PUESTO		
Intervenir en los asuntos jurídicos y legales de la microempresa para ayudar asesorar y resolver conflictos legales que surjan con los trabajadores y clientes.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a los accionistas de la empresa en aspectos jurídicos. • Emitir informes sobre contratos, reglamentos, ordenanzas y disposiciones. • Asistir y participar de las sesiones de los accionistas. • Redactar y legalizar documentos referentes a la contratación o despido del personal de la microempresa 		
PERFIL DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Estar al tanto de toda modificación y restructuración de leyes o políticas que involucren a la microempresa para servir de consejero, asesor, guía en materia jurídica. 		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título académico de tercer nivel de Abogado / Derecho ▪ Experiencia mínima de 3 años ▪ Predisposición e iniciativa para realizar trámites legales 		

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: 004
Microempresa “Productora y comercializadora de manjar de leche TASTY Cía. Ltda.”		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Secretario/a – Contador/a	
Número de personas a cargo	1 persona	
Nivel Jerárquico	Nivel Auxiliar	
Jefe Inmediato Superior	Gerente General	
NATURALEZA DEL PUESTO		
<p>Ejecutar actividades pertinentes al área secretarial y asistir a su supervisor inmediato, para mantenerlo al tanto de la información contable que debe ser exacta y verificable a fin de lograr un eficaz y eficiente desempeño.</p>		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Brindar atención de calidad y oportuna a los intermediarios de la empresa, proveedores y clientes. • Controlar la debida asistencia del personal • Prepara de manera clara y precisa los estados financieros y balances acorde a los datos de la microempresa • Lleva a efecto y contabiliza las nóminas de pago del personal • Participar en las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Junta de Socios 		
PERFIL DEL CARGO		
<p>Realizar labores de una contadora, pero al mismo tiempo debe recopilar información y proporcionar documentos cuando lo requieran los directivos.</p>		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título académico de tercer nivel de Secretaria Ejecutivo o Contabilidad ▪ Experiencia mínima de 3 años ▪ Tener iniciativa para realizar oficios, informes, estados y balances de la microempresa 		

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: 005
Microempresa “Productora y comercializadora de manjar de leche TASTY Cía. Ltda.”		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Jefe de Producción	
Número de personas a cargo	1 persona	
Nivel Jerárquico	Nivel Operativo	
Jefe Inmediato Superior	Gerente General	
Supervisa	Obreros	
NATURALEZA DEL PUESTO		
Realiza la planificación, organización, dirección y se encarga de controlar el funcionamiento del área de producción con sus debidos procesos.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir la materia prima • Estar pendiente de hacer ejecutar los programas de producción • Controlar los inventarios de materia prima e insumos • Controlar el correcto uso de la maquinaria • Tratar de innovar con nuevas técnicas de producción • Realizar un control oportuno y eficiente de la calidad del producto • Realizar el inventario de los insumos necesarios a tiempo 		
PERFIL DEL CARGO		
Tener conocimientos previos en procesamiento de manjar de leche estableciendo sistemas de medias, tiempos y movimientos para efectivizar la producción al máximo manteniendo el ritmo de trabajo a diario		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título académico de tercer nivel en Ingeniería Industrial u otro similar ▪ Experiencia mínima de 3 años ▪ Participación activa en talleres de capacitación con mención en producción 		


	MANUAL DE FUNCIONES	Código: 006
Microempresa “Productora y comercializadora de manjar de leche TASTY Cía. Ltda.”		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Obrero	
Número de personas a cargo	1 persona	
Nivel Jerárquico	Nivel Operativo	
Jefe Inmediato Superior	Jefe de Producción	
NATURALEZA DEL PUESTO		
<p>Ejecutar el proceso de producción mediante el buen uso de la materia y cumpliendo con las normas de calidad para obtener el producto final.</p>		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Recibimiento y transporte de materia prima • Uso de la maquinaria de manera adecuada • Transformación de materia prima e insumos • Dosificación correcta y empaquetamiento del producto • Brindar mantenimiento cuando sea necesario a la maquinaria 		
PERFIL DEL CARGO		
<p>Ejecutar los procesos adecuados en cada etapa de producción para la transformación de la materia prima que en este caso es la leche en el producto final el manjar optimizando recursos y tiempo.</p>		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título académico de bachiller ▪ Experiencia 1 año ▪ Haber desempeñado cargos similares en producción de manjar de leche 		

	MANUAL DE FUNCIONES	Código: 007
Microempresa “Productora y comercializadora de manjar de leche TASTY Cía. Ltda.”		
I. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO		
Nombre del Puesto	Chofer/Vendedor	
Número de personas a cargo	1 persona	
Nivel Jerárquico	Nivel Operativo	
Jefe Inmediato Superior	Gerente	
NATURALEZA DEL PUESTO		
Ejecutar el proceso de producción mediante el buen de la materia y cumpliendo con las normas de calidad para obtener el producto final.		
FUNCIONES PRINCIPALES		
<ul style="list-style-type: none"> • Recibimiento y transporte de materia prima • Uso de la maquinaria de manera adecuada • Transformación de materia prima e insumos • Dosificación correcta y empaquetamiento del producto • Brindar mantenimiento cuando sea necesario a la maquinaria 		
PERFIL DEL CARGO		
Ejecutar los procesos adecuados en cada etapa de producción para la transformación de la materia prima que este caso es la leche en el producto final el manjar optimizando recursos y tiempo.		
REQUISITOS MINIMOS		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Título académico de bachiller ▪ Experiencia 1 año ▪ Haber desempeñado cargos similares en producción de manjar de leche 		

4.2.4 Roles de pago del personal de la microempresa “TASTY”

A continuación, se especifica cada uno de los salarios del personal que laborara en la microempresa productora de manjar los mismo que cuentan con todos los beneficios de la Ley.

Tabla 49 Roles de pago área administrativa

			MICROEMPRESA DE MANJAR DE LECHE "TASTY" ROL DE PAGOS ene-20 Dirección Administrativa									
			INGRESOS					EGRESOS				
N	NOMBRE	CARGO	SUELDO	DEC. TERCERO	DEC. CUARTO	TOTAL INGRESOS	APORTE AL IESS 12,15%	FONDOS DE RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL DE EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR	
1	Carmen López	Gerente	\$ 600	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 683,33	\$ 72,90	\$ 49,98	\$ 25,00	\$ 147,88	\$ 831,21	
2	Mariana Paute	Secretaria/contador	\$ 415	\$ 34,58	\$ 33,33	\$ 482,92	\$ 50,42	\$ 34,56	\$ 17,29	\$ 102,28	\$ 585,20	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora


Tabla 50 Roles de pagos área de producción

			MICROEMPRESA DE MANJAR DE LECHE "TASTY" ROL DE PAGOS ene-20 Área de Producción									
			INGRESOS					EGRESOS				
N	NOMBRE	CARGO	SUELDO	DEC. TERCERO	DEC. CUARTO	TOTAL INGRESOS	APORTE AL IESS 12,15%	FONDOS DE RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL DE EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR	
1	Carlos Valverde	Jefe de producción	\$ 415	\$ 34,58	\$ 33,33	\$ 482,92	\$ 50,42	\$ 34,56	\$ 17,29	\$ 102,28	\$ 585,20	
2	Galo Castillo	Operario	\$ 400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 466,67	\$ 48,60	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 98,59	\$ 565,25	
3	Carmen Torres	Operario	\$ 400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 466,67	\$ 48,60	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 98,59	\$ 565,25	

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Tabla 51 Rol de pago área de ventas

											
MICROEMPRESA DE MANJAR DE LECHE "TASTY" ROL DE PAGOS ene-20 Área de Ventas											
INGRESOS								EGRESOS			
N.	NOMBRE	CARGO	SUELDO	DEC. TERCERO	DEC. CUARTO	TOTAL INGRESOS	APORTE AL IESS 12,15%	FONDOS DE RESERVA 8,33%	VACACIONES	TOTAL DE EGRESOS	LIQUIDO A RECIBIR
1	Cristian Ortiz	Obrero/chofer	\$ 400	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 466,67	\$ 48,60	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 98,59	\$ 565,25

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Capítulo V

5. Estudio económico financiero

En el presente capítulo se estudia y por ende se determina la viabilidad financiera del proyecto de manera que se muestra si posee factibilidad o no la microempresa a implementarse, la misma que se dedicara a la producción y comercialización de manjar de leche en la parroquia Valladolid perteneciente a la Provincia de Zamora. Por lo cual, se realiza y ordena la información monetaria de los estudios preliminares y se examina minuciosamente su financiamiento, seguido de esto se procede con la fase de evaluación.

Por ende, se proyectará el capital de trabajo con la siguiente tasa de inflación anual, la misma que es de -0,91% para noviembre del año 2020, esto según datos obtenidos de la página del Banco Central del Ecuador, también es importante realizar énfasis que el financiamiento de la microempresa se lo realizara mediante el aporte de los accionistas.

Debido a lo antes mencionado, a continuación, se muestra de forma precisa todas las inversiones y el financiamiento necesario para el correcto funcionamiento de la microempresa a implementarse, por esta razón se detalla los aspectos y requerimientos más relevantes e imprescindibles en relación al dinero, esto con la finalidad de dar inicio a las actividades de producción y comercialización del estudio.

5.1 Inversiones

Dentro de las inversiones se encuentran los valores monetarios que son imprescindibles para la puesta en marcha y el correcto funcionamiento de la microempresa, por lo cual, se determinara los montos de inversión necesarios para poder implementar el proceso productivo del manjar de leche en presente proyecto, siendo esta una parte esencial y de gran relevancia en el análisis financiero.

5.1.1 Inversiones en activos fijos

Los activos fijos son los que representan todo tipo de inversión realizada en bienes tangibles o intangible siempre y cuando estos duren durante la vida útil del proyecto ya que son necesarios para el funcionamiento de la microempresa. De acuerdo a lo antes mencionado se detallará a continuación los activos fijos necesarios para el proyecto:

Terreno: el área del terreno que se utilizará para la implementación de la planta para la producción y comercialización de manjar de leche en la localidad de Valladolid es de 240 m², de acuerdo al departamento de avalúos y catastros, cada metro cuadrado está avaluado en \$40:

Tabla 52 Terreno

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	m ²	240	36,00	8640,00
Total			36,00	8640,00

Fuente: Municipio del Cantón Palanda
Elaboración: La autora

Construcción: comprende todas las infraestructuras e instalaciones bajo las cuales la microempresa operara, para la construcción de la mismas se utiliza productos nacionales, para determinar los costos por construcción se utilizó los precios referenciales por m² de la localidad:

Tabla 53 Construcción

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Área administrativa	m ²	9	150,00	1530,00
Planta de producción	m ²	45	170,00	7650,00
Área de servicio	m ²	14	170,00	2380,00
Área de estacionamiento	m ²	90	50,00	4500,00
Total			540,00	15880,00

Fuente: Constructora Ojeda & Ojeda Cía. Ltda.
Elaboración: La autora

Maquinaria y equipo: son todos aquellas máquinas y accesorios que son indispensables para el normal funcionamiento de las actividades productivas de la microempresa. A continuación, se detalla de manera precisa la maquinaria y el equipo necesario:

Tabla 54 Maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Olla o Paila	1	180,00	180,00
Envasadora de líquidos viscoso	1	240,00	240,00
Tanque almacenamiento de leche	1	150,00	150,00
Balanza electrónica	1	25,00	25,00
Mesa	1	30,00	30,00
Filtros con trampa anti pelo	4	8,00	32,00
Baldes	2	5,00	10,00
Total		638,00	667,00

Fuente: Grupo FRITEGA S.A.

