



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL UTE

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

ESCUELA DE INGENIERÍA EN FINANZAS Y AUDITORÍA CPA

**TESIS DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERA EN FINANZAS Y AUDITORÍA**

***TEMA: Estudio de factibilidad para la reapertura de la microempresa de
producción de queso en la parroquia Santa Bárbara cantón Sucumbíos.***

AUTORA:

SOFÍA GABRIELA DOMÍNGUEZ RUIZ

DIRECTOR:

EC. CARLOS PASQUEL.

QUITO-ECUADOR

2013

HOJA DE RESPONSABILIDAD

Del presente trabajo de Investigación se responsabilizan las personas que firman a continuación.

.....
Sofía Gabriela Domínguez Ruiz

AUTORA

.....
Ec. Carlos Pasquel Meneses.

DIRECTOR DE TESIS

Dedicatoria

El esfuerzo plasmado en el presente documento quiero dedicarlo a mis padres, mi hermano y amigos varios que aportaron con su apoyo a la culminación exitosa de esta investigación.

Agradecimiento

Agradezco a mi alma mater la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL, misma que con su cuerpo docente me impartió los conocimientos y las destrezas necesarias para mi formación académica en mis estudios de Finanzas y Auditoría y para mi desarrollo integral. A Dios y a mi familia, por ser el pilar del camino recorrido y la fuente de sabiduría que guía constantemente mis acciones.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

TEMA	PÁG.
CAPÍTULO I	
1.1 GENERALIDADES	1
1. 1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.2.1 FORMULACIÓN	3
1. 2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 OBJETIVO GENERAL	5
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	5
1.4 HIPÓTESIS	5
1.5 MARCO REFERENCIAL	6
1.5.1 MARCO TEÓRICO	6
1.5.2 MARCO CONCEPTUAL	10
1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.7 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	12
CAPÍTULO II	
2. ANTECEDENTES	14
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA ZONA	14
2.1.1 LA INDUSTRIA LÁCTEO – QUESERA EN EL ECUADOR	14
2.1.2 PRINCIPALES SECTORES DE PRODUCCIÓN LÁCTEA EN EL PAÍS	15
2.1.3 IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD LÁCTEO-QUESERA EN EL ECUADOR	15
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR	16
2.2.1 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	16
2.2.2 LA INDUSTRIA LÁCTEO-QUESERA EN EL CANTÓN SUCUMBÍOS	18
2.3 ANTECEDENTES DE LA QUESERA EN LA PARROQUIA DE SANTA BÁRBARA	21
2.3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	21
2.3.2 CAUSAS DE CIERRE DE LA	23

MICROEMPRESA	
2.3.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN	23
CAPITULO III	
3. ESTUDIO DE MERCADOS	25
3.1 INTRODUCCIÓN	25
3.1.1 MERCADO	26
3.1.1.1 CONCEPTO	26
3.1.1.2 TIPOS DE MERCADO	26
3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	27
3.3 METODOLOGÍA PARA LA CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	27
3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	28
3.5 ENCUESTA	29
3.5.1 CONCEPTO	29
3.5.2 OBJETIVOS DE LA ENCUESTA	29
3.5.3 TIPO DE ENCUESTA	30
3.5.4 ENCUESTA PILOTO	30
3.5.5 DETERMINACIÓN DE LA CANTIDAD DE ENCUESTAS	33
3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	34
3.6.1 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION OBTENIDA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS	34
3.7 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	46
3.7.1 DEMANDA	46
3.7.2 TIPOS DE DEMANDA	46

3.7.3 MEDICIÓN Y PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS LACTEOS/ QUESEROS DEL SECTOR	47
3.8 CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA	49
3.8.1 OFERTA	49
3.8.2 TIPOS DE OFERTA	50
3.8.3 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA	51
3.9 DEMANDA INSATISFECHA	51
3.9.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA	52
3.10 OFERTA DEL PROYECTO	52
3.11 COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN O SERVICIO	53
3.11.1 CONCEPTO	53
3.11.2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN	53
3.11.3 TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	54
3.12 MARKETING MIX	55
3.12.1 CONCEPTO	55
3.12.2 PRODUCTO	55
3.12.3 PRECIO	56
3.12.4 PLAZA	57
3.12.5 PROMOCIÓN	58
CAPÍTULO IV	

4. ESTUDIO TÉCNICO	59
4.1 INTRODUCCIÓN	59
4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO	59
4.2.1 FACTORES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	61
4.2.1.1 DEMANDA	61
4.2.1.2 SUMINISTROS E INSUMOS	63
4.2.1.3 TECNOLOGÍA Y LOS EQUIPOS	63
4.2.1.4 FINANCIAMIENTO	65
4.2.1.5 ORGANIZACIÓN	68
4.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	69
4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO	70
4.4.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN	70
4.4.2 FLUJOGRAMA DEL PROCESO	72
4.4.2.1 CONCEPTO	72
4.4.3 NUEVO EQUIPO Y MAQUINARIA	74
4.4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	76
4.5 BASE LEGAL	77
5. INVERSIONES DEL PROYECTO	88
5.1 INVERSIONES EN ACTIVOS	88
5.1.1 ACTIVOS FIJOS	88
5.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS	93
5.1.3 CAPITAL DE TRABAJO	94
5.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	96
5.3 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	97
5.4 CUADRO DE FUENTES Y USOS	98

CAPÍTULO VI	100
6. COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO	100
6.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN	100
6.1.1 COSTO DE MATERIA PRIMA	100
6.1.2 COSTO DE MANO DE OBRA	102
6.1.3 EMPAQUES	103
6.2 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	104
6.2.1 INSUMOS	105
6.2.2 SEGURIDAD INDUSTRIAL	105
6.2.3 DEPRECIACIÓN	106
6.2.4 SEGUROS	107
6.2.5 MANTENIMIENTO	108
6.2.6 AMORTIZACIÓN	109
6.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS	110
6.4 GASTOS DE VENTAS	111
6.5 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN	113
6.6 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS	115
CAPÍTULO VII	116
7. EVALUACIÓN FINANCIERA	116
7.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO	116
7.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	116
7.1.2 ESTADO DE RESULTADOS	118
7.2 FLUJO DE CAJA	119

7.3 INDICADORES DE EVALUACIÓN	121
7.3.1 COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL	121
7.3.2 VALOR ACTUAL NETO	122
7.3.3 TASA INTERNA DE RETORNO	123
7.3.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	124
7.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	124
7.4.1 COSTOS FIJOS	125
7.4.2 COSTOS VARIABLES	125
7.5 ÍNDICES FINANCIEROS	128
7.5.1 INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS (IRSV)	129
7.5.2 INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN TOTAL (IRSIT)	129
7.5.3 RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO	130
7.6 JUSTIFICACIÓN DEL ALTO RENDIMIENTO	130
CAPÍTULO VIII	132
8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	132
8.1 CONCLUSIONES	132
8.2 RECOMENDACIONES	132
BIBLIOGRAFÍA	134

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO	PÁG.
DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA ZONA CUADRO 1	28
UNIDADES DE QUESO SEMANAL CUADRO 2	48
PESO DE LAS UNIDADES CUADRO 3	48
DEMANDA CUADRO 4	49
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA CUADRO 5	52
OFERTA DEL PROYECTO CUADRO 6	53
PRECIO CUADRO 7	56
PORCENTAJE DE LA DEMANDA CUADRO 8	62
VALORACIÓN DE LOS EQUIPOS CUADRO 9	64
REQUERIMIENTO DE LABORATORIO CUADRO 10	74
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA 1 CUADRO 11	75
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA 2 CUADRO 12	75

INSTALACIONES CUADRO 13	89
MAQUINARIA ANTIGUA CUADRO 14	90
ADECUACIÓN LABORATORIO CUADRO 15	91
MAQUINARIA NUEVA CUADRO 16	91
MAQUINARIA NUEVA CUADRO 17	92
INVERSIÓN EN MAQUINARIA NUEVA CUADRO 18	92
INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS CUADRO 19	94
CUADRO 20 CAPITAL DE TRABAJO	95
INVERSIÓN TOTAL CUADRO 21	97
CUADRO DE FUENTES Y USOS CUADRO 22	99
MATERIALES DIRECTOS CUADRO 23	101
MANO DE OBRA CUADRO 24	102
EMPAQUES CUADRO 25	103
INSUMOS CUADRO 26	105
SEGURIDAD INDUSTRIAL CUADRO 27	106

DEPRECIACIÓN CUADRO 28	107
SEGUROS CUADRO 29	108
MANTENIMIENTO CUADRO 30	109
AMORTIZACIÓN CUADRO 31	110
GASTOS ADMINISTRATIVOS CUADRO 32	111
GASTOS DE VENTAS CUADRO 33	112
PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN CUADRO 34	113
PROYECCIÓN DE INGRESOS CUADRO 35	115
CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO VAN CUADRO 36	122
TIR CUADRO 37	123
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI) CUADRO 38	124
COSTOS FIJOS CUADRO 39	125
COSTOS VARIABLES CUADRO 40	126
CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO CUADRO 41	126

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO	PÁG.
FACTURA DE LA MAQUINARIA	139
PROFORMA DEL LABORATORIO	140
INFORME AL ECORAE	141
OFICIO ECORAE	142
CONVENIO ECORAE	144
CONTRATO DE ADECUACIÓN DE LA PLANTA	147
COMODATO	148
DOCUMENTOS LEGALES	149

CAPÍTULO I

1.1 GENERALIDADES

1. 1.1 INTRODUCCIÓN

La creación de empresas desde tiempos pretéritos se ha constituido como una vía de desarrollo socio-económico y motor de los pueblos, puesto que las mismas suponen productividad, generación de empleo y riqueza mancomunada, es por eso que en el actual contexto en el que vive la sociedad ecuatoriana se debería, pues sugerir iniciativas de carácter económico que sirvan como impulso para el crecimiento sostenido de la misma.

El presente estudio va enfocado a dinamizar la economía del sector al cual va dirigido, tratando de atraer nuevos recursos, optimizando los que ya existen , y ofreciendo un abanico de alternativas para la avance del lugar. Se conoce que la industria ganadera lechera en el Oriente ecuatoriano no ha sido muy explotada a pesar de poseer características geográficas y climatológicas favorables es por eso que se encuentra muy atractiva la idea de producir dentro un sector poco tomado en cuenta para esta actividad. Santa Bárbara es una pequeña parroquia que se ubica en la provincia de Sucumbíos y cuenta con un potencial ganadero bastante interesante ya que un elevado porcentaje de familias que habitan ahí se encargan de esta actividad como medio de supervivencia, además uno de sus recursos primordiales es el extenso terreno de bosque primario que posee apto para el desarrollo del ganado, mas se puede acertadamente decir que en el sector no existe una empresa que fomente el desarrollo del cantón.

La microempresa quesera surgió como alternativa para integrar a los habitantes del cantón en un proyecto de comercio justo, logrando de esta manera la productividad necesaria que permita sustentar las necesidades de las familias del lugar, mas por desconocimiento de los adecuados procesos, la falta de asesoría y

la desorganización, esta microempresa cerró a pesar del potencial de crecimiento que proyectaba a futuro, quitando el puesto de trabajo a muchas personas que pertenecían al proyecto; es por eso que a través de un coordinado plan de acciones se prevé entregar las herramientas necesarias para que esta microempresa pueda continuar sus actividades apoyadas en un marco técnico que permita lograr objetivos deseados y satisfacer las necesidades emergentes de los habitantes del sector.

1.1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La empresa quesera dentro de Santa Bárbara se constituyó como un proyecto para el desarrollo productivo del sector, mas la falta de capacitación del personal que laboraba en planta, de infraestructura y maquinaria necesaria provocó que los productos que se comercializaban dentro del mercado, se deterioraran además de no cumplir con las normas correspondientes; esto conllevó al cierre de la quesera por parte de las autoridades.

La población de Santa Bárbara, perdió su principal fuente de empleo a consecuencia de lo sucedido ya que un gran porcentaje de ellos proveía la materia prima para el funcionamiento de la empresa y hoy se puede decir que la gente perdió su principal fuente de recursos. Se conoce que el índice de desempleo en el lugar con el cierre del proyecto creció de manera superlativa, y por esta razón se está presentando fuertemente el fenómeno de migración interna y externa hacia Colombia, la gente está saliendo del sector y desaprovechando el muy abundante potencial para explotarse que posee el Sector. Los costos para llevar a ese lugar quesos producidos en la serranía ecuatoriana o de marcas debidamente posicionadas son realmente altos y la capacidad adquisitiva de la gente es débil, es por eso que es necesaria una microempresa propia con productos accesibles al consumidor y sobre todo con garantía de calidad.

Otro de los efectos de este problema, es que lugares aledaños a la parroquia, donde se comercializaba el producto, han quedado desabastecidos del mismo, ya

que Santa Bárbara tenía la única microempresa en la zona creando de esta manera necesidades insatisfechas dentro de la población e inhibiendo la competitividad potencial de Santa Bárbara. Lo que se busca a través del proyecto de reapertura de esta microempresa es mitigar el desempleo del lugar, proveer de herramientas a los habitantes del sector para que puedan llevar a cabo cualquier proyecto que deseen y sobre todo incentivar la generación de riqueza a un lugar que posee los recursos necesarios para obtenerla.

1.1.2.1 FORMULACIÓN

El presente estudio se encuentra orientado a incentivar la producción láctea y la generación de nuevas propuestas micro empresariales enfocadas al sistema económico de comercio justo dentro de la parroquia Santa Bárbara-Sucumbíos para la cual se plantearán las siguientes preguntas :

¿La parroquia Santa Bárbara Sucumbíos tiene la capacidad suficiente para la producción y comercialización de quesos?

¿Cuenta el lugar con una adecuada infraestructura que sustente la producción a realizarse?

¿La existencia de hatos de ganado lechero en la zona garantizará una provisión oportuna y adecuada de materia prima?

¿Cuáles fueron las causas del cierre de la esta microempresa?

¿Existe un mercado donde se puedan comercializar los productos?

1. 2 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación busca el aprovechamiento de la gran capacidad productiva inexplorada del sector a donde va dirigida que a través de la implementación de las herramientas y los procesos adecuados se podría lograr el desarrollo sostenido del lugar. Se está investigando con el objetivo de satisfacer las necesidades crecientes de un pueblo que se encuentra prácticamente olvidado por la sociedad y que posee gran cantidad de recursos que proporcionarían un superlativo aporte al desarrollo económico del país.

El aporte que se espera lograr a través del proyecto es mitigar el porcentaje de desempleo, motivar a la población al trabajo conjunto en pro del crecimiento, aportar un abanico de posibilidades para la generación de nuevas PYMES, promover el comercio justo tecnificado y ordenado dando a conocer el potencial industrial de la zona a otros sectores, beneficios que tendrán una trascendencia mediática puesto que la estructura en sí de este proyecto es relativamente prometedora.

Se puede decir que los beneficiarios del presente trabajo son los habitantes de la parroquia Santa Bárbara-Sucumbíos ya que como antes lo habíamos manifestado, lograrán el desarrollo del lugar, además de generar puestos de empleo evitando situaciones como la migración interna pero no solo ellos se verán favorecidos, el Ecuador en si se beneficiará ya que la generación de propuestas para la creación de empresas es la principal forma de combatir la pobreza, generar la riqueza dentro de nuestros pueblos y lograr el crecimiento de nuestras naciones en general, puesto que como los sabemos , la empresa es el motor económico del mundo .

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Determinar la factibilidad de la reapertura de la microempresa de producción de quesos dentro de la parroquia Santa Bárbara- Sucumbíos.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Determinar la oferta y demanda de producción de quesos dentro del mercado de la parroquia de Santa Bárbara.

Realizar un Estudio de Mercado dentro de la provincia de Sucumbíos analizando si requieren el montaje de una microempresa de producción de quesos.

Establecer los parámetros necesarios para la reapertura de la microempresa de producción de quesos en la parroquia de Santa Bárbara.

Evaluar si las inversiones en equipos existentes pueden ser reutilizadas.

Proyectar los ingresos, gastos y costos.

Evaluar el proyecto a través de indicadores financieros.

1.4 HIPÓTESIS

Herramientas como el adecuado análisis de mercados, la evaluación de inversiones en activos existentes e indicadores financieros permitirán determinar la reapertura de la empresa productora de quesos en la parroquia Santa Bárbara- Sucumbíos.

VARIABLES DEPENDIENTES

- Control en los Costos de producción.
- Control de las inversiones en Activos fijos existentes.
- Manejo de los recursos materiales, humanos, tecnológicos.
- Control manejo y manipulación de la Materia Prima.

- Limpieza e higiene en los procesos productivos.
- Aprovechamiento y optimización del recurso humano.

VARIABLES INDEPENDIENTES

- Factores climáticos por situación geográfica que incidan en la salud del ganado vacuno.
- Variabilidad de los precios del mercado al cual pertenecemos.
- Influencia de las acciones de la guerrilla que se encuentra aledaña al sector.
- Leyes y Regularizaciones que afecten al sector empresarial.

1.5 MARCO REFERENCIAL

1.5.1 MARCO TEÓRICO

La producción lechera en el Ecuador se ha concentrado principalmente en la región Interandina, donde se ubican los mayores hatos lecheros. De acuerdo a los datos del último Censo Agropecuario del año 2000, donde el 73% de la producción nacional de leche se la realiza en la Sierra, aproximadamente un 19% en la Costa y un 8% en el Oriente y Región Insular.¹ En el Oriente al cual va enfocado este estudio se puede decir que las principales provincias donde se produce leche son: Morona Santiago con una producción de 2,98%, Zamora Chinchipe con un 2,62% y Napo con una producción de 1,03%; en el caso de Sucumbíos existe una producción de 0,68 % la cual podría ser mayormente explotada. La disponibilidad de leche cruda para consumos humano e industrial representa el 76% de la producción total, la leche fluida se destina en un 25 % para la elaboración industrial (19 % para leche pasteurizada y 6% elaborados lácteos), un 74 % para consumo y utilización de leche cruda (49% para consumo humano directo y 25%

¹ TAPIA Adriana; DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE UN MODELO ESTRATÉGICO FINANCIERO PARA LA TOMA DE DECISIONES QUE INCIDAN EN LA RENTABILIDAD PARA LA PASTEURIZADORA "EL RANCHITO" CIA, LTDA., Ecuador 2010

para industria casera de quesos frescos) y el 1 % se comercializa con Colombia en la frontera. Las empresas más representativas que procesan Leche son: Industrias Lácteas Tony S.A., Leche Cotopaxi Lecocen CIA. de economía mixta, Proloceki S.A., Ind.Lácteas Chimborazo, Inleche, Florap S.A., Productos Lácteos Cuenca S.A., Prolacem, Heladosa S.A., Indulac. de Cotopaxi CIA Ltda., Eskimo S.A. Industria Lácteas S.A., Nestlé DPA., Nutrileche, Reyleche, Pasteurizadora Quito, El Ranchito, Lácteos Tanicuchi, Ecuallac, La Finca. La mayor de ellas es Nestlé DPA con una producción de 300 mil litros de leche diaria. Otras empresas grandes son: Andina, con una producción de 110 mil litros de leche diarios; Nutrileche, empresa del Sur de Ecuador, con una producción de 140 a 160 mil litros de leche diaria; Reyleche y Pasteurizadora Quito que producen de 160 a 180 mil litros de leche diaria cada una; y Tony Yogurt ubicada en Guayaquil y especializada en la elaboración de yogurt y bebidas. Entre las empresas medianas se encuentran: El Ranchito con una producción de 80 a 100 mil litros diario y Lácteos Tanicuchi, con unos 50 mil litros de leche diarios procesados en yogurt, quesos y leche fluida pasteurizada en funda de polietileno; Ecuallac, con una producción de 30 a 40 mil litros de leche diarios; La Finca con unos 15 mil litros. También se encuentra un sin número de plantas artesanales dedicadas a la producciones de quesos frescos con una producción diaria de hasta 10 mil litros diarios. El consumo per cápita de leche en el Ecuador es de apenas 100 litros por año. Eso quiere decir que un ecuatoriano bebe un promedio de 0,27 litros de leche al día.^{2,3}

La provincia de Sucumbíos por su privilegiada ubicación en la cuenca Amazónica se identifica por su gran riqueza natural y biodiversidad, flora y fauna constituyen el albergue de miles de animales y microorganismos, su superficie total es de 18,612 km² cuya población es de 176.472 esto según el censo efectuado el año 2010. Sucumbíos es una provincia del Nor-orienté del Ecuador. Su capital es

² GONZALEZ Miguel; DESARROLLO DE LA PLANTA PASTEURIZADORA DE LECHE EN EMPRESA GANADERA, Ecuador 2001

³ [http://www.industriaalimenticia.com/La Industria Láctea en Ecuador](http://www.industriaalimenticia.com/La_Industria_Láctea_en_Ecuador)

Nueva Loja. Es una de las principales provincias que proveen al Estado del petróleo que necesita para las exportaciones. Se caracteriza por sus bellos paisajes amazónicos, entre ellos el río Aguarico.⁴ Tiene clima tropical húmedo con temperaturas que bordean los 23 grados centígrados. Además de poseer reservas ecológicas con vasta flora y fauna como el Cuyabeno, cuenta con el primer pozo petrolero explotado en el país. Su capital es otra de las puertas de acceso hacia la Amazonia, y disfruta de amplia oferta hotelera. Rica en artesanías elaboradas en su mayor parte por las mujeres de diferentes etnias que habitan en la región. Esta región está conformada por diferentes etnias, Cofán, Kichwa, Siona, Secoya, Shuar y cuenta con 7 cantones: Lago Agrio, Gonzalo Pizarro, Putumayo, Shushufindi, Sucumbíos, Cascales y Cuyabeno.⁵

Una empresa tiene su propio ciclo de vida, a partir de la infancia de una idea en ciernes, hasta el día en que debe cerrar sus puertas. Algunas empresas tienen ciclos vitales más largos que otros, mientras que algunos pueden encontrar una nueva vida después de la disolución. Es posible que se decida volver a abrir un negocio después de la disolución sobre la base de las oportunidades y las experiencias que tuvo cuando el negocio estaba abierto. La reapertura de la empresa puede exigir el restablecimiento de la información existente o la reforma de una nueva entidad bajo el nombre antiguo. Se deberá pues revisar los estatutos originales, plan de negocios y programas de marketing para encontrar lo que funcionó y qué no dentro de la empresa. Ajustar todos los documentos, según sea necesario, para ayudar al negocio a abrir y tener éxito. Para planear la reapertura de una empresa se deberá realizar un estudio de mercados el cual está comprendido por el planeamiento de una encuesta, preparación de la encuesta, trabajo de campo, tabulación de los resultados, preparación del informe final lo que permitirá determinar y evaluar la demanda y cuantificar la oferta.⁶

⁴ www.turismoaustro.gov.ec; www.sucumbios.gov.ec/turismo

⁵ <http://www.inec.gov.ec/estadisticas/>

⁶ FLORES Juan Antonio, PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LAS PYME, CREACIÓN DE EMPRESAS, ELOE Ediciones , 2007.

Se puede realizar la organización de la reapertura de la empresa basándose en los criterios de negocios tales como: Plan de organización que es la sección que contiene información sobre la Estructura administrativa de su empresa, incluye aspectos como la descripción del negocio, su estructura jurídica, quienes integraran la dirección y o el personal, donde estará ubicado si esto no está ligado al Marketing, como se llevara la contabilidad, con que seguros contará, y que medidas de seguridad se adoptarán para proteger el Inventario y la Información. Posterior a la elaboración de este requisito se deberá realizar un Análisis de Mercado, mismo que debe contener información sobre su mercado total y poner énfasis sobre su mercado objetivo. Incluya información referente a su mercado objetivo y a la competencia. Se deberá tomar decisiones como la promoción de su producto sus precios el momento de entrada al mercado, análisis de las tendencias actuales de la industria. Como punto tercero aparecen los documentos financieros, es decir los que traducen la información de las dos primeras secciones del plan a cifras financieras que se puedan usar para analizar el negocio y tomar decisiones encaminadas a una mayor rentabilidad. Y para finalizar se contará con los documentos de apoyo incluyendo historiales profesionales del propietario o del director, estados financieros personales, artículos de convenios de constitución en sociedad, contratos jurídicos, convenios de arrendamiento, documentos de propiedad intelectual, cartas de referencia, datos demográficos y otros.⁷

Para la evaluación de factibilidad de un proyecto de Indicadores Financieros son un punto relativamente esencial para determinar si va o no el proyecto y sería importante mencionarlos: El VAN o Valor Actual Neto, es el que permite calcular el valor actual en el momento 0 de todos los flujos de caja que genera un proyecto de inversión, para el periodo de inversión analizado, descontados al WACC.,⁸ la TIR o Tasa Interna de Retorno de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que hace que el Valor Actual de los flujos de beneficio positivos sea

⁷ PINSON, Linda, JINNET Jerry ; 20 Pasos para desarrollar tu Negocio, pág. 31, 1998

⁸ MAZÓN, Fernando, ÁGUILA Santiago, FINANZAS DE LA PLANIFICACION A LARGO PLAZO A LA GESTIÓN DIARIA DE LA TESORERÍA, Ediciones Gestión, Barcelona 2003.

igual al Valor Actual de los flujos de inversión negativos ⁹ y finalmente el PRI que es el periodo de recuperación de la inversión, es el método de Evaluación de Proyectos que indica el plazo en que la inversión original se recupera con las Utilidades futuras.¹⁰

1.5.2 MARCO CONCEPTUAL

Consumo per Cápita Es el consumo que hace cada habitante de un país o región.

Demanda Representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

Empresa Es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

Estudio de Mercado Es la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones del marketing.

Hato Conjunto de cabezas de ganado, como bueyes, vacas, ovejas, etc.: hato de reses.

Marketing Es la disciplina que estudia el comportamiento del mercado y de los consumidores.

Oferta Es la cantidad de bienes o servicios que los productores de los mismos están dispuestos a ofrecer a los potenciales consumidores de los mismos, a diferentes precios y condiciones en un determinado momento.

Plan de negocios Es una guía para el emprendedor o empresario. Se trata de un documento donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se

⁹ FERNÁNDEZ Saúl, LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN, Primera Edición, Editorial Tecnológica, Costa Rica 2007

¹⁰ www. Ecofinanzas.com

establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas.

PRI Determina el número de años en que se recupera la inversión, mediante la resta sucesiva de los flujos netos anuales descontados del monto de la inversión, hasta el punto en que se iguala o sobrepasa dicha inversión.

TIR Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero.

VAN Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

WACC Es el monto total de intereses y dividendos que se van a incurrir en una inversión.

1.6 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los métodos a utilizarse en este proyecto son el Método Analítico, Sintético, Inductivo y Deductivo.

El Método Analítico implica la separación del todo en sus partes o elementos constitutivos, y en la presente investigación lo usaremos puesto que vamos a observar, compilar y analizar información de todo tipo relacionada a la elaboración de quesos, sus procesos, la tecnología aplicada a esto, para lograr que el producto que este proyecto quiere incentivar sea óptimo logrando de esta manera cumplir con los objetivos planteados.

El Método Sintético consiste en unir sistemáticamente los elementos heterogéneos de un fenómeno con el fin de reencontrar la individualidad de la cosa observada., y se utilizará para realizar un resumen que posea como característica principal la objetividad y la sustancialidad de la información, para de esta manera aplicar los conocimientos adquiridos, dentro del presente proyecto.

El Método Inductivo es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales, se aplicará puesto que la información de ciertos

temas de la investigación partirá de lo que particular para posteriormente establecer afirmaciones generales útiles dentro del presente trabajo.

El Método Deductivo es aquel que parte de lo general para llegar a afirmaciones particulares, este método científico será de utilidad puesto que con él se podrá llegar a conclusiones particulares sobre la información recopilada en general acerca del tema.

1.7 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

A través de las herramientas que se va a enumerar a continuación, se espera establecer un proceso ordenado y coherente para la obtención de la información, misma que debe reunir características de objetividad, transparencia y sobretodo reflejar la realidad que se suscita dentro del entorno en cual se va a trabajar.

Para el presente proyecto se utilizará:

Observación Es la técnica que consiste en examinar directamente algún hecho o fenómeno según se presenta espontáneamente y naturalmente, teniendo un propósito expreso conforme a un plan determinado y recopilando los datos en una forma sistemática.

Entrevistas Conversación y/o relación interpersonal entre dos o más personas ,con unos objetivos determinados, en la que alguien solicita ayuda y otra persona la ofrece, lo que configura una diferencia explícita de roles en las personas intervinientes.

Análisis Documental El análisis documental es un trabajo mediante el cual por un proceso intelectual extraemos unas nociones del documento para representarlo y facilitar el acceso a los originales.

Encuestas Técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos.

Anécdotas Es una narración breve de un suceso curioso.

Cuestionarios Es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información que se precisa.

Las técnicas anteriormente mencionadas garantizaran la veracidad del proyecto y proporcionaran ampliamente para el realizador del mismo una imagen de la situación que le permita plantear soluciones y tomar decisiones.

CAPÍTULO II

2 ANTECEDENTES

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LA ZONA

2.1.1 LA INDUSTRIA LÁCTEO – QUESERA EN EL ECUADOR

La producción de leche en el Ecuador llega a los 7 millones de litros diarios de acuerdo a datos del Libro el Ecuador y su Realidad edición 2009-2010, existen 25 compañías según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería, de estos más del 90 % se encuentran en la Sierra ecuatoriana, y se dedican a la producción de leche pasteurizada, quesos, yogurt, además una gran parte de la producción lechera se comercializa cruda en el mercado informal y representa el 60% más que en el mercado formal.¹¹ En el procesamiento de la leche se puede decir que las más representativas son: Industrias Lácteas Tony S.A., Leche Cotopaxi, Lecocen CIA. de economía mixta, Proloceki S.A., Ind.Lácteas Chimborazo, Inleche, Florap S.A. Productos Lácteos Cuenca S.A., Prolacem, Heladosa S.A. Indulac. de Cotopaxi CIA Ltda., Eskimo S.A. entre otras empresas. El consumo per cápita de leche cruda en el Ecuador bordea alrededor de 82.000 a 100.000 litros anuales calculando en promedio diario de 0,22 a 0,27 litros de leche, por otra parte se calcula que el consumo per cápita de derivados lácteos en el Ecuador alcanza los 55 litros anuales de leche distribuidos entre quesos frescos (29 litros), quesos maduros (7 litros), yogur (10 litros), y leche en polvo (9 litros), por tanto el mercado ecuatoriano se fundamenta en productos lácteos de preferencia frescos.

12

¹¹ TAPIA Adriana; DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE UN MODELO ESTRATÉGICO FINANCIERO PARA LA TOMA DE DECISIONES QUE INCIDAN EN LA RENTABILIDAD PARA LA PASTEURIZADORA “EL RANCHITO” CIA, LTDA., Ecuador 2010

¹² HEREDIA MONTENEGRO; Marcelo Iván; APLICACIÓN DE ANTIBUT (BACTERICIDA) PARA ELIMINAR BACTERIAS DEL GRUPO COLIAEROGENES EN LA ELABORACIÓN DEL QUESO ANDINO, Riobamba-Ecuador, 2006.

2.1.2 PRINCIPALES SECTORES DE PRODUCCIÓN LÁCTEA EN EL PAÍS

Aproximadamente, se dedican 3,5 millones de hectáreas a la producción de leche; la mayor concentración está en la Sierra (73-75%), la Amazonía (8-11%) y la diferencia (14%) en el resto del país. En la Sierra, la leche es el único producto de venta estable para el campesino, en las zonas altas no existen muchas opciones de siembra; entonces, la leche se convierte en lo que llamamos 'el sueldo del campo', porque recibe el fruto de su venta cada 15 días. La estructura de la producción es interesante: existen alrededor de 298 mil productores, la gran mayoría son medianos y pequeños; así que hablar de grandes productores es muy relativo. Por el tamaño, la mayoría de propiedades es de menos de 100 hectáreas, ahí se produce el 65% de la leche —gran parte en la Sierra—; por otro lado, es una actividad que depende muchísimo de la población campesina, que es la que genera producción y empleo, especialmente de tipo familiar.¹³

2.1.3 IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD LÁCTEO-QUESERA EN EL ECUADOR

Si nos ponemos a analizar los indicadores en el Ecuador se puede deducir que el consumo de leche anual dentro de nuestro país es de entre 82000 a 100000 litros anuales y lo que se recomienda a nivel internacional es 180000 litros de leche, entonces se calcula que la leche cruda que se procesa en el Ecuador diariamente alcanza solamente para cubrir las necesidades de un tercio de la población que según el último censo es de alrededor de 14400000 personas indicando que es un sector relativamente explotable para la industria, la mayor concentración lechera se produce en la serranía del país donde los niveles de pobreza son altos y es factible la realización de proyectos de economía popular donde conjuntamente municipios y pobladores se pongan de acuerdo para llevar a cabo ideas micro empresariales que permitan de cierta manera mitigar los índices de pobreza y promover un desarrollo sustentando en el avance de la industria dentro del Ecuador. Desde tiempos remotos se conoce que la empresa y en general la producción de bienes y servicios permiten el crecer de los pueblos que los aplican,

¹³ GRIJALVA COBO Juan Pablo; LA INDUSTRIA LECHERA EN EL ECUADOR UN MODELO DE DESARROLLO, Revista Retos Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, pág. 66-67

entonces basándonos en este principio se concluye diciendo que la industria lechera podría suplir las necesidades laborales de miles de campesinos de comunidades quienes organizados constituirían un buen recurso humano con el que el Ecuador como país podría contar para lograr la anhelada prosperidad industrial.

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

2.2.1 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS

La provincia de Sucumbíos se encuentra ubicada en el extremo nororiental del Ecuador ocupa un lugar geográfico y político estratégico en el conjunto del territorio nacional.

La Provincia de Sucumbíos se encuentra conformada por siete cantones: Putumayo, Gonzalo Pizarro, Lago Agrio y Shushufindi, Cáscales y Cuyabeno. Cuenta con 33 parroquias entre urbanas y rurales pero mayormente rurales. La mayoría de los suelos del área se desarrollan a partir de cenizas volcánicas, de topografía irregular. Las características físicas y químicas que identifican a estos suelos y del material base definen como suelos de fertilidad alta, ricos en materia orgánica, a pesar de ser poco profundos por la presencia de al menos 50 cm de profundidad, presentan en unos casos material rocoso, vidrio volcánico, gravas y gravillas. En la zona de precipitaciones fluctúan entre 1000 a 3000 mm de lluvia anuales, temperaturas que van de 5 a 17 grados, la gran diferencia por la temperatura se explica por la presencia de pisos altitudinales de páramo hacia la parte noroccidente y de tropicales muy húmedos hacia el sureste, pasando por pisos altitudinales templados en el centro de su territorio, por lo que presenta un clima: tropical mesodérmico muy húmedo a ecuatorial frío.

El cantón en el cual se plantea llevar a cabo el proyecto se denomina Sucumbíos y está ubicado en la provincia que lleva su mismo nombre, situados al Nor-Oriente del Ecuador, cuya población total es de 3390 habitantes los cuales se encuentran en un 16% de población urbana y el 84 % restante es población rural, el índice de

pobreza en el sector es de 47,05% por ingresos lo que en verdad muestra la gravedad de la situación socio-económica y la vulnerabilidad de este sector del Ecuador, la etnia que prevalece en el lugar son mestizos con una representación del 95% habiendo la presencia muy minoritaria también de otras culturas, además de ciudadanos refugiados colombianos cuya permanencia se debe a la cercanía del lugar con la frontera colombiana. En el campo de la educación el 52,10% de la población ha cursado la primaria, el 31,39 % la secundaria y el 6,85% educación superior mientras el restante no reporta educación alguna, las principales actividades económicas son el comercio al por mayor y menor de productos agrícolas siendo esta la más representativa de la lista, otras actividades importantes son : industria manufacturera, actividades financieras, agricultura, ganadería, en el ámbito de salud existen solamente 3 sub centros ubicados en puntos estratégicos del cantón.^{14, 15}

La parroquia de Santa Bárbara se encuentra ubicada en la parte Nor Occidental del cantón Sucumbíos 1920 – 2680 msnm y una temperatura de 8 a 14 C .

Se llega por medio de una vía de tercer orden a 2 horas de Julio Andrade provincia del Carchi. La población de la parroquia de Santa Bárbara alcanza los 679 habitantes. De los cuales la densidad poblacional es de 2.19 hab. /km² de acuerdo a la proyección del año 2000 y su población cantonal en la zona Urbana posee un 42% de habitantes y el 58 % de habitantes en la zona Rural. El índice de extrema pobreza por necesidades básicas insatisfechas de la parroquia de Santa Bárbara es de 64,3 NBI. Superan el 50%, de la media nacional. La parroquia de Santa Bárbara cuenta con 4 centros educativos entre ellos jardín, escuela, colegio presencial y a distancia. El total de la población estudiantil es de aproximado de 200 estudiantes. El índice de desarrollo educativo cantonal es del 49.9 puntos sobre 100 y está por debajo de la media nacional en 8.6 puntos, baja cobertura del sistema educativo, las especialidades existentes en el colegio de Santa Bárbara no está acorde con las actividades productivas predominantes.

¹⁴ CENSO ECUADOR 2010

¹⁵ IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ACOPIO Y ENFRIAMIENTO DE LECHE EN LA PARROQUIA EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO, Municipio de Sucumbíos.

El 61.4% de los niños /as que estudiaron la primaria, no ingresan a estudiar la secundaria. El 0.7% de la población mayor de 17 años ingresan a estudiar en establecimientos de nivel superior. Fuera de la provincia sea en la provincia del Carchi e Imbabura. ¹⁶

2.2.2 LA INDUSTRIA LÁCTEO-QUESERA EN EL CANTÓN SUCUMBÍOS

Dentro del cantón Sucumbíos las parroquias de el Playón y Santa Bárbara se caracterizan por ser netamente ganaderas siendo la producción de leche y carne la principal actividad. El sector cuenta en realidad con una microempresa localizada en la comunidad de Santa Rosa, misma que se encuentra en normal funcionamiento desde hace 5 años, y existe además estudios para un proyecto de microempresa láctea en el Playón; aquí se detalla cada uno de ellos:

PROYECTO SANTA ROSA

El proyecto se denomina AGROLAD y se lleva a cabo dentro de la comunidad de Santa Rosa dentro de la parroquia EL PLAYÓN en el Cantón Sucumbíos, los representantes legales son el señor. Carlos Rayo (Presidente del Centro Agrícola), Señor. Bayardo Hernández López (Presidente de la Pre Asociación AGROLAP).El proyecto se justifica como una alternativa para mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la parroquia del Playón y la comunidad de Santa Rosa., generando fuentes de ingresos económicos y fuentes de trabajo para los habitantes del sector pues se utiliza mano de obra no calificada para realizar las actividades como es el proceso de la elaboración del queso, 2 personas, uno de la comunidad de Santa Rosa y otro de la parroquia de Santa Bárbara, quienes perciben una remuneración básica, mientras una persona se encarga de la recolección de leche la misma que obtiene 2 centavos por litro entregado en la microempresa. La línea del proyecto se basa en que la comunidad de Santa Rosa,

¹⁶ PROYECTO DE ALCANTARILLADO SANITARIO DE LA PARROQUIA DE SANTA BARBARA, Municipio de Sucumbíos

cuenta con 224 habitantes entre niños y adultos, existe 55 viviendas, 48 familias y 7 viviendas vacías. Cuenta con servicio de agua tratada, luz eléctrica y señal telefónica colombiana de movistar. Existe jardín y escuela en esta comunidad. El proyecto está ubicado junto a la vía interoceánica que comunica la parroquia de Julio Andrade con la ciudad de Lago Agrio. Los socios tienen las siguientes actividades económicas: 2 se dedican a la agricultura y la ganadería, 5 son jornaleros, 1 es productores de leche y explotación de madera, 2 empleados, 2 comerciantes. Cuentan con un terreno donado por el Señor. Homero Sánchez, de 375 m², entregado en comodato por 20 años a la Pre Asociación AGROLAP. En el cual existe una infraestructura de la siguiente área: 10 m x 9 m = 90 m, la cual se distribuye de la siguiente manera: cuarto frío (10,75 m²), laboratorio (2,40 m²), escurridor (1,60 m²), y la demás área es para el procesamiento del queso. El mercado meta constituyen las provincias de Pichincha, Imbabura, Sucumbíos y la frontera con Colombia.

La oferta y la demanda son determinadas de la siguiente manera:

Demanda

De acuerdo a los contactos realizados con los comerciantes tienen un pedido de 1500 libras de queso de mesa semanal, 100 libras de queso doble crema semanal y 375 litros de Yogurt semanal. Al analizar la demanda y la oferta se puede observar que tienen una demanda insatisfecha de 660 libras de queso de mesa, 299 libras de queso doble crema y 25 litros de Yogurt.

Oferta

Manejaría una producción de 840 libras de queso de mesa y 400 libras de queso doble crema semanales. Y los precios oscilan entre 1 dólar la libra de queso de mesa, 1,25 el queso doble crema y el litro de yogurt esta en un precio de 1 dólar, precios fijados en la apertura de la empresa. (5 años).¹⁷

¹⁷ PROYECTO PARA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE QUESO FRESCO EN LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA, PARROQUIA DEL PLAYÓN. Año 2007 municipio del Cantón Sucumbíos.

LECHERA EL PLAYÓN

El área de influencia de esta futura microempresa es la parroquia El Playón con sus diferentes comunidades, que limita con la provincia del Carchi, posee una vía asfaltada desde Julio Andrade hasta la comunidad de Santa Rosa y luego hasta Santa Bárbara una vía lastrada. El tiempo de recorrido es de aproximadamente 1:30 minutos. Se encuentra en altitudes que van desde los 2400 a 3300 m.s.n.m, con una humedad relativa de 65%, el clima es frío-húmedo, la temperatura es de 8 a 15 grados y tiene una precipitación durante todo el año. La población en las parroquias de intervención son: 1414 personas según el CENSO 2010.

La creación del proyecto se justifica a través de que los pequeños y medianos ganaderos del cantón Sucumbíos, viven en condiciones de pobreza porque carecen de una fuente de ingresos económicos estable que les permita cubrir las necesidades básicas de la familia como lo son la educación la salud y la alimentación, además que los campesinos obtienen sus ingresos de mayor manera de la leche alrededor de un 80 % de ellos lo hacen, y que mejor alternativa que destinarlos a una productora de quesos en la región. Además el problema se concreta mayoritariamente por la falta de organización de los productores, representando esto una debilidad de la zona lo cual se evidencia en la comercialización, siendo Santa Bárbara la mayor productora de leche del sector con 400 litros diarios por esta razón se plantea la creación de una pequeña industria láctea en el lugar. Entonces, el objetivo general de la propuesta es mejorar la calidad de vida de los productores de leche del Cantón Sucumbíos, para lo cual se debe alcanzar ciertos objetivos específicos como son: 1. Mejorar los canales de comercialización de la leche con la creación de un centro de acopio en la parroquia del Playón. 2. Fortalecer el Sector ganadero y 3. Tecnificar la producción de leche a nivel de la finca.

La microempresa cuenta con obras civiles valoradas en: 53900, en Equipo y material de oficina: 2840,73; en equipos de laboratorio 5991,56, en equipos de pasteurización 87000 dólares. La empresa cuenta con 66 socios mismos que son

nativos de las parroquias aledañas y cuya participación esta reflejada en el total de la inversión. El presupuesto que se muestra como total del proyecto es de 156530,40, de lo cual el 83% es financiado por el FIE. La gestión de los recursos esta bajo la responsabilidad de un Unidad ejecutora integrada por Alcaldía y la Dirección Municipal de Desarrollo Sustentable y una vez financiado el proyecto la responsabilidad estará bajo el Director del Proyecto quien será el encargado de ejecutar y obtener los resultados previstos en la propuesta. La gestión de actividades no inicia sus funciones, mas los socios del mismo han aportado una inversión per cápita de 2805,3 dólares calculados para el total de los beneficiarios directos del presupuesto calculado con fondos FIE. ¹⁸

2.3 ANTECEDENTES DE LA QUESERA EN LA PARROQUIA DE SANTA BÁRBARA

2.3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El Proyecto de la quesera en Santa Bárbara nace como una organización de derecho un mayo del año 2005, y cierra sus actividades en el año 2008, laborando aproximadamente 3 años en la producción de quesos; llamándose la organización como: ASOCIACIÓN AGRO ARTESANAL DE PRODUCTORES DE LÁCTEOS SANTA BÁRBARA, misma que sería inscrita según acuerdo ministerial No 2000338 publicado en el registro Oficial 182 del 7 de mayo del 2000. La estructura Socio Organizativa contaba como presidente con el Señor: Manuel Chapi, Vicepresidente: Sr Danilo Guerrero, Secretaria: Señora Cecilia Ruiz, Tesorero: Señor Aníbal Sarmientos y Representante legal de la organización: Señor Manuel Chapi.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

La parroquia de Santa Bárbara se dedicaba a la explotación de la madera, destruyendo de manera notoria el bosque natural existente en la zona por lo que

¹⁸ IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ACOPIO Y ENFRIAMIENTO DE LECHE EN LA PARROQUIA EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO, Municipio de Sucumbíos.

surge la idea de dedicarse a otra actividad que les permita aprovechar los recursos existentes y manejando una alternativa amigable con la naturaleza es por eso que se plantea el incremento de la actividad agrícola y pecuaria de la zona, en este caso refiere a la producción de leche. Dicha producción se dice que no era aprovechada por la comunidad siendo vendida a un precio relativamente bajo a los intermediarios. Los sub productos derivados de la leche se los obtenía a costos elevados pues eran adquiridos en ciudades aledañas al sector como Julio Andrade, o Tulcán haciendo casi imposible proveer la zona con lácteos y poder mejorar de esta manera la calidad nutricional de la dieta de los pobladores.

Al poseer la materia prima se ve necesario la creación de una pequeña planta procesadora de leche para transformarla y darle un valor agregado al producto, ofertando fuentes de trabajo e incentivando la actividad productiva de la zona.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Crear nuevas fuentes de trabajo.

Mantener una producción permanente de lácteos de buena calidad.

Mejorar la calidad nutricional de los pobladores.

Incentivar a los ganaderos de la región.

Incentivar la integración en la comunidad.

Con el proyecto saldrían pues beneficiados de manera directa los 15 socios de la nueva microempresa y de manera indirecta alrededor de 30 familias con un promedio de 3,2 hijos por familia. La producción que se pronosticaba era de 150 quesos al día, mas al empezar se produjo 60 quesos diarios. El litro de leche se comercializaba a 0,30 centavos y cada queso a 1,20 centavos. Se contaba con un presupuesto inicial de 8520 dólares de los cuales 4000 dólares aportaba el ECORAE (ECODESARROLLO DE LA REGIÓN AMAZÓNICA ECUATORIANA), y el restante los socios de la microempresa.¹⁹

¹⁹ Proyecto Implementación de una quesera en la parroquia de Santa Bárbara, ECORAE

2.3.2 CAUSAS DE CIERRE DE LA MICROEMPRESA

La empresa cerraría sus actividades por las siguientes causas determinadas:

1. Falta de organización de los socios, pues los mismos realizaron sus correspondientes labores por un determinado tiempo, olvidando después sus obligaciones y responsabilidades con la empresa.
2. Los productos no contaban con preservantes por lo que perecían rápidamente, su tiempo máximo de duración era de dos semanas y en congelación.
3. Falta de un registro sanitario que avale la calidad de los productos.
4. La producción se vendía a crédito, y la gestión de cobranzas era deficiente por lo que no se recupera aquellas cuentas.
5. Falta de asesoría en los procesos de producción además de asesoría financiera.
6. Falta de un adecuado Estudio que permita determinar las directrices sobre las cuales se debería haber basado el proyecto para su éxito comercial.²⁰

2.3.3 SITUACIÓN ACTUAL DE LA PLANTA DE PRODUCCIÓN

En la actualidad existe la planta de producción, misma que se encuentra en buenas condiciones para el funcionamiento ya que el cierre de la empresa fue en el 2008 siendo esta fecha no muy lejana a la presente y por eso a través de una visita se pudo corroborar que el lugar está en óptimo estado pues continuamente en la parroquia se paga a una persona que haga la limpieza de la planta cada 2 meses, la maquinaria que posee necesita ciertas reparaciones mas se calcula un

²⁰ Entrevista con Carmen Ruiz- Secretaria del Proyecto

estimado en maquinaria de 5000 a 6000 lo mismo que en verdad se podría aprovechar para continuar con la elaboración de productos anteriormente mencionados.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADOS

3.1 INTRODUCCIÓN

Baca Urbina menciona que "El concepto de estudio de mercados se identifica con la definición del precio que los consumidores están dispuestos a pagar por los productos o servicios y a la cantidad requerida de los mismos."²¹ En el presente capítulo se aplicará el conocimiento a las variables que condicionan el comportamiento de los distintos agentes económicos, cuya actuación afectará de manera proporcional al desempeño del futuro proyecto a evaluarse. Los objetivos particulares del estudio de mercados yacen en cualificar y cuantificar la demanda y establecer un precio que permita lograr los objetivos financieros del proyecto, ratificando la real posibilidad de colocar el producto o servicio que elaboraría el proyecto en el mercado, además de establecer los canales de comercialización que se usan o podrían usarse en la comercialización de los mismos. Obviamente la proyección de las variables futuras del mercado, tanto del entorno como del propio proyecto, pasas a tener un papel preponderante en los resultados de la evaluación debido a su impacto en los demás estudios posteriores.²²

Para la elaboración del presente se tomará en cuenta las fuentes de información existentes: las fuentes primarias que consisten básicamente en la investigación de campo por medio de la encuesta, y las fuentes secundarias que se integran con toda la información escrita existente sobre el tema, ya sea en estadísticas gubernamentales (fuentes secundarias ajenas al proyecto). Posterior a la obtención de información a partir de encuestas habrá que diseñar éstas de tal manera que nos permita determinar con exactitud los datos que se requiere para el diseño del proyecto. Una vez que se cuenta con toda la información necesaria proveniente de cualquiera de las fuentes anteriormente expuestas, se continúa con el

²¹ SÁNCHEZ Carlos, ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS, Pág.29

²² SÁNCHEZ Carlos, ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS, Pág.29-30

procesamiento y análisis, recordando que los datos recopilados deben convertirse en información útil que sirva como base en la toma de decisiones, por lo que un adecuado procesamiento de tales datos es vital para cumplir ese objetivo.²³

3.1.1 MERCADO

3.1.1.1 CONCEPTO

El mercado es el lugar físico o virtual en el que se produce una relación de intercambio entre individuos u organizaciones.²⁴ El mercado dentro lo que corresponde el proyecto sería el lugar donde se realizan las diferentes transacciones de compra y venta de los productos lácteo queseros que se ofertan en la zona.

3.1.1.2 TIPOS DE MERCADO

MERCADO PROVEEDOR Estudia tres aspectos fundamentales como los precios de los insumos, la disponibilidad y la calidad.

MERCADO COMPETIDOR Tiene la doble finalidad de permitir al evaluador conocer el funcionamiento de empresas similares a las que se instalarían con el proyecto y de ayudarlo a definir una estrategia comercial competitiva con ellas.

MERCADO DISTRIBUIDOR Cuando el proyecto estudia la generación de un producto más que un servicio, la magnitud del canal de distribución para llegar al consumidor final explicará parte importante de su costo total.

MERCADO CONSUMIDOR La información que entrega el mercado consumidor es, por lo general, la más importante del proyecto. La decisión del consumidor para adoptar una nueva tecnología, comprar un producto o demandar un servicio, tiene componentes tanto racionales como emocionales, por lo que la predicción

²³ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010.

²⁴ RIVERA CAMINO, Jaime; DE GARCILLÁN LÓPEZ-RÚA, Mencía, DIRECCIÓN DE MARKETING FUNDAMENTOS Y APLICACIONES, Editorial ESIC, Pág. 69.

del comportamiento del uso de compra del servicio o producto que ofrecerá el proyecto se hace más compleja de lo esperado.²⁵

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Cuantificar y cualificar la demanda existente dentro de la provincia de Sucumbíos y el cantón aledaño Julio Andrade en la provincia del Carchi.
- Cuantificar y cualificar la oferta dentro de la provincia de Sucumbíos y el cantón aledaño Julio Andrade en la provincia del Carchi.
- Determinar el precio óptimo que permita lograr los objetivos financieros del futuro proyecto.
- Evaluar la factibilidad de la implementación del producto en el mercado actual.

3.3 METODOLOGÍA PARA LA CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o a un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información provenientes en este caso en su mayoría de fuentes primarias y ciertos datos de fuentes secundarias.²⁶

En el proyecto a elaborarse la demanda se cuantificará dentro de los dominios de la provincia de Sucumbíos y el cantón Julio Andrade par esto se determina la población de la siguiente manera basándose en el último censo Ecuador 2010.

²⁵ SAPAG CHAIN, Nassir; PROYECTOS DE INVERSIÓN, Pearson Prentice Hall, México D.F. 2007, Primera Edición.

²⁶ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010, Pág. 15

DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA ZONA

CUADRO 1

CANTÓN	POBLACIÓN
Sucumbíos	3390
Gonzalo Pizarro	8599
Cascales	11104
Lago Agrio	91744
Putumayo	10174
Shushufindi	44328
Cuyabeno	7133
TOTAL SUCUMBÍOS	176472
Parroquia Julio Andrade	9634
TOTAL POBLACIÓN REFERENCIA	186106 habitantes
Hogares (4 integrantes por hogar)	46526,5 hogares

FUENTE: CENSO POBLACIONAL 2010 INEC
Elaborado por: Sofía Domínguez

3.4 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para la cuantificación de la demanda utilizamos fuentes primarias y secundarias, en el caso de las primarias se puede decir que están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él, es necesario entrar en contacto directo a través de la aplicación de un cuestionario al usuario, lo que trata básicamente de que en la evaluación de un producto nuevo lo que interesa es determinar que le gustaría la usuario consumir y cuáles son los problemas actuales en el abastecimiento de productos similares, no existe mejor forma de saberlo que preguntar directamente a través de la encuesta.

Y para el tratamiento de las fuentes secundarias primero se empezaría por definir las como aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema , ya sean las estadísticas del gobierno, libros y datos zonales, entre otros,

dentro del proyecto se aplicaría para la definición del universo a través del último Censo poblacional efectuado en el año 2010.²⁷

3.5 ENCUESTA

3.5.1 CONCEPTO

Se define como el conjunto de técnicas destinadas a recoger, procesar, y analizar informaciones que se dan en unidades o en personas de un colectivo determinado. La información que se puede recoger en una encuesta podrá ser la siguiente:

- Demográfica: Edad, Sexo, Composición familiar y Estado civil;
- Socioeconómica: Ocupación Social, Ingreso, Ambiente de Trabajo;
- Conducta y Actividades: Participación Social, Hábitos, y;
- Opiniones y Actitudes: Juicio, Motivaciones y Predisposición.²⁸

En el proyecto la encuesta utilizará preguntas enfocadas para conocer netamente las características de la demanda y de la oferta.

3.5.2 OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

- Recopilar información cualitativa y cuantitativa de la demanda existente en la provincia de Sucumbíos y la parroquia aledaña de Julio Andrade.
- Utilizar la información como base para efectuar los consiguientes estudios que determinan la factibilidad del proyecto.

²⁷ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág. 17-26

²⁸ HIKAL Wael; INTRODUCCIÓN A LA CRIMINOLOGÍA, Editorial Jurídica , Primera Edición Nicaragua 2010, Pág. 134

3.5.3 TIPO DE ENCUESTA

La encuesta que se llevará a cabo será de carácter personal, misma en la que el encuestador se encuentra cara a cara con el consumidor potencial llenando el formulario, la encuesta piloto se aplicó a 20 personas de la provincia de Sucumbíos y de la parroquia aledaña Julio Andrade con el fin de validar el diseño de la encuesta permitiendo el análisis de la objetividad de las preguntas, a través de las encuestas se determinó que un 90 % de los hogares encuestados están de acuerdo con la reapertura de la quesera en Santa Bárbara, y un 10 % de los encuestados mostró una respuesta negativa.

3.5.4 ENCUESTA PILOTO

ENCUESTA

La presente encuesta se encuentra enfocada a determinar las preferencias del consumidor en relación al consumo de quesos con la finalidad de analizar la factibilidad de la reapertura de la microempresa quesera ubicada en la parroquia de Santa Bárbara, por lo que al momento de responder el cuestionario detallado a continuación, ruego total sinceridad en las respuestas y escoger una sola opción dentro de cada pregunta.

1. ¿CONSUME QUESO EN SU HOGAR?

SI	
NO	

2. ¿ESTÁ DE ACUERDO CON LA REAPERTURA DE UNA PLANTA PROCESADORA DE DERIVADOS DE LECHE EN EL CAN TÓN SUCUMBÍOS?

SI	
NO	

3. ¿SI LA EMPRESA REABRIESE ESTARÍA USTED DE ACUERDO EN ADQUIRIR NUESTRO PRODUCTO?

SI	
NO	

4. ¿CUÁNTAS UNIDADES DE QUESO COMPRA SEMANALMENTE?

UNA	
DOS	
TRES	
OTRAS.....	
Cuántas.....	