Elaboración: La autora

Equipo de computación: se encuentra conformado por todos los equipos que permiten realizar actividades administrativas, productivas y de ventas de la microempresa de manera eficiente en la microempresa.

Tabla 55 Equipo de cómputo y reinversión

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computadora	2	474,00	948,00
Impresora	1	125,00	125,00
Subtotal		599,00	1073,00
Reinversión en computadora	2	469,69	939,37
Total		1068,69	2012,37

Fuente: CREDILOJA

Elaboración: La autora

Muebles de oficina: se encuentran empleados en el equipamiento del área administrativa y comercial de la microempresa, entre ellos se encuentran los siguientes:

Tabla 56 Muebles de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	2	85,00	170,00
Sillones giratorios	2	35,00	70,00
Archivador	1	60,00	60,00
Silla unipersonal	3	5,00	15,00
Total		185,00	315,00

Fuente: CREDILOJA
Elaboración: La autora

Vehículo: se emplea para el correcto desempeño del área de ventas, a continuación, se detalla el requerimiento necesario:

Tabla 57 Vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Motocicleta Daytona	1	800,00	800,00
Total		800,00	800,00

Fuente: CREDILOJA
Elaboración: La autora

Resumen de inversiones fijas: se encuentra conformado por las inversiones que deben realizarse en bienes tangibles para el proceso de producción de la microempresa. Una vez detallados todos los activos fijos a continuación se presenta un resumen de las inversiones:

Tabla 58 Resumen de inversiones fijas

DETALLE	VALOR
Terreno	8640,00
Construcción	15880,00
Maquinaria y equipo	667,00
Equipos de computación	1073,00
Reinversión de los equipos de computación	939,37
Muebles de oficina	315,00
Motocicleta Daytona	800,00
Total	28314,37

Fuente: Tabla N. 51 al 57
Elaboración: La autora

Depreciaciones de activos fijos: se analiza y determina el desgaste que sufre la maquinaria y el equipo debido al uso que presta al pasar del tiempo. De acuerdo a lo antes mencionado a continuación se realiza las depreciaciones de los activos correspondientes a continuación:

Tabla 59 Depreciaciones

BIENES A DEPRECIARSE	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
Construcción	20	5%
Maquinaria y equipo	10	10%
Equipos de computación	3	33,33%
Muebles de Oficina	10	10%
Motocicleta Daytona	5	20%

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaboración: La autora

Tabla 60 Depreciación de construcción

Valor del activo:	15880,00			
Vida Útil:	20			
Depreciación:	5%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	15880,00	794,00	754,30	15086,00
1	15086,00		754,30	14331,70
2	14331,70		754,30	13577,40
3	13577,40		754,30	12823,10
4	12823,10		754,30	12068,80
5	12068,80		754,30	11314,50
6	11314,50		754,30	10560,20
7	10560,20		754,30	9805,90
8	9805,90		754,30	9051,60
9	9051,60		754,30	8297,30
10	8297,30		754,30	7543,00
11	7543,00		754,30	6788,70
12	6788,70		754,30	6034,40
13	6034,40		754,30	5280,10
14	5280,10		754,30	4525,80
15	4525,80		754,30	3771,50
16	3771,50		754,30	3017,20
17	3017,20		754,30	2262,90
18	2262,90		754,30	1508,60
19	1508,60		754,30	754,30
20	754,30		754,30	0,00

Fuente: Tabla N.58 - N.59
Elaboración: La autora

Tabla 61 Maquinaria y equipo

Valor del activo:	667,00			
Vida Útil:	10			
Depreciación:	10%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	667,00	66,70	60,03	600,30
1	600,30		60,03	540,27
2	540,27		60,03	480,24
3	480,24		60,03	420,21
4	420,21		60,03	360,18
5	360,18		60,03	300,15
6	300,15		60,03	240,12
7	240,12		60,03	180,09
8	180,09		60,03	120,06
9	120,06		60,03	60,03
10	60,03		60,03	0,00

Fuente: Tabla N.58 - N.59

Elaboración: La autora

Tabla 62 Depreciación de equipo de cómputo

Valor del activo:	1073,00			
Vida Útil:	3			
Depreciación:	33,33%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	1073,00	357,67	238,44	715,33
1	715,33		238,44	476,89
2	476,89		238,44	238,44
3	238,44		238,44	0,00

Fuente: Tabla N.58 - N.59

Elaboración: La autora

Tabla 63 Depreciación de reinversión en equipo de cómputo

Valor del activo:	939,37			
Vida Útil:	3			
Depreciación:	33,33%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	939,37	313,12	208,75	626,25
1	626,25		208,75	417,50
2	417,50		208,75	208,75
3	208,75		208,75	0,00

Fuente: Tabla N.64
Elaboración: La autora

Tabla 64 Depreciación de muebles de oficina

Valor del activo:	315,00			
Vida Útil:	10			
Depreciación:	10%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	315,00	31,50	28,35	283,50
1	283,50		28,35	255,15
2	255,15		28,35	226,80
3	226,80		28,35	198,45
4	198,45		28,35	170,10
5	170,10		28,35	141,75
6	141,75		28,35	113,40
7	113,40		28,35	85,05
8	85,05		28,35	56,70
9	56,70		28,35	28,35
10	28,35		28,35	0,00

Fuente: Tabla N.58 - N.59
Elaboración: La autora

Tabla 65 Depreciación de vehículo

Valor del activo:	800,00			
Vida Útil:	5			
Depreciación:	20%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	800,00	160,00	128,00	640,00
1	640,00		128,00	512,00
2	512,00		128,00	384,00
3	384,00		128,00	256,00
4	256,00		128,00	128,00
5	128,00		128,00	0,00

Fuente: Tabla N.58 - N.59

Elaboración: La autora

Tabla 66 Resumen de depreciación de activos fijos

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Área administrativa	150,00	67,5	20	1350,00	64,13	641,25
Planta de producción	170,00	382,5	20	7650,00	363,38	3633,75
Área de servicio	170,00	119	20	2380,00	113,05	1130,50
Área de estacionamiento	50,00	225	20	4500,00	213,75	2137,50
Olla o paila	180,00	18,00	10	180,00	16,20	81,00
Envasadora	240,00	24,00	10	240,00	21,60	108,00
Tanque de almacenamiento	150,00	15,00	10	150,00	13,50	67,50
Balanza electrónica	25,00	2,50	10	25,00	2,25	11,25
Mesa	30,00	3,00	10	30,00	2,70	13,50
Filtros	8,00	3,20	10	32,00	2,88	14,40
Baldes	5,00	1,00	10	10,00	0,90	4,50

Fuente: Tabla N.60 y N.61

Elaboración: La autora

Tabla 67 Depreciación de equipo de cómputo

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Computadora	474,00	316,00	3	948,00	210,67	632,00
Impresora	125,00	41,67	3	125,00	27,78	83,33

Fuente: Tabla N.62

Elaboración: La autora

Tabla 68 Depreciación del vehículo

CONCEPTO	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	VALOR A DEPRECIAR	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR DE SALVAMENTO
Motocicleta	800,00	160	5	800,00	128	640

Fuente: Tabla N.65

Elaboración: La autora

5.1.2 Activos diferidos

Constituyen todo el estudio de factibilidad que se requiere para determinar la viabilidad del proyecto, generalmente se conoce como activos diferidos a los bienes intangibles los mismos que se son ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, es decir antes de que la microempresa entre en operaciones debe obtener los respectivos permisos y por tal razón estos no se deprecian. Entre ellos se encuentran los siguientes requerimientos y serán detallados a continuación:

Tabla 69 Estudios preliminares

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Estudio de factibilidad	1	30,00	30,00
Estudio de mercado	1	30,00	30,00
Estudio de impacto ambiental	1	40,00	40,00
Total		100,00	100,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Tabla 70 Constitución legal

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Minuta de la empresa	1	50,00	50,00
Publicación en la empresa	1	30,00	30,00
Registro sanitario	1	105,00	105,00
Total		185,00	185,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Tabla 71 Patente Municipal

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Patente municipal	1	17,00	17,00
Permiso cuerpo de bomberos	1	29,75	29,75
Total		46,75	46,75

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Tabla 72 Resumen de activos diferidos

RUBRO	TOTAL
Estudios preliminares	100,00
Constitución legal	185,00
Patente municipal	46,75
Total	331,75

Fuente: Tabla N.69 hasta N.71

Elaboración: La autora

Amortización de activos diferidos: se manifiesta naturalmente con la disminución de un activo diferido frente al valor y tiempo de vida útil de la microempresa que es de cinco años:

Tabla 73 Amortización del activo diferido

RUBRO	TOTAL
Activos diferidos	331,75
Años de amortización	5
AMORTIZACIÓN	66,35

Fuente: Tabla N.72

Elaboración: La autora

5.1.3 Inversiones en activo circulante

Generalmente las inversiones de activo circulante o capital de trabajo representan la suma de todos los gastos pre-operativos y por ende de los costos de producción, debido a que estos son necesarios para que la microempresa se ponga en marche e inicie con sus actividades de producción diarias.

Materia prima directa: es aquella que se identifica de manera fácil y rápida en el producto terminado; vienen siendo indispensables uno de los elementos esenciales para la elaboración del producto, ya que la misma será transformada mediante el proceso de producción en el producto final del proyecto que en este caso el manjar de leche.

Tabla 74 Materia prima

DESCRIPCIÓN	1 - 2 AÑO			3-4 AÑO			5 AÑO			
	CANT- IDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	CANT- IDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	CANT- IDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Leche (L)	8800,00	0,28	205,33	2464,00	8800,00	205,33	2464,00	8800,00	205,33	2464,00
TOTAL			205,33	2464,00		205,33	2464,00		205,33	2464,00

Fuente: Productores de la localidad.

Elaboración: La autora

Materiales indirectos: son aquellos que no se identifican fácilmente en el producto terminado, pero que igual forma parte del mismo y son necesarios para el proceso de producción para la elaboración del producto.

Tabla 75 Materia prima indirecta

DESCRIPCIÓN	1 - 2 AÑO			3 - 4 AÑO			5 AÑO			
	CANT- IDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	CANT- IDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	CANT- IDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Azúcar (q)	20	24,00	40,00	480,00	20	40,00	480,00	20	40,00	480,00
Almidón de maíz (q)	14	22,00	25,67	308,00	14	25,67	308,00	14	25,67	308,00
Glucosa (t)	2	85,00	14,17	170,00	2	14,17	170,00	2	14,17	170,00
Total			79,83	958,00		79,83	958,00		79,83	958,00

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

Materiales de empaque: son aquellos materiales indispensables para envasar y empacar el producto, para lo cual se utilizará tarrinas de polietileno y las etiquetas para lograr insertar al mercado un producto de calidad con buena presentación.

Tabla 76 Materiales de empaque

DESCRIPCIÓN	1 - 2 AÑO			3 - 4 AÑO			5 AÑO			
	CANT- IDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	CANT- IDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL	CANT- IDAD	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Tarrinas de polietileno	18532	0,04	61,78	741,31	18532	61,78	741,31	18532	61,78	741,31
Etiquetadas	18532	0,02	30,89	370,66	18532	30,89	370,66	18532	30,89	370,66
Cartones (50 u)	5	5,00	2,08	25,00	5	2,08	25,00	5	2,08	25,00
Cinta de embalaje (30 u)	2	24,00	4,00	48,00	2	4,00	48,00	2	4,00	48,00
TOTAL			98,75	1184,97		98,75	1184,97		98,75	1184,97

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Combustible para el vehículo: se ha considerado un presupuesto estimado para el combustible de la motocicleta que será empleada para la distribución del producto en este caso del manjar de leche.