5. ¿QUÉ TAMAÑO DE QUESO COMPRA USUALMENTE?

250 gramos	
500 gramos	
750 gramos	
1 kilogramo	
Otra Cantidad.....	
Cuánto.....	

6. ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN QUESO DE CALIDAD DE 500 GRAMOS (ALREDEDOR DE 1 LIBRA)?

2,00-2,50 dólares	
2,51-3,00 dólares	
3,01-3,50 dólares ... en adelante	

Otro.....	
Cuánto.....	

7. ¿CUÁLES SON SUS PREFERENCIAS EN MARCAS DE QUESOS?

LA HOLANDESA	
EL KIOSCO	
FLORALP	
EL SALINERITO	
REY QUESO	
OTROS..... Cuáles.....	

8. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES QUESOS PREFIERE?

QUESILLO	
QUESO FRESCO	
QUESO SEMI MADURO	
QUESO MADURO O FERMENTADO	

9. ¿EN QUÉ LUGAR ADQUIERE USTED EL QUESO?

TIENDAS	
COMISARIATO	
MERCADO	
OTROS..... Cuáles.....	

10. ¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS PUBLICITARIOS LE GUSTARÍA CONOCER SOBRE EL PRODUCTO?

VISITAS	
RADIO	
TELEVISIÓN	
VOLANTES	
VALLAS PUBLICITARIAS	
TELÉFONO	
PERIÓDICO	
Otros..... Cuáles.....	

11. ¿QUÉ INFLUYE MÁS AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL PRODUCTO?

PRESENTACION	
PRECIO	
CALIDAD	
Otros..... Cuáles.....	

3.5.5 DETERMINACIÓN DE LA CANTIDAD DE ENCUESTAS

Para la determinación del número de encuestas a aplicarse se aplicará la siguiente fórmula:

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

Donde:

N =población

Z = nivel de confianza

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

e =error permitido que no debe ser mayor al 10%

Dentro de la población se tomará en cuenta el valor de 46526,50 familias obtenidas a través del cálculo de la población total del sector al cual va enfocado el proyecto dividido para 4 integrantes por hogar que es el promedio de personas de una familia según las estadísticas del INEC, el nivel de confianza se definió con un 94 % es por eso que el error permitido representa el 6 %, los porcentajes de variabilidad tanto positiva como negativa se tomó a partir de las 20 encuestas pilotos realizadas en el sector determinando a través de la pregunta 2 que sugería si la población encuestada estaría de acuerdo con la reapertura de la microempresa, mismas que arrojaron un porcentaje de aceptación del 90 % contra un 10 % de rechazo.

Reemplazando:

$$n = \frac{(1,88)^2 * 0,90 * 0,10 * 46526,50}{(46526,50 - 1) * 0,06^2 + ((1,88^2) * 0,90 * 0,10)}$$

n =88,19 encuestas

3.6 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

3.6.1 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION OBTENIDA A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS

Dentro de la encuesta la pregunta 2 es la que más relevancia posee, puesto que evidentemente de su contestación depende nuestro estudio en general.

La encuesta se elaboró a partir de preguntas de selección en la cual la persona encuestada debía escoger una sola opción para facilitar de esta forma la tabulación de los datos suministrados, además de que permite la interpretación más clara de las necesidades reales del encuestado.

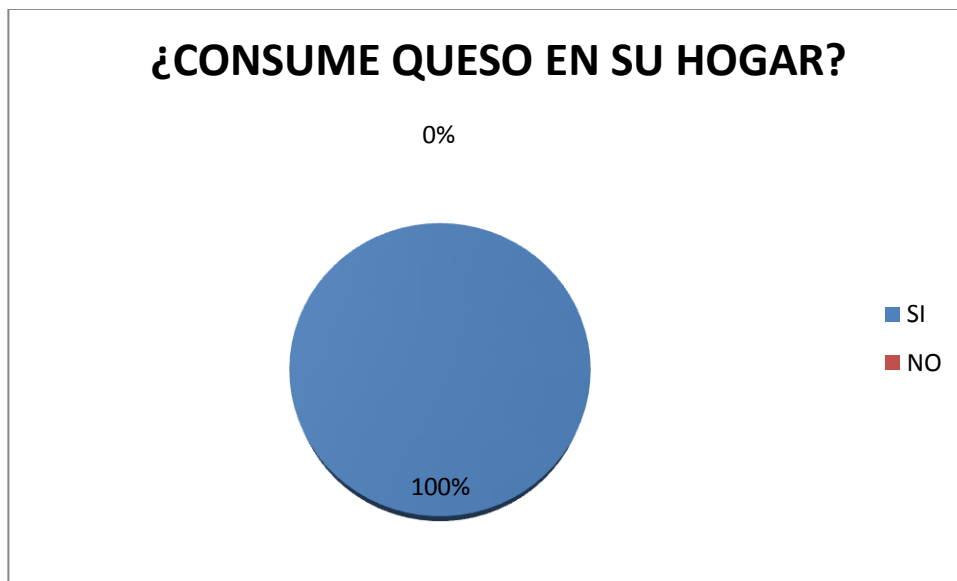
PREGUNTA 1

1. ¿CONSUME QUESO EN SU HOGAR?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	88	100
NO	0	0
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla1

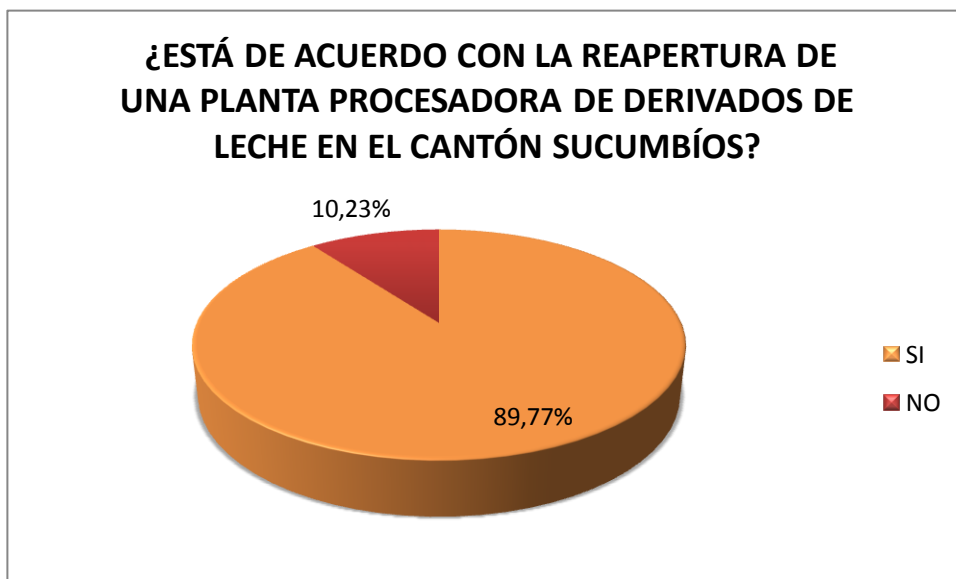
Elaborado por: Sofía Domínguez

De los 88 hogares encuestados el 100% respondió que en su hogar si existe el consumo de queso aunque sea de manera esporádica, indicando de este modo que en el sector todos los hogares consumen el producto antes mencionado.

2. ¿ESTÁ DE ACUERDO CON LA REAPERTURA DE UNA PLANTA PROCESADORA DE DERIVADOS DE LA LECHE EN EL CANTÓN SUCUMBÍOS?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	79	89,77
NO	9	10,23
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta
Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 2
Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

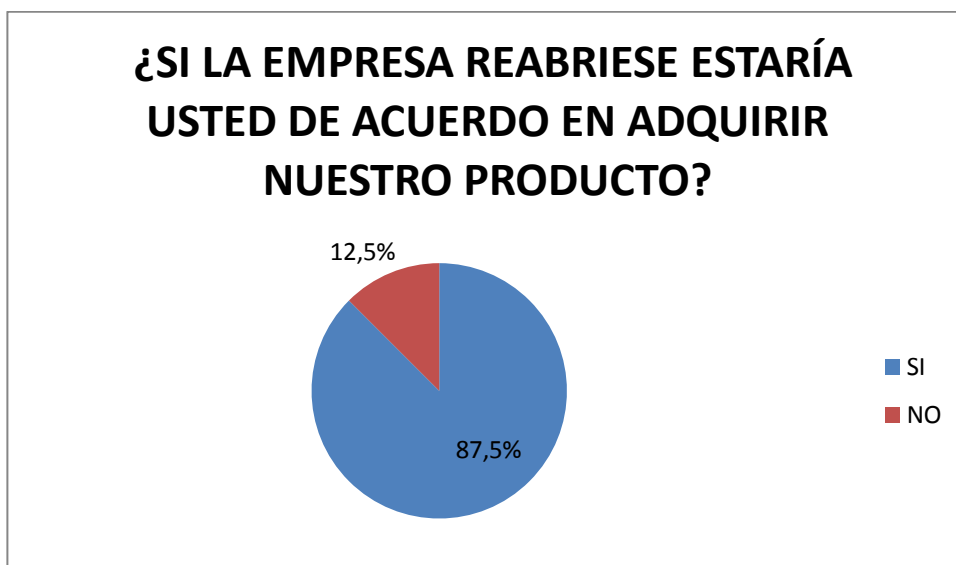
Se puede decir que un 89,77% de los hogares encuestados en el sector efectivamente se encuentran de acuerdo con la reapertura de la planta procesadora de derivados de leche dentro del Cantón Sucumbíos, frente a una minoría del 10,23% quienes respondieron negativamente a la pregunta.

3. ¿SI LA EMPRESA REABRIESE ESTARÍA USTED DE ACUERDO EN ADQUIRIR NUESTRO PRODUCTO?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	77	87,5
NO	11	12,5
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 3

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

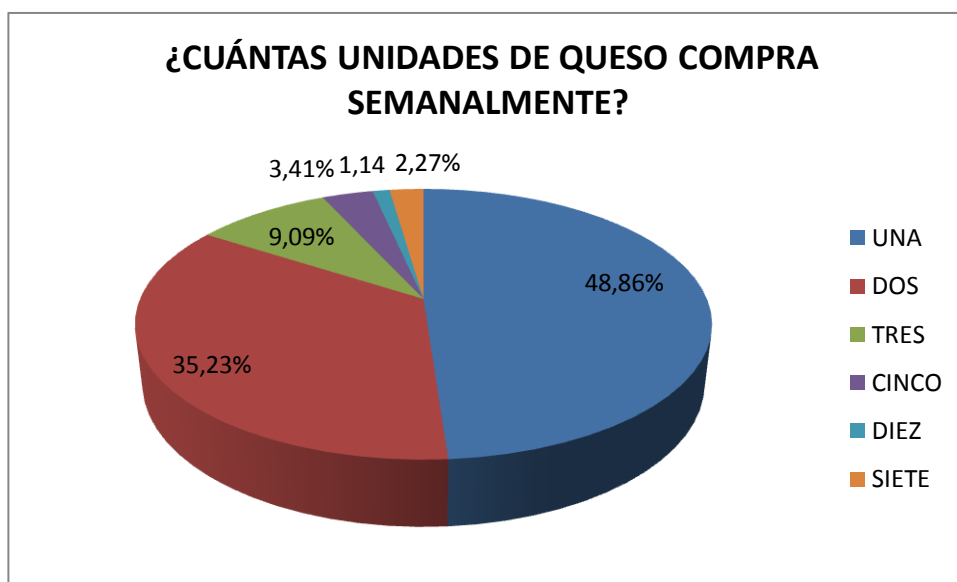
Nótese en el gráfico anteriormente expuesto que un 87,50 % de la población encuestada respondió que estaría dispuesta a adquirir nuestro queso frente a un 12,5% a quienes no les interesa el producto que ofertaríamos en la microempresa.

4. ¿CUÁNTAS UNIDADES DE QUESO COMPRA SEMANALMENTE?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
UNA	43	48,86
DOS	31	35,23
TRES	8	9,09
OTROS		
CINCO	3	3,41
SIETE	2	2,27
DIEZ	1	1,14
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 4

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

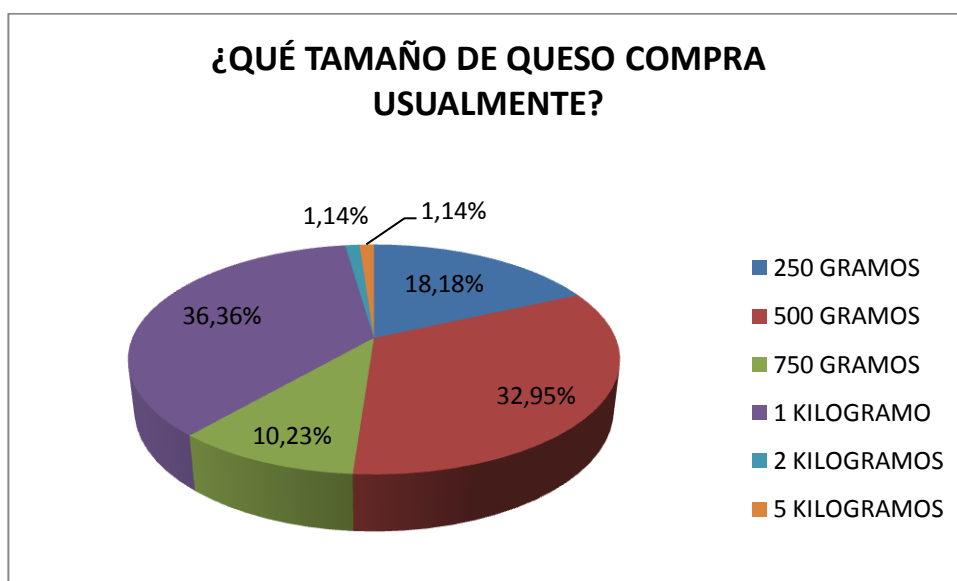
Nótese que una mayoría representada por el 48,86 % compra 1 queso por semana, mientras un 35,23% de los hogares compra 2 quesos por semana, seguido a esto existe un grupo que compra alrededor de 3 quesos por semana, mismo que está representado por el 9,09 % de las encuestas, existen además otros hogares que adquieren 5 quesos lo que equivale a un 3,41% de los encuestados y en una minoría se determinó hogares que compran siete y diez quesos lo mismo que constituye el 2,27 % y 1,14 % respectivamente.

5. ¿QUÉ TAMAÑO DE QUESO COMPRA USUALMENTE?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
250 GRAMOS	16	18,18
500 GRAMOS	29	32,95
750 GRAMOS	9	10,23
1 KILOGRAMO	32	36,36
OTROS		
2 KILOGRAMOS	1	1,14
5 KILOGRAMOS	1	1,14
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 5

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

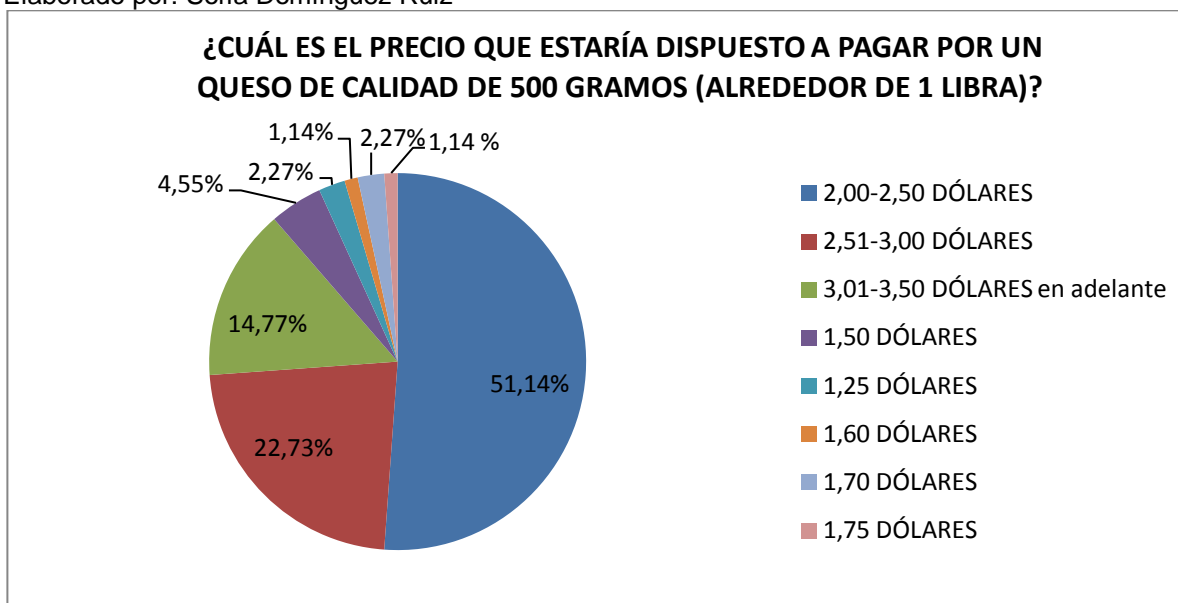
El 18,18% de los encuestados prefieren para la compra la presentación de queso en 250 gramos, mientras un 32,95 % tiene la necesidad de una presentación de 500 gramos, el tamaño de 750 gramos posee una aceptación del 10,23 % del grupo encuestado; el más representativo de los rubros corresponde a la presentación de 1 kilogramo quien maneja una aceptación en la zona de 36,36 %, opciones como la presentación de 2 kilogramos y 5 kilogramos son adquiridas por un 1,14 % de los hogares, mostrando de esta manera que el producto es bastante apetecido dentro de la zona.

6. ¿CUÁL ES EL PRECIO QUE ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR UN QUESO DE CALIDAD DE 500 GRAMOS (ALREDEDOR DE 1 LIBRA)?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2,00-2,50 DÓLARES	45	51,14
2,51-3,00 DÓLARES	20	22,73
3,01-3,50 DÓLARES en adelante	13	14,77
OTROS		
1,50 DÓLARES	4	4,54
1,25 DÓLARES	2	2,27
1,60 DÓLARES	1	1,14
1,70 DÓLARES	2	2,27
1,75 DÓLARES	1	1,14
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 6

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

A través del estudio de las necesidades de los hogares dentro de la zona se determinó que un 51,14% de los encuestados pagaría de 2,00 a 2,50 dólares, frente a un 22,73 % quienes estarían dispuestos a pagar un mayor porcentaje representado por 2,51 a 3,00 dólares, el 14,77 % podría pagar por el producto de entre a 3,01 a 3,50 en adelante, mas se presentaron otras opciones de precios como por ejemplo existió hogares, 4,55%, quienes máximo cancelarían 1,50 por el producto , otros por ejemplo; 2,27%, quienes pagarían hasta 1,25 dólares; un 1,14

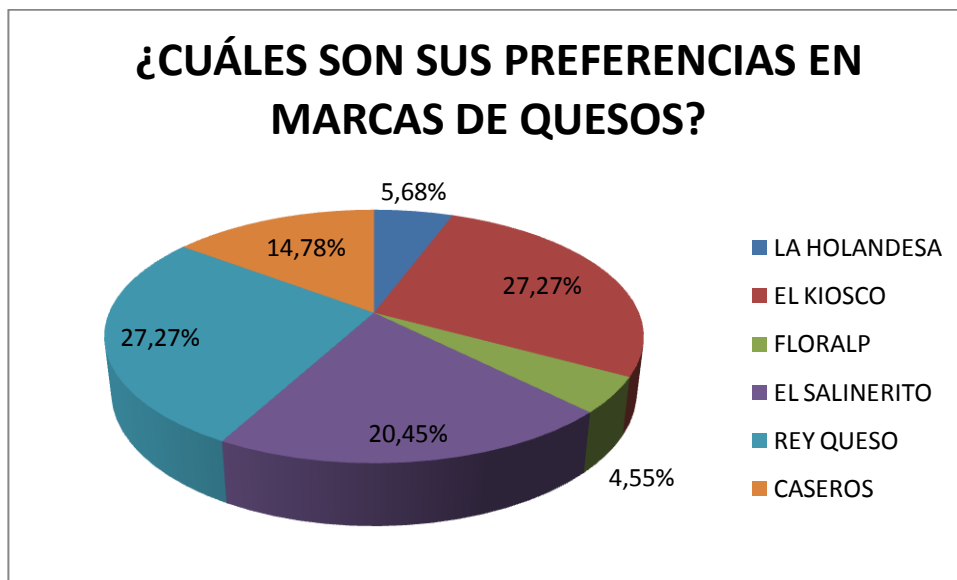
% respectivamente estarían dispuestos a consumir si el precio bordeara 1,60 y 1,75 dólares, otros en cambio manifestaron que podrían pagar 1,70 dólares, (2,27% de la población encuestada).

7. ¿CUÁLES SON SUS PREFERENCIAS EN MARCAS DE QUESOS?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA HOLANDESA	5	5,68
EL KIOSCO	24	27,27
FLORALP	4	4,55
EL SALINERITO	18	20,45
REY QUESO	24	27,27
OTROS		
CASEROS	13	14,78
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 7

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

Las marcas con mayor participación dentro del mercado quesero zonal son El Kiosco y Rey Queso ya que según la presente encuesta se determinó un 27,27 % de aceptación respectivamente, El Salinerito les sigue con un porcentaje de 20,45 % entre los gustos de los hogares encuestados, se sugirió la opción de quesos caseros mismos que gozan de un 14,78% de preferencia, La Holandesa por su

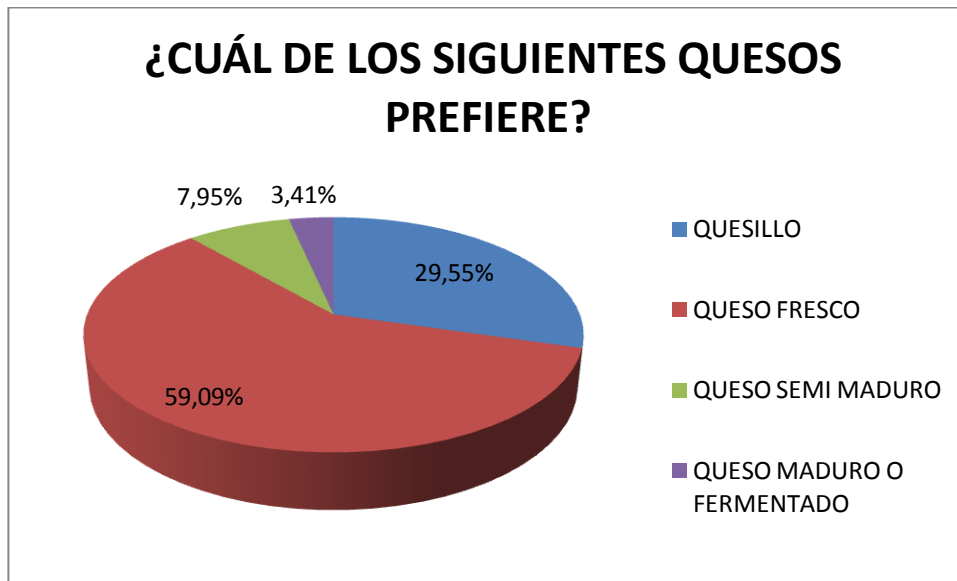
parte obtuvo un porcentaje de 5,68 % mientras que una minoría del 4,55% respondió que la marca preferida era la Floralp.

8. ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES QUESOS PREFIERE?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
QUESILLO	26	29,55
QUESO FRESCO	52	59,09
QUESO SEMI MADURO	7	7,95
QUESO MADURO O FERMENTADO	3	3,41
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 8

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

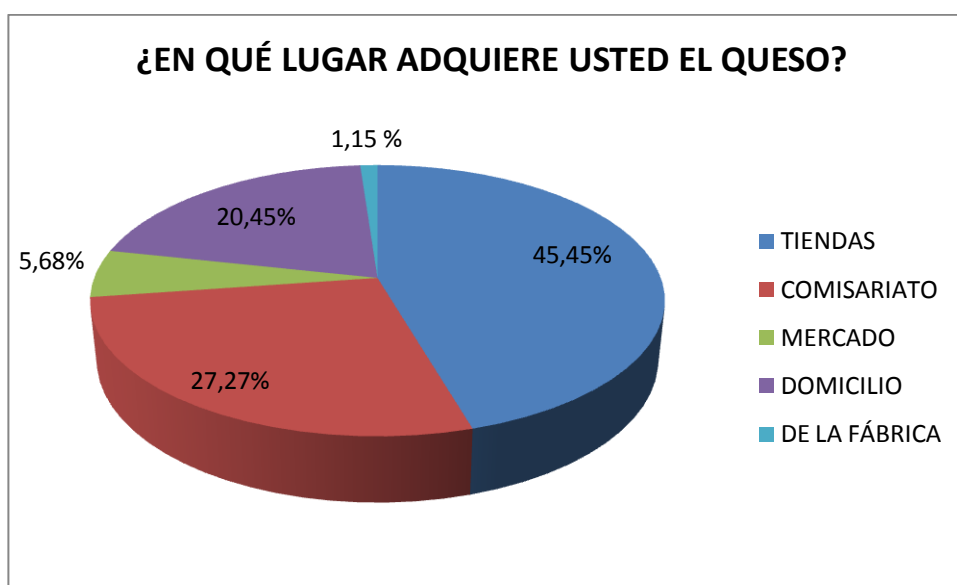
Los hogares de la zona en su mayoría prefieren el queso fresco a las otras opciones mismo que está representado por un 59,09%, el quesillo también es un producto con gran participación ya que arrojó unos resultados del 29,55 %, otra opción es el queso semi maduro, el cual tiene un equivalente de 7,95% y finalmente un 3,41% respondió que su preferencia recae sobre el queso maduro o fermentado.

9. ¿EN QUÉ LUGAR ADQUIERE USTED EL QUESO?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TIENDAS	40	45,45
COMISARIATO	24	27,27
MERCADO	5	5,68
OTROS		
DOMICILIO	18	20,45
DE LA FÁBRICA	1	1,15
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 9

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

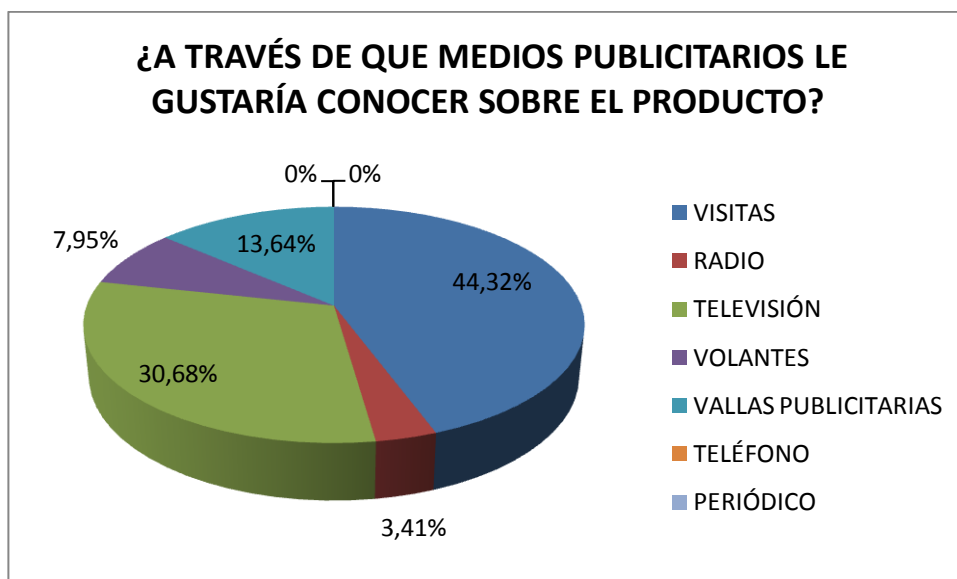
En un superlativo porcentaje se puede determinar que el lugar preferido para adquirir el queso es la tienda con el 45,45%, seguido de los comisariatos en las zonas urbanas encuestadas con una representación de 27,27%, una opción sugerida por la muestra es las ventas a domicilio misma que con un 20,45% indica que es bastante aceptada por el consumidor, un 5,68% compra su queso en el mercado y finalmente una minoría lo hace directamente con la fábrica la cual representa un 1,15 %.

10. ¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIOS PUBLICITARIOS LE GUSTARÍA CONOCER SOBRE EL PRODUCTO?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
VISITAS	39	44,32
RADIO	3	3,41
TELEVISIÓN	27	30,68
VOLANTES	7	7,95
VALLAS PUBLICITARIAS	12	13,64
TELÉFONO	0	0
PERIÓDICO	0	0
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

El medio que más influencia tiene sobre los consumidores de la zona según la presente encuesta son las visitas ya que se está hablando de un sector en su mayoría rural, y posee un 44,32%, la televisión posee en cambio un 30,68 %, las vallas publicitarias también poseen una aceptación de 13,64 %, mientras cierta cantidad de hogares encuestados respondió que le gustaría conocer del producto a través de volantes con un 7,95%, la radio es un medio de minoría mismo que

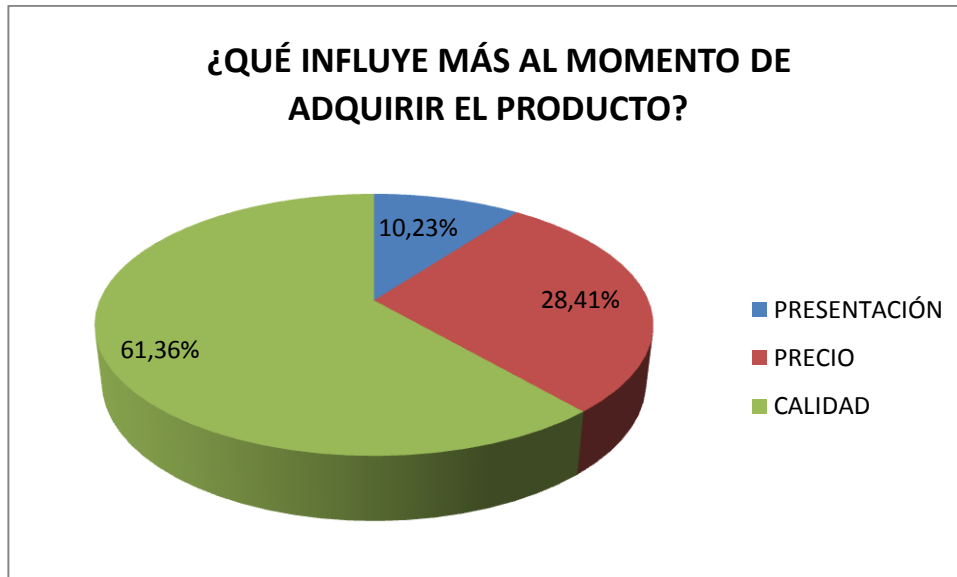
obtuvo un 3,41% de votos afirmativos; opciones como teléfono y periódico se encontraron obsoletas por lo tanto no hubo ningún pronunciamiento frente a ellas.

11. ¿QUÉ INFLUYE MÁS AL MOMENTO DE ADQUIRIR EL PRODUCTO?

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRESENTACIÓN	9	10,23
PRECIO	25	28,41
CALIDAD	54	61,36
TOTAL	88	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

El aspecto que más influye en la decisión de compra de los encuestados es la calidad con un 61,36% de aceptación, el precio con un 28,41% es otro factor bastante buscado por los consumidores mientras con un 10,23% se encuentra la presentación.

3.7 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

3.7.1 DEMANDA

Según Jesús Lindón Campillo en su libro Conceptos Básicos de Economía la demanda de un bien es " la cantidad del mismo que se desea adquirir por periodo el grupo de sujetos que lo necesita a un precio determinado".²⁹

3.7.2 TIPOS DE DEMANDA

En relación con su oportunidad existen dos tipos:

Demanda Insatisfecha, en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.

Demanda Satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere, se puede reconocer dos tipos de demanda satisfecha.

- Satisfecha Saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.
- Satisfecha no Saturada, es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

En relación con su necesidad se encuentran dos tipos:

- Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios, que son los que requiere la sociedad para su desarrollo y crecimiento, y se relacionan con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.
- Demanda de bienes no necesarios o de gusto que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros fines de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

²⁹ LINDÓN CAMPILLO, Jesús, CONCEPTOS BÁSICOS DE ECONOMÍA, Editorial Valencia, Pág. 57

En relación con su temporalidad se reconocen dos tipos:

- Demanda continua es la que permanece durante largos periodos, normalmente en crecimiento, como ocurre con los alimentos, cuyo consumo irá en aumento mientras crezca la población.
- Demanda Cíclica o Estacional es la que en alguna forma se relaciona con los periodos del año, por circunstancias climatológicas y comerciales, como regalos en la época navideña, paraguas en la época de lluvias, enfriadores de aire en tiempo de calor, etc.

De acuerdo con su destino se reconocen dos tipos:

- Demanda de bienes finales, que son los adquiridos directamente por el consumidor para uso o aprovechamiento.
- Demanda de bienes intermedios o industriales, que requieren de algún procesamiento para ser bienes de consumo final.³⁰

A través del análisis de estos conceptos se puede decir que al proyecto se le clasifica dentro lo que abarca la demanda insatisfecha no por el hecho de que no exista la oferta suficiente para cubrir las necesidades de los consumidores sino mas bien porque los consumidores mediante las preguntas en la encuesta aplicada indicaron que estarían dispuestos a consumir otro producto.

3.7.3 MEDICIÓN Y PRONÓSTICO DE LA DEMANDA DE PRODUCTOS LACTEOS/ QUESEROS DEL SECTOR

Es necesario realizar el cálculo del comportamiento estimado de la demanda y de esta manera basar los datos que el presente estudio requiera para sustentarse. Para realizar los respectivos cálculos se debe basar en las cantidades obtenidas de la encuesta.

³⁰ BACA URBINA, Gabriel , EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010.Pág. 16

CUADRO 2

UNIDADES DE QUESO SEMANAL (Pregunta 4 de la encuesta)

PREGUNTA	FRECUENCIA	TOTAL SEMANAL
1 unidad	43 hogares	43 unidades
2 unidades	31 hogares	62 unidades
3 unidades	8 hogares	24 unidades
5 unidades	3 hogares	15 unidades
7 unidades	2 hogares	14 unidades
10 unidades	1 hogares	10 unidades
TOTAL	88 hogares	168 unidades semanales
168 unidades semanales *52 semanas= 8736 unidades anuales		

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

CUADRO 3

PESO DE LAS UNIDADES (Pregunta 5 de la encuesta)

PESO	FRECUENCIA	TOTAL SEMANAL
250 GRAMOS	16 hogares	4000 gramos
500 GRAMOS	29 hogares	14500 gramos
750 GRAMOS	9 hogares	6750 gramos
1000 GRAMOS	32 hogares	32000 gramos
2000 GRAMOS	1 hogares	2000 gramos
5000 GRAMOS	1 hogares	5000 gramos
TOTAL	88 hogares	64250 gramos

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

PROMEDIO DE GRAMOS POR HOGAR

$64250/88 = 730,11 = 730$ gramos

CÁLCULO DE LA DEMANDA ANUAL EN GRAMOS

730 GRAMOS PROMEDIO *168 UNIDADES SEMANALES *52 SEMANAS=

6 377280

CÁLCULO DE LA DEMANDA ANUAL EN KILOS

6 377280/ 1000= 6377,28 kilogramos

PROYECCIÓN DE LA OFERTA Y DEMANDA

6377,28 kilogramos	88 hogares muestra
3 371733,158 kilogramos	46526,5 hogares población total

CUADRO 4

Año	Demanda (Kg)
1	3371733,158
2	3437481,955
3	3504512,853
4	3572850,853
5	3642521,445
6	3713550,613
7	3785964,85
8	3859791,165
9	3935057,092
10	4011790,706

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

Proyección tomando en cuenta una tasa de crecimiento poblacional anual de 1,95% según el INEC. (Dato obtenido en www.inec.gob.ec)

3.8 CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

3.8.1 OFERTA

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio

determinado”.³¹ En el caso del proyecto la oferta es bastante variada puesto que las empresas que ofertan productos lácteo – queseros es innumerable esto se pudo notar dentro de la encuesta que sugirió un sin número de marcas a las que los consumidores de la zona tiene acceso, mas el objetivo del proyecto es determinar las necesidades insatisfechas y a partir de este supuesto lanzar el producto.

3.8.2 TIPOS DE OFERTA

OFERTA COMPETITIVA O DE MERCADO LIBRE.- Los productores se encuentran en libre competencia, debido a que existe tal cantidad de productos del mismo artículo, ningún productor domina del mercado. Participación en el mercado está determinada por la calidad, precio y servicio que se oferte al consumidor.

OFERTA OLIGOPÓLICA.- El mercado se encuentra dominado por solo unos cuantos productores.

OFERTA MONOPÓLICA.- Existe un solo productor del bien o servicio, domina, totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. No es necesario que sea el único productor, siempre que posea un 95% de mercado impondrá precio y calidad.³²

El proyecto se sitúa dentro de un tipo de competencia de mercado libre ya que se encuentra en la situación de un mercado donde las empresas carecen de poder para manipular el precio (precio-aceptantes), y se da una maximización del bienestar. Esto resulta en una situación ideal de los mercados de bienes y servicios, donde la interacción de la oferta y demanda determina el precio. En un mercado de competencia perfecta existen gran cantidad de compradores (demanda) y de vendedores (oferta), de manera que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio.

³¹ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág. 41

³² BACA URBINA, Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial McGraw Hill, México D.F. 2006, Tercera Edición.

3.8.3 DETERMINACIÓN DE LA OFERTA

Para el presente estudio se ha partido del supuesto de que la demanda total de la zona que corresponde a 3 371733,158 kilogramos anuales está totalmente cubierta con la oferta, mas a través de la aplicación de la encuesta y utilizando la pregunta 2 que establece si los hogares de la zona estarían de acuerdo con la reapertura de una planta procesadora de derivados de la leche en el cantón Sucumbíos, se estableció como resultados que el 89,77% de los encuestados estaría de acuerdo en adquirir el producto frente a un 10,23% quienes al parecer se encuentran satisfechos en el mercado , por lo que existe un 89,77% que corresponde a demanda insatisfecha.

3.9 DEMANDA INSATISFECHA POTENCIAL

La demanda insatisfecha constituye cuando las necesidades dentro del mercado no están totalmente atendidas.³³ En una situación de demanda insatisfecha, los productos o servicios que están disponibles para satisfacer las necesidades de los adoptantes objetivos, no les satisfacen completamente a ellos ni a la demanda. En otras palabras hay que cubrir un vacío en la sensación o experimentación de satisfacción. Lo que plantea el proyecto es buscar el modo de atender una demanda insatisfecha que proviene de tal vacío, mismo que se traduce a una situación de que los productos disponibles no son capaces de proporcionar el nivel deseado de satisfacción.³⁴ El cálculo de la demanda insatisfecha la obtenemos de la diferencia entre la demanda y oferta. Más dentro del proyecto se debe aumentar a este concepto, el número de hogares que no se encuentran a gusto con los productos que existen dentro del mercado y que podrían adquirir el producto que efectivamente se desea ofrecer a través del proyecto. Realizando los respectivos cálculos se determina que la demanda insatisfecha corresponde a un 87,50 % de la población, mismo que se estableció a través de la encuesta utilizando la pregunta 3 como se mencionó en el párrafo anterior.

³³ MIRANDA MIRANDA, Juan José, GESTIÓN DE PROYECTOS, MM Editores, Pág. 102

³⁴ KOTLER Philip, MARKETING SOCIAL, Ediciones Díaz de Santos, Madrid, Pág. 178.

3.9.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA POTENCIAL

CUADRO 5

Año	Demanda	DEMANDA INSATISFECHA POTENCIAL 87,50%
1	3371733,158 kg	2950266,513 kg
2	3437481,955 kg	3007796,711 kg
3	3504512,853 kg	3066448,746 kg
4	3572850,853 kg	3126244,496 kg
5	3642521,445 kg	3187206,264 kg
6	3713550,613 kg	3249356,786 kg
7	3785964,85 kg	3312719,244 kg
8	3859791,165 kg	3377317,269 kg
9	3935057,092 kg	3443174,956 kg
10	4011790,706 kg	3510316,868 kg

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

3.10 OFERTA DEL PROYECTO

La oferta del proyecto está evaluada a través del dato que cuando la microempresa estaba en funcionamiento producía a la semana (9 veces saca 150 libras) 613,6 kilogramos lo que indica que en 1 año se producía 31909 kilogramos de queso y que la máxima capacidad de la planta por el momento es de 40000 kilogramos al año, capacidad que se aprovechará a partir del sexto año. En el primer año se piensa producir 32000 kilos de queso es decir 91 kilos más de lo que se producía anteriormente, pues se cuenta con los instrumentos respectivos para llevar a cabo esta producción. La producción tiene un crecimiento sostenido de 1600 kilos por año hasta llegar al año número 6.

OFERTA DEL PROYECTO

CUADRO 6

Año	Demanda Insatisfecha Potencial kg	Oferta del proyecto	%
1	2950266,513	32000	1,08%
2	3007796,711	33600	1,12%
3	3066448,746	35200	1,15%
4	3126244,496	36800	1,18%
5	3187206,264	38400	1,20%
6	3249356,786	40000	1,23%
7	3312719,244	40000	1,21%
8	3377317,269	40000	1,18%
9	3443174,956	40000	1,16%
10	3510316,868	40000	1,14%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

3.11 COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN O SERVICIO

3.11.1 CONCEPTO

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y de lugar.³⁵

Para determinar la comercialización del producto se debe analizar aspectos como:

3.11.2 CANAL DE DISTRIBUCIÓN

“El canal de distribución es el camino que recorren los productos hasta llegar al usuario final.”³⁶

³⁵ BACA URBINA, Gabriel. EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial McGraw Hill, México D.F. 2006, Tercera Edición, Pág. 48

³⁶ BERNAT LÓPEZ-PINTO RUIZ; LA ESCENCIA DEL MARKETING, Ediciones UPC, Barcelona, Pág. 212.

3.11.3 TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN

1. CANALES PARA PRODUCTOS DE CONSUMO POPULAR

Productores-consumidores

Productores-minoristas-consumidores

Productores-mayoristas-minoristas-consumidores

Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores

2. CANALES PARA PRODUCTOS INDUSTRIALES

Productor-consumidores industriales

Productor-distribuidor-consumidores-industriales

Productor-agente-distribuidor-consumidores industriales.³⁷

Para la selección del canal de distribución se tomará en cuenta que la población encuestada optó que las tiendas son el lugar preferido para adquirir el producto por lo que se propone la selección de un canal para productos de consumo popular de productores-minoristas-consumidores, mismo que es un canal muy común, y su fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan el producto, mas se debe tomar en cuenta que un buen porcentaje seleccionó la opción de que les gusta la entrega a domicilio directamente de la empresa, lo cual es una opción más rápida, corta y simple de interactuar con el mercado, planteando el canal de distribución productores-consumidores como otra alternativa a analizarse.

³⁷ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág. 49-50

3.12 MARKETING MIX

3.12.1 CONCEPTO

“Es el conjunto de herramientas controlables e interrelacionadas de que disponen los responsables de Marketing para satisfacer las necesidades del mercado, y a la vez, conseguir los objetivos de la organización.”³⁸

3.12.2 PRODUCTO

“El producto puede definirse como algo que se ofrece al mercado con la finalidad de satisfacer necesidades o deseos de los consumidores. De este modo, el producto se refiere tanto a objetos físicos como a los servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.”³⁹

Se puede determinar las cualidades de los productos que el presente proyecto podría ofertar a través de las preferencias de los consumidores, datos que constan como resultados de las encuestas, en el caso de tamaño, tipo, y factores que influyen más en su decisión de compra.

En referencia al tamaño, los resultados arrojaron que en la zona se prefería una presentación de 1 kilogramo, seguido de 500 gramos y 250 gramos respectivamente, por lo que el proyecto se enfocaría más en la elaboración de quesos de acuerdo a éstas características. La variedad de quesos a ofertar de acuerdo a su maduración también fue determinada siendo las opciones de queso fresco y quesillo las más aceptadas, indicando de este modo el tipo de productos que se debería elaborar si se busca obtener participación en el mercado. Y finalmente lo que más influye en la decisión de compra de los clientes potenciales es la calidad del producto frente a las otras opciones que se planteó por lo que se puede concluir que en base a esos datos se desarrollará un producto adecuado de tal manera que sepa satisfacer las necesidades de los consumidores de la zona.

³⁸ RODRÍGUEZ ARDURA, Inma , PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING, Editorial UOC, Barcelona, Pág. 69

³⁹ BAENA GRACIÁ, Verónica; MORENO SÁNCHEZ, María de Fátima; INSTRUMENTOS DE MARKETING, Editorial UOC, Barcelona, 2010, Pág. 21

3.12.3 PRECIO

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio”⁴⁰

Es de superlativa importancia establecer un precio promedio a través de la información obtenida mediante las encuestas, en este caso se obtuvo ciertos resultados en relación al precio que los consumidores estarían dispuestos a pagar por 500 gramos de queso y mismos que se presentan a continuación.

PRECIO

De acuerdo a la pregunta 6 de la encuesta

CUADRO 7

PREGUNTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2,00-2,50 DÓLARES	45 hogares	51,14
2,51-3,00 DÓLARES	20 hogares	22,73
3,01-3,50 DÓLARES en adelante	13 hogares	14,77
OTROS		
1,50 DÓLARES	4 hogares	4,54
1,25 DÓLARES	2 hogares	2,27
1,60 DÓLARES	1 hogares	1,14
1,70 DÓLARES	2 hogares	2,27
1,75 DÓLARES	1 hogares	1,14
TOTAL	88 hogares	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

El precio con mayor aceptación dentro de los consumidores como se puede notar es el más bajo, en este caso pagarían entre un intervalo de 2,00-2,50 dólares, mas fijarlo de esta manera no estaría correcto del todo , pues existen ciertos factores que influyen, también, para la determinación del precio más adecuado tales como:

⁴⁰ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág. 46

La base de todo precio es el costo de producción, administrativo y ventas, más una ganancia.

- Demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país.
- Reacción de la competencia a los nuevos precios.
- Número de intermediarios dentro de la cadena de comercialización.
- Estrategias de mercado.
- Control de precios por parte del Gobierno.⁴¹

3.12.4 PLAZA

CONCEPTO

Plaza o punto de venta incluyen las actividades de la empresa que ponen el producto a disposición de los consumidores meta, es decir todo lo relacionado con canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte y logística.⁴²

La plaza constituye el mercado al cual va dirigido el producto, en este caso se dirige a los diferentes cantones de la provincia de Sucumbíos además de la parroquia Julio Andrade del Carchi de los cuales suman una población total de 186106 habitantes; para analizar la plaza se deberá tomar en cuenta los factores que se mencionó en el anterior párrafo. En el caso de los canales de distribución se seleccionó uno para productos de consumo popular de productores-minoristas-consumidores, mismo que es muy común, y su fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan el producto, la cobertura abarca toda la provincia de Sucumbíos incluida la parroquia de Julio Andrade del Carchi, la ubicación del proyecto consiste en una pequeña planta de producción ubicada en la parroquia de Santa Bárbara en el Cantón Sucumbíos de la cual se transportará hacia cada una de las tiendas de la provincia, ya que a través de la encuesta la población seleccionó que es en tiendas donde más concurre a la compra de sus productos, el transporte será manejado por uno de los socios del proyecto en el caso que se efectúe el mismo puesto que la microempresa contaba

⁴¹ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág. 47

⁴² KOTLER Y ARMSTRONG, Fundamentos de Marketing. Octava edición, Editorial Pearson Educación. México 2008

anteriormente con una persona encargada de repartir los quesos a los distintos puntos de venta en la provincia a donde se dirigían sus productos.

3.12.5 PROMOCIÓN

CONCEPTO

“La promoción se puede definir como un conjunto de actividades de corta duración, dirigidas a los distribuidores, prescriptores, vendedores y consumidores, orientadas al incremento de la eficacia y de cifra de ventas, a través de incentivos económicos y propuestas afines.”

FUNCIONES DE LA PROMOCIÓN

- Atraer al cliente hacia el producto, la familia o la marca.
- Lanzar nuevos productos.
- Reafirmar el dinamismo de una marca.
- Fijar una política comercial.
- Reaccionar ante la competencia.⁴³

En el caso del proyecto, el objetivo de la promoción es posicionar le producto e influir positivamente en la decisión de compra de los consumidores, quienes escogieron dentro de la encuesta que visitas informativas sobre lo que se ofrece sería la mejor opción para atraer su atención, además es importante analizar la alternativa de televisión, un gran porcentaje afirmó que una propaganda serviría para conocer el producto, mas dentro de la parte urbana, puesto que en la zona rural el acceso a la señal televisiva es escaso, se considera además que la utilización de vallas publicitarias dentro de sectores estratégicos permitiría que los consumidores potenciales se informen sobre el proyecto para que posterior a esto decidan adquirir el producto.

⁴³ BASTOS BOUBETA, Ana Isabel; PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA, Editorial Ideas Propias, Pág. 5-9

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 INTRODUCCIÓN

Se puede decir que los aspectos que están relacionados con la ingeniería del proyecto son probablemente los que tiene mayor incidencia sobre la magnitud de los costos e inversiones que deberán efectuarse si se implementa el mismo. El estudio técnico, además presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta al igual que su localización, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo, legal; factores que permiten establecer una base sólida para los flujos que se genere en un futuro a través del proyecto. El objetivo de este capítulo, desde un punto de vista general, es exponer las bases fundamentales de origen técnico que proveerán las directrices necesarias para el desarrollo del proyecto a través de una propuesta de recopilación y sistematización de la información relevante que pueda extraerse del estudio técnico.⁴⁴

4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

Constituye la capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.⁴⁵

La forma más utilizada es establecer la cantidad de producción o de la prestación del servicio por unidad de tiempo. Dentro de la capacidad del proyecto se pueden distinguir tres situaciones:

⁴⁴ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág 7
SAPAG CHAIN, Nassir; PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Pearson Prentice Hall, México D.F.
2007,.Pag 144

⁴⁵ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág 75

- Capacidad Diseñada: Corresponde al máximo nivel posible de producción o de prestación del servicio.
- Capacidad Instalada: Corresponde a la capacidad máxima disponible permanente.
- Capacidad Utilizada: Es la fracción de capacidad instalada que se está utilizando.⁴⁶

Para sustentar la capacidad de la planta se parte por la evaluación a la maquinaria principalmente de la tina de procesamiento puesto que es el elemento más importante para la elaboración del producto, la tina tiene una capacidad de procesar alrededor de 641 litros, con eso se obtiene 106,83 kilos de queso como la empresa tenía la costumbre de producir 9 veces a la semana, en una semana obtienen 961,5 kilos y en un año alrededor de 50000 kilos de producto, pero la tina así como el resto de maquinaria que influye directamente con el proceso productivo (tina, frigorífico) funcionan aproximadamente al 80 % (según evaluación técnica) de su capacidad entonces multiplicando los 50000 kilos por el 80 % tenemos como resultado que se puede producir un estimado de 40000 kilos.

La capacidad actual de la planta es de 40000 kilos por año según cálculos técnicos y a partir de las evaluaciones del funcionamiento de los equipos que están disponibles como se detalla en Tecnología y Equipos, mas hasta el cierre de la empresa se estaba produciendo 31909 kilos por lo queda por aprovechar una producción de alrededor de 8091 kilos. Otros cálculos que permitieron establecer la capacidad de la planta se detalla a continuación:

En la zona de la parroquia Santa Bárbara y sus alrededores se determinó la existencia de 82 reses aptas para la producción, las mismas que en promedio producen 16 litros diarios tomando en cuenta factores como:

- Raza
- Alimentación

⁴⁶ MIRANDA MIRANDA, Juan José, GESTIÓN DE PROYECTOS, MM Editores, Quinta Edición, Pág.119-120

- Edad vaca
- Tiempo Post-parto

Lo que indica que a la semana tomando en cuenta 7 días producen 9184 litros, es decir en un año producen 477568 litros y existe en el sector otra empresa que consume de ese total alrededor de 230000 litros, esta empresa está ubicada en la parroquia de Santa Rosa y se denomina asociación AGROLAD, misma que maneja una producción de 840 libras de queso de mesa y 400 libras de queso doble crema semanales a través de cálculos para estimar cuanto requieren de leche se planteó que alrededor de 230000 litros tomando en cuenta que para un queso doble crema se utiliza el doble de leche que para un normal, es decir alrededor de 12 litros; y 7568 litros se reparten a otros sectores de la industria logrando que de esta manera la microempresa tenga una disponibilidad de 240000 litros de leche anuales para sus operaciones y tomando en cuenta que un kilo de queso se elabora con un promedio de 6 litros de leche la microempresa de acuerdo al suministro lechero podría producir un aproximado de 40000 kilos, lo que define la capacidad de producción de la empresa actualmente, además de otros factores como la maquinaria lo que se detalla en los párrafos siguientes.

4.2.1 FACTORES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen, entre el tamaño, la demanda, disponibilidad de las materias primas, la tecnología los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas y las alternativas de tamaño, entre las cuales se puede escoger, se reducen a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados, los cuales se analizan detalladamente a continuación:

4.2.1.1 DEMANDA

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. El tamaño propuesto solo puede aceptarse en caso de que la

demanda sea claramente superior. Si el tamaño propuesto fuera igual a la demanda, no sería recomendable llevar a cabo la instalación, puesto que sería muy riesgoso. Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, este debe ser tal que solo cubra un bajo porcentaje de la primera, no más de 10% siempre y cuando haya un mercado libre.

En el caso del proyecto se plantea actualmente una capacidad máxima de 40000 kilos de queso al año, dentro de la microempresa se piensa producir desde el sexto año los 40000 kilos lo que representa el siguiente porcentaje de la demanda insatisfecha por año:

PORCENTAJE DE LA DEMANDA

CUADRO 8

Año	Demanda Insatisfecha Potencial kg	Oferta del proyecto	%
1	2950266,513	32000	1,08%
2	3007796,711	33600	1,12%
3	3066448,746	35200	1,15%
4	3126244,496	36800	1,18%
5	3187206,264	38400	1,20%
6	3249356,786	40000	1,23%
7	3312719,244	40000	1,21%
8	3377317,269	40000	1,18%
9	3443174,956	40000	1,16%
10	3510316,868	40000	1,14%

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez Ruiz

A través de esto se puede analizar que la oferta no excede el 10 % de la demanda insatisfecha es mas representa solamente entre el 1,23-1,08 % del total, mostrando de esta manera que el proyecto tendrá la demanda suficiente para llevarse a cabo.

4.2.1.2 SUMINISTROS E INSUMOS

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto. Se deberían listar todos los proveedores de materias primas e insumos y anotar los alcances de cada uno para suministrar los últimos.

Para la elaboración del queso estándar de 1 kilo se necesitan los siguientes ingredientes:

Leche	6 litros
Cuajo	1 comprimido por cada 75 litros
Sal	48 gramos por kilo
Sorbato de Potasio	7 gramos para cada 1000 litros

El suministro de la leche como se lo indicaba anteriormente es adecuado ya que en el sector hay la suficiente producción lechera que cubra las necesidades de la microempresa.

Los otros dos insumos se consiguen fácilmente en la parroquia de Julio Andrade, puesto que la microempresa tenía una alianza junto con EL COMERCIAL CENTRAL cuyo propietario es Orlando Batallas, este comercial se encargaba de abastecer de insumos continuamente a la microempresa y de acuerdo a sus necesidades. Además el material químico se lo adquiría a LABDIN en la ciudad de Quito con un descuento especial que se les realizaba por la cantidad de materiales solicitados, de los materiales químicos se realizó la respectiva valoración encontrando que se debe renovar la totalidad de los mismos por lo que se plantea una inversión que se detalla en el próximo punto.

4.2.1.3 TECNOLOGÍA Y LOS EQUIPOS

Las relaciones entre el tamaño y la tecnología influirán a su vez en las relaciones entre tamaño, inversiones y costos de producción. En efecto dentro de ciertos límites de operación y a mayor escala, dichas relaciones propiciarán un menor

costo de inversión por unidad de capacidad instalada y un mayor rendimiento por persona ocupada; lo anterior contribuirá a disminuir el costo de producción, aumentar las utilidades, y elevará la rentabilidad del proyecto.

Los equipos que posee la microempresa fueron valorados por un técnico quien determinó su funcionalidad de la siguiente manera:

VALORACIÓN DE LOS EQUIPOS

CUADRO 9

Objeto	Valor estimado de compra	% de desgaste	Valor actual
Tina para procesamiento de quesos con capacidad de alrededor de 641 litros material acero inoxidable 304 válvula de descarga de 1 ½	2352,00	20 %	1881,60
Mesa estándar para moldeo de quesos estructura en acero al carbono	896,00	15 %	761,60
Armario frigorífico de dos puertas de acero inoxidable motor ½ HP	1680,00	20%	1344,00
Otros equipos (mesa, sillas)	215,00	90%	21,50
Insumos	710,94	100%	0
Estante	100,80	30%	70,56
Cocina Industrial	174,72	40%	104,83
TOTAL DE EQUIPOS	6129,46		4184,09

Fuente: Análisis técnicos
Elaborado por: Sofía Domínguez

Tomando en cuenta la capacidad de la tina se podría producir lo siguiente, la tina tiene capacidad para trabajar con 641 litros diarios con eso se obtiene 106,83 kilos de queso como la empresa tenía la costumbre de producir 9 veces a la semana, en una semana obtienen 961,5 kilos y en un año alrededor de 50000 kilos de producto, pero la tina así como el resto de maquinaria funcionan aproximadamente

el 80 % de su capacidad entonces multiplicando los 50000 kilos por el 80 % tenemos como resultado que se puede producir un estimado de 40000 kilos.

4.2.1.4 FINANCIAMIENTO

El financiamiento puede constituir un factor muy trascendental para limitar el tamaño del proyecto, éste necesita de la inversión con recursos propios y ajenos, en este caso se trata del financiamiento que pueden ofrecer terceros. La actual crisis económica mundial afecta al sistema financiero internacional y nuestro país no se encuentra ajeno a dicha crisis. En temas económicos las instituciones financieras han reducido para todo tipo de proyectos su financiamiento y en muchos casos se han restringido. En muchos casos organismos gubernamentales pueden financiar proyectos hasta en 70% pero también existen proyectos a los cuales el financiamiento no llega al 50%. El factor de financiamiento podría limitar el tamaño del proyecto, y en muchos casos es un condicionante para buscar otro tipo de alternativas como puede ser implementar el proyecto por etapas o fases, siempre y cuando las condiciones del mercado así lo permitan.

Para instalar la microempresa en Santa Bárbara se utilizó financiamiento del ECORAE que es el Instituto para el Eco desarrollo Regional Amazónico, mismo que tiene como objetivo alcanzar el desarrollo humano sustentable de la Región Amazónica Ecuatoriana, quienes financiaron el proyecto de la siguiente manera:

Inversión total realizada a la apertura de la microempresa: 15528,00 dólares
Aporte del ECORAE: 10120,00 dólares
Aporte de Socios: 5408,00 dólares
Porcentaje Financiado: 65,17%

En el caso de la reapertura de la microempresa se debería estimar la futura inversión a realizarse más sea cual fuere la situación se plantean las siguientes alternativas para financiamiento:

- FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DEL ECORAE: El ECORAE actualmente se encuentra apoyando proyectos de carácter vial y de transporte dentro de lo que conforma la Provincia de Sucumbíos mas a través de una consulta personal con el director de la institución se le planteó la posibilidad de financiar este proyecto productivo obteniendo una respuesta totalmente afirmativa ya que el Ecorae busca el desarrollo sustentado del sector y un proyecto como este sería una excelente opción para alcanzar dicho objetivo.
- APORTE DE SOCIOS: Esta alternativa se conforma con las contribuciones de cierto número de socios que estarían de acuerdo con la reapertura de la microempresa, ya que al parecer el monto de inversión no será muy alto puesto que actualmente la microempresa cuenta con la planta en buen estado, además de gran cantidad de sus equipos.
- INSTITUCIONES DEL SECTOR FINANCIERO:

CFN Corporación Financiera Nacional: Quienes manejan un programa de fomento productivo, mismo que constituye como un medio de fomento destinado a sectores, zonas y regiones de menor desarrollo relativo con potencial de producción. El PFP busca llegar a sectores desatendidos por la banca, de esta manera canalizando a través de un Promotor de Programas de Desarrollo (PPD) que direccionará al beneficiario final para que siguiendo correctamente los procesos establecidos por la CFN pueda acceder a un crédito que impulsará su actividad económica. Un punto importante del PFP es que ha sido diseñado para identificar Proyectos Productivos de alto potencial e impacto, tanto social como económico. La cooperación interinstitucional es un factor importante para la ejecución de un Programa de Fomento Productivo, es así que un Promotor de Programas de Desarrollo (PPD's) es una figura relevante en el avance socio

económico local, estimulando el desarrollo empresarial y productivo, además de la introducción de microempresas y PYMES al sistema productivo local. La Corporación Financiera Nacional es una opción a considerar ya que maneja un convenio de fomento con el Gobierno Provincial de Sucumbíos, lo que amplía la posibilidad de adquirir su apoyo.⁴⁷

CRÉDITO MICROEMPRESA DEL BANCO PICHINCHA

A diferencia de otras instituciones bancarias quienes ofrecen el crédito a microempresas con 1 año de funcionamiento, el Banco Pichincha ofrece este tipo de crédito a un negocio con un mínimo de 6 meses en el mismo local con una tasa de interés del 12,05%, el producto se denomina Crédito para Activo Fijo y producto cubre hasta en un 80% el valor del equipo o maquinaria (incluye gastos de instalación), un máximo de 70% para la compra de vehículos de uso exclusivo del negocio, y la compra, remodelación o construcción de locales.

La compra de activos fijos considera un monto mínimo de USD 500, y un tope de USD 15.000.

El financiamiento asociado a los locales comerciales son:

- Remodelación: Con un monto máximo de USD 5.000, los créditos para remodelación financian los costos de adquisición de materiales y la mano de obra en la construcción necesarios para completar la:
 - . Ampliación de local comercial.
 - . Construcción de cimentación para paredes.
 - . Reparación o reemplazo de techos, paredes, pisos, etc.
 - . Instalación de puertas, ventanas, rejas de hierro u otros elementos de seguridad.

⁴⁷ www.cfn.fin.ec

- **Construcción:** Los créditos para construcción de nuevos locales comerciales financian los costos de adquisición de materiales y la mano de obra necesaria, siempre que el lugar en cuestión esté destinado al negocio del cliente. El monto mínimo es de USD 500, y el máximo es de USD 15.000.
- **Compra:** Los créditos para la compra de locales comerciales financian el precio negociado y establecido en una promesa de compra-venta para la dedicación exclusiva del negocio del cliente. Su monto máximo es de USD 15.000.⁴⁸

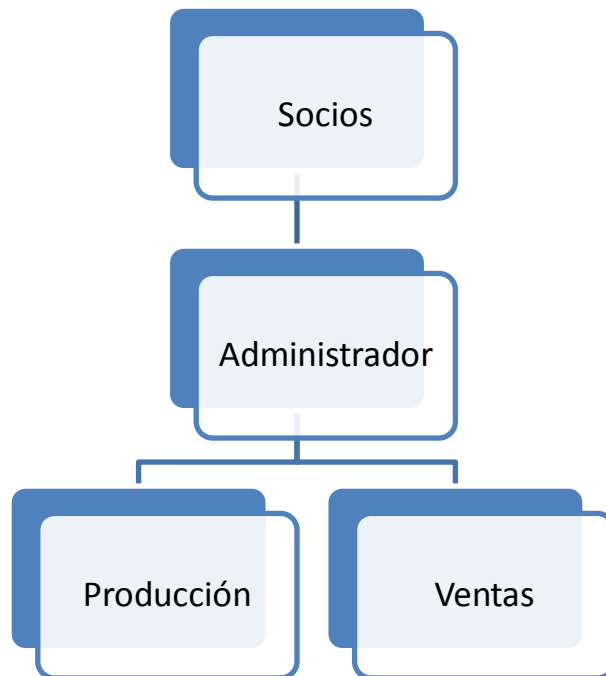
4.2.1.5 ORGANIZACIÓN

Es necesario asegurar que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa. Aquí se hace referencia al personal técnico de cualquier nivel.⁴⁹ En la Microempresa a reabrirse se propone un organigrama que indique las líneas de mando en la organización además de establecer los cargos que existirán con el objetivo de realizar de manera óptima las actividades del negocio.

⁴⁸ www.pichincha.com

⁴⁹ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág 84-85

GARCÍA CAZA, Arturo Patricio, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GIMNASIO EN LA CIUDAD DE QUITO, UTE, 2009.



Departamento	Número de Operarios
Administrador	1 persona que se encargue de organizar el negocio y llevar los respectivos detalles de las cuentas, además de informar los resultados al grupo de socios.
Producción	3 operarios que se dediquen a la elaboración de los productos.
Ventas	1 persona dedicada a la entrega de los productos.

4.3 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La planta de producción está instalada entre las calles 12 de febrero diagonal a la piscina municipal de la parroquia de Santa Bárbara en el cantón Sucumbíos y cuenta con 90 metros cuadrados de construcción y 15 metros para el baño que se ubica afuera de la planta, las características del local se detallan en la distribución de la planta.

4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. Para ello deberán analizarse las distintas alternativas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados con cada uno de las alternativas de solución.⁵⁰

4.4.1 PROCESO DE PRODUCCIÓN

1. RECEPCIÓN DE LA LECHE

Para la elaboración del queso fresco (queso de mesa) se recolecta la leche entera de vaca previamente filtrada (uso de lienzo) con el propósito de eliminar macro sustancias extrañas procedentes de su manipulación en los receptores de leche y llevada al laboratorio para su análisis higiénico, y para determinar si la leche reúne las condiciones requeridas para la elaboración del queso.

2. PASTEURIZACIÓN DE LA LECHE

La leche receptada pasa a ser pasteurizada a una temperatura de 63° C en la Tina de procesamiento de quesos durante 30 minutos. Se realizarán dos paradas al día.

3. ENFRIAMIENTO DE LA LECHE

En esta etapa, la leche debe llegar a una temperatura que de 32° C, necesarios para su coagulación, para tal efecto se utiliza el termómetro quesero.

⁵⁰ SAPAG CHAIN, Nassir; PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Pearson Prentice Hall, México D.F. 2007.,Pag 144-145

4. CUAGULACIÒN

Una vez, calentada a la temperatura adecuada, se procede a poner el cuajo en una proporci3n aproximada de un gramo por cada 100 litros de leche, finalmente se espera que cuaje por un tiempo que va de 30 a 40 minutos, antes de esto para preservar el queso se a1ade sorbato de potasio por cada 1000 litro 7 gramos.

5. CORTADO

Una vez cuajada la leche, se procede a realizar el corte en cruz dos veces seguidas, una sola vez con una Lira.

6. SALADO

Este proceso consiste en poner sal a la cuajada(8 g /litro a 9 g /litro), con el prop3sito de regular el proceso microbiano, contribuir al desuerado de la cuajada, darle sabor y permanencia de consumo. Finalmente el producto pasa al proceso de reposado.

7. REPOSADO

Este proceso consiste en dejar reposar la leche ya cuajada y cortada durante un tiempo que va de 10 a 15 minutos, para luego sacar el suero y poner la cuajada en los moldes.

8. MOLDEADO

Se coloca la cuajada en los moldes. Una vez que la cuajada se ha asentado en los moldes o PVC, los cuales son cil3ndricos y con agujeros para que el suero continúe saliendo, se procede a poner una especie de tela llamada "Lienzo" la cual le da una forma compacta al queso.

9. PRENSADO

El presado consiste en poner a los moldes(tubos PVC) en una prensadora durante 20 a 30 minutos, uno sobre otro, la cual es accionada manualmente por uno de los

empleados y de esta manera sacar el suero restante, dando de esta forma firmeza al queso.

10. EMPAQUE

En esta etapa final el queso de mesa es empacado en fundas de polietileno con su respectiva etiqueta y marca, la cual será sellada mediante una pequeña máquina selladora mecánica y de esta manera el producto está listo para ser distribuido.

11. ALMACENAMIENTO

Una vez empacado y sellado el queso, se procede a llevarlo al cuarto frío a una temperatura de 4° C a 6° C, hasta que este sea distribuido y llevado al consumidor final.⁵¹

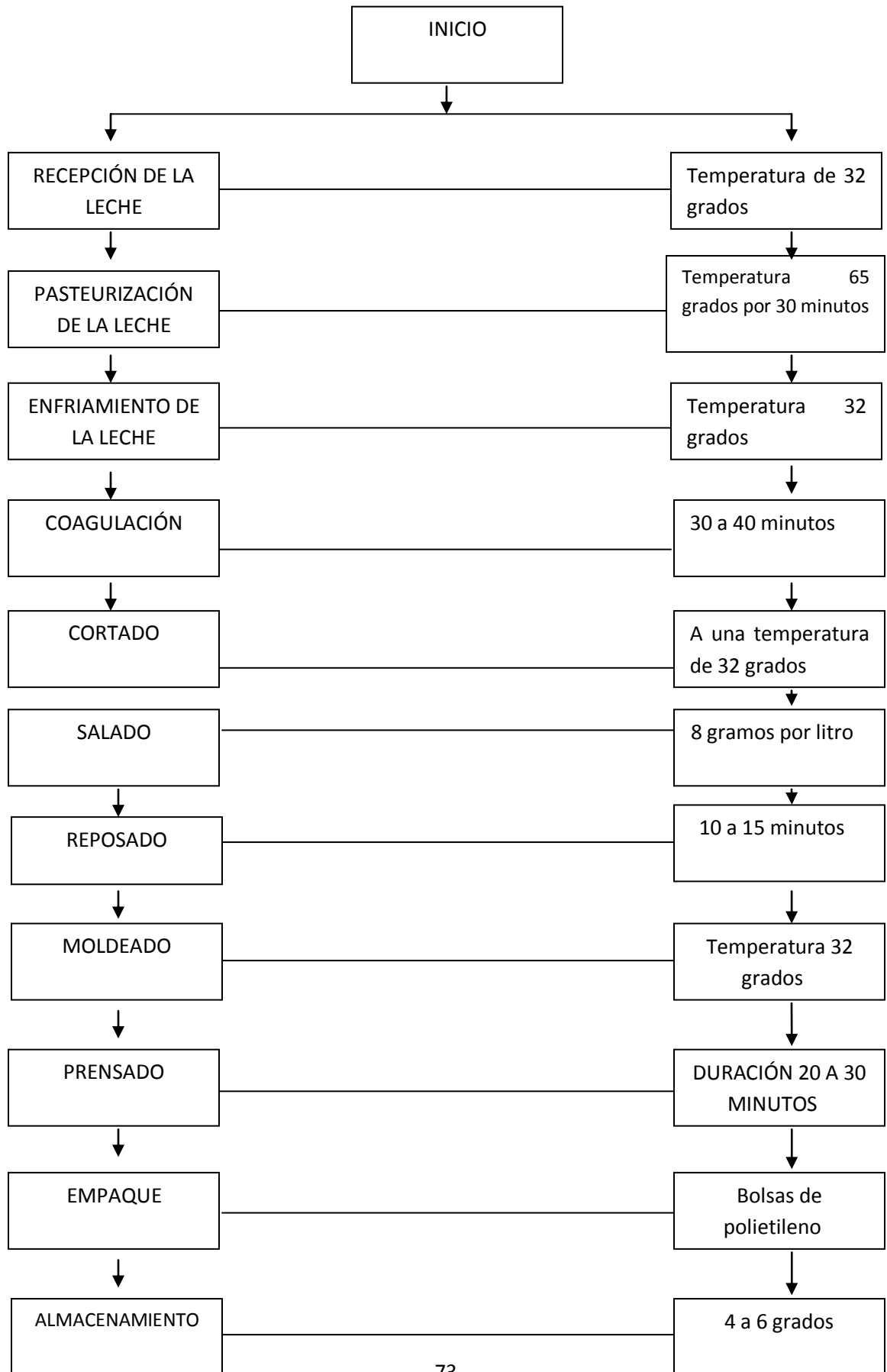
4.4.2 FLUJOGRAMA DEL PROCESO

4.4.2.1 CONCEPTO

Es un método para describir gráficamente un proceso, mediante la utilización de símbolos líneas y palabras similares. Permite conocer y comprender los procesos a través de los diferentes pasos, documentos y unidades administrativas comprometidas. ⁵²El Flujo grama expuesto a continuación refleja un óptimo proceso para la elaboración del queso que permitirá a la empresa garantizar un producto de buena calidad:

⁵¹ CORNEJO María del Rocío, Proyecto de pre factibilidad para la creación de una micro-empresa productora de queso fresco en el cantón Chone -Manabí, para su comercialización en los sectores Belisario Quevedo y Jipijapa, pertenecientes a la zona norte de la ciudad de Quito, 2005.

⁵² MEJÍA GARCÍA, Braulio, GERENCIA DE PROCESOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y EL CONTROL INTERNO DE EMPRESAS DE SALUD, Ecoe Ediciones, Quinta Edición, 2007. Pág. 51



4.4.3 NUEVO EQUIPO Y MAQUINARIA

La microempresa posee cierta cantidad de equipos en buen estado y listos para uso previo a un mantenimiento necesario mas existen ciertos elementos caducos importantes para el funcionamiento de la empresa a continuación se detalla cuales son y su posible costo:

La implementación de un Laboratorio será óptima es por ello que se ha tomado en cuenta este equipo.

Para adecuar el Laboratorio se necesitan los siguientes implementos:

REQUERIMIENTO DE LABORATORIO

CUADRO 10

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Termómetro	2	14,00	28,00
Paleta para Mastitis	1	12,00	12,00
Acidómetro GERBER	1	78,00	78,00
Pipeta Graduada de 10 ml	2	1,98	3,96
Vaso Plástico de 100 ml	2	1,93	3,86
Probeta graduada de 250 ml	2	7,80	15,60
Termolactodensímetro pequeño 15	1	25,00	25,00
Fenolftaleína 2 % 100 CC	1	5,00	5,00
Vaso Plástico con Aza	2	2,40	4,80
Sodio Hidróxido	1	11,00	11,00
Aerómetro 050	1	7,00	7,00
Balanza OHAUS 2,610 G 3 brazos	1	185,00	185,00
CMC reactivo 1 litro	1	9,80	9,80
Antiflato 5 kg	1	23,00	23,00
TOTAL			412,02
12% IVA			49,44
TOTAL			461,46

Fuente: proforma LABDIN

Elaborado por: Sofía Domínguez

Además de la adecuación del laboratorio la empresa requiere también una cocina industrial a continuación se detalla su costo:

REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA 1

CUADRO 11

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial dimensiones. 95 cm alto , 92 cm ancho, 53 cm profundidad, Tiene una plancha y dos parrillas	1	460,00	460,00

Fuente: proforma Almacén García
Elaborado por: Sofía Domínguez

Se necesita también una maquina selladora, se ha escogido una máquina a pedal para facilitar el trabajo a los empleados a continuación se detalla su costo:

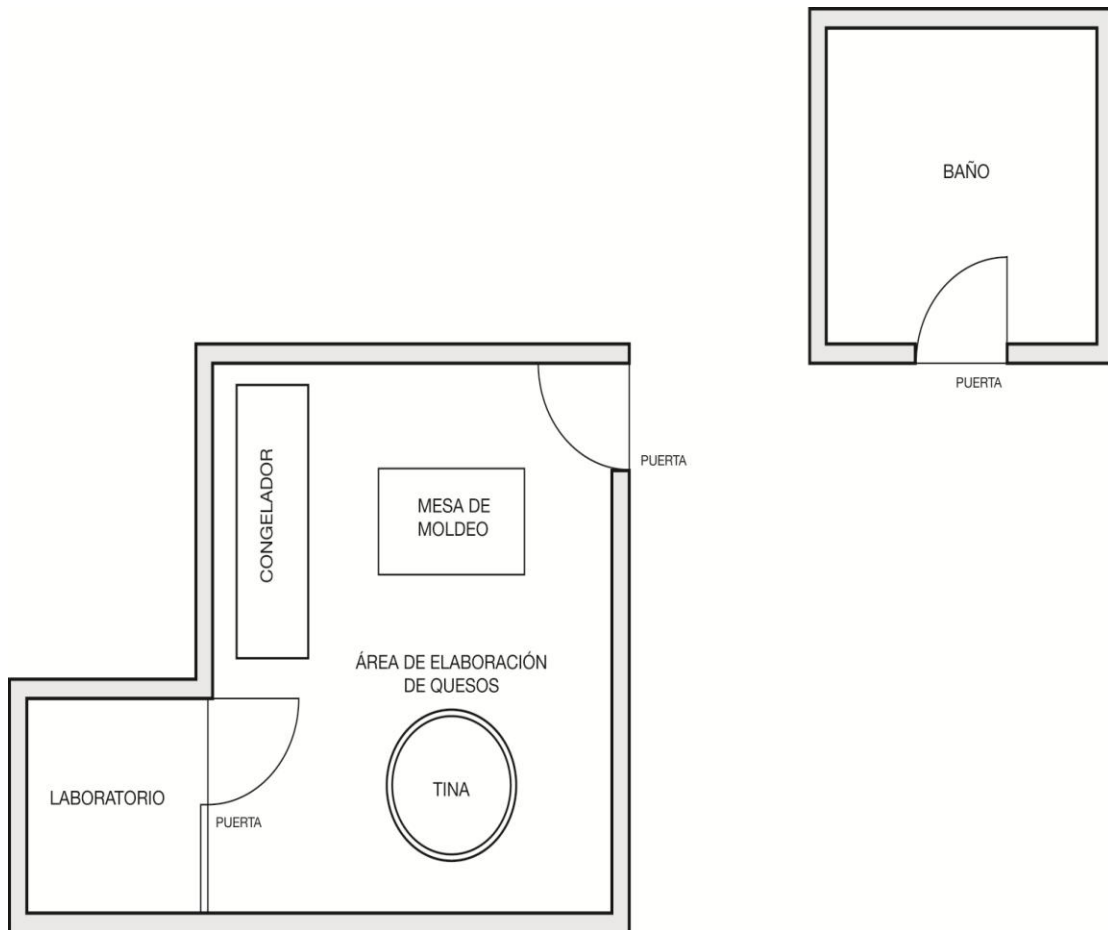
REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA 2

CUADRO 12

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Selladora de pedal 28 cm de diferentes productos como plástico, celofán, bolsa metalizada. Fabricada en metal, incluye regulador de temperatura con graduación variable. Cuenta con botón de encendido y apagado. Medidas: Selladora de 40 cm ancho x 97 cm alto x 40 cm frente. Sello de 28 cm de largo x 1 cm de ancho. Sello de teflón antiadherente. Consumo 300 Watts.	1	394,22	394,22

Fuente: proforma Almacén García
Elaborado por: Sofía Domínguez

4.4.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



La planta es de 90 metros y 15 metros de baño en total cuenta con divisiones y acabados que separan las dependencias, posee agua, luz, teléfono; en la puerta de acceso principal hay una cortina de lamas, además de ser metálicas con cierra puertas mecánicos. Los sumideros se encuentran dentro de los locales de trabajo provistos de sifones, mismos que permiten la salida de agua de limpieza y evitan olores de entrada de las conducciones de aguas residuales, la altura de las baldosas en la zona de procesamiento alcanza los 2 metros y las paredes se encuentran pintadas con pintura plástica epóxica de carboline. El techo esta adecuado de loseta bien enlucida. El baño cuenta con vestuario servicio higiénico y ducha además de lava botas.

4.5 BASE LEGAL

En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige los actos tanto del gobierno en el poder como las instituciones y los individuos. A esa norma le siguen una serie de códigos de la más diversa índole, como el fiscal, sanitario, civil y penal; finalmente, existe una serie de reglamentaciones de carácter local o regional, casi siempre sobre los mismos aspectos. Es obvio señalar que tanto la constitución como una gran parte de los códigos y reglamentos locales, regionales, y nacionales repercuten de alguna manera sobre un proyecto y, por tanto deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad empresarial y lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico.⁵³

La microempresa está legalmente constituida ya que contaba con sus respectivos estatutos que se detallan a continuación:

DE LOS SOCIOS

Art 1. Son miembros de la asociación:

- a) Las personas que suscribieron el acta de constitución
- b) Las personas residentes en el lugar, que posteriormente soliciten su ingreso por escrito y fueren aceptados por la Directiva.

Art 2. Requisitos para el Ingreso de Nuevos Socios

- a) Presentar una solicitud de ingreso a la Directiva, manifestando su voluntad de pertenecer a la asociación, quien a su vez podrá aceptarla o negarla.
- b) Presentar una carpeta con los documentos personales.
- c) No haber sido expulsado de ninguna organización de esta naturaleza, previa la certificación de una autoridad jurídica.
- d) Pagar la cuota de ingreso.

Art 3. Son derechos de los socios:

⁵³ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág 103

- a) Elegir y ser elegidos para desempeñar cualquier cargo dentro de la asociación.
- b) Tener voz y voto en las deliberaciones de la Asamblea General.
- c) Formular cualquier petición o reclamo verbal o escrito sobre sus derechos, ante el Directorio o la asamblea general.
- d) Obtener información sobre las gestiones económicas.
- e) Solicitar las reformas del estatuto en vigencia y su reglamento.
- f) Participar de las utilidades de la asociación en forma equitativa siempre y cuando haya cumplido con todas sus obligaciones.
- g) Solicitar permiso por escrito ante el Presidente su inasistencia, en caso de calamidad doméstica u otros casos especiales.
- h) Ser respetado en su integridad y dignidad personal.
- i) Participar en cursos de capacitación.
- j) Apelar cualquier sanción ante la asamblea general con los justificativos respectivos.

Art 4. Son deberes de los socios:

- a) Asistir puntualmente a las sesiones de la Asamblea General, Directorio, mingas, cursos y demás eventos que fueren convocados oficialmente por el presidente.
- b) Pagar cumplidamente las cuotas que señale directiva.
- c) En caso de inasistencia a mingas o trabajos de la organización, su ausencia deberá solventada por un peón.
- d) Aceptar y cumplir las sanciones que legalmente se les impusiere.
- e) Prestigiar el nombre de la asociación con buen sentido de colaboración, responsabilidad, solidaridad y respeto entre sus asociados.
- f) Justificar por escrito dentro de las 48 horas, ante ausencias a sesiones, mingas o eventos organizados por la asociación.
- g) Cumplir y hacer cumplir las disposiciones del estatuto, reglamento interno y resoluciones tomadas por el Directorio o asamblea general.

Art 5. La calidad del socio se pierde por:

- a) Retiro voluntario.
- b) Exclusión y expulsión.
- c) Fallecimiento

Art 6. El socio podrá voluntariamente retirarse en cualquier tiempo, para lo cual presentará a la Directiva, la solicitud por escrito, indicando las razones de su separación. Retiro que tendrá lugar cuando sea aceptada la solicitud.

Art 7. En caso de retiro voluntario, la participación de los bienes será negociada por el asociado con la misma organización; o podrá hacer el traspaso familiar u otra persona. Este artículo es aplicable si el socio ha cumplido con todos los deberes y obligaciones.

Art 8. La exclusión y expulsión del socio acordada por la asamblea general y siempre que el o los afectados puedan ejercer su legítimo derecho a la defensa; se dará en los siguientes casos:

- a) Por inasistencia a tres sesiones seguidas o mingas injustificadas.
- b) Por incumplimiento de las cuotas u aportes acordados dentro de la organización.
- c) Por agresión de palabra u obra a los dirigentes o socios, dentro de la organización.
- d) Por malversación de fondos.

Art 9. En caso de exclusión o expulsión del socio, el o los afectados perderán todos sus derechos de la organización, sin ninguna apelación.

Art 10. En caso de fallecimiento de un socio:

- a) Los haberes susceptibles de repartición que le correspondiere a este serán entregados a su esposa(o), hijos o parientes más cercanos; o a su vez podrá participar como socio (a) de la organización.
- b) Si su heredero no desee participar como socio, se le entregará todo lo que le corresponde, con la retención del 50 % para la organización.

DE LOS BIENES DE LA ASOCIACIÓN

Art 11. Son bienes de la asociación:

- a) Los valores que ingresen a caja por concepto de cuotas ordinarias, extraordinarias y otros aportes pagados por los socios.
- b) El producto de las multas.
- c) Los bienes muebles e inmuebles que adquieran la asociación.
- d) Las donaciones de otras entidades u organismos no gubernamentales.
- e) En general todos los bienes y valores que por cualquier concepto ingresen en beneficio de la asociación.

DEL FONDO DE SOLIDARIDAD

Art 12. Esto se realizará una vez al año, en caso de calamidad doméstica.

DE LAS SANCIONES

Art 13. Se hará amonestación escrita cuando su falta sea leve.

Art 14. Por multas se aplicará de la siguiente manera:

- a) En caso de atrasos dentro de los 15 minutos hasta los 30 minutos, de la hora convocada el socio pagará 0,40 centavos de dólar. A partir de esto se cancelará una multa de 0,80 centavos de dólar.
- b) Por falta a mingas la multa será de 2 dólares.

Art 15. La exclusión o expulsión definitiva, se procederá de acuerdo a los causales del artículo 8 del presente reglamento.

DISPOSICIÓN GENERAL

Art 16. Cualquier caso que no conste en el presente reglamento, será resuelto por la Directiva y ratificado por la asamblea general.

DISPOSICIÓN FINAL

El presente reglamento entro en vigencia después de su aprobación por los asociados.