Tabla 77 Combustible para vehículo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Combustible (diésel)	7,00	1,50	10,50	126,00
Total			10,50	126,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Sueldos de mano de obra directa: se ha creído conveniente contratar un jefe de producción que se encarga de supervisar e inspeccionar el proceso productivo y un obrero que participa directamente en la transformación de la materia hasta convertirlo en producto final, los mismos que percibirán los salarios de acuerdo a todos los beneficios de la ley.

Tabla 78 Mano de obra directa e indirecta

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO JEFE DE PRODUCCIÓN (1)	DESCRIPCIÓN DEL CARGO OBRERO (1)
Sueldo Básico Unificado	415,00	400,00
Décimo Tercero	34,58	33,33
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33
Fondo de Reserva 8,33%	34,57	33,32
Aporte Patronal 12,15%	50,42	48,60
Vacaciones	17,29	16,67
TOTAL REMUNERACIÓN	585,20	565,25
Nº de empleados	1	1
TOTAL MENSUAL	585,20	565,25
TOTAL ANUAL	7022,40	6783,04
TOTAL MENSUAL TODOS	1150,45	
TOTAL ANUAL TODOS	13805,44	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS
Elaboración: La autora

Tabla 79 Sueldos mano de obra directa e indirecta

CONCEPTO	NÚMERO	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL
Jefe de producción	1	585,20	7.022,40
Obrero	1	565,25	6.783,04
Total	2	1150,45	13805,44

Fuente: Tabla N.78
Elaboración: La autora

Sueldos administrativos: el área administrativa se encargará de administrar de manera eficiente logrando optimizar los recursos económicos-financieros con que cuenta la microempresa, por lo tanto, se ha creído conveniente contratar y estimar los salarios que

percibirán, el gerente, la contadora y el asesor jurídico, se recalca que el asesor jurídico percibirá un sueldo temporal debido a que laborará por horas, cada uno de los trabajadores del área administrativa tendrá sus respectivos salarios más los beneficios de ley.

Tabla 80 Personal administrativo

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	ASESOR JURIDICO
Sueldo Básico Unificado	600,00	415,00	
Décimo Tercero	50,00	34,58	
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33	
Fondo de Reserva 8,33%	49,98	34,57	Temporal
Aporte Patronal 12,15%	72,90	50,42	
Vacaciones	25,00	17,29	
TOTAL REMUNERACIÓN	831,21	585,20	120,00
Nº de empleados	1	1	1
TOTAL MENSUAL	831,21	585,20	120,00
TOTAL ANUAL	9974,56	7022,40	120,00
TOTAL MENSUAL TODOS		1536,41	
TOTAL ANUAL TODOS		17116,96	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS
Elaboración: La autora

Tabla 81 Sueldos administrativos

CONCEPTO	NÚMERO	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL
Gerente	1,00	831,21	9974,56
Secretaria/contadora	1,00	585,20	7022,40
Asesor temporal	1,00	120,00	120,00
Total		1536,41	17116,96

Fuente: Tabla N. 80
Elaboración: La autora

Sueldo de ventas: se ha creído conveniente contratar un vendedor-chofer quien será el encargado de la venta y distribución del producto final de la microempresa, el manjar de leche, el vendedor percibirá su salario de acuerdo a todos los beneficios que establece la ley.

Tabla 82 Personal de ventas

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO VENDEDOR/CHOFER
Sueldo Básico Unificado	400,00
Décimo Tercero	33,33
Décimo Cuarto Sueldo	33,33
Fondo de Reserva 8,33%	33,32
Aporte Patronal 12,15%	48,60
Vacaciones	16,67
TOTAL REMUNERACIÓN	565,25
Nº de empleados	1
TOTAL MENSUAL	565,25
TOTAL ANUAL	6783,04

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, IESS
Elaboración: La autora

Tabla 83 Sueldo de Ventas

CONCEPTO	NÚMERO	SUELDO MENSUAL	TOTAL SUELDO ANUAL
Vendedor	1	565,25	6.783,04
TOTAL		565,25	6.783,04

Fuente: Tabla N.82
Elaboración: La autora

Servicios básicos: se encuentra conformado por los servicios básicos empleados para la producción y administración diaria de la microempresa, de la siguiente manera se ha creído conveniente emplear el 70% de los servicios básicos para la producción y el 30% restante para la administración, los mismos que constan de energía eléctrica, agua y un plan empresarial, se detallaran a continuación:

Tabla 84 Servicios básicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Agua Potable (m 3)	16	0,16	2,56	30,72
Energía Eléctrica (kW/h)	50	0,20	10,00	120,00
Plan empresarial (Minutos/ MB)	1	30,00	30,00	360,00
Total		30,36	42,56	510,72

Fuente: Empresa eléctrica de Palanda, Municipio de Palanda, CNT
Elaboración: La autora

Mantenimiento: se ha considerado un presupuesto estimado para el mantenimiento de la maquinaria empleada para la producción y de la motocicleta que será empleada para la distribución del producto de la planta.

Tabla 85 Mantenimiento

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mantenimiento de maquinaria	1	5,00	5,00	30,00
Mantenimiento de motocicleta	1	15,00	15,00	60,00
TOTAL			20,00	90,00

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Publicidad y promoción: se ha considerado más conveniente en la localidad realizar publicaciones de la publicidad del manjar de leche mediante cuñas radiales y de manera quincenal con anuncios en Facebook e Instagram, así mismo se realizará un letrero característico de la microempresa el mismo que conste del nombre y logo, también se realizaran degustaciones del producto.

Tabla 86 Publicidad y promoción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cuñas en radio	1	8,00	8,00	24,00
Publicidad en redes sociales	2	0,30	0,60	7,20
Letrero de la panta	1	9,00	9,00	18,00
Degustaciones	1	10,00	10,00	20,00
TOTAL			27,60	45,20

Fuente: Investigación directa, Imprenta EXIS
Elaboración: La autora

Suministros de oficina: son todos aquellos materiales y útiles de oficina que son necesarios para que el personal administrativo pueda realizar el trabajo diario, de manera eficaz y eficiente en la microempresa.

Tabla 87 Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Liberta de facturas (500)	1	6,00	6,00	18,00
Sellos	1	3,00	3,00	3,00
Hojas de papel A4 (resma)	1	2,65	2,65	10,60
Tinta de impresora	1	3,00	3,00	9,00
Carpetas de archivador	1	2,80	2,80	8,40
Grapadoras	1	3,50	3,50	3,50
Perforadoras	1	3,00	3,00	3,00
Materiales varios	1	4,00	4,00	16,00
Total			27,95	71,50

Fuente: Comercial "Castillo"

Elaboración: La autora

Suministros de limpieza: se estimó dentro del presupuesto una cantidad para la adquisición de materiales de limpieza y aseo personal, para que la planta se encuentre limpia, ordenada y genere comodidad al personal que labora en la misma, los proveedores y clientes:

Tabla 88 Suministros de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Escobas	1	3,00	3,00	6,00
Trapeadores	1	3,50	3,50	7,00
Desinfectante	1	3,50	3,50	10,50
Papel higiénico (paquete)	1	12,00	12,00	12,00
Recogedor de basura	1	2,50	2,50	5,00
Jabón líquido (galón)	1	3,75	3,75	11,25
Tollas de mano	1	3,00	3,00	9,00
TOTAL			31,25	60,75

Fuente: Comercial "SU ECONOMIA"

Elaboración: La autora

Insumos: es toda aquella indumentaria que utilizará el personal de producción de la microempresa, a continuación, se detalla los materiales requeridos:

Tabla 89 Material de trabajo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gorras (caja 50 u)	1	3,74	3,74	7,48
Overoles	3	15,00	45,00	90,00
Guantes (caja 50 u)	1	5,85	5,85	11,70
Mascarillas (caja 50 u)	1	3,50	3,50	7,00
Total			58,09	116,18

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

A continuación, como consecuencia de lo antes mencionado se procederá a detallar de manera concisa el resumen de la inversión que se realizara en la microempresa, el mismo que alcanzó una inversión total de \$ **36.549,73**.

Tabla 90 Resumen de inversiones en activo circulante

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima	205,33	2464,00
Materia Prima Indirecta	79,83	958,00
Empaque del producto	98,75	1184,97
Gastos de venta	10,50	126,00
Sueldos de mano de obra directa e indirecta	1150,45	13805,44
Sueldos administrativos	1536,41	17116,96
Servicios Básicos	42,56	510,72
Mantenimiento de la maquinaria y motocicleta	20,00	90,00
Publicidad y promoción	27,60	45,20
Suministro de oficina	27,95	71,50
Suministro de limpieza	31,25	60,75
Insumos	58,09	116,18
Total	3288,73	36549,73

Fuente: Tabla N. 74 a la 89

Elaboración: La autora

Resumen total de inversiones: el resumen de las inversiones indica de manera precisa cual es el monto total de inversión que se requiere para la implementación y el correcto

funcionamiento de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche, a continuación, se detalla los valores:

Tabla 91 Resumen de activos

DESCRIPCIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Activo Fijo	28314,37	89%
Activo Diferido	331,75	1%
Activo Circulante	3288,73	10%
TOTAL	31934,85	100%

Fuente: Tabla N.58, N.72 a la 90

Elaboración: La autora

5.2 Financiamiento de la inversión

La microempresa dedicada a producción y comercialización de manjar de leche cuenta con un capital de **\$31.934,85**, el mismo que representa el 100% del financiamiento de la microempresa valor que será cubierto con los aportes los tres socios en montos iguales, por lo tanto, cada accionista aporta el valor de **\$10.644,95**, para llevar a efecto la implementación de la planta.

Tabla 92 Financiamiento de la inversión

RUBRO	VALOR INVERSIÓN	APORTE INDIVIDUAL	PORCENTAJE
Capital propio	31934,85	10644,95	100%

Fuente: Tabla N.91

Elaboración: La autora

5.3 Análisis de costos

5.3.1 Presupuesto proyectado o proformado

Este presupuesto incluye los costos que se despliegan durante la producción del manjar de leche de la microempresa. Para dicha proyección de los costos se empleó la tasa de inflación anual de -0,91% para noviembre del año 2020, según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 93 Presupuesto proyectado

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCION					
Materia prima directa	2464,00	2441,58	2464,00	2441,58	2464,00
Mano de obra directa e indirecta	13805,44	13679,81	13555,33	13431,97	13309,74
Materia prima indirecta	958,00	949,28	958,00	949,28	958,00
Materiales de empaque	1184,97	1174,18	1184,97	1174,18	1184,97
Servicios básicos para la producción	357,50	354,25	351,03	347,83	344,67
Insumos	116,18	115,12	114,08	113,04	112,01
Depreciación maquinaria y equipo	60,03	60,03	60,03	60,03	60,03
Depreciación de construcción	754,30	754,30	754,30	754,30	754,30
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	19700,43	19528,52	19441,73	19273,22	19187,72
COSTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Sueldos administrativos	17116,96	16961,20	16806,85	16653,91	16502,36
Suministros de oficina	71,50	70,85	70,20	69,57	68,93
Depreciación equipo de computo	238,44	238,44	238,44	208,75	208,75
Depreciación de muebles de oficina	28,35	28,35	28,35	28,35	28,35
Servicios básicos administrativos	153,22	151,82	150,44	149,07	147,71
Suministros de limpieza	60,75	60,20	59,65	59,11	58,57
Amortización del diferido	68,35	68,35	68,35	68,35	68,35
Gastos de Ventas					
Sueldo de ventas	6783,04	6721,31	6660,15	6599,54	6539,49
Publicidad y promoción	45,20	44,79	44,38	43,98	43,58
Depreciación vehículo	128,00	128,00	128,00	128,00	128,00
Mantenimiento	90,00	89,18	88,37	87,57	86,77
Combustible	126,00	124,85	123,72	122,59	121,48
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	24907,81	24685,35	24464,91	24216,78	24000,33
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	44608,24	44213,91	43906,64	43489,00	43188,05

Fuente: Tabla N.74 a la 93

Elaboración: La autora

5.3.2 Costo unitario producción y determinación del precio de venta al público

Para dar inicio a las actividades de producción y comercialización de manjar de leche de la microempresa se incidió en algunos costos que son importantes para lograr determinar la rentabilidad de la microempresa. Por lo tanto, se detallan los precios a continuación:

Costo unitario de producción: es imprescindible establecer el costo unitario de producción, para realizarlo se relacionar el costo total con la cantidad de unidades producidas durante el periodo.

$$CUP = \frac{CTP}{\# \text{ de Unidades}}$$

$$CUP = \frac{44608,24}{18532}$$

$$CUP = 2,41$$

Tabla 94 Costo unitario de producción

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCION (\$)	LIBRAS DE PRODUCCON AL AÑO	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN CADA LIBRA
1	44608,24	18533	\$ 2,41
2	44213,91	18533	\$ 2,39
3	43906,64	18533	\$ 2,37
4	43489,00	18533	\$ 2,35
5	43188,05	18533	\$ 2,33

Fuente: Tabla N. 46 y 94

Elaboración: La autora

Precio de venta al público: para lograr establecer el precio de venta al público se debe tener en cuenta el costo unitario de producción antes obtenido, al mismo que se le agrega un margen de utilidad.

Tabla 95 Precio de venta al público

AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN UTILIDAD	PVP
1	\$ 2,41	25%	\$ 3,00
2	\$ 2,39	26%	\$ 3,00
3	\$ 2,37	27%	\$ 3,00
4	\$ 2,35	28%	\$ 3,00
5	\$ 2,33	29%	\$ 3,00

Fuente: Tabla N. 95

Elaboración: La autora

5.3.3 Determinación de ingresos por ventas

El presupuesto de ingreso por ventas admite proyectar los ingresos que la microempresa va a generar en un período de tiempo determinado. Por lo tanto, los ingresos totales son la rentabilidad en efectivo que la microempresa “TASTY” percibirá por la comercialización y producción de manjar de leche. Las mismo que se calcula mediante la multiplicación de la cantidad de unidades producidas por el precio.

Tabla 96 Presupuesto de ingresos

AÑOS	NÚMERO DE LIBRAS	PVP	INGRESO POR VENTAS
1	18533	\$ 3,00	55598,40
2	18533	\$ 3,00	55598,40
3	18533	\$ 3,00	55598,40
4	18533	\$ 3,00	55598,40
5	18533	\$ 3,00	55598,40

Fuente: Tabla N. 94 y 96

Elaboración: La autora

5.3.4 Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias presenta de manera detallada y ordenada el resultado de las operaciones procedentes del uso de los recursos de la microempresa, es decir la utilidad o

pérdida del ejercicio en un periodo de tiempo determinado en este caso es un año, en consecuencia, de los resultados obtenidos se analiza y determina si la microempresa continúa con las actividades siempre y cuando esté generando resultados positivos.

Por lo tanto, por medio de este período financiero se logra conocer si la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche “TASTY”, logrará obtener ganancias o pérdida del ejercicio de ventas mediante la implementación del presente proyecto

Tabla 97 Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	55598,40	55598,40	55598,40	55598,40	55598,40
(+) VALOR RESIDUAL	0,00	0,00	0,00	0,00	1722,99
TOTAL DE INGRESOS	55598,40	55598,40	55598,40	55598,40	57321,39
EGRESOS					
(-) Costos de producción	19700,43	19528,56	19441,73	19272,22	19187,72
(-) Gastos de operación	24907,81	24685,35	24464,91	24216,78	24000,33
TOTAL DE EGRESOS	44608,24	44213,91	43906,64	43489,00	43188,05
UTILIDA BRUTA	10990,16	11384,49	11691,76	12109,40	14133,34
(-)15% Distribución Utilidad	1648,52	1707,67	1753,76	1816,41	2120,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	9341,64	9676,81	9938,00	10292,99	12013,34
(-)25% Impuesto a la Renta	2335,41	2419,20	2484,50	2573,25	3003,33
UTILIDAD LÍQUIDA ANTES DE RESERVA	7006,23	7257,61	7453,50	7719,74	9010,00
(-) 10% reserva legal	700,62	725,76	745,35	771,97	901,00
UTILIDAD LIQUIDA	6305,60	6531,85	6708,15	6947,77	8109,00

Fuente: Tabla N. 66 y 94

Elaboración: La autora

5.3.5 Clasificación de costos

La clasificación de los costos, contiene información necesaria para el área administrativa, puesto que se evalúa y controla los costos de los procesos productivos, en este caso la gerencia es quien empleara las herramientas necesarias para la toma de decisiones encaminadas al logro de los objetivos de la microempresa.

Debido a lo antes mencionado, a continuación, se detallará de manera concreta los costos fijos y los costos variables de acuerdo al presupuesto proyectado de la microempresa:

Tabla 98 Clasificación de los costos fijos y variables

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
Materia prima directa		2464,00		2441,58		2464,00		2441,58		2464,00
Mano de obra directa e indirecta	13805,44		13679,81		13555,33		13431,97		13309,74	
Materia prima indirecta		958,00		949,28		958,00		949,28		958,00
Materiales de empaque		1184,97		1174,18		1184,97		1174,18		1184,97
Servicios básicos para la producción		357,50		354,25		351,03		347,83		344,67
Insumos	116,18		115,12		114,08		113,04		112,01	
Depreciación maquinaria y equipo	60,03		60,03		60,03		60,03		60,03	
Depreciación de construcción	754,30		754,30		754,30		754,30		754,30	
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	14735,95	4964,47	14609,27	4919,30	14483,73	4958,00	14359,34	4912,88	14236,08	4951,64
COSTOS DE OPERACIÓN										
Gastos administrativos										
Sueldos Administrativos	17116,96		16961,20		16806,85		16653,91		16502,36	
Suministros de oficina	71,50		70,85		70,20		69,57		68,93	
Depreciación equipo de computo	238,44		238,44		238,44		208,75		208,75	

Depreciación de muebles de oficina	28,35		28,35		28,35		28,35		28,35	
Servicios básicos administrativos		153,22		151,82		150,44		149,07		147,71
Suministros de limpieza	60,75		60,20		59,65		59,11		58,57	
Amortización del diferido	66,35		66,35		66,35		66,35		66,35	
Gastos de ventas										
Sueldos de ventas	6783,04		6721,31		6660,15		6599,54		6539,49	
Publicidad y promoción		45,20		44,79		44,38		43,98		43,58
Depreciación Vehículo	128,00		128,00		128,00		128,00		128,00	
Mantenimiento		90,00		89,18		88,37		87,57		86,77
Combustible		126,00		124,85		123,72		122,59		121,48
TOTAL COSTOS	24493,40	414,42	24274,70	410,64	24058,00	406,91	23813,58	403,21	23600,80	399,54
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	39229,35	5378,89	38883,97	5329,94	38541,73	5364,90	38172,92	5316,08	37836,88	5351,17
TOTAL COSTOS TOTALES	44608,24		44213,91		43906,64		43489,00		43188,05	

Fuente: Tabla N. 94
Elaboración: La autora

5.3.6 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta mediante la cual podemos controlar las actividades productivas y financieras de la microempresa, de esta manera se podrá comparar si lo planificado va de acuerdo con lo que se está ejecutando para que no se ocasionen pérdidas

El cálculo del punto de equilibrio del primer se lo realizo de la siguiente manera:

Cálculo de punto de equilibrio primer año

Método matemático

Datos Año 1:

$$CF= 39.229,35$$

$$CV= 5.378,89$$

$$VT= 55.598,40$$

$$CT= 44.608,24$$

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{39.229,35}{1 - \frac{5.378,89}{55.598,40}} = 43.431$$

- En función a la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 \quad PE = \frac{39.229,35}{55.598,40 - 5.378,89} * 100 = 78,12 \%$$

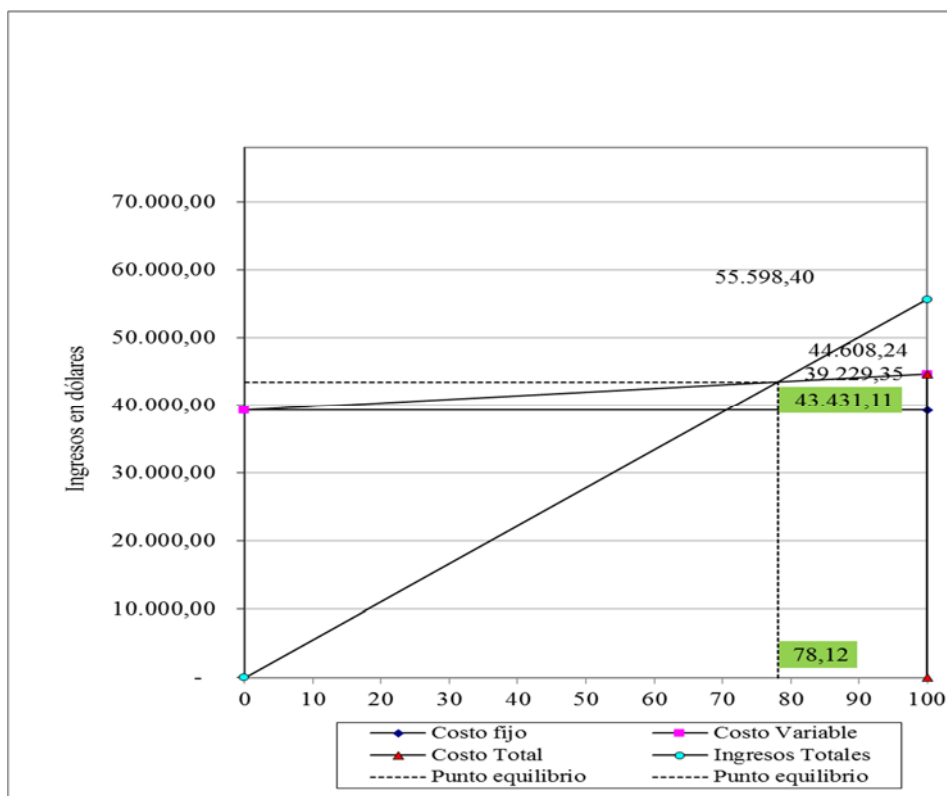
- En función de los productos ofrecidos

$$Cvu = \frac{CV}{N. UP} \quad Cvu = \frac{5.378,89}{18.533} = 0,29$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{39.229,35}{3,00 - 0,29} = 14,477 \text{ unidades}$$

Metodo gráfico

Gráfico 46 Punto de equilibrio primer año



Elaboración: La autora

Análisis

El gráfico indica, que para el primer año la microempresa “TASTY” de la parroquia de Valladolid, debe vender \$ 43.431,00 dólares con un total de 14.477 unidades de 1 libra de manjar de leche, esto con una capacidad instalada del 78,12%, para que la microempresa procesadora y comercializadora de manjar de leche no pierda ni gane, por ende, llega al punto de equilibrio. Debido a lo antes señalado, esta es una herramienta financiera básica que permite tomar de decisiones acerca de desempeño de la microempresa, ya que se puede establecer la situación financiera en donde la microempresa cubre con los gastos y genera rentabilidad.