CONSTITUCIÓN

JUNTA NACIONAL DE DEFENSA DEL ARTESANO

La Microempresa tenía una denominación social de Asociación Agro artesanal de productores lácteos Santa Bárbara, es decir estaba calificado como artesanal para que la microempresa vuelva a tener su funcionamiento se debería volver a cumplir los requisitos estipulados por la ley de defensa del artesano, pero primero es de superlativa importancia definir ciertos parámetros :

ART 2

- a) Actividad Artesanal: La practicada manualmente para la transformación de la materia prima destinada a la producción de bienes y servicios, con o sin auxilio de máquinas, equipos o herramientas.

- b) Artesano: Al trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad o trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo y materias primas una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios.

- c) Maestro de Taller: Es la persona mayor de edad, que a través de los Colegios Técnicos de Enseñanza Artesanal, establecimientos o centros de formación artesanal y organizaciones gremiales legalmente constituidas, han obtenido el título otorgado por la Junta Nacional de Defensa del

Artesano y refrendado por los Ministerios de Educación y Cultura y del Trabajo y Recursos Humanos .

d) Taller Artesanal: Es el local o establecimiento en el cual el artesano ejerce habitualmente su profesión, arte u oficio y cumple con los siguientes requisitos :

1. Que la actividad sea eminentemente artesanal;
2. Que el número de operarios no sea mayor de quince y el de aprendices mayor de cinco;
3. Que el capital invertido no sobrepase el monto establecido en esta Ley;
4. Que la dirección y responsabilidad del taller estén a cargo del maestro del taller;
5. Que el taller se encuentre debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano.

Los artesanos calificados por la Junta Nacional de Defensa del Artesano, así como las sociedades de talleres artesanales que, para lograr mayores rendimientos económicos por sus productos, deban comercializarlos en un local independiente de su taller, serán considerados como una sola unidad para gozar de los beneficios que otorga esta Ley.

REQUISITOS PARA LA CALIFICACIÓN ARTESANAL:

Calificación Artesanal Autónoma

Requisitos:

- Solicitud a la JNDA (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia del último certificado de votación
- 1 foto a color tamaño carnet actualizada

- Tipo de sangre

Calificación Artesanal Normal

Requisitos:

- Solicitud a la JNDA (adquirir formulario)
- Copia del título artesanal
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia del último certificado de votación hasta 65 años
- 1 foto a color tamaño carnet actualizada
- Tipo de sangre

Recalificación al Taller Artesanal

Requisitos:

- Solicitud a la JNDA (adquirir formulario)
- Copia de la última calificación
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Copia del último certificado de votación
- 1 foto a color tamaño carnet actualizada
- Tipo de sangre⁵⁴

LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

La microempresa artesanal debe declarar como persona natural lo mismo que se sustenta con los siguientes artículos de la Ley de Régimen Tributario Interno, el Artículo 19 que menciona sobre la obligación a llevar Contabilidad y declaración

⁵⁴ LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO, Pág. 1,2

del impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, forestales o similares. Sobre el tema de las retenciones en la fuente, se puede encontrar sustento legal en el artículo 45 que establece que toda persona jurídica, pública o privada, las sociedades y las empresas o personas naturales obligadas a llevar contabilidad que paguen o acrediten en cuenta cualquier otro tipo de ingresos que constituyan rentas gravadas para quien los reciba, actuará como agente de retención del impuesto a la renta. En razón del IVA existen artículos dentro de esta Ley que mencionan las directrices básicas sobre el manejo de este impuesto dentro del desarrollo de las actividades comerciales, la referencia abarca desde el artículo 67 hasta el artículo 74.⁵⁵

REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY DE REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES, RUC

En esta fuente se menciona los requisitos para la obtención del Ruc dentro del artículo 4 haciendo referencia a lo siguiente:

1. Número de registro (trece dígitos).
2. Nombres y apellidos completos, para el caso de personas naturales; o, razón social o denominación, para el caso de sociedades.
3. Tipo y clase de sujeto pasivo.
4. Actividad (es) económica (s).
5. Fecha de inicio de actividad (es), de inscripción, de constitución, de actualización, de reinicio de actividades, de cese de actividades.
6. Obligaciones tributarias y formales que debe cumplir el contribuyente.

⁵⁵ Ley de Régimen Tributario Interno

7. Lugar de inscripción del contribuyente.

8. Dirección principal y otros medios de contacto (teléfono, fax, e-mail, número de celular, etc.).

9. En el caso de sociedades privadas.

9.1 Identificación del representante legal; y, en el caso de las entidades y organismos del sector público, la identificación del funcionario que actúe como agente de retención (número de cédula, pasaporte o RUC; y, apellidos y nombres completos).

9.2 El detalle de la matriz y sus establecimientos registrados con su información respectiva.

9.3 Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador.

10. Firmas de responsabilidad del funcionario que realizó el registro y del sujeto pasivo, o tercera persona que realizó el trámite a su nombre.⁵⁶

Es importante además señalar una nueva publicación que realizó el SRI para tomar las medidas correspondientes de acuerdo a dicha aclaración que menciona que:

El Servicio de Rentas Internas, en uso de sus facultades legalmente establecidas y en el marco del control permanente del correcto cumplimiento tributario, detectó que cierto número de contribuyentes calificados en el Registro Único de Contribuyentes como “Artesanos” no cumplen con los requisitos para mantener esa calificación, por lo que están incumpliendo la normativa legal vigente y haciendo uso indebido de incentivos tributarios que no les corresponden. Frente a esta situación el Servicio de Rentas Internas recuerda que el incumplimiento de la Ley es causal para que la Administración Tributaria actualice de oficio el RUC del sujeto pasivo, modificando la categoría del contribuyente “artesano” a la que corresponda. Cabe aclarar que esta medida no significa que se le quite la calificación artesanal al contribuyente, puesto que esa no es potestad del SRI.

⁵⁶ Reglamento a la Ley de Ruc.

Adicionalmente a la calificación correspondiente en el RUC, el sujeto pasivo tendrá que actualizar sus comprobantes de venta, sin la información de calificación artesanal; también deberá aplicar tarifa 12% de IVA por sus servicios prestados y por los servicios que presten sus talleres y operarios y bienes comercializados por ellos. Finalmente, el sujeto pasivo deberá realizar la declaración y pago del IVA de forma mensual, como lo dispone la normativa tributaria vigente. El SRI recuerda que, de manera permanente, vigila el correcto cumplimiento de los deberes tributarios en apego a lo señalado por las Leyes, así como el correcto uso de los diversos incentivos tributarios de los que gozan varios sectores, cuyo único objetivo es fomentar la producción en beneficio de la economía nacional.⁵⁷

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA

Para la obtención del registro sanitario se propone la siguiente base legal:

1) Constitución de la República del Ecuador 2008

- TÍTULO I, Elementos Constitutivos del Estado, Capítulo primero:

Principios Fundamentales, Art. 3.

- TÍTULO II, DERECHOS, Capítulo segundo: Derechos del buen vivir, Sección I: AGUA Y

ALIMENTACIÓN, Art. 13

- TÍTULO II, DERECHOS, Capítulo segundo, Sección VII: SALUD, Art. 32

- TÍTULO VI, RÉGIMEN DE DESARROLLO: Capítulo tercero:

Soberanía alimentaria, Art. 28, Art. 13.

2) LEY ORGÁNICA DE LA SALUD

Registro Oficial 423 del 22 de Diciembre del 2006.

⁵⁷ www.sri.gob.ec

- CAPITULO 1

Del derecho a la salud y su protección: Art. 1, Art. 2.

- CAPITULO 1

Del Registro Sanitario: Art. 137, Art. 138, Art. 139, Art. 140.

Además se analizan los siguientes registros oficiales:

1) LEY ORGANICA DE SALUD VIGENTE.

(Registro Oficial 423 del 22 de Diciembre del 2006)

2) REGLAMENTO A LEY ORGANICA DE SALUD VIGENTE.

(Registro Oficial 457 del 30 de Octubre del 2008, Decreto Ejecutivo 1395)

A esto se adiciona el Reglamento de Registro y Control Sanitario de alimentos con artículos desde el 9 hasta el 16.⁵⁸

⁵⁸ www.inh.gob.ec

CAPÍTULO V

5. INVERSIONES DEL PROYECTO

5.1 INVERSIONES EN ACTIVOS

5.1.1 ACTIVOS FIJOS

Son bienes y derechos de la empresa con carácter de permanencia y están relacionados con el objeto social del negocio y su característica principal es que se pueden tocar o palpar.⁵⁹

Estos activos que se van a detallar a continuación cuenta como inversiones aportadas por el grupo de socios ya que la empresa liquidó y los activos se reparten entre los socios, los socios deciden no venderlos con la esperanza de algún momento la microempresa pueda reabrir sus instalaciones y operar nuevamente.

INSTALACIONES

La información detallada aquí es netamente por dar a conocer que la microempresa tiene instalaciones para su funcionamiento aunque las mismas fueron entregadas en comodato lo que indica que no forman parte de este rubro de inversión.

La microempresa (Asociación de lácteos Santa Bárbara) el 25 de octubre del 2000 en la Notaría Segunda del Cantón Tulcán abalizando este hecho el Lic. Edgar Narváez Silva, recibe en comodato por 50 años un local de 90 metros cuadrados con un baño aparte de 15 metros de la Dirección Provincial de Educación Hispana de Sucumbíos, el local se encontraba en estas condiciones:

- El local con piso, paredes y techo.

⁵⁹ GUZMÁN VÁSQUEZ, Alexander; GUZMÁN VÁSQUEZ, David; ROMERO CIFUENTES, Tatiana; CONTABILIDAD FINANCIERA; Centro Editorial Universidad del Rosario, Colombia 2005, Pág 68.

- En el baño dos lavabos colectivos, y un urinario.
- Sanitarios, lavabo, ducha
- Sin instalaciones eléctricas, ni agua potable.
- Cerramiento inconcluso.

La asociación realiza las respectivas adecuaciones logrando un local con divisiones y acabados que separan las dependencias, posee agua potable, luz, teléfono; seguridades en las puertas de ingresos, la altura de las baldosas en la zona de procesamiento alcanza los 2 metros y las paredes se encuentran pintadas con pintura plástica epóxica de carboline. El techo esta adecuado de loseta bien enlucida. El baño cuenta con vestuario servicio higiénico y ducha además de lava botas. El avalúo del local es de 10000, puesto que se han hecho ciertas adecuaciones antes mencionadas. Este activo no se hace cuenta bajo el rubro de inversiones puesto que no es propiedad de la empresa y que se lo recibió en comodato, mas se hace hincapié en que la empresa posee este bien para su uso y es de superlativa importancia señalarlo.

INSTALACIONES

CUADRO 13

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR
Instalaciones de 105 metros cuadrados con adecuaciones para funcionamiento de planta	1	10000,00

Elaborado por: Sofía Domínguez

MAQUINARIA Y EQUIPO

Los socios de la empresa aportan con la siguiente maquinaria que ellos poseen fruto de la microempresa que estaba en funcionamiento anteriormente como antes se había mencionado ellos decidieron no vender el equipo con la esperanza de que el negocio reabra sus puertas.

MAQUINARIA ANTIGUA

CUADRO 14

Objeto	Valor estimado de compra	% de desgaste	Valor actual
Tina para procesamiento de quesos capacidad 600 lb material acero inoxidable 304 válvula de descarga de 1 ½ incluye lira quemador, agitador.	2352,00	20 %	1881,60
Mesa estándar para moldeo de quesos estructura en acero al carbono	896,00	15 %	761,60
Armario frigorífico de dos puertas de acero inoxidable motor ½ HP	1680,00	20%	1344,00
Otros equipos (mesa, sillas)	215,00	90%	21,50
Insumos	710,94	100%	0
Estante	100,80	30%	70,56
Cocina Industrial	174,72	40%	104,83
TOTAL DE EQUIPOS	6129,46		4184,09

Elaborado por: Sofía Domínguez

Se requiere además para el funcionamiento de la microempresa los siguientes artículos:

Laboratorio
Cocina Industrial
Selladora de plástico

Para adecuar el Laboratorio se necesitan los siguientes implementos:

ADECUACIÓN LABORATORIO

CUADRO 15

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Termómetro	2	14,00	28,00
Paleta para Mastitis	1	12,00	12,00
Acidómetro GERBER	1	78,00	78,00
Pipeta Graduada de 10 ml	2	1,98	3,96
Vaso Plástico de 100 ml	2	1,93	3,86
Probeta graduada de 250 ml	2	7,80	15,60
Termolactodensímetro pequeño 15	1	25,00	25,00
Fenolftaleína 2 % 100 CC	1	5,00	5,00
Vaso Plástico con Aza	2	2,40	4,80
Sodio Hidróxido	1	11,00	11,00
Aerómetro 050	1	7,00	7,00
Balanza OHAUS 2,610 G 3 brazos	1	185,00	185,00
CMC reactivo 1 litro	1	9,80	9,80
Antiflato 5 kg	1	23,00	23,00
TOTAL			412,02
12% IVA			49,44
TOTAL			461,46

Fuente: proforma LABDIN
Elaborado por: Sofía Domínguez

Además de la adecuación del laboratorio la empresa requiere también una cocina industrial a continuación se detalla su costo:

MAQUINARIA NUEVA

CUADRO 16

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cocina Industrial dimensiones. 95 cm alto , 92 cm ancho, 53 cm profundidad, Tiene una plancha y dos parrillas	1	460,00	460,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

Se necesita también una máquina selladora, se ha escogido una máquina a pedal para facilitar el trabajo a los empleados a continuación se detalla su costo:

MAQUINARIA NUEVA

CUADRO 17

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Selladora de pedal 28 cm de diferentes productos como plástico, celofán, bolsa metalizada. Fabricada en metal, incluye regulador de temperatura con graduación variable. Cuenta con botón de encendido y apagado. Medidas: Selladora de 40 cm ancho x 97 cm alto x 40 cm frente. Sello de 28 cm de largo x 1 cm de ancho. Sello de teflón antiadherente. Consumo 300 Watts.	1	394,22	394,22

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

En total la empresa requiere de inversión por nueva maquinaria un total de:

INVERSIÓN EN MAQUINARIA NUEVA

CUADRO 18

DESCRIPCIÓN	VALOR
Laboratorio	461,46
Cocina Industrial	460,00
Selladora	394,22
Total	1315,68

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

El valor de cada uno de los rubros de maquinaria nueva que se necesitarían para adecuar la planta para su funcionamiento ha sido determinado a través de investigación directa es decir se investigó en diferentes empresas que podría proveer los productos y se escogió la mejor oferta basándose en calidad y precios de los mismos.

5.1.2 ACTIVOS DIFERIDOS

Corresponden a recursos que carecen de naturaleza material y reconocen el valor del desarrollo tecnológico de un proceso o producto. Por lo general tiene una existencia limitada por ley o por el tiempo estimado de su explotación y están sujetos a amortización. Dentro de la futura microempresa se necesitarán cubrir ciertos requerimientos para su reapertura:

Dentro del Rubro de Gastos de Constitución se ha agrupado lo siguiente:

DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de Constitución	1200,00
Registro Sanitario	200,00
Registro Cámara de Comercio	170,00
TOTAL	1570,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

Otro de los rubros dentro del activo diferido se encuentra la patente:

DESCRIPCIÓN	VALOR
Patente por marca	116,40
TOTAL	116,40

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

Por el rubro de Activos Diferidos el total de requerimiento es:

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO 19

DESCRIPCIÓN	VALOR
Gastos de Constitución	1570,00
Patente	116,40
TOTAL	1686,40

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

Estos valores han sido determinados a través de Investigación Directa en las diferentes entidades en las cuales hay que suscribirse para obtener autorización para el funcionamiento además se realizó igualmente proformas con distintos profesionales con el objetivo de indagar el precio total de los Gastos de Constitución.

5.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante, desde el punto de vista contable; desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos, entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad de efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituiría el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener crédito a corto plazo en conceptos como algunos

servicios y proveedores, y esto es el pasivo circulante. De aquí se origina el capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.⁶⁰

CUADRO 20

CAPITAL DE TRABAJO

CONCEPTO	AÑO 1	MENSUAL
COSTOS VARIABLES		
MATERIALES DIRECTOS	72204,25	6017,02
MANO DE OBRA DIRECTA	15528,41	1294,03
MATERIALES EMPAQUES	494,06	41,17
COSTOS FIJOS		
INSUMOS	556,06	46,34
SEGURIDAD INDUSTRIAL	116,37	9,70
SEGUROS	224,38	18,70
MANTENIMIENTO	242,25	20,19
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12734,09	1061,17
GASTOS VENTAS	11102,50	925,21
TOTAL COSTOS Y GASTOS	113202,37	9433,53

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

Este cuadro indica los costos presupuestados que permitirían llevar a cabo la producción para el año sin tomar en cuenta las depreciaciones ni las amortizaciones, estos costos han sido divididos para doce, con el objeto de determinar cuál sería el valor mensual de requerimientos para que la empresa empiece a funcionar; y esto corresponde al valor de Capital de Trabajo.

⁶⁰ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág 145

5.2 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Las fuentes de financiación de la microempresa se clasifican en dos grupos, las fuentes propias y las fuentes ajenas.

FUENTES DE FINANCIACIÓN PROPIAS

- Las aportaciones de los socios: El capital que aportan los socios para iniciar la actividad o una vez la empresa está en funcionamiento para ampliar el capital existente, que pueda deberse a distintas razones, como responder al crecimiento de la empresa.
- Dotación a reservas sobre utilidades (beneficios) generadas: Cuando la actividad de la empresa permite tener utilidades, parte de estas utilidades obtenidas pueden dotarse a las reserva, para de esta forma invertir en la propia empresa con el fruto obtenido de la actividad.

FUENTES DE FINANCIACIÓN AJENAS

Las fuentes de financiación ajenas son los recursos financieros que se obtienen fuera de la empresa. Entre las más importantes fuentes de financiación destacan:

- Bancos e Instituciones Financieras: Son una fuente de financiación utilizada para iniciar y consolidar empresas.
- Cooperativas de Ahorro y crédito: Son fuentes importantes de obtención de recursos, aunque demandan afiliación previa para conceder los préstamos.
- Inversionistas: Determinados inversionistas privados buscan negocios que pueden ser rentables, para lo cual los interesados en obtener esta forma de financiación deben cumplir una serie de exigencias sobre la seguridad de la inversión.⁶¹

Para el presente proyecto se plantea un financiamiento a través de la alternativa de los socios puesto que el valor a financiarse no es relativamente alto, por esa razón no se decidió tomar financiación de fuentes ajenas.

⁶¹ SÁNCHEZ Carlos Andrés, ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS, Pág. 126-127

SOCIOS

Los socios que anteriormente manejaban el proyecto y que actualmente estarían dispuestos a reabrirlo, previo análisis de los futuros réditos; se detallan a continuación:

Socio	%	Valor
Romaira Montes	7,5	1246,48
Elena Rodríguez	7,5	1246,48
Juan Romo	15	2492,96
Cecilia Ruiz	25	4154,93
Danilo Guerrero	7,5	1246,48
Manuel Chapi	7,5	1246,48
Gioconda Fuel	7,5	1246,48
Aníbal Sarmientos	7,5	1246,48
José Ruiz	7,5	1246,48
Yolanda Campaña	7,5	1246,48
TOTAL		16619,70

5.3 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN TOTAL

CUADRO 21

DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria Antigua	4184,09
Activos Diferidos	1686,40
Capital de Trabajo	9433,53
Maquinaria Nueva	1315,68
Total	16619,70

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

Nótese que los socios van aportar el valor de 4184,09 dólares por concepto de maquinaria antigua que se encuentra en condiciones de producir, además de los valores correspondientes a Activos Diferidos, mismos que representan 1686,40 dólares, el Capital de Trabajo valorado en 9433,53 dólares y el rubro de maquinaria nueva por el valor de 1315,68 dólares igualmente serán entregados por el grupo de socios, totalizando un monto de 16619,70

5.4 CUADRO DE FUENTES Y USOS

Con el cuadro de aplicaciones y fuentes de fondos se pretende clasificar en categorías el origen y los destinos de estos recursos para así obtener un adecuado capital de trabajo, para el proyecto. A través del cuadro se deben establecer las disponibilidades anuales.⁶²

En el cuadro se puede visualizar que la empresa va a financiar con recursos propios un 100 % es decir con los aportes de los socios en maquinaria, además de los valores que corresponden a la Constitución en general de la microempresa es decir los valores de Activos Diferidos; la Maquinaria Nueva y el Capital de Trabajo, esta decisión se ha tomado basándose en la cantidad de socios que estarían dispuestos a reabrir la empresa y en el bajo monto de la inversión total.

⁶² CÓRDOBA PADILLA, Marcial; FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Ediciones ECOE, Colombia 2006. Pág. 344

CUADRO DE FUENTES Y USOS

CUADRO 22

DESCRIPCIÓN	VALOR	RECURSOS PROPIOS	
		%	VALOR
MAQUINARIA ANTIGUA	4184,09	100	4184,09
Tina	1881,60	100	1881,60
Mesa	761,60	100	761,60
Armario	1344,00	100	1344,00
Otros equipos	21,50	100	21,50
Estante	70,56	100	70,56
Cocina Industrial	104,83	100	104,83
MAQUINARIA NUEVA	1315,68	100	1315,68
Laboratorio	461,46	100	461,46
Cocina Industrial	460,00	100	460,00
Selladora	394,22	100	394,22
ACTIVO DIFERIDO	1686,40	100	1686,40
Gastos de Constitución	1200,00	100	1200,00
Registro Sanitario	200,00	100	200,00
Registro Cámara de Comercio	170,00	100	170,00
Patente por Marca	116,40	100	116,40
CAPITAL DE TRABAJO	9433,53	100	9433,53
TOTAL	16619,70	100	16619,70

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: Sofía Domínguez

CAPÍTULO VI

6. COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

6.1 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Se considera costo de producción a los que se paga por los factores productivos. Y se anotan o determinan con las siguientes bases.

6.1.1 COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

Constituyen el primer elemento de los costos de producción, se definen como aquellos materiales que se pueden identificar claramente dentro del producto terminado y cuyo importe sea considerable. Para la elaboración del queso se requieren de los siguientes materiales, mismos que permiten producir un queso de óptima calidad ya que se ha añadido a la tradicional receta del queso un preservante de alimentos según recomendaciones técnicas para evitar la proliferación de bacterias causadas por la degradación por factor tiempo, el precio de la leche es superior mas se logró gestionar con los productores de la zona ofreciéndoles la compra de su producto de manera constante si nos otorgaban un descuento por la cantidad de producto.

MATERIA PRIMA

CUADRO 23

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO dólares	VALOR TOTAL dólares
Leche entera	LITROS	192000 litros	0,36	69120,00
Cuajo	1 caja cuaja 10000 litros MAXIREN sobres (100)	20 cajas	20,16	403,20
Sal	KILOGRAMOS	1536 kg	0,43	660,48
Sorbato de Potasio	Para cada 1000 litros se venden en bolsas de 100 gramos son 191454 litros se necesitan 1340 gramos se venden en bolsas de 100 gramos	13,44 bolsas	45,00	604,80
Subtotal				70788,48
Imprevisto 2 %				1415,77
TOTAL				72204,25

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Para la determinación del valor de la leche se parte que por cada 6 litros de leche se puede realizar un kilo gramo de queso y el primer año se va a producir 32000 kilogramos según la oferta planificada entonces se multiplicó 6×32000 kilogramos obteniendo el valor de 192000 litros, además en el caso del cuajo 1 caja cuaja 10000 litros es por esto que con 20 cajas se cuaja la producción en litros que se plantea en el año, para cada kilo de queso se necesita 48 gramos de sal entonces para 32000 kilos se necesitará 1536000 gramos que transformados a kilos dan como resultado 1536 kilogramos de sal, el preservante se utiliza para cada 1000

litros 7 gramos mismos que se venden en cajas de 100 gramos esto indica que se necesitan 1344 gramos para toda la producción y como se venden en cajas de 100 gramos entonces se requieren 13,44 cajas de producto, para proyectar esto se basó en la producción anual y el porcentaje de inflación del 4,16%.

6.1.2 COSTO DE MANO DE OBRA

Se entiende por mano de obra todo esfuerzo físico y mental que se efectúa dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final. El costo de la mano de obra es la remuneración que se ofrece al trabajador por este esfuerzo. En el caso de la microempresa se va a tomar como referencia el sueldo básico establecido para el año 2013 que es de 318 dólares más los beneficios sociales respectivos.

MANO DE OBRA

CUADRO 24

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO dólares	VALOR TOTAL dólares
Trabajadores	Sueldo básico 318 por mes más beneficios sociales	3 trabajadores	5074,64	15223,93
Subtotal				15223,93
Imprevisto 2 %				304,48
TOTAL				15528,41

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

El sueldo que se piensa pagar a los trabajadores es de 318 dólares más los beneficios sociales correspondientes anualmente se estaría pagando 5074,64 dólares esto es producto de la suma de los valores de vacaciones, décimo tercero y décimo cuarto sueldo mas el aporte patronal del 12,15% al IEES, el valor de

fondos de reserva se cancela a partir del segundo año y esto le hacemos cuenta en el año 2 de la proyección.

6.1.3 EMPAQUES

En este rubro se colocan los materiales necesarios para la presentación final del producto, el queso será empacado en fundas de polietileno con una etiqueta distintiva con la marca y sello de la microempresa.

EMPAQUES

CUADRO 25

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO dólares	VALOR TOTAL dólares
Fundas etiquetadas	Paquetes/unidades (1000) para 43836 que se piensa producir	43,84 paquetes	11,05	484,38
Subtotal				484,38
Imprevisto 2 %				9,68
TOTAL				494,06

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Este rubro se ha proyectado tomando en cuenta la producción anual de la empresa además del valor de la inflación, los paquetes vienen con 1000 fundas para empacar, es por eso que para el empaque del primer año de producción se necesitaría el contenido de 43,84 paquetes. Para proyectar se utilizó la inflación correspondiente. Es para 43836 unidades puesto que en la oferta del proyecto se va a producir el primer año 32000 kilogramos que transformados a unidades de 730 gramos que se va a comercializar resulta 43836 unidades.

6.2 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Los costos indirectos de fabricación también denominados costos generales de fábrica, carga fabril o gastos generales de fábrica, comprenden todos los costos de producción que no están catalogados como materiales directos, ni como mano de obra directa. Dentro de ellos se puede mencionar los siguientes:

- Mano de obra indirecta
- Material Indirecto
- Calefacción, luz y energía para la planta
- Arriendo de edificio de fábrica
- Depreciación de las edificaciones donde se levanta la planta
- Depreciación maquinaria y equipo
- Combustible
- Servicios públicos de la planta productora
- Mantenimiento
- Aseo de la Planta de Producción
- Servicio de Vigilancia de la planta de producción.⁶³

Para efectos de mejor comprensión de los costos se los ha dividido en grupos:

- INSUMOS
- SEGURIDAD INDUSTRIAL
- DEPRECIACIÓN
- SEGUROS
- MANTENIMIENTO
- AMORTIZACIÓN

6.2.1 INSUMOS

Se detalla los implementos necesarios para llevar acabo de manera óptima el proceso productivo en general.

⁶³ ROJAS MEDINA, Ricardo Alfredo; SISTEMAS DE COSTOS UN PROCESO PARA SU IMPLEMENTACIÓN, Colombia 2007, Pág. 34-57

INSUMOS

CUADRO 26

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO dólares	VALOR TOTAL dólares
Agua metros cúbicos	METROS CÚBICOS	600 m3	0,54	324,00
Energía eléctrica 240 v kw/h	KW/H (99 cada mes)	1188 kw/h	0,07	83,16
Alcohol para manos litros	LITROS(1 cada mes)	12 litros	1,5	18,00
Útiles de aseo unidades	UNIDADES	12 unidades	10	120,00
Subtotal				545,16
Imprevisto 2 %				10,90
TOTAL				556,06

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Estos rubros han sido determinados de acuerdo a la normal producción que tenía la planta antes de su cierre (datos históricos) y multiplicados por el precio actualizado de cada uno de los rubros; para la proyección se tomó en cuenta el valor inflacionario real a diciembre del 2012.

6.2.2 SEGURIDAD INDUSTRIAL

Constituyen los implementos indispensables para procurar la seguridad de la planta y del personal que en ella labora.

SEGURIDAD INDUSTRIAL

CUADRO 27

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO dólares	VALOR TOTAL dólares
Extintor de incendio	UNIDADES	1 unidad	29,00	29,00
Delantal plástico	UNIDADES	6 unidad	4,24	25,44
Botas de Caucho	PARES	3 pares	4,55	13,65
Mandiles	UNIDADES	3 unidades	5,00	15,00
Mascarillas	UNIDADES	3 unidades	1,00	3,00
Gorros	UNIDADES	3 unidades	1,00	3,00
Botiquín	UNIDADES	1 unidad	25,00	25,00
Subtotal				114,09
Imprevisto 2 %				2,28
TOTAL				116,37

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Para garantizar la seguridad de los trabajadores y la limpieza de la planta, factores que en general influyen en la calidad del producto, se ha elaborado un presupuesto de ciertos materiales que permitirán lograr el objetivo anteriormente mencionado, para la proyección se ha tomado en cuenta el valor de la inflación.

6.2.3 DEPRECIACIÓN

La depreciación constituye el desgaste de los activos en la vida útil, en este rubro se va a detallar el edificio y la maquinaria que se posee, el edificio no se depreciará puesto que es otorgado a la empresa en comodato, la maquinaria está dividida en Antigua y Nueva para mayor comprensión, puesto que la antigua se deprecia dependiendo de los detalles técnicos sobre su vida útil.

DEPRECIACIÓN

CUADRO 28

DESCRIPCIÓN	COSTO dólares	VIDA ÚTIL	VALOR ANUAL dólares
Maquinaria Nueva	1315,68	10	131,57
Maquinaria Antigua	4184,09		
Tina	1881,60	8	235,20
Mesa	761,60	8,5	89,60
Armario	1344,00	8	168,00
Otros (mesas y sillas)	21,50	1	21,50
Estante	70,56	7	10,08
Cocina Industrial	104,83	6	17,47
TOTAL			673,42

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Se puede distinguir que para el cálculo de la depreciación se ha diferenciado la maquinaria en dos rubros, uno para la maquinaria antigua y otro para la nueva, la maquinaria antigua se ha depreciado de acuerdo a los años que le quedan de vida esto ha sido tomando en cuenta la valoración técnica realizada y especificada en el anterior capítulo.

6.2.4 SEGUROS

Contrato por el cual el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima a abonar, dentro de los límites pactados, un capital u otras prestaciones convenidas, en caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura. El seguro brinda protección frente a un daño inevitable e imprevisto, tratando de reparar materialmente, en parte o en su totalidad las consecuencias. El seguro no evita el riesgo, resarce al asegurado en la medida de lo convenido, de los efectos dañosos que el siniestro provoca. La microempresa plantea establecer un seguro a su maquinaria.

SEGUROS

CUADRO 29

DESCRIPCIÓN	VALOR dólares	%	TOTAL dólares
Maquinaria Nueva	1315,68	4%	52,63
Maquinaria Antigua	4184,09	4%	167,36
Subtotal			219,99
Imprevisto 2 %			4,39
TOTAL			224,38

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Los seguros fueron calculados sobre el valor en libras de cada uno de los rubros que conforman la maquinaria, se utilizó el 4 % para cada uno de ellos; estos valores se incrementan cada año por efecto de la inflación y disminuyen a la vez por efecto de la depreciación que afecta al valor en libras de cada uno de los rubros.

6.2.5 MANTENIMIENTO

Constituyen los desembolsos que tienen como objetivo mantener los activos fijos o restaurarlos a un estado en el cual el mismo pueda desplegar la función requerida o las que venía desplegando hasta el momento en que se dañó, en caso que haya sufrido alguna rotura que hizo que necesite del pertinente arreglo.

MANTENIMIENTO

CUADRO 30

DESCRIPCIÓN	COSTO dólares	%	TOTAL dólares
Construcciones	10000	1%	100
Maquinaria y Equipo			
Maquinaria Nueva	1315,68	2,50%	32,9
Maquinaria Antigua	4184,09	2,50%	104,6
Subtotal			237,5
Imprevisto 2 %			4,75
TOTAL			242,25

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Para el cálculo del mantenimiento se ha establecido un porcentaje de acuerdo a cada uno de los activos fijos que poseería la microempresa, el edificio si bien no forma parte de los activos fijos de la empresa por haber sido entregado en comodato, debe estar en perfectas condiciones para su funcionamiento es por ello que se destina el 1 % de su valor al mantenimiento en general, la maquinaria es aun mas importante para la realización del proceso productivo, razón por la cual se decide destinar el 2,50% de su valor para arreglo. Para proyectar se ha tomado en cuenta la inflación.

6.2.6 AMORTIZACIÓN

Constituye la aplicación a gasto de un activo diferido en proporción a su valor y al tiempo estimado de vida. Aquí se detallan los siguientes rubros:

AMORTIZACIÓN

CUADRO 31

DESCRIPCIÓN	COSTO dólares	VIDA ÚTIL	VALOR ANUAL dólares
Gastos de constitución			
Gastos de constitución	1200,00	5	240,00
Registro Sanitario	200,00	5	40,00
Registro Cámara Comercio	170,00	5	34,00
Patentes	116,40	5	23,28
TOTAL			337,28

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Se aplica la amortización a 5 años de los respectivos rubros que comprenden los activos diferidos de la microempresa como son los gastos de Constitución en los que se ha agrupado los gastos que se incurran en general para constituir nuevamente la empresa, el registro sanitario que avale la calidad del producto y el registro en la cámara de comercio en Sucumbíos, además de la patente.

6.3 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son como su nombre lo indica, los que provienen de realizar la función administrativa en la empresa.

GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO 32

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO dólares	VALOR TOTAL dólares
Sueldo Administrador	Unidad	1 persona	12284,4	12284,4
Suministros de Oficina	Unidad	1 unidad	200,00	200,00
Subtotal				12484,40
Imprevisto 2 %				249,69
TOTAL				12734,09

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Los gastos administrativos comprenden el sueldo de la persona dedicada a la administración que es de 800 dólares mensuales de la microempresa mas sus beneficios sociales respectivos, los fondos de reserva no han sido sumados para este año, y aparecen a partir del segundo año pues es en este año que se deben pagarse, además se destinó fondos también a suministros de oficina. La proyección se realizó en base a la inflación correspondiente.

6.4 GASTOS DE VENTAS

Se dan cuando se debita el valor actualizado del conjunto de bienes o esfuerzos en que ha incurrido o va a incurrir una empresa desde el momento en que los productos terminados ingresan en el almacén, hasta que salen con destino al cliente o llegan a su poder, incluyéndose la gestión de cobranzas pertinentes.

GASTOS DE VENTAS

CUADRO 33

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO dólares	VALOR TOTAL dólares
Flete en transporte	Unidades	43836 unidades	0,10	4383,60
Sueldo	Unidades	1 unidad	6301,2	6301,2
Publicidad	Unidad	1 unidad	200	200
Subtotal				10884,8
Imprevisto 2 %				217,7
TOTAL				11102,50

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Aquí se detallan aquellos gastos para hacer llegar el producto al consumidor final, el sueldo de la persona encargada de las ventas que corresponde a 400 dólares más demás beneficios, al igual que los anteriores trabajadores el fondo de reserva aparece en la proyección a partir del segundo año. Se detalla además los gastos en los que se incurrirá por transporte de cada uno de los quesos y por la publicidad que se requiera para garantizar que haya una influencia positiva en la decisión de compra de los clientes. Para proyectar se utilizó la tasa de inflación correspondiente.

6.5 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN

CUADRO 34

	PROYECCIÓN DE COSTOS									
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS VARIABLES										
MATERIA PRIMA	72204,25	77402,31	84461,40	91973,85	99965,18	108462,22	112974,25	117673,98	122569,22	127668,10
MANO DE OBRA DIRECTA	15528,41	17128,39	18794,93	20530,80	22338,88	24222,18	26183,82	28227,07	30355,32	32572,10
MATERIALES EMPAQUES	494,06	529,76	578,07	629,49	684,19	742,34	773,22	805,39	838,89	873,79
COSTOS FIJOS										
INSUMOS	556,06	579,19	603,29	628,38	654,52	681,75	710,11	739,65	770,42	802,47
SEGURIDAD INDUSTRIAL	116,37	121,21	126,25	131,51	136,98	142,67	148,61	154,79	161,23	167,94
DEPRECIACIÓN	673,42	698,07	698,07	698,07	698,07	698,07	726,6	751,52	766,32	766,32
SEGUROS	224,38	220,31	191,23	162,14	133,06	103,97	94,06	78,37	242,04	293,16
MANTENIMIENTO	242,25	252,33	262,82	273,76	285,15	297,01	309,36	322,23	335,64	349,60
AMORTIZACIÓN	337,28	337,28	337,28	337,28	337,28					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12734,09	14063,83	14648,89	15258,28	15893,02	16554,17	17242,83	17960,13	18707,27	19485,49
GASTOS VENTAS	11102,50	11965,86	12684,80	13443,53	14244,13	15088,77	15699,82	16336,29	16999,24	17689,77
TOTAL COSTOS Y GASTOS	114213,07	123298,54	133387,03	144067,10	155370,46	166993,16	174862,69	183049,42	191745,59	200668,74
PRODUCCIÓN ANUAL DE QUESOS kilogramos	32000	33600	35200	36800	38400	40000	40000	40000	40000	40000

PRODUCCIÓN ANUAL DE QUESOS EN UNIDADES DE 730 GRAMOS	43836	46027	48219	50411	52603	54795	54795	54795	54795	54795
COSTO DE PRODUCCIÓN	90376,48	97268,85	106053,35	115365,29	125233,31	135350,22	141920,04	148753,00	156039,08	163493,48
COSTO UNITARIO	2,61	2,68	2,77	2,86	2,95	3,05	3,19	3,34	3,50	3,66
MARGEN DE UTILIDAD	0,31	0,36	0,40	0,44	0,48	0,53	0,54	0,54	0,55	0,55
PRECIO DE VENTA	2,92	3,04	3,17	3,30	3,44	3,58	3,73	3,88	4,05	4,21

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

6.6 PROYECCIÓN DE LOS INGRESOS

Para proyectar los ingresos de la microempresa se hicieron los respectivos cálculos en base al precio fijado para la venta del producto que corresponde a 2,92 dólares, dato obtenido del resultado de las encuestas,(en las encuestas se obtuvo el dato que la gente estaría dispuesta a pagar de 2 a 2,50 dólares por un queso de 500 gramos entonces mediante regla de tres se determinó el precio a 730 gramos fijando como base los 500 gramos a 2,00 dólares) se tomó en cuenta también que las unidades que se van a producir son de 730 gramos, por eso se dividió la producción en kilogramos anuales de tal manera que permita saber cuántas unidades de 730 gramos se pueden producir. El resultado obtenido se multiplicaría por el precio de venta, mismo que en la proyección varía de un año a otro por efecto inflacionario. La diferencia entre el valor del costo y el precio determina la utilidad que se va a obtener por el producto.

PROYECCIÓN DE INGRESOS

CUADRO 35

AÑO	UNIDADES DE 730 GRAMOS	PRECIO DÓLARES	TOTAL INGRESOS DÓLARES
1	43836	2,92	128000,00
2	46027	3,04	139991,04
3	48219	3,17	152758,22
4	50411	3,30	166345,37
5	52603	3,44	180798,62
6	54795	3,58	196166,50
7	54795	3,73	204327,02
8	54795	3,88	212827,03
9	54795	4,05	221680,63
10	54795	4,21	230902,55

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

CAPÍTULO VII

7. EVALUACIÓN FINANCIERA

7.1 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO

En forma general se puede afirmar que el objetivo de la evaluación de proyectos es el de establecer las bondades de la decisión tomada por los inversionistas de asignar los recursos generalmente escasos a una inversión específica, sin embargo, hay que distinguir dos tipos de evaluaciones diferentes, aquella que dirige su accionar a la inversión social en el campo macroeconómico, es decir la que tiene una visión netamente económico social y la otra, la que está directamente relacionado con el empresario privado, es decir en el campo de la microeconomía.⁶⁴ En el presente capítulo se piensa determinar la viabilidad del proyecto de acuerdo a la aplicación de los diferentes instrumentos de evaluación conocidos.

7.1.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

El Estado Situación Inicial, permite visualizar la situación financiera de la empresa al inicio de las actividades operacionales. El siguiente Estado de Situación Inicial muestra los rubros de Activo, Pasivo y Patrimonio al comienzo de las actividades de la microempresa.

⁶⁴ BARRENO Luis, MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 103

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL				
ACTIVOS		PATRIMONIO		
ACTIVO CORRIENTE		9433,53	Capital	16619,70
Bancos	9433,53			
ACTIVOS FIJOS		5499,77		
Maquinara Antigua	4184,09			
Maquinaria Nueva	1315,68			
ACTIVOS DIFERIDOS		1686,4		
Gastos de Constitución	1570,00			
Patente	116,40			
TOTAL ACTIVOS		16619,70	TOTAL PATRIMONIO	16619,70

Fuente: Investigación Directa
 Elaborado por: Sofía Domínguez

7.1.2 ESTADO DE RESULTADOS

Es el Estado Financiero que muestra la utilidad o pérdida neta, así como el camino para obtenerla en un ejercicio determinado, pasado, presente o futuro.⁶⁵

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
VENTAS	128000,00	139991,04	152758,22	166345,37	180798,62	196166,50	204327,02	212827,03	221680,63	230902,55
(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN	90376,48	97268,85	106053,35	115365,29	125233,31	135350,22	141920,04	148753,00	156039,08	163493,48
(=)UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	37623,52	42722,19	46704,88	50980,09	55565,31	60816,27	62406,98	64074,02	65641,55	67409,06
GASTOS										
(-) GASTOS ADMINISTRACIÓN	12734,09	14063,83	14648,89	15258,28	15893,02	16554,17	17242,83	17960,13	18707,27	19485,49
(-) GASTOS DE VENTA	11102,5	11965,86	12684,80	13443,53	14244,13	15088,77	15699,82	16336,29	16999,24	17689,77
TOTAL GASTOS	23836,59	26029,69	27333,68	28701,81	30137,15	31642,94	32942,65	34296,42	35706,51	37175,26
(=) UTILIDAD ANTES DE REPARTO	13786,93	16692,50	19371,20	22278,28	25428,16	29173,33	29464,34	29777,60	29935,04	30233,80
(-) 15 % PART. TRABAJADORES	2068,04	2503,87	2905,68	3341,74	3814,22	4376,00	4419,65	4466,64	4490,26	4535,07
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPTOS.	11718,89	14188,62	16465,52	18936,54	21613,93	24797,33	25044,69	25310,96	25444,78	25698,73
(-)22% IMPUESTO A LA RENTA	2578,16	3121,50	3622,41	4166,04	4755,07	5455,41	5509,83	5568,41	5597,85	5653,72
(=)UTILIDAD NETA	9140,73	11067,12	12843,10	14770,50	16858,87	19341,92	19534,86	19742,55	19846,93	20045,01

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

⁶⁵ PERDOMO MORENO, Abraham; ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS, Internacional Thompson Editores, Pág. 13.

Como se puede notar en el cuadro anteriormente planteado, la microempresa tendría una cierta utilidad desde el primer año de operaciones, mas para asegurar si el proyecto será rentable se requiere evaluar otros instrumentos.

7.2 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es una importante herramienta para la dirección, pues ayuda a estimar las necesidades de efectivo de la empresa en diversas épocas del año, resume las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo próximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año. Para presupuestar el flujo de caja es necesario proyectar las entradas y salidas de efectivo, además de las necesidades financieras por periodos cortos que formen parte de un periodo mayor. Existen dos métodos para preparar el flujo de caja.

- El método de Entradas y Salidas de Efectivo que supone un plan detallado de utilidades, no es más que una proyección de la cuenta de caja afectada por todas las operaciones de ventas, costos y gastos. CORTO PLAZO.
- El método de la Utilidad Neta en el cual el punto de partida es la utilidad neta proyectada que se ajusta por las partidas virtuales que no hayan afectado la cuenta de caja como es el caso del cargo por depreciaciones. LARGO PLAZO.⁶⁶

El método que se va a utilizar es el Utilidad Neta debido a que se quiere evaluar a Largo plazo. En el cuadro que se presenta a continuación se detalla los flujos de caja que se obtendrán en cada uno de los años.

⁶⁶ DUARTE SCHLAGETER, Javier; FERNÁNDEZ ALONSO , Lorenzo ; FINANZAS OPERATIVAS: UN COLOQUIO, Pág. 78-79

FLUJO DE CAJA								
AÑOS	UTILIDAD NETA	(+)DEPRECIACIÓN	(+)AMORTIZACIÓN	(-) INVERSIONES POR REPOSICIÓN	(+)CAPITAL DE TRABAJO	(+)RECUPERACIÓN REMANENTE DE ACTIVOS FIJOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO
0							-16619,70	-16619,7
1	9140,73	673,42	337,28					10151,43
2	11067,12	698,07	337,28	461,00				11641,47
3	12843,10	698,07	337,28					13878,45
4	14770,50	698,07	337,28					15805,85
5	16858,87	698,07	337,28					17894,22
6	19341,92	698,07						20039,99
7	19534,86	726,6		460,00				19801,46
8	19742,55	751,52		350,00				20144,07
9	19846,93	766,32		5576,00				15037,25
10	20045,01	766,32			9433,53	5259,49		35504,35

Fuente: Investigación Directa
 Elaboración: Sofía Domínguez

7.3 INDICADORES DE EVALUACIÓN

7.3.1 COSTO DE OPORTUNIDAD DEL CAPITAL

El costo de oportunidad o costo promedio ponderado de capital se refiere a “la tasa mínima que se debería exigir o ganar en un proyecto para que éste pueda ejecutarse sin que pierda valor en el mercado la futura empresa.”⁶⁷

El costo de oportunidad lo definimos por la formula:

$$\mathbf{Co = (TA)(1-t)(\%Recursos Ajenos) + (TP)(\%Recursos Propios) + TLR + \%inflación}$$

Co= Costo ponderado del capital

TA= Tasa activa

TP= Tasa pasiva

TLR= Tasa Libre de Riesgo

t= tasa marginal de impuestos

Partiendo de los siguientes datos:

TASA DE INTERES PASIVA DEL BANCO CENTRAL

Enero-31-2013 4.53 %

TASA DE INFLACIÓN

Diciembre-31-2012 4.16 %

RIESGO PAÍS

Enero-27-2013 703.00

Y se reemplaza obteniendo el siguiente resultado:

$$\mathbf{Co = (0,0453) (100\%) + (0,0703) + (0,0416)}$$

⁶⁷ SAÉNZ FLORES, Juan. MANUAL DE PROYECTOS, Quito 2005

$Co = 0,1572$

$Co = 15,72\%$

7.3.2 VALOR ACTUAL NETO

El Valor actual Neto consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados.⁶⁸

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO VAN

CUADRO 36

AÑOS	FLUJO NETO (FN)	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	-16619,70	-16619,70
1	10151,43	8772,41
2	11641,47	8693,43
3	13878,45	8956,03
4	15805,85	8814,22
5	17894,22	8623,24
6	20039,99	8345,40
7	19801,46	7125,87
8	20144,07	6264,41
9	15037,25	4041,04
10	35504,35	8245,13
	VAN	61261,48

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

Tomando en cuenta que:

$$FNA = FN / (1 + Ko)^n$$

$$FNA = 10151,43 / (1 + 0,1572)^1$$

$$FNA = 8772,41$$

⁶⁸ JIMÉNEZ BOULANGER, Francisco; ESPINOZA GUTIERREZ Carlos Luis, FONSECA RETANA, Leonel; INGENIERÍA ECONÓMICA, Editorial Tecnológica de Costa Rica, Costa Rica 2007, Pág. 81

7.3.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.⁶⁹

Para determinar la TIR se utiliza la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + (TM - tm) \cdot (VAN_{tm}) / (VAN_{tm} - VAN_{TM})$$

A partir de los flujos netos:

TIR

CUADRO 37

FLUJO NETO
-16619,7
10151,43
11641,47
13878,45
15805,85
17894,22
20039,99
19801,46
20144,07
15037,25
35504,35

Cuyo resultado es el siguiente:

TIR= 74,60%

La TIR resultante es de 74,60%, misma que comprada con el costo de Oportunidad de 15,72% se muestra aceptable, indicando que el negocio planteado no muestra dificultades de rendimiento.

⁶⁹ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág 184

7.3.4 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Periodo estimado en que se espera recuperar por completo toda la inversión inicial. Se aceptará un proyecto si su período de recuperación es menor o igual a un periodo aceptable, que usualmente se obtiene de experiencia con proyectos similares. El cálculo se lleva acabo sumando los flujos actualizados de cada periodo del flujo de caja con la inversión inicial y viendo en qué momento se hacen positivos.⁷⁰

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

CUADRO 38

AÑOS	FLUJO NETO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	-16619,70	-16619,70
1	8772,41	-7847,29
2	8693,43	846,14
3	8956,03	
4	8814,22	
5	8623,24	
6	8345,40	
7	7125,87	
8	6264,41	
9	4041,04	
10	8245,13	

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

A través de este cuadro se puede observar que se recupera la inversión al segundo año.

7.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de producción en que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.⁷¹

⁷⁰ SÁNCHEZ, Carlos Andrés; ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS, Pág. 143

⁷¹ BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010. Pág 148

7.4.1 COSTOS FIJOS

Es aquel costo que no se ve afectado por los cambios en la cantidad de la guía del costo. A continuación se detallan los costos fijos de la empresa para el primer año.

COSTOS FIJOS

CUADRO 39

COSTOS FIJOS PRIMER AÑO	
DESCRIPCIÓN	VALOR
INSUMOS	556,06
SEGURIDAD INDUSTRIAL	116,37
DEPRECIACIÓN	673,42
SEGUROS	224,38
MANTENIMIENTO	242,25
AMORTIZACIÓN	337,28
GASTOS ADMINISTRATIVOS	12734,09
PARTE FIJA GASTO VENTAS	6631,23
TOTAL	21515,08

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

La microempresa para el primer año totaliza de costos fijos un valor de 21515,07 dólares.

7.4.2 COSTOS VARIABLES

Son aquellos que cambian en proporción directa a los cambios del nivel del causante del costo. Los costos variables son los siguientes:

COSTOS VARIABLES

CUADRO 40

COSTOS VARIABLES PRIMER AÑO	
DESCRIPCIÓN	VALOR
MATERIALES DIRECTOS	72204,25
MANO DE OBRA DIRECTA	15528,41
MATERIALES EMPAQUES	494,06
PARTE VARIABLE GASTO VENTAS	4471,27
TOTAL	92697,99

Fuente: Investigación Directa
Elaboración: Sofía Domínguez

El total del rubro de los costos variables corresponde al valor de 92697,99 dólares.

CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

CUADRO 41

DATOS	VALOR
a = Costo Fijo	21515,08
v = Precio de Venta Unitario	2,92
b = Costo Variable Unitario	2,114654394
n = Número de Unidades Producidas	43836
v * n = Ingresos Totales	128000,00
b * n = Costos Variables Totales	92697,99
a + (b * n) = Costos Totales	114213,07

FÒRMULAS:

Punto de Equilibrio en Porcentaje

$$PE = (a / (n / (v - b))) * 100$$

$$PE = (21515,08 / (43836 / (2,92 - 2,114654394))) * 100$$

$$PE = 39,53$$

Punto de Equilibrio en Unidades Físicas

$$X = a / (v - b)$$

$$X = 21515,08 / (2,92 - 2,114654394)$$

$$X = 26715,34$$

Punto de Equilibrio en Volumen de Ventas

$$Y = a / (1 - (b / v))$$

$$Y = 21515,08 / (1 - (2,114654394 / 2,92))$$

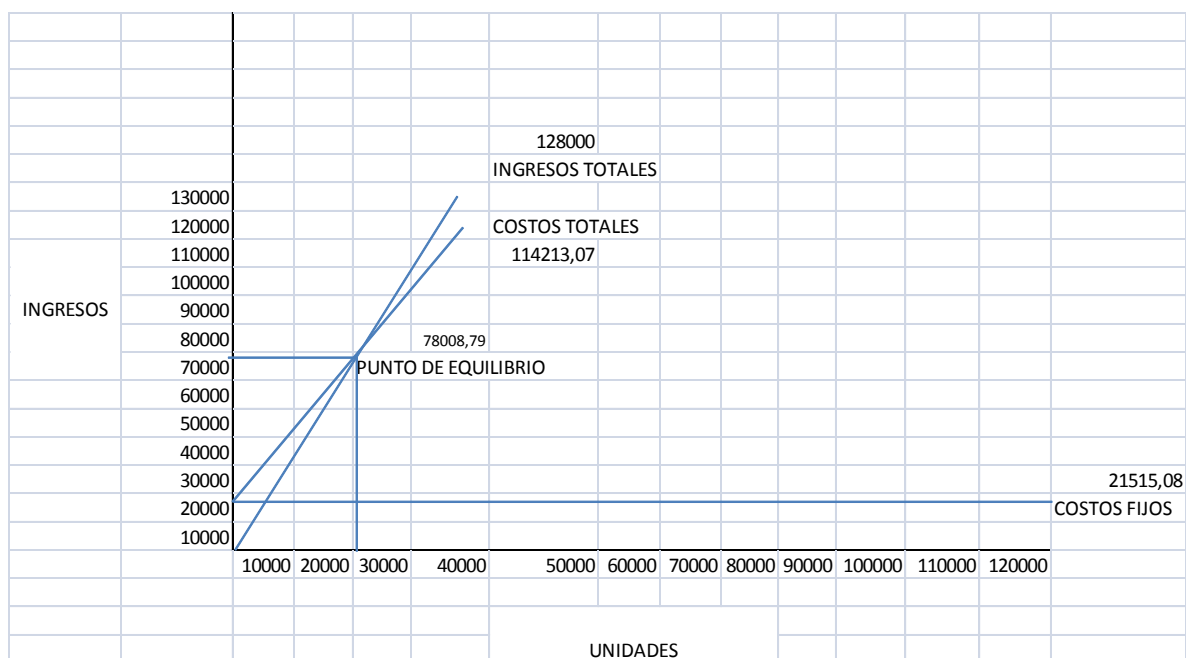
$$Y = 78008,79$$

Punto de Equilibrio en Dólares

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ingresos Totales}}}$$

$$PE = 78008,79$$

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO



7.5 ÍNDICES FINANCIEROS

Es la relación de las cifras extractadas de los estados financieros con el objeto de formarse una idea de la empresa definición permite tomar tres clases de decisiones de carácter financiero: decisiones operativas, de inversión y de financiación.

Las razones financieras de un proyecto son útiles si se comparan con compañías existentes o proyectos relacionados, es decir del mismo giro (similar objeto social).

El análisis financiero de los estados se puede dividir en tres grupos:

- Análisis Patrimonial: Se estudia la estructura patrimonial del balance, es decir, se analiza la composición del activo y del pasivo.
- Análisis Financiero: Se estudia la capacidad de la empresa para atender oportunamente sus obligaciones de pago, estableciendo relaciones entre partidas del activo y del pasivo exigible.

- Análisis Económico: Se estudian los resultados de la empresa, es decir, la evaluación de la utilización de recursos, eficiencia, productividad.⁷²

Para la microempresa se plantea evaluar bajo los siguientes indicadores.

7.5.1 INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS (IRSV)

Indica el porcentaje de utilidad de la microempresa por cada dólar que vende.

$$\text{IRSV} = \text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}$$

$$\text{IRSV} = 9140,73 / 128000,00$$

$$\text{IRSV} = 0,07$$

Por cada dólar que la microempresa plantea vender tendrá una utilidad de 0,07centavos. Esto quiere decir que la empresa por producto obtiene de utilidad alrededor de 0,20 centavos, tomando en cuenta que cada producto para el primer año estaría con un precio de 2,92.

7.5.2 INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN TOTAL (RSIT)

Mide la utilidad neta obtenida durante el período, en relación con la inversión en Activos Totales.

$$\text{RSIT} = \text{Utilidad Neta} / \text{Inversión Total}$$

$$\text{RSIT} = 9140,73 / 16619,70$$

$$\text{RSIT} = 54,9 \%$$

En relación con la inversión la microempresa obtendría el 54,9 % de utilidad. Este índice posee un alto valor ya que la empresa no realiza una fuerte inversión en

⁷² SÁNCHEZ, Carlos Andrés; ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS, Pág. 148

Activos totales puesto que contaban con la mayoría de ellos, por esta razón el valor que se obtiene en este indicador es relativamente alto.

7.5.3 RENTABILIDAD SOBRE EL PATRIMONIO

Este índice mide la utilidad neta obtenida por los dueños de la empresa en relación a su específica inversión.

ROE= Rentabilidad / Patrimonio

ROE=9140,73/16619,70

ROE= 54,9 %

Los socios obtendrán un rendimiento de 54,9 %, al igual que en el anterior indicador debido a que ellos colocan el 100 % de los recursos para financiar el proyecto.