Cálculo de punto de equilibrio segundo año

Método matemático

Datos Año 2:

$$CF = 38.883,97$$

$$CV = 5329,94$$

$$VT = 55.598,40$$

$$CT = 44.213,91$$

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{38.883,97}{1 - \frac{5.329,94}{55.598,40}} = 43.007$$

- En función a la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 \quad PE = \frac{38.883,97}{55.598,40 - 5.329,94} * 100 = 77,35 \%$$

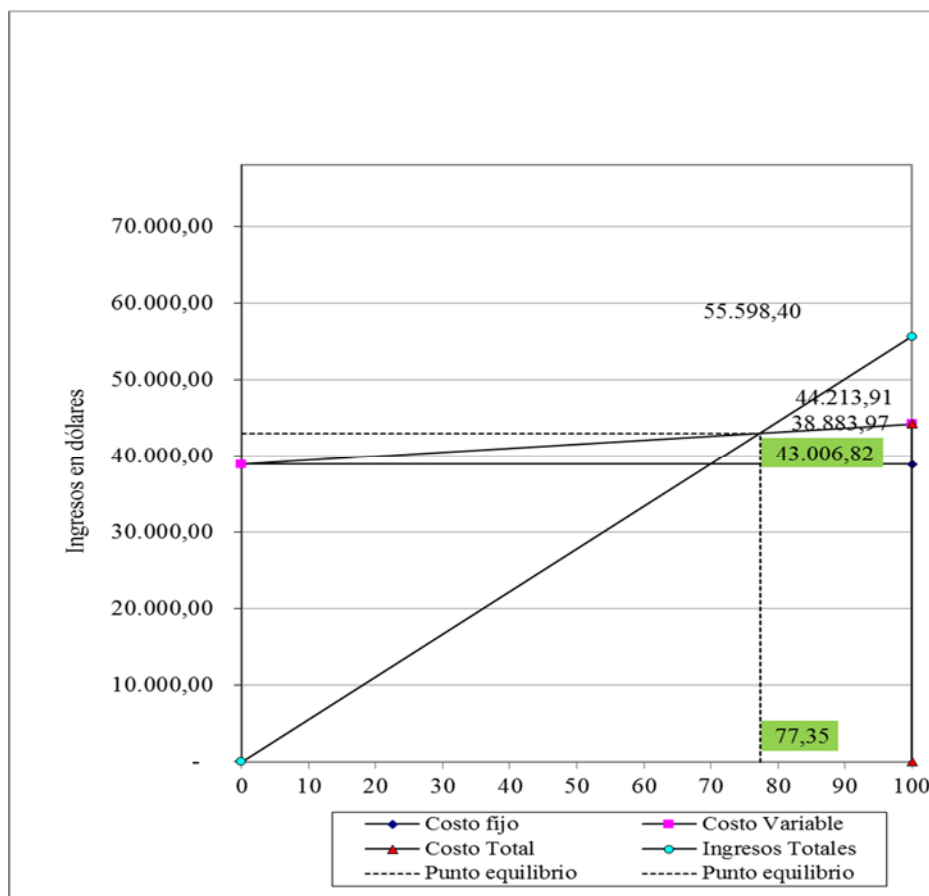
- En función de los productos ofrecidos

$$Cvu = \frac{CV}{N. UP} \quad Cvu = \frac{5.329,94}{18.533} = 0,29$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{38.883,97}{3,00 - 0,29} = 14,336 \text{ unidades}$$

Metodo gráfico

Gráfico 47 Punto de equilibrio segundo año



Elaboración: La autora

Análisis

El gráfico indica, que para el segundo año la microempresa “TASTY” de la parroquia de Valladolid, debe vender \$ 43.007,00 dólares con un total de 14.336 unidades de 1 libra de manjar de leche, esto con una capacidad instalada del 77,35%, para que la microempresa procesadora y comercializadora de manjar de leche no pierda ni gane, por ende, llega al punto de equilibrio. Debido a lo antes señalado, esta es una herramienta financiera básica que permite tomar de decisiones acerca de desempeño de la microempresa, ya que se puede establecer la situación financiera en donde la microempresa cubre con los gastos y genera rentabilidad.

Cálculo de punto de equilibrio tercer año

Método matemático

Datos Año 3:

$$CF = 38541,73$$

$$CV = 5364,90$$

$$VT = 55.598,40$$

$$CT = 43906,64$$

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{38.541,73}{1 - \frac{5.364,90}{55.598,40}} = 42.658$$

- En función a la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 \quad PE = \frac{38.541,73}{55.598,40 - 5.364,90} * 100 = 76,73 \%$$

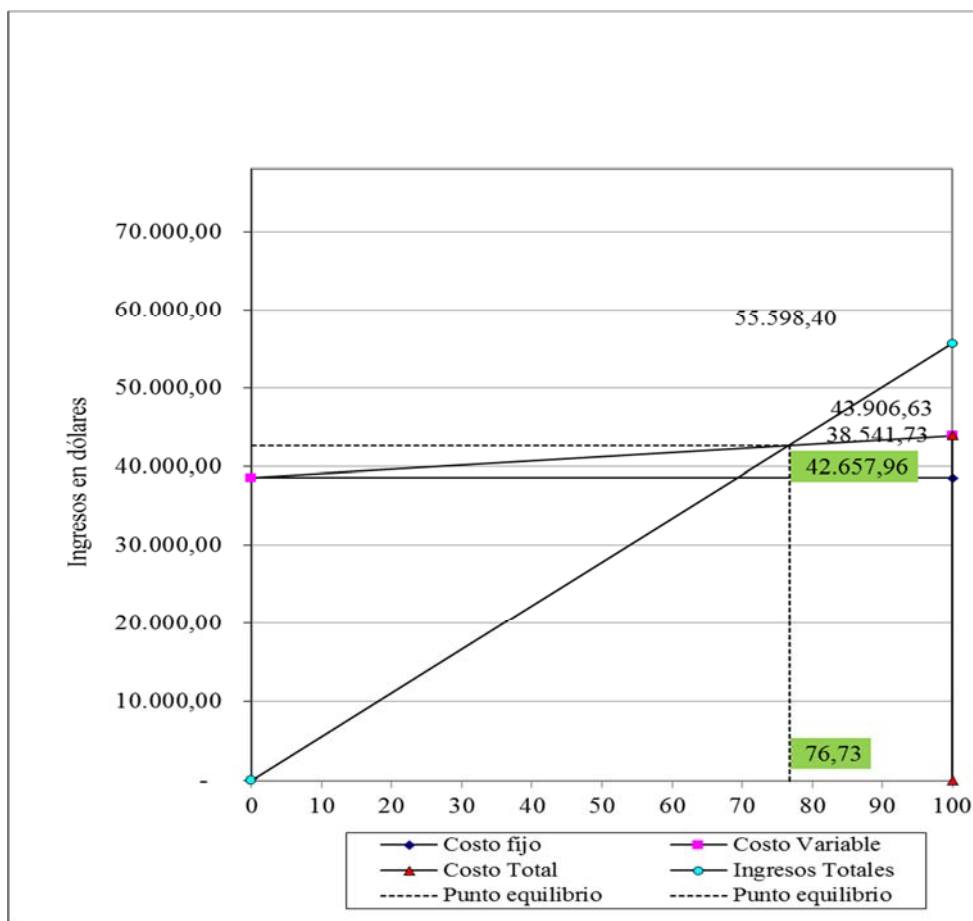
- En función de los productos ofrecidos

$$Cvu = \frac{CV}{N.UP} \quad Cvu = \frac{5.364,90}{18.533} = 0,29$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{38.541,73}{3,00 - 0,29} = 14,219 \text{ unidades}$$

Metodo gráfico

Gráfico 48 Punto de equilibrio tercer año



Elaboración: La autora

Análisis

El gráfico indica, que para el tercer año la microempresa “TASTY” de la parroquia de Valladolid, debe vender \$ 42.658,00 dólares con un total de 14.219 unidades de 1 libra de manjar de leche, esto con una capacidad instalada del 76,73%, para que la microempresa procesadora y comercializadora de manjar de leche no pierda ni gane, por ende, llega al punto de equilibrio. Debido a lo antes señalado, esta es una herramienta financiera básica que permite tomar de decisiones acerca de desempeño de la microempresa, ya que se puede establecer la situación financiera en donde la microempresa cubre con los gastos y genera rentabilidad.

Cálculo de punto de equilibrio cuarto año

Método matemático

Datos Año 4:

$$CF = 38.172,92$$

$$CV = 5.316,08$$

$$VT = 55.598,40$$

$$CT = 43.489,00$$

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{38.172,92}{1 - \frac{5.316,08}{55.598,40}} = 42.209$$

- En función a la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 \quad PE = \frac{38.172,92}{55.598,40 - 5.316,08} * 100 = 75,92 \%$$

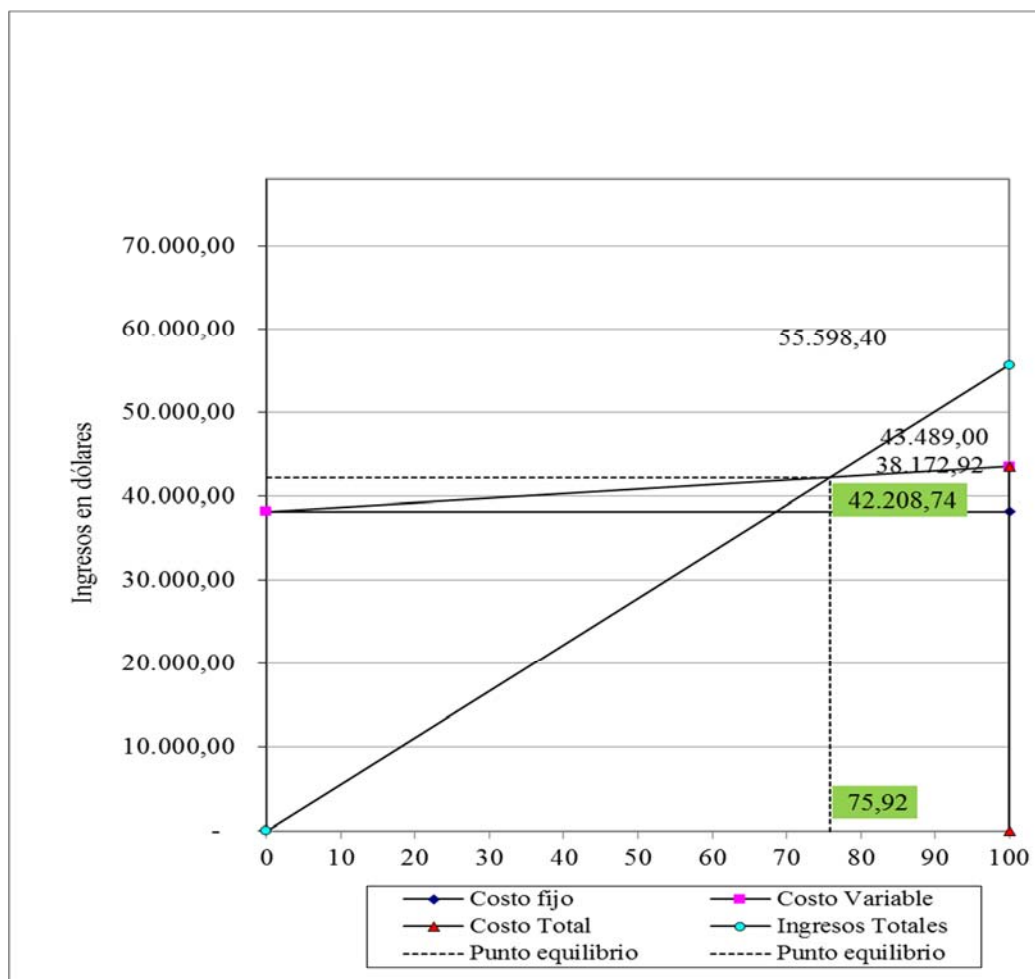
- En función de los productos ofrecidos

$$Cvu = \frac{CV}{N. UP} \quad Cvu = \frac{5.316,08}{18.533} = 0,29$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{38.172,92}{3,00 - 0,29} = 14,070 \text{ unidades}$$

Metodo gráfico

Gráfico 49 Punto de equilibrio cuarto año



Elaboración: La autora

Análisis

El gráfico indica, que para el cuarto año la microempresa “TASTY” de la parroquia de Valladolid, debe vender \$ 42.209,00 dólares con un total de 14.070 unidades de 1 libra de manjar de leche, esto con una capacidad instalada del 75,92%, para que la microempresa procesadora y comercializadora de manjar de leche no pierda ni gane, por ende, llega al punto de equilibrio. Debido a lo antes señalado, esta es una herramienta financiera básica que permite tomar de decisiones acerca de desempeño de la microempresa, ya que se puede establecer la situación financiera en donde la microempresa cubre con los gastos y genera rentabilidad.

Cálculo del punto de equilibrio quinto año

Método matemático

Datos Año 5:

$$CF = 37.836,88$$

$$CV = 5.351,17$$

$$VT = 55.598,40$$

$$CT = 43.188,05$$

- En función de las Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}} \quad PE = \frac{37.836,88}{1 - \frac{5.351,17}{55.598,40}} = 41.866$$

- En función a la Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} * 100 \quad PE = \frac{37.836,88}{55.598,40 - 5.351,17} * 100 = 75,30 \%$$

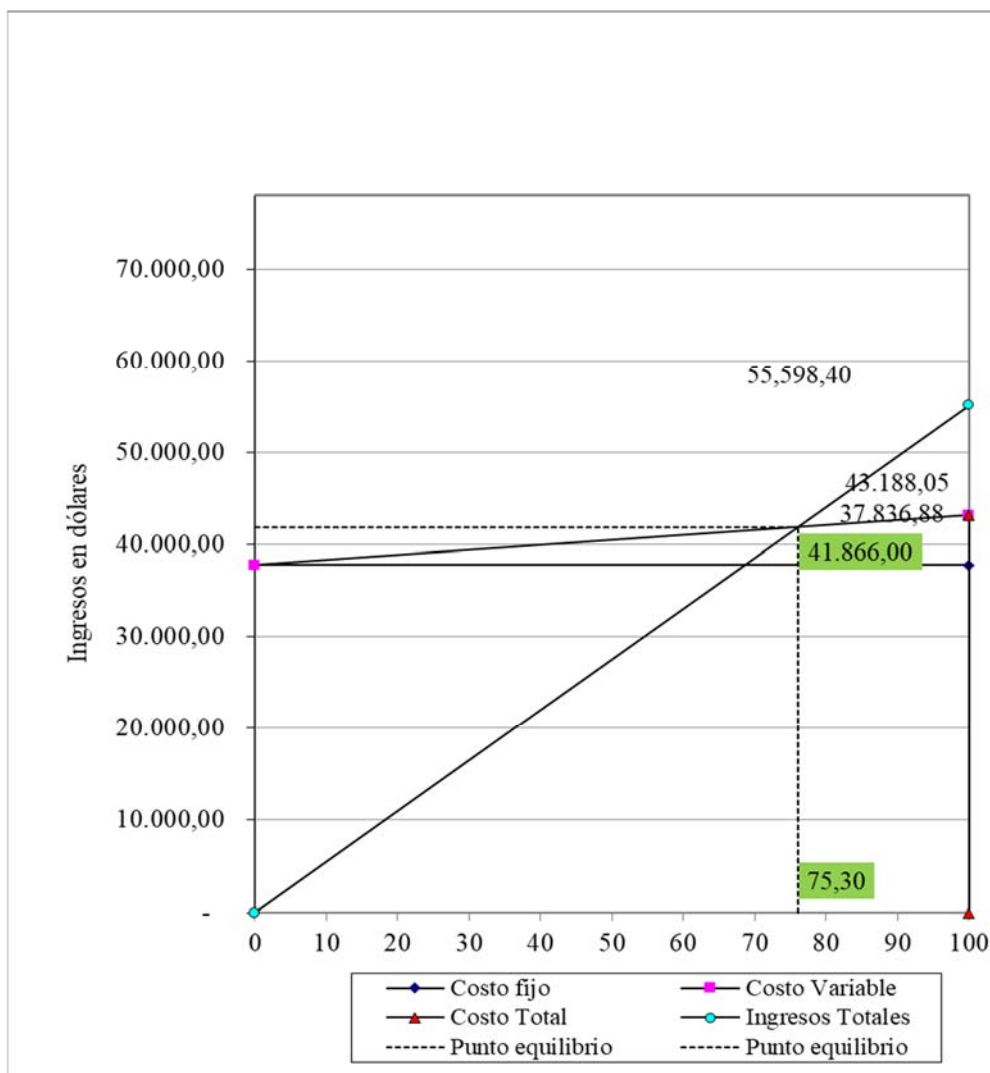
- En función de los productos ofrecidos

$$Cvu = \frac{CV}{N. UP} \quad Cvu = \frac{5.351,17}{18.533} = 0,29$$

$$PE = \frac{CF}{Pvu - Cvu} \quad PE = \frac{37.836,88}{3,00 - 0,29} = 13,955 \text{ unidades}$$

Método gráfico

Gráfico 50 Punto de equilibrio quinto año



Elaboración: La autora

Análisis

El gráfico indica, que para el primer año la microempresa “TASTY” de la parroquia Valladolid, debe vender \$ 41.866,00 dólares con un total de 13.955 unidades de 1 libra de manjar de leche, esto con una capacidad instalada del 75,30%, para que la microempresa procesadora y comercializadora de manjar de leche no pierda ni gane, por ende, llega al punto de equilibrio. Debido a lo antes señalado, esta es una herramienta financiera básica que permite tomar de decisiones acerca de desempeño de la microempresa, ya que se puede establecer la situación financiera en donde la microempresa cubre con los gastos y genera rentabilidad.

Capítulo VI

6. Evaluación económica financiera

La evaluación financiera es uno de los puntos más relevantes del estudio, ya que consiste en afirmar si el proyecto tendrá aceptación o rechazo. Tal y como se detalla a continuación:

6.1 Flujo de caja

El flujo neto de caja representa la diferencia entre los ingresos y egresos estos tienen relación directamente con el margen de recursos suficientes y la capacidad que tiene la microempresa para enfrentar y cubrir posibles imprevistos. Debido a esto se lo detalla continuación

Tabla 99 Flujo de caja

DESCRIPCIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas Totales		55598,40	55598,40	55598,40	55598,40	55598,40
Valor residual						1722,99
Capital Financiero	0,00					
Capital Propio	31934,85					
TOTAL DE INGRESOS	31934,85	55598,40	55598,40	55598,40	55598,40	57321,39
EGRESOS						
Activo Fijo	28314,37					
Activo Diferido	331,75					
Activo corriente	3288,73					
Costo de producción		19700,43	19528,56	19441,73	19272,22	19187,72
Costo de operación		24907,81	24685,35	24464,91	24216,78	24000,33
TOTAL DE EGRESOS	31934,85	44608,24	44213,91	43906,64	43489,00	43188,05
UTILIDAD BRUTA	0,00	10990,16	11384,49	11691,76	12109,40	14133,34
(-) 15% de Reparto de Utilidad	0,00	1648,52	1707,67	1753,76	1816,41	2120,00
(-) 25% de Impuesto a la Renta	0,00	2335,41	2419,20	2484,50	2573,25	3003,33
UTILIDAD	0,00	7006,23	7257,61	7453,50	7719,74	9010,00
(+) Amortización diferido	0,00	66,35	66,35	66,35	66,35	66,35
(+) Depreciaciones	0,00	1417,87	1417,87	1417,87	1417,87	1417,87
TOTAL FLUJO DE CAJA NETO	0,00	8490,45	8741,83	8937,72	9203,97	10494,23

Fuente: Tabla N. 93 y 97

Elaboración: La autora

Con la finalidad de establecer si el presente proyecto es factible o no, se realiza y analiza mediante los siguientes criterios de evaluación que se detallan a continuación:

6.2 Valor actual neto (VAN)

El valor actual neto es muy importante debido a que nos permite aceptar o rechazar el proyecto ya que señala la sumatoria de los beneficios netos descontando una tasa de actualización pertinente. Dentro de este criterio se plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor es superior a cero, siempre y cuando se considere el valor mínimo del rendimiento para la inversión.

Tabla 100 Valor Actual Neto (VAN)

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	31.934,85	11%	
1	8.490,45	0,900900901	7.649,05
2	8.741,83	0,811622433	7.095,07
3	8.937,72	0,731191381	6.535,19
4	9.203,97	0,658730974	6.062,94
5	10.494,23	0,593451328	6.227,81
Total	45.868,20		33.570,06

Fuente: Tabla N. 90 y 99
Elaboración: La autora

Fórmulas:

$$FA = (1 + i)^{-n}$$

$$FA = (1 + 0,11)^{-1}$$

$$FA = 0,90090$$

$$VAN = \sum VA - Inversión$$

$$VAN = 33.570,06 - 31.934,85$$

$$VAN = 1.635,21$$

Análisis: Según el resultado adquirido se puede mencionar que el valor de la microempresa aumenta durante su etapa de vida útil, consecuentemente esto demuestra que si es conveniente

invertir; según los criterios de evaluación del VAN es conveniente cuando es superior o igual a cero. En las operaciones del flujo de caja, se logró obtener un valor actual neto de \$ 1.635,21, por ende, se acepta la inversión.

6.3 Relación beneficio costo (RBC)

La relación beneficio costo es un indicador que posee relevante importancia, puesto que permite conocer en unidades monetarias el rendimiento que se espera de la inversión, es decir cuánto se va a ganar por cada dólar invertido, se lo obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los costos actualizados.

Tabla 101 Relación beneficios costo

AÑO	INGRESOS ORIGINAL ES	EGRESOS ORIGINA LES	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			11%		
1	55.598,40	44.608,24	0,900900901	50.088,65	40.187,60
2	55.598,40	44.213,91	0,811622433	45.124,91	35.885,00
3	55.598,40	43.906,64	0,731191381	40.653,07	32.104,16
4	55.598,40	43.489,00	0,658730974	36.624,39	28.647,55
5	55.598,40	43.188,05	0,593451328	32.994,94	25.630,01
Total				205.485,96	162.454,32

Fuente: Tabla N. 97
Elaboración: La autora

Fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{205.485,96}{162.454,32}$$

$$RBC = 1,26$$

Análisis: de acuerdo al resultado obtenido la relación beneficio / costo para el proyecto es mayor que uno (1,26), por ende, es financieramente aceptable lo cual representa que por cada dólar invertido se ganará 0,26 centavos de rentabilidad o utilidad.

6.4 Período de recuperación de capital (PRC)

Es uno de los métodos más útiles para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión, puesto que el periodo de recuperación del capital indica el tiempo que se tardara la microempresa “TASTY” en recupera la inversión realizada en el proyecto. Debido a lo antes mencionado a continuación se detalla:

Tabla 102 Período de recuperación de capital

AÑO	FLUJO NETO
0	31.934,85
1	8.490,45
2	8.741,83
3	8.937,72
4	9.203,97
5	10.494,23
TOTAL	45.868,20

Fuente: Tabla N. 100
Elaboración: La autora

Fórmula:

$$PRC = \frac{\text{Total flujo de caja (TFC)} - \text{Inversión inicial (II)}}{\text{Flujo de caja (ultimo año) FC}}$$

$$PRC = \frac{45.868,20 - 31.934,85}{10.494,23}$$

$$PRC = \frac{13.933,35}{10.494,23}$$

$$PRC = 1,33$$

$$1 \text{ Años} = 0,33 * 12 = 3,96$$

$$3 \text{ Meses} = 0,96 * 30 = 29$$

29 Días

Análisis: de acuerdo al resultado obtenido la microempresa “TASTY”, podrá recuperar el capital invertido en 1 año, 3 meses y 29 días.