7.6 JUSTIFICACIÓN DEL ALTO RENDIMIENTO

La utilidad es relativamente alta, ya que la microempresa se manejaría en su totalidad con los aportes de los socios; además cabe recalcar que la microempresa contaba ya con maquinaria que está valorada al precio en que se la adquirió en esa época; es decir si la empresa no hubiese contado con esta maquinaria, la inversión inicial hubiese crecido considerablemente ya que actualmente la misma (maquinaria) está valorada en un precio muchísimo más elevado. Además se cuenta con las instalaciones que se recibieron en comodato por 50 años y constituyen un local de 90 metros cuadrados con un baño aparte de 15 metros que pertenecía a la Dirección Provincial de Educación Hispana de Sucumbíos, esto quiere decir que si la microempresa recién ahora quisiera construir una planta y adecuarla estos valores sumarían considerablemente a la inversión inicial disminuyendo de esta manera la rentabilidad y la utilidad; otro factor a considerar es que si la empresa hubiese comprado maquinaria nueva y

edificio nuevo el rubro de las depreciaciones obviamente hubiera aumentado, incrementando de esta manera los Costos Fijos y disminuyendo la utilidad en operaciones. Otro beneficio del local en comodato es que no se lo toma en cuenta en el total del valor de la inversión inicial pues como antes se mencionó el local está en comodato , logrando de esta manera que la inversión que realizan los socios sea menor, y esto aumenta obviamente el valor de la TIR, puesto que si se tomara en cuenta al local como inversión es decir si el local fuera de la microempresa, el rubro que se coloca en el flujo de caja para el año 0 sería superior y al momento del cálculo de la TIR disminuiría la rentabilidad.

CAPÍTULO VIII

8. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

La Parroquia de Santa Bárbara en el Cantón Sucumbíos dispone de condiciones favorables en referencia a la actividad ganadera, pues se cuenta con el ganado suficiente para soportar la producción de una microempresa más, tomando en cuenta además que por la ubicación geográfica, el sitio goza de características climáticas que benefician a la producción vacuna.

Existe una notable cantidad de demanda insatisfecha, debido a que los productos ofertados en ese mercado no alcanzan un nivel que pueda cubrir esta necesidad latente de la población de Sucumbíos.

Se cuenta con los activos necesarios para comenzar la producción, sin necesidad que los socios beneficiarios del proyecto realicen una fuerte inversión en ello, obteniendo de esta manera una notable rentabilidad en relación a la inversión que deberían efectuar.

Se concluye que de acuerdo a la Evaluación financiera, el proyecto es viable, basándose en las diferentes técnicas de medición y evaluación existentes.

8.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda a los microempresarios de la zona aprovechar las condiciones y recursos que están a su alcance para efectuar proyectos que permitan el desarrollo sustentable del sector.

Es necesario que se fomente la creación de empresas de acopio lechero o manejo con sus derivados en el cantón de Sucumbíos puesto que existe la demanda suficiente a cubrir.

Se recomienda utilizar los activos que actualmente se encuentran disponibles para la reapertura de la microempresa quesera en Santa Bárbara, puesto que estos están en las condiciones requeridas para producir y generar utilidades.

A través de este estudio se observó que el proyecto es viable por lo que se sugiere reabrir la microempresa quesera de Santa Bárbara, aprovechando de este modo un sin número de recursos existentes.

BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Editorial Mc Graw Hill, Sexta Edición, 2010, Pág. 15

BAENA GRACIÁ, Verónica; MORENO SÁNCHEZ, María de Fátima; INSTRUMENTOS DE MARKETING, Editorial UOC, Barcelona, 2010, Pág. 21

BASTOS BOUBETA, Ana Isabel; PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD EN EL PUNTO DE VENTA, Editorial Ideas Propias, Pág. 5-9

BARRENO Luis, MANUAL DE FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. Pág. 103

BERNAT LÓPEZ-PINTO RUIZ; LA ESCENCIA DEL MARKETING, Ediciones UPC, Barcelona, Pág. 212.

CENSO ECUADOR 2010

CÓRDOBA PADILLA, Marcial; FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS, Ediciones ECOE, Colombia 2006. Pág. 344

CORNEJO María del Rocío, Proyecto de pre factibilidad para la creación de una micro-empresa productora de queso fresco en el cantón Chone -Manabí, para su comercialización en los sectores Belisario Quevedo y Jipijapa, pertenecientes a la zona norte de la ciudad de Quito, 2005.

DUARTE SCHLAGETER, Javier; FERNÁNDEZ ALONSO, Lorenzo; FINANZAS OPERATIVAS: UN COLOQUIO, Pág. 78-79

Entrevista con Carmen Ruiz- Secretaria del Proyecto

FERNÁNDEZ Saúl, LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN, Primera Edición, Editorial Tecnológica, Costa Rica 2007

FLORES Juan Antonio, PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LAS PYME, CREACIÓN DE EMPRESAS, ELOE ediciones, 2007.

GARCÍA CAZA, Arturo Patricio, ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GIMNASIO EN LA CIUDAD DE QUITO, UTE, 2009.

GONZALEZ Miguel; DESARROLLO DE LA PLANTA PASTEURIZADORA DE LECHE EN EMPRESA GANADERA, Ecuador 2001

GRIJALVA COBO Juan Pablo; LA INDUSTRIA LECHERA EN EL ECUADOR UN MODELO DE DESARROLLO, Revista Retos Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, pág. 66-67

GUZMÁN VÁSQUEZ, Alexander; GUZMÁN VÁSQUEZ, David; ROMERO CIFUENTES, Tatiana; CONTABILIDAD FINANCIERA; Centro Editorial Universidad del Rosario, Colombia 2005, Pág 68.

HEREDIA MONTENEGRO; Marcelo Iván; APLICACIÓN DE ANTIBUT (BACTERICIDA) PARA ELIMINAR BACTERIAS DEL GRUPO COLIAEROGENES EN LA ELABORACIÓN DEL QUESO ANDINO, Riobamba-Ecuador, 2006.

HIKAL Wael; INTRODUCCIÓN A LA CRIMINOLOGÍA, Editorial Jurídica, Primera Edición Nicaragua 2010, Pág. 134

[http://www.industriaalimenticia.com/La Industria Láctea en Ecuador](http://www.industriaalimenticia.com/La%20Industria%20Láctea%20en%20Ecuador)

<http://www.inec.gov.ec/estadisticas>

IMPLEMENTACION DE UN CENTRO DE ACOPIO Y ENFRIAMIENTO DE LECHE EN LA PARROQUIA EL PLAYÓN DE SAN FRANCISCO, Municipio de Sucumbíos.

JIMÉNEZ BOULANGER, Francisco; ESPINOZA GUTIERREZ Carlos Luis, FONSECA RETANA, Leonel; INGENIERÍA ECONÓMICA, Editorial Tecnológica de Costa Rica, Costa Rica 2007, Pág. 81

KOTLER Philip, MARKETING SOCIAL, Ediciones Díaz de Santos, Madrid, Pág. 178.

LEY DE DEFENSA DEL ARTESANO, Pág. 1,2

Ley de Régimen Tributario Interno

LINDÓN CAMPILLO, Jesús, CONCEPTOS BÁSICOS DE ECONOMÍA, Editorial Valencia, Pág. 57

MAZÓN, Fernando, ÁGUILA Santiago, FINANZAS DE LA PLANIFICACION A LARGO PLAZO A LA GESTIÓN DIARIA DE LA TESORERÍA, Ediciones Gestión, Barcelona 2003.

MEJÍA GARCÍA, Braulio, GERENCIA DE PROCESOS PARA LA ORGANIZACIÓN Y EL CONTROL INTERNO DE EMPRESAS DE SALUD, Ecoe Ediciones, Quinta Edición, 2007. Pág. 51

MIRANDA MIRANDA, Juan José, GESTIÓN DE PROYECTOS, MM Editores, Quinta Edición, Pág.119-120

PERDOMO MORENO, Abraham; ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS, Internacional Thompson Editores, Pág. 13.

PINSON Linda, JINNET Jerry; 20 Pasos para Desarrollar Tu Negocio, pág. 31, 1998

PROYECTO DE ALCANTARILLADO SANITARIO DE LA PARROQUIA DE SANTA BARBARA, Municipio de Sucumbíos

Proyecto Implementación de una quesera en la parroquia de Santa Bárbara, ECORAE

PROYECTO PARA IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLANTA PROCESADORA DE QUESO FRESCO EN LA COMUNIDAD DE SANTA ROSA, PARROQUIA DEL PLAYÓN. Año 2007 municipio del Cantón Sucumbíos.

Reglamento a la Ley de Ruc.

RIVERA CAMINO, Jaime; DE GARCILLÁN LÓPEZ-RÚA, Mencía, DIRECCIÓN DE MARKETING FUNDAMENTOS Y APLICACIONES, Editorial ESIC, Pág. 69.

RODRÍGUEZ ARDURA, Inma , PRINCIPIOS Y ESTRATEGIAS DE MARKETING, Editorial UOC, Barcelona, Pág. 69

ROJAS MEDINA, Ricardo Alfredo; SISTEMAS DE COSTOS UN PROCESO PARA SU IMPLEMENTACIÓN, Colombia 2007,Pág. 34-57

SAÉNZ FLORES, Juan. MANUAL DE PROYECTOS, Quito 2005

SAPAG CHAIN, Nassir; PROYECTOS DE INVERSIÓN, Pearson Prentice Hall, México D.F. 2007, Primera Edición.

SÁNCHEZ Carlos, ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS, Pág.29

TAPIA Adriana; DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE UN MODELO ESTRATÉGICO FINANCIERO PARA LA TOMA DE DECISIONES QUE INCIDAN EN LA

RENTABILIDAD PARA LA PASTEURIZADORA “EL RANCHITO” CIA, LTDA.,
Ecuador 2010

www.cfn.fin.ec

[www. Ecofinanzas.com](http://www.Ecofinanzas.com)

www.inh.gob.ec

www.pichincha.com

www.sri.gob.ec

www.turismoaustro.gov.ec

www.sucumbios.gov.ec/turismo

ANEXOS

ASOCIACION AGRO-ARTESANAL DE PRODUCTORES DE
LACTEOS "SANTA BARBARA"

Santa Bárbara-Sucumbios-Sucumbios

Santa Bárbara, 24 de Mayo del 2003

Sr.
DIRECTOR DE ECORAE

Nueva Loja

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes hacemos nuestra Organización. al mismo tiempo, queremos dar contestación al oficio No 07845DCE-2002, de fecha, 19 de julio del 2002, al respecto queremos indicarle lo siguiente:

1. La planta está totalmente concluida y en funcionamiento.
2. En cuanto a la factura 4273, de la firma Gabriel Segarra, los bidones no están incluidos en la partida de Laboratorio, sino en la partida de Insumos y varios
3. En cuanto a la cuenta bancaria, la Asociación abrió en el Banco del Pichincha de la ciudad de Tulcán, la libreta No. 10812222-7, para el manejo de los recursos proporcionados por el ECORAE.
4. En lo referente al predio donde se levantó el proyecto, quiero indicarle, que se logró el comodato por 50 años, firmado entre la Asociación y la Dirección Provincial de Educación Hispánica de Sucumbios. Edificación que fue remodelada para que preste el servicio de producción de quesos.
5. Se ha dado cumplimiento a los 6 cursos que constan en el convenio por un monto de 336 dólares.
6. Como contraparte la Asociación a trabajado en diferentes mingas cuyo costo total asciende a 1170 dólares. A parte de ello la Asociación a financiado las comisiones y el transporte de los diferentes materiales para adecuación de la planta.
7. Por parte de Delegados del ECORAE se ha hecho la supervisión de la planta, cuyo informe verbal a sido satisfactorio sobre el cumplimiento del convenio.

Finalmente como Asociación solicitamos se haga la liquidación económica de los 8096 dólares que hasta el momento hemos recibido.

Esperando que nuestro pedido sea acogido favorablemente, desde ya me anticipo en agradecerle.



Instituto para el Ecodesarrollo Regional Amazónico

Oficio No 07 645 . . . DCE-2002

Quito, 19 JUL. 2002

Señor
Manuel Chapi
**PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES LÁCTEOS SANTA
BÁRBARA**
La Bonita.-

De mi consideración:

En relación con su Oficio s/n, fechado el 20 de abril del presente año, mediante el cual presenta los informes técnico y financiero, así como los justificativos del gasto correspondientes al primer desembolso del Convenio suscrito el 6 de agosto del 2001, para el cofinanciamiento del proyecto "Construcción de un centro de acopio y procesamiento de leche para la comunidad", me permito comunicar a usted lo siguiente:

En la factura 4453 de la firma LADBIN constan elementos no presupuestados para el rubro "Laboratorio"; a pesar de lo cual se los aplicó por considerarse que están relacionados con el mismo; pero de ninguna manera puede aceptarse como equipo de laboratorio el bidón adquirido con factura 4273 a la firma Gabriel Segarra.

Prácticamente nada se explica sobre una serie de compromisos que debía cumplir la Asociación, los mismos que se encuentran establecidos en la Cláusula Quinta del Convenio; como son:

- ✓ Abrir una cuenta bancaria para el manejo exclusivo de los aportes del ECORAE.
- ✓ Suscribir una acta con los socios, en la que conste el predio en el que se levantará el proyecto. Como en el informe económico existe un valor presupuestado para comodato, se supone que se adoptará esta modalidad, sobre lo cual es necesario que se remita una copia de la escritura respectiva y el acta de la Asamblea en la que se autorice este comodato.
- ✓ Realizar 6 cursos de educación ambiental y sistemas silvopastoriles.
- ✓ Asumir el financiamiento de contraparte. Al respecto, según el informe de la Agencia Coordinadora, la Asociación no ha efectivizado ningún valor con cargo a este aporte, lo cual implica que el proyecto no se está ejecutando en los términos diseñados inicialmente y merece una explicación adecuada sobre el tema.

Av. Colón 22-33 y Versalles; Teléfonos: 509-350 / 554-387 / 553-997 / Telefax: 509-347
PO BOX 17-21-42

Quito - Ecuador



Instituto para el Ecodesarrollo Regional Amazónico

Por último, el Convenio se encuentra actualmente de plazo vencido, aun considerando la ampliación suscrita, por lo que es necesario que la Asociación amplíe la información conforme se indica en los párrafos anteriores y remita los documentos justificativos por la totalidad de las inversiones realizadas, a fin de efectuar una liquidación económica, y reintegrar el saldo que le corresponda. Caso contrario se efectuará tal liquidación considerando únicamente los justificativos presentados hasta el momento.

Atentamente,

Ing. Julissa Brayo de Espinoza
DIRECTORA DE CAPACITACIÓN Y EVALUACIÓN (E)

Cc: Coordinador de Proyectos de Sucumbíos.

Av. Colón 22-33 y Versalles; Teléfonos: 509-350 / 554-387 / 553-997 / Telefax: 509-347
PO BOX 17-21-42

Quito - Ecuador

Compromiso

CONVENIO

Comparece por una parte el Arq. Ángel Pérez Duque en calidad de Secretario Ejecutivo y representante legal del Instituto para el Ecodesarrollo Regional Amazónico, y por otra el señor Manuel Chapi, en su calidad de Presidente de la Asociación Agro Artesanal de Lácteos "Santa Bárbara", a quien en adelante para efectos de este convenio se le denominará "La Asociación", a suscribir el presente convenio, al tenor siguiente:

PRIMERA: ANTECEDENTES.-

El Instituto para el Ecodesarrollo Regional Amazónico, es una entidad con personería jurídica de derecho público con autonomía administrativa, económica y financiera, creada a través de la Ley 010-92.

Entre las funciones que le faculta la Ley, está la de coordinar y canalizar recursos para el financiamiento de programas y proyectos regionales destinados al Ecodesarrollo Amazónico.

La Dirección Administrativa Financiera, con Memorando No.07-004347-DAF-2001, remite la partida y compromiso presupuestario al que se aplicará el egreso del presente convenio.

Con Memorando No.07-004186-SE-2001, el señor Secretario Ejecutivo dispone la elaboración del presente convenio.

SEGUNDA: OBJETO.-

El presente convenio tiene por objeto, la ejecución del proyecto "Construcción de un Centro de Acopio y procesamiento de leche para abastecimiento de la comunidad", en la provincia de Sucumbíos, cantón Sucumbíos, parroquia Santa Bárbara, el mismo que se ejecutará de conformidad al contenido del informe técnico No.06-004013-DPP-2001, y más documentación preparada para el efecto, parte integrante e inseparable de este convenio.

De la ejecución del objeto del presente convenio y más obligaciones será responsable la Asociación Agro Artesanal de Lácteos "Santa Bárbara".

TERCERA: PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.-

El ECORAE, se compromete a financiar la cantidad de DIEZ MIL CIENTO VEINTE DOLARES (U.S. \$ 10.120), que serán desembolsados de la siguiente manera:

El 80% a la fecha de suscripción del convenio.

El 20% previa la presentación de: 1) Los justificativos técnicos, económicos de la inversión realizada del aporte inicial entregado por parte del ECORAE, elaborados por la Asociación Agro Artesanal de Lácteos Santa Bárbara, beneficiarios del proyecto. 2) Informe técnico de la Unidad Coordinadora de Sucumbíos, el mismo que deberá contener una evaluación del avance de las adquisiciones físicas de los rubros AUTORIZADOS del proyecto, y que constan en el informe técnico de la Dirección de Planificación y Proyectos No.06-004013-DPP-2001, 3) Informe de la Dirección de Capacitación y Evaluación, que será la encargada del seguimiento y evaluación para la consecución de los objetivos del proyecto.

El egreso se aplicará a la partida presupuestaria No.7.03.06.05, denominada "Estudio y Diseño de Proyectos", compromiso presupuestario No.07-062.

CUARTA : COMPROMISOS DE ECORAE.-

- Entregar el aporte comprometido.
- Realizar el seguimiento y evaluación del proyecto a través de la Dirección de Capacitación y Evaluación y la Unidad Coordinadora de Sucumbios.
- Las demás que se deriven del presente convenio.

QUINTA: COMPROMISOS DE LA ASOCIACIÓN AGRO ARTESANAL DE LÁCTEOS "SANTA BÁRBARA"

- Responsabilizarse por la ejecución del objeto de este convenio, cumpliendo lo determinado en el objeto del convenio y en los documentos técnicos preparados para el efecto. Informe No.06-004013-DPP-2001, parte integrante e inseparable de este convenio.
- Responsabilizarse ante la Ley del adecuado manejo, de los recursos entregados por el ECORAE.
- Será responsabilidad de la Asociación Agro Artesanal de Lácteos "Santa Bárbara", proceder a la apertura de una cuenta bancaria en la cual se depositará el financiamiento entregado por el ECORAE en el presente convenio, así mismo se entregará a la Agencia Coordinadora de Sucumbios el detalle de los egresos realizados como parte de los justificativos.
- Será responsabilidad de la Asociación Agro Artesanal de Lácteos "Santa Bárbara", suscribir un ACTA en la cual intervendrán los miembros de la Asociación, en el que se indique el predio en el cual se ejecutará el presente proyecto y la autorización para tal efecto.
- Será responsable de la ejecución del proyecto, en tal virtud deberá cumplir con lo establecido en el Art. 330 de la Ley Orgánica de Administración Financiera y Control, y de no ejecutarse el proyecto les conllevará a tener una responsabilidad civil y aún penal.
- Será responsabilidad de la Asociación Agro Artesanal de Lácteos "Santa Bárbara", realizar como canje a la deuda y disminución del impacto ambiental ocasionado por las ganaderías bovinas, realicen una campaña educativa con la finalidad de sembrar los pastizales con leguminosas arbustivas, tanto en los potreros como en las cercas, esto es dictarán 6 cursos de educación ambiental y sistemas silvopastoriles, dirigidos a ganaderos, estudiantes, beneficiarios, otros.
- Realizar las diferentes actividades en cumplimiento del cronograma que se detalla en el Informe técnico No.06-004013-DPP-2001, en base al cual igualmente el ECORAE, realizará los respectivos desembolsos.
- Será responsable de la ejecución del proyecto, en tal virtud deberá cumplir con lo que determina el Art. 14, compilación de documentos, del Reglamento de determinación de etapas del proceso de ejecución de obras y prestación de servicios públicos, publicado en el Registro Oficial No.779, del 27 de septiembre de 1.991.
- Será responsabilidad de la Asociación Agro Artesanal de Lácteos "Santa Bárbara", asumir el financiamiento como contraparte por la cantidad de CINCO MIL CUATROCIENTOS OCHO DOLARES (U.S. \$ 5.408)
- Presentar al ECORAE, los informes técnicos de cumplimiento del objeto y obligaciones del convenio, e informes económicos que justifiquen el aporte del ECORAE.
- Presentar las garantías previstas en la Ley de Contratación Pública art. 77, una por el 100% del anticipo y otra por el 5% del monto total del convenio.

[Handwritten mark]

- Cubrir con fondos propios o de otras entidades, todos los gastos que fueren necesarios y no estuvieren previstos en este convenio, para la adecuada ejecución del objeto del convenio;
- Publicitar el apoyo del ECORAE, en un rótulo de acuerdo a las especificaciones técnicas que en 1 foja útil que se adjunta, el rótulo se lo ubicará en el sitio del proyecto.
- Las demás que se deriven del presente convenio.

SEXTA : PLAZO.-

En el presente convenio se estipula un plazo de 270 días calendario, para la implementación del proyecto y entrega de los justificativos, contados a partir de la fecha de suscripción de este convenio, y entrega del anticipo por parte del ECORAE.

SEPTIMA: MULTAS.-

El ECORAE cobrará la cantidad del uno por mil del monto total del convenio, a la entidad beneficiaria, por cada día de retraso en el cumplimiento de las obligaciones convenidas.

OCTAVA: TERMINACIÓN.-

El presente convenio terminará mediante Acta de Finiquito una vez que se entreguen por parte de la Dirección de Capacitación y Evaluación y la Dirección Administrativa Financiera los resultados y observaciones pertinentes.

En caso de incumplimiento de la entidad beneficiaria, el ECORAE se reserva el derecho de dar por terminado el convenio unilateralmente, previo informe técnico a fin de tomar las medidas legales necesarias para recuperar los dineros entregados.

NOVENA: CONTROVERSIAS.-

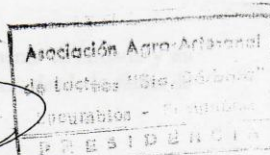
En caso de existir discrepancias sobre la interpretación y aplicación de este convenio que no puedan ser resueltas de mutuo acuerdo o a través del arbitraje, las partes renuncian su fuero y domicilio y se someten a los jueces competentes de la ciudad de Quito.

Para constancia, firman los intervinientes en seis ejemplares de igual valor y tenor, en la ciudad de Quito a los,

06 AGO. 2001

Arq. Angel Pérez Duque
SECRETARIO EJECUTIVO

Sr. Manuel Chapi
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN
AGRO ARTESANAL DE LÁCTEOS
"SANTA BÁRBARA"



OS/fsm/2001 C. Secretaría Ejecutiva, Direcciones de Capacitación, Financiera, Jurídica, Coordinadora de Sucumbios, e Interesado

ASOCIACION AGRO-ARTESANAL DE LACTEOS
"SANTA BARBARA"
Santa Bárbara-Sucumbíos-Sucumbíos

**CONTRATO DE MANO DE OBRA PARA ADECUAR EL LOCAL DONDE
FUNCIONARA LA QUESERIA DE LA ORGANIZACION**

En la Parroquia de Santa Bárbara, Cantón Sucumbíos, Provincia de Sucumbíos a los 5 días, del mes de noviembre, del dos mil uno, por sus derechos conviene libre y voluntariamente, en celebrar el presente contrato de mano de obra, por una parte, la Asociación "Santa Bárbara", representado por el Sr. Manuel Chapi, en calidad de Presidente de la Organización, quien en adelante se denominará empleador, y por otra parte el señor Luis Martín Cuaspud, portador de la cédula de identidad No. 040108181-5, que en adelante se denominará contratado. Este contrato estipula las siguientes cláusulas:

PRIMERA. - El señor Luis Martín Cuaspud en calidad de albañil se compromete a realizar los siguientes trabajos:

- Instalación de la tina
- Refacción del piso del local
- división y acabados de las paredes para el funcionamiento del laboratorio y otras dependencias
- Instalación de luz y agua
- Pintada tanto de la parte interior como exterior
- Pegado de cerámica
- Otros

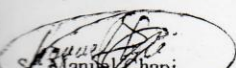
SEGUNDA: El señor Luis Martín Cuaspud cobra por mano de obra el valor de trescientos dólares (300 USD), por la totalidad de la obra, sin incluir pago de impuestos.

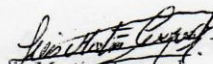
TERCERA. - La Asociación a través de tesorería entregará como anticipo el 50% de la totalidad del contrato, como anticipo y la diferencia una vez terminado el trabajo.

CUARTA. - La Asociación se compromete a dar todo el material de construcción necesario para la terminación de dicha obra. Además a poner un peón diario.

QUINTA. - El señor contratista se compromete a entregar la obra totalmente terminada y en el caso de la tina en condiciones de funcionamiento en un plazo de un mes, desde la fecha de suscripción del presente contrato.

Para constancia y fiel cumplimiento de lo estipulado en le presente contrato, las partes firman en unidad de acto en una original y dos copias con igual contenido y efecto legal, en el lugar y fecha arriba indicados.


Sr. Manuel Chapi
PRESIDENTE DE LA ASO. "SANTA BARBARA"


Sr. Luis Martín Cuaspud
CONTRATADO

SANTA BARBARA
MUNICIPIO - GUAYAS

ACTA ENTREGA – RECEPCION DE BIENES


En Santa Bárbara, a los quince días del mes de agosto del dos mil uno, se reúnen por una parte la Asociación Agro-Artesanal “SANTA BARBARA”, representado por el Señor Manuel Chapi PRESIDENTE DE LA ORGANIZACION, y por otra parte, la Señora Guadalupe Revelo Directora del Jardín de Infantes “Madre Maria Montesori”, para proceder a realizar la respectiva ENTREGA-RECEPCION de bienes pertenecientes a la Escuela.

El detalle es el siguiente:

- Un aula con piso, paredes y techo.
- Una batería sanitaria, solamente con la taza y sin tanque
- Dos lavabos colectivos y un urinario
- No tiene tres sanitarios, un tanque y una ducha
- El inmueble no dispone de instalaciones eléctricas, ni agua potable
- El cerramiento está inconcluso
- Las chapas de las puertas están en mal estado

La presente acta está avalizada por el contrato notariado por el Lic. Edgar Narváez Silva de la Notaría Segunda del Cantón Tulcán, de fecha 25 de octubre del 2000.

Para constancia de lo actuado, las partes firman en unidad de acto en original y tres copias del mismo tenor y contenido, en el lugar y fecha arriba indicados.


Prof. Guadalupe Revelo
DIRECTORA

ENTREGO CONFORME


Sr. Manuel Chapi
PRESIDENTE

RECIBO CONFORME

SEÑOR MINISTRO

Roberto Peñadiriñe

MINISTRO DE INDUSTRIAS COMERCIO E INTEGRACION

De nuestras consideraciones:

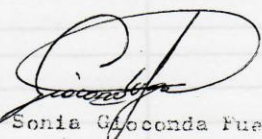
Los que suscribimos, en nombre y representación de quienes resolvieron constituir la Pre-Asociación Agroindustrial de Lácteos "Santa Bárbara", respetuosamente solicitamos a usted que, cumplidos los trámites de rigor se digne aprobar esta constitución para que adquiera personería jurídica; y concomitantemente apruebe también los Estatutos que regirán la vida de la Entidad.

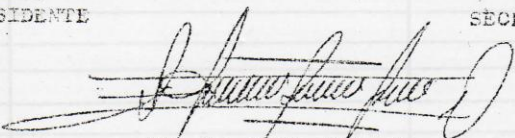
Como consta del Acta Constitutiva y de los Estatutos, la Entidad tiene altos propósitos de propender la creación de una Micro-empresa Artesanal de Procesamiento y comercialización Agroindustrial de los derivados lácteos.

La obra que estamos empeñados en llevar adelante prestará servicios dentro de la comunidad y de esta manera mejorar el nivel de vida, de todos y cada uno que estamos llevando a que se forme esta noble Institución.

Del señor Ministro, muy atentamente.


Sr. Manuel Esteban Chapi
PRESIDENTE


Srta. Sonia Glorinda Fúel
SECRETARIA


Dr. Fernando Folo Luna

Abogado. Matrícula 109 CAC.

Dir. Jurídica

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR INDUSTRIALIZACION Y PESCA M. C. I. I. 15 MAY 2000 ARCHIVO GENERAL

MANO DE OBRA DE LOS TRABAJADORES

suelo anual	3816
aporte iess	463,64
liquido	4279,64
fondos de reserva	
vacaciones	159
13	318
14	318

subtotal 5074,64
*3 trabajadores 15223,93
total de sueldos

se paga a partir del segundo año
consultado con
el Dr. Eugenio Domínguez especializado en materia Laboral