6.5 Tasa interna de retorno (TIR)

Permite tomar la decisión sobre invertir o no en el proyecto, el aceptarlo o rechazarlo depende si el costo de capital es mayor se lo aceptara o se rechazara si el costo de capital es menor de manera que se podrá determinar si el proyecto es rentable o no.

Tal y como se detalla a continuación:

Tabla 103 Tasa interna de retorno (TIR)

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
		12,95%		12,96%	
0			31.934,85		31.934,85
1	8.490,45	0,8853475	7.517,00	0,885269122	7.516,33
2	8.741,83	0,78384019	6.852,20	0,783701418	6.850,99
3	8.937,72	0,69397096	6.202,52	0,693786666	6.200,87
4	9.203,97	0,61440545	5.654,97	0,614187913	5.652,97
5	10.494,23	0,54396233	5.708,46	0,543721594	5.705,94
		Total	31.935,15	Total	31.927,10
		VAN+	0,30	VAN-	-7,76

Fuente: Tabla N. 90 y 99

Elaboración: La autora

Fórmula:

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

$$TIR = 12,95 + 0,01 \left(\frac{0,30}{0,30 - (-7,76)}\right)$$

$$TIR = 12,95 + 0,01 \left(\frac{0,30}{8,05}\right)$$

$$TIR = 12,95 + 0,01 (0,037048605)$$

$$TIR = 12,95 + (0,00037049)$$

$$TIR = 12,95\%$$

Análisis: de acuerdo al resultado obtenido de la TIR es 12,95%, este es mayor que la tasa del costo de capital 11%, lo que significa que si es conveniente ejecutar este proyecto.

6.6 Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un indicador muy importante ya que es un procedimiento que posibilita medir que tan sensible es y cuanto se afecta la TIR ante cambios inesperados en determinadas variables del proyecto como el costo de producción o el precio de los productos, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

A continuación, se detalla el análisis de sensibilidad de acuerdo al proyecto:

Desarrollo matemático:

- Nueva TIR

$$NTIR = Tm + Dt\left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM}\right)$$

- **Tasa Interna de Retorno Resultante**

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

- **Porcentaje de Variación**

$$\%VAR = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) * 100$$

- **Sensibilidad**

$$SENSIBILIDAD = \frac{\%VAR}{NTIR}$$

Tabla 104 Análisis de sensibilidad con incremento en los costos

AÑO	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOTALES ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
0		6,58%			11,49%	31.934,85	11,50%	31.934,85
1	44.608,24	47543,46	55.598,40	8.054,94	0,89694143	7224,81	0,89686099	7.224,16
2	44.213,91	47123,19	55.598,40	8.475,21	0,80450393	6818,34	0,80435963	6.817,12
3	43.906,64	46795,69	55.598,40	8.802,71	0,72159290	6351,97	0,72139877	6.350,26
4	43.489,00	46350,58	55.598,40	9.247,82	0,64722657	5985,44	0,64699441	5.983,29
5	43.188,05	46029,83	55.598,40	9.568,57	0,58052433	5554,79	0,58026405	5.552,30
Total						31.935,35	Total	31.927,13
VAN+						0,49	VAN-	-7,73

Fuente: Tabla N. 99
Elaboración: La autora

- Nueva TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \right)$$

$$NTIR = 11,49 + 0,01 \left(\frac{0,49}{0,49 - (-7,73)} \right)$$

$$NTIR = 11,49$$

- Diferencia de la TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$TIRR = 40,79 - 29,78 = 10,81$$

- Porcentaje de Variación

$$\%VAR = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) * 100$$

$$\%VAR = \left(\frac{10,81}{40,79} \right) * 100$$

$$\%VAR = 26,50$$

- Sensibilidad

$$SENSIBILIDAD = \frac{\%VAR}{NTIR}$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{26,50}{29,98} = 0,98$$

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos el índice de sensibilidad demuestra que es menor a uno, por ende, significa que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta **6,58%** en los costos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándose mediante los resultados obtenidos que es factible la realización del presente proyecto.

Tabla 105 Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOTALES ORIGINALES -36,67%	COSTOS TOTALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION 11,49%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION 11,50%	VAN MAYOR
0						31.934,85		31.934,85
1	55.598,40	35.210,47	44.608,24	9.397,77	0,896941430	8.429,25	0,8968609865	8.428,50
2	55.598,40	35.210,47	44.213,91	9.003,45	0,804503928	7.243,31	0,8043596292	7.242,01
3	55.598,40	35.210,47	43.906,64	8.696,17	0,721592904	6.275,10	0,7213987706	6.273,41
4	55.598,40	35.210,47	43.489,00	8.278,53	0,647226571	5.358,09	0,6469944131	5.356,16
5	55.598,40	35.210,47	43.188,05	7.977,58	0,580524326	4.631,18	0,5802640476	4.629,11
Total						31.936,92	Total	31.929,18
VAN+						2,07	VAN-	-5,67

Fuente: Tabla N. 99
Elaboración: La autora

- Nueva TIR

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

$$NTIR = 11,49 + 0,01 \left(\frac{2,07}{2,07 - (-5,67)} \right)$$

$$NTIR = 11,49$$

- Diferencia de la TIR

$$TIRR = TIRO - NTIR$$

$$TIRR = 12,95 - 11,49 = 1,46$$

- Porcentaje de Variación

$$\%VAR = \left(\frac{TIRR}{TIRO} \right) * 100$$

$$\%VAR = \left(\frac{1,46}{12,95} \right) * 100$$

$$\%VAR = 11,26$$

- Sensibilidad

$$SENSIBILIDAD = \frac{\%VAR}{NTIR}$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{11,26}{11,49} = 0,98$$

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos el índice de sensibilidad demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución de hasta **-36,67%** en los ingresos, pero en caso que pase de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándose mediante los resultados obtenidos que es factible la realización del presente proyecto.

Capítulo VII

7. Estudio de impacto ambiental

Realizada la factibilidad del proyecto, se procede a realizar el estudio de impacto ambiental para determinar de esta manera los posibles contaminantes del medio ambiente a través de medidas de mitigación, evitando así el impacto negativo que se le puede ocasionar a la naturaleza.

7.1 Matriz de impactos ambientales

Se debe analizar en cuanto a impacto ambiental el uso de combustible para la motocicleta, el mismo que es utilizado en baja cantidad. También se hace referencia a las máquinas, pues si estas producen ruidos se deberá medir para constatar los decibeles que sean permitidos, así mismo el personal que labora en el área de producción utilizará tapones auditivos para prevención futura.

En el ámbito social, la creación de la empresa permitirá general cinco fuentes de empleo directo y más de veinte fuentes de empleo indirecto que son los ganaderos de la localidad, los mismos que entregan la materia prima y generan ingresos por sus productos, garantizando un producto de calidad.

Tabla 106 Matriz de impacto ambiental

COMPONENTES	ACCIONES	IMPACTOS
	AMBIENTALES	
1. Espacio Físico	Construcción de instalaciones	Modificación al paisajismo, construcción fábrica y área verde
2. Agua	Limpieza de instalaciones	Uso del agua para fines productivos
3. Campo fincas	Criaderos de animales vacunos de leche: Recolección de materia prima.	Campos con pastizales de calidad

	Tanques de almacenamiento de materia prima. Traslado de materia prima a fábrica.	
4. Aire	Proceso Productivo: Limpieza de materia prima Cocción de la materia prima. Empaquetado del producto Distribución del producto.	Efectos en la salud por generación de ruido
	SOCIALES	
5. Empleo	Fuentes de trabajo	Tasa de empleo
6. Economía local	Pago de impuestos	Dinero circulante local

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Tabla 107 Atributos de los impactos

R	Reversible
I	Irreversible
D	Efecto Directo
Y	Efecto Indirecto
L	Extensión Local
R	Extensión Regional

Fuente: Investigación directa
Elaboración: La autora

Tabla 108 Identificación y valoración de impactos

Acciones	MEDIO NATURAL						MEDIO SOCIAL	
	Recurso Hídrico	Calidad aire	Nivel ruido	Medio biológico	Paisaje	Preservación de recursos naturales	Fuentes de trabajo	Economía local
1	1							
2		1						
3			1		1			
4				1		1		
5							2	
6								2

Fuente: Tabla N. 106
Elaboración: La autora

Identificación y valoración de impactos

Positivos:	Negativos
-------------------	------------------

Intensidad baja 1	-1
-------------------	----

Intensidad moderada 2	-2
-----------------------	----

Intensidad alta 3	-3
-------------------	----

Análisis de los impactos ambientales

De acuerdo a la identificación, valoración y análisis de la intensidad de los impactos ambientales del presente proyecto se determina que no necesita de medidas de mitigación.

Conclusiones

De acuerdo al planteamiento y desarrollo del presente plan de negocios, se tiene la información necesaria y suficiente para establecer y por consiguiente determinar varias conclusiones:

- La implantación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de leche en la Parroquia Valladolid es viable, ya que mediante la ejecución se aportará al bienestar y calidad de vida de las personas de la localidad.
- La ejecución de este plan de negocios para la implantación de una microempresa productora y comercializadora de manjar de leche en la Parroquia Valladolid, contribuirá a la satisfacción de las necesidades de los moradores de la parroquia, generando mayores oportunidades a los productores de la localidad e incentivándolos a mejorar la calidad de los productos.
- De acuerdo al estudio técnico se logró determinar las tácticas y estrategias más adecuadas para conseguir un buen posicionamiento en el mercado la microempresa que se denominará “TASTY CÍA. LTDA.”.
- La capacidad utilizada de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche cubrirá el 99% de la capacidad instalada en del primer año, ya que brindará a sus clientes 18.533 unidades de 1 libra de manjar de leche de manera anual.
- La micro localización de la planta de proyecto será en la parroquia Valladolid, en el Barrio el Cisne en las calles Av. Amazonas y calle S/N, una cuadra del campamento de obras del Ministerio de Obras Públicas (MOP).
- El financiamiento de este proyecto se coloca mediante los aportes de los tres socios en cantidades equitativas, las mismas que dan un monto de **\$ 31.934,85** dólares.

- Los resultados obtenidos de la evaluación financiera son favorables para la implementación de la microempresa, se obtuvo un VAN positivo de \$ **1.635,21** así mismo el porcentaje de la TIR es de **12,95%** el mismo que es mayor que el costo de oportunidad del capital que es del **11%**, la RBC es de **1,26** centavos, la inversión se recuperará en **1 año, 3 meses y 29 días**, mientras que el análisis de sensibilidad soporta un incremento del **6,58%** en los costos y una disminución del **-36,67%** en los ingresos. En consecuencia, de lo antes expuesto, se determina que el proyecto no sufre ninguna sensibilidad ante los cambios en las variables antes analizadas, por ende, ello expone que el proyecto es viable y factible en estas condiciones.

- El proyecto de implantación de la microempresa productora y comercializadora de manjar de leche para la localidad de Valladolid, no necesita la implementación de medidas de mitigación.

Recomendaciones

- Se recomienda la ejecución del presente proyecto y por consiguiente la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de leche “TASTY” en la Parroquia Valladolid, además existe la demanda necesaria para que adquieran el producto final y los datos obtenidos demuestran que es factible, así mismo se generará ingresos y aportes al desarrollo económico de la localidad.
- Así mismo se recomienda ofertar al mercado en este caso a los clientes, un producto elaborado con los más altos estándares de calidad que satisfaga sus necesidades y expectativas de la ciudadanía en general y así logre posicionarse en la mente del cliente.
- Se recomienda que la microempresa lleve a cabo de manera frecuente investigaciones de mercado las mismas que le permitan estar al tanto de los cambios en el comportamiento de los consumidores, así como los gustos, preferencias y las nuevas tendencias en precio y variedad de productos ofrecidos en el mercado de la localidad.
- Buscar y determinar la ubicación e infraestructura estratégicas para la implementación de la microempresa “TASTY”, esta debe contar con todos los servicios básicos, la infraestructura adecuada y necesaria en óptimas condiciones y las vías de acceso seguras las mismas que deben encontrarse en buenas condiciones.
- Emplear y manipular de manera correcta logrando optimizar los recursos, guiando a la microempresa al cumplimiento de sus metas para que pueda líder en sus actividades dentro del mercado, para lograr conservar con vida la microempresa y tener una buena rentabilidad mediante el crecimiento progresivo siendo competitiva en el mercado.

Bibliografía

- Baquero, I., & Cantor, A. (2017). *Estrategias de promoción pagas en redes sociales: aumenta tu audiencia y tu alcance*. México: Editorial INK.
- Capa, E. (2016). *Estudio de factibilidad para la Creacion de un Micromercado de productos lacteos en el Cantón Baba*. Obtenido de Estudio de factibilidad para la Creacion de un Micromercado de productos lacteos en el Cantón Baba: <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10330/1/EDGAR%20CAPA%20%28BIBLIOTECA%29.pdf>
- Eslava, J. d. (2015). *Pricing: Nuevas estrategias de precios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Gilli, J. J. (2018). *Claves de la estructura organizativa*. Buenos Aires: Ediciones Granica.
- INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Quito - Ecuador.
- Luna González, A. C. (2016). *Plan Estratégico de Negocios*. México: GRUPO EDITORIAL PATRIA.
- Monferrer, D. (2015). *Fundamentos de marketing*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2424/es/ereader/uide/51743?page=58>
- Moreno Castro, T. F. (2016). *Emprendimiento y plan de negocio*. Santiago de Chile: RIL editores. Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2424/es/ereader/uide/67489?page=1>
- Moyano Castillejo, L. E. (2015). *Plan de Negocios*. Lima: Editorial MACRO.
- Murad, S. (01 de Diciembre de 2015). *CAPAINLAC*. Obtenido de La leche y sus propiedades nutricionales: <https://capainlac.com.py/?p=357>

- Olmedo, J., Mendoza, I., & Silva, D. (2020). *Finanzas para no financieros*. Guayaquil: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de <https://www.mdconsult.internacional.edu.ec:2424/es/ereader/uide/136839?page=53>
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *EAN*, 82, pp.179-200., 82. Obtenido de <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Romero, O., Hidalgo, A., & Correa, H. (2018). *Plan de negocios. Un enfoque práctico en el sector comercio*. (3ª ed ed.). Machala: Ediciones UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12497/4/PlanDeNegociosUnEnfoquePracticoEnElSectorcomercio.pdf>
- Romo, M., & Castillo, C. (2012). METODOLOGÍAS DE LAS CIENCIAS SOCIALES. *SciELO*.
- Salas Begazo, A. N. (2018). *Métodos estadísticos para la investigación científica*. Guayaquil - Ecuador: Grupo Compás .
- Vázquez, R., & Uscanga, L. (Julio-Septiembre de 2019). Posición técnica sobre la leche y derivados lácteos en la salud y en la enfermedad del adulto de la Asociación Mexicana de Gastroenterología y la Asociación Mexicana de Gerontología y Geriatría. *REVISTA DE GASTROENTEROLOGÍA DE MÉXICO*, 84(3), 357-371.
- Zia, F. (2016). *Comunicando la comunicación publicitaria*. London: Autor Federico Zia.

Anexos

Anexo 1 Resumen del proyecto

Tema:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE LECHE EN LA PARROQUIA VALLADOLID PERTENECIENTE A LA PROVINCIA DE ZAMORA”

Objetivos de la investigación:



Objetivo General.

Realizar un plan de negocios para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de manjar de leche para la Parroquia Valladolid perteneciente a la Provincia de Zamora Chinchipe.

Objetivos Específicos.

- Determinar la viabilidad del estudio de mercado, identificando la oferta y demanda, gustos y preferencias de los clientes en cuanto al manjar de leche en la Parroquia Valladolid.
- Estructurar un estudio técnico adecuado, donde se establezcan los requerimientos para la elaboración, estandarización y localización de la microempresa para su normal funcionamiento en el mercado.
- Determinar la estructura administrativa y legal que se necesitará para la creación y el manejo de la microempresa.
- Establecer un estudio financiero para la elaboración de presupuestos y la determinación del monto de inversión.
- Analizar la rentabilidad del proyecto a través de un estudio financiero para lograr tomar decisiones óptimas en cuanto a inversión, mediante los siguientes indicadores Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Costo/Beneficio (R/CB)

Anexo 2 Modelo de encuesta aplicada a las familias

	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADO EXTESION LOJA</p> <p style="text-align: center;">FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</p>	
---	--	---

Encuesta aplicada a los demandantes del producto en la parroquia Valladolid

"Reciba un cordial saludo, le pido que muy comedidamente se digne a contestar la siguiente encuesta, ya que me servirá de mucho su valiosa información para la realización de mi proyecto de tesis previa a la obtención del Título de Economista en la Universidad Internacional del Ecuador, denominado: "Plan de negocios para la creación de una microempresa productora y comercializadora de manjar de leche para la parroquia Valladolid perteneciente a la Provincia de Zamora Chinchipe"

1. ¿En su familia consumen algún tipo de manjar o mermelada?

Si ()

No ()

2. ¿Por qué razón consumen manjar o mermelada en su familia?

Por alimentación ()

Por el calcio ()

Por el hierro ()

Por las vitaminas ()

Porque da energía ()

3. ¿Cada que tiempo consumen el manjar o mermelada en su familia?

Diario ()

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

4. ¿La calidad del manjar o mermelada que consume su familia?

Muy bueno ()

Bueno ()

Regular ()

5. ¿Indique que producto consume su familia?

Mantequilla ()

Mermelada ()

Manjar de leche ()

Nata ()

6. ¿A qué precio compra usted el manjar de leche?

\$1,00 a \$2,00 ()

\$2.01 a \$3,00 ()

\$3.01 a \$4,00 ()

7. ¿Le gustaría consumir una nueva presentación de manjar de leche a su familia?

Si ()

No ()

8. ¿En dónde adquiere el manjar de leche con mayor frecuencia?

Tiendas ()

Micro mercados ()

Panaderías ()

9. ¿Si se implementará una microempresa dedicada a la producción comercialización de manjar de leche en la localidad de Valladolid, estaría dispuesto a consumir nuestro producto usted y su familia?

Si ()

No ()

10. ¿En qué peso le gustaría que se expenda el manjar de leche?

Gramos ()

Libras ()

11. ¿Qué características le gustaría que tenga el producto?

Calidad ()

Cantidad ()

Buen precio ()

12. ¿Qué precio dispuesto a pagar por el producto?

\$1,00 a \$2,00 ()

\$2,01 a \$3,00 ()

\$3,01 a \$4,00 ()

13. ¿Cuántas tarrinas de manjar de leche estaría dispuesto a consumir semanalmente?

De 1 a 3 libras ()

De 4 a 6 libras ()

De 7 a 9 libras ()

14. ¿En qué presentación desearía adquirir el producto?

Fundas plásticas (Sachets) ()

Envase de vidrio ()

Envase plástico ()

15. ¿En qué lugar le gustaría encontrar el producto de la microempresa?

Tiendas ()

Panaderías ()

Micro mercados ()

Microempresa productora ()

Mercado local ()

16. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que llegue el recordatorio de la existencia del producto?

Periódico ()

Radio ()

Redes sociales ()

17. En caso que su respuesta fue el periódico ¿en qué diario le gustaría conocer sobre el producto?

La Hora ()

El Amazónico ()

18. En caso que su respuesta fue la radio ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre el producto y en que horario?

Radio San Antonio FM ()

19. En caso que su respuesta fue las redes sociales ¿en qué red social le gustaría conocer sobre el producto?

Facebook ()

Instagram ()

Twitter ()



20. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la adquisición del producto?

Descuentos en el precio ()

Participación en rifas ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3 Modelo de encuesta aplicada a los intermediarios

	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR EXTESION LOJA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</p>	
---	--	---

Encuesta aplicada a los demandantes del producto en la parroquia Valladolid

"Reciba un cordial saludo, le pido que muy comedidamente se digne a contestar la siguiente encuesta, ya que me servirá de mucho su valiosa información para la realización de mi proyecto de tesis previa a la obtención del Título de Economista en la Universidad Internacional del Ecuador, denominado: "Plan de negocios para la creación de una microempresa productora y comercializadora de manjar de leche para la parroquia Valladolid perteneciente a la Provincia de Zamora Chinchipe"

1. ¿Qué tipo de negocio es el suyo?

Micro mercado ()

Tienda ()

Bodega ()

Panadería ()

2. ¿Vende usted manjar de leche en su establecimiento?

Si ()

No ()

3. ¿A quiénes compra usted los productos de manjar?

Distribuidores mayoristas ()

Distribuidores minoristas ()

Productores de manjar de leche ()

4. ¿Qué utilidad percibe por cada tarrina de manjar de leche compra para luego vender en su local?

0,10 - 0,15 ctvs. ()

0,16 - 0,20 ctvs. ()

0,21- 0,30 ctvs. ()

5. ¿Cuántas tarrinas de manjar vende usted diariamente?



De 1 a 5 tarrinas ()

De 6 a 10 tarrinas ()

De 11 a 20 tarrinas ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4 Modelo de encuesta aplicada a la competencia

	<p style="text-align: center;">UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADO EXTESION LOJA</p> <p style="text-align: center;">FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS</p>	
---	---	---

Entrevista aplicada al propietario de la Microempresa Artesanal Productos Lácteos el Gran Vallesoletano (PRODULAV)

"Reciba un cordial saludo, le pido que muy comedidamente se digne a contestar la siguiente encuesta, ya que me servirá de mucho su valiosa información para la realización de mi proyecto de tesis previa a la obtención del Título de Economista en la Universidad Internacional del Ecuador, denominado: "Plan de negocios para la creación de una microempresa productora y comercializadora de manjar de leche para la parroquia Valladolid perteneciente a la Provincia de Zamora Chinchipe"

1. ¿Qué tipo de manjar comercializa usted?

.....

.....

.....

2. ¿Qué cantidad de manjar de leche vende usted mensualmente?

.....

.....

.....

3. ¿De dónde y cómo obtiene el manjar de leche para venderlo?

.....
.....
.....

4. ¿Qué estándares y normas cumple el manjar de leche para asegurar que el producto sea de calidad?

.....
.....
.....

5. ¿Indique el porcentaje que usted percibe que ha incrementado la demanda de manjar de leche 2018, 2019?

.....
.....
.....

6. ¿Cómo considera el precio del manjar de leche que ofertan los comerciantes de la localidad?

.....
.....
.....

7. ¿Cómo considera los precios de la leche que ofrecen los productores de la localidad?

.....
.....
.....

8. ¿Qué presentación del manjar de leche tiene mayor demanda?

.....
.....
.....

9. ¿En qué lugar realiza la venta de su producto?

.....
.....
.....

10. ¿Cómo considera los precios de la materia prima que ofrecen los productores de la localidad?

.....
.....
.....

11. ¿Qué tipo de publicidad realiza usted para dar a conocer sus productos?

.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN