



CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA  
UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en  
Administración Bancaria y Financiera

Autor: Ligia Magali Pila Salazar

Tutor: Ing. Lucy Rueda

QUITO, ABRIL DEL 2015

## DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, autentica, personal, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

---

Ligia Magali Pila Salazar  
C.C. 171980751-1

## CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS

### PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Ligia Magali Pila Salazar por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: ANTECEDENTE.- a)** El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración bancaria y financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. ", con la finalidad de generar fuentes de empleo en el País, de acuerdo al Plan Nacional del Buen Vivir . Otro parámetro importante a

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

considerar está basado en el cambio de la matriz productiva, a fin de que el Ecuador sea un país exportador y se disminuya sustancialmente las importaciones, esta transformación beneficiará a los ecuatorianos y de esa manera promoverá el desarrollo socioeconómico del país.

**SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.-** Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del programa de ordenador descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción del programa de ordenador por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública del software; c) La distribución pública de ejemplares o copias, la comercialización, arrendamiento o alquiler del programa de ordenador; d) Cualquier transformación o modificación del programa de ordenador; e) La protección y registro en el IEPI el programa de ordenador a nombre del Cesionario; f) Ejercer la protección jurídica del programa de ordenador; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

**TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-** El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

**CUARTA: CUANTIA.-** La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

**QUINTA: PLAZO.-** La vigencia del presente contrato es indefinida.

**SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-** Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

**SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-** Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los 20 días del mes de Abril del dos mil quince

f) \_\_\_\_\_

C.C. N° 1719807511

**CEDENTE**

f) \_\_\_\_\_

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

**CESIONARIO**

## AGRADECIMIENTO

Gracias a los Ingenieros quienes han transmitido sus conocimientos profesionales, en especial a la Ing. Lucy Rueda por el valioso aporte no solo profesional, también humano por estar ahí siempre brindando sus conocimientos para de esa manera poder terminar con esta dura prueba y poder terminar un escalón más en nuestras vidas.

## **DEDICATORIA**

A mis padres por su apoyo incondicional.

A mis hijos por su eterna inspiración.

A mi esposo por no permitir que me rinda

y estar mi lado en los momentos más difíciles.

## ÍNDICE

DECLARATORIA .....	ii
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS .....	iii
PROPIEDAD INTELECTUAL .....	iii
DEDICATORIA .....	viii
ÍNDICE .....	ix
ÍNDICE DE TABLAS .....	xiv
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	xviii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxi
ABSTRACT .....	xxiii
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1    Justificación .....	1
CAPÍTULO II.....	8
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	8
2.1    Ambiente externo.....	8
2.1.1    Factor económico.....	8
2.1.1.1    Inflación.....	9
2.1.1.2    Tasas de interés.....	11
2.1.1.2.1    Tasa de interés activa.....	11
2.1.1.2.2    Tasa de interés pasiva.....	12
2.1.1.3    Producto Interno Bruto.....	14
2.1.1.4    PIB Per cápita.....	16
2.1.1.5    Balanza comercial.....	18
2.1.1.5.1    Exportaciones.....	19
2.1.1.5.2    Importaciones.....	22
2.1.1.6    Riesgo país.....	23
2.1.2    Factor social.....	25
2.1.3    Factor legal.....	27

2.1.4	Factor tecnológico.....	30
2.2	Entorno local .....	31
2.2.1	Clientes.....	31
2.2.2	Proveedores.....	32
2.2.3	Competidores. ....	33
2.3	Análisis interno.....	34
2.3.1	Propuesta Estratégica. ....	34
2.3.1.1.	Misión.....	35
2.3.1.2.	Visión. ....	35
2.3.1.3.	Objetivos.....	36
2.3.1.3.1	<i>Objetivo General.</i> ....	36
2.3.1.3.2	<i>Objetivos Específicos.</i> ....	36
2.3.1.4.	Principios y/o valores.....	37
2.3.2	Gestión administrativa.....	38
2.3.3	Gestión operativa.....	41
2.3.4	Gestión comercial. ....	42
2.3.4.3	Marketing mix. ....	44
2.3.4.3.1	<i>Producto.</i> .....	44
2.3.4.3.2	<i>Precio.</i> ....	46
2.3.4.3.3	<i>Distribución.</i> .....	46
2.3.4.3.4	<i>Comunicación.</i> .....	47
2.4	Análisis FODA .....	48
CAPÍTULO III.....		51
ESTUDIO DE MERCADO .....		51
3.1	Análisis del consumidor.....	51
3.1.1	Determinación de la población y muestra. ....	51
3.1.1.1	Población. ....	51
3.1.1.2	Muestra.....	52
3.1.2	Técnicas de obtención de información.....	53
3.1.2.1	Formato de la encuesta.....	54

3.1.3	Análisis de la información. ....	56
3.2	Demanda.....	66
3.2.1	Demanda histórica. ....	66
3.2.2	Demanda actual. ....	66
3.2.3	Demanda proyectada. ....	67
3.3	Oferta .....	68
3.3.2	Oferta actual.....	69
3.3.3	Oferta proyectada.....	70
3.3.4	Balance oferta – demanda. ....	70
3.3.5	Balance actual. ....	71
3.3.6	Balance proyectado. ....	71
CAPÍTULO IV	.....	73
ESTUDIO TÉCNICO	.....	73
4.1	Tamaño del proyecto .....	73
4.1.1	Capacidad instalada.....	74
4.1.2	Localización óptima. ....	74
4.2	Localización .....	75
4.2.1	Macro – localización. ....	76
4.2.2	Micro – localización.....	77
4.2.3	Localización óptima. ....	78
4.3	Ingeniería del producto .....	79
4.3.1	Definición del bien y servicio.....	79
4.3.2	Distribución de la planta. ....	81
4.3.3	Proceso productivo.....	89
4.3.4	Maquinaria y equipos. ....	90
4.3.4.1	Maquinaria y equipos para la producción de leche. ....	90
4.3.4.2	Maquinaria y equipos para la producción de yogurt.....	97
4.3.4.3	Maquinaria y equipos para la producción de mantequilla. ....	98
CAPÍTULO V	.....	100
ESTUDIO FINANCIERO	.....	100

5.1	Ingresos operacionales y no operacionales .....	100
5.1.1	Ingresos operacionales.....	100
5.1.2	Ingresos no operacionales. ....	104
5.2	Costos.....	104
5.2.1	Costos directos. ....	105
5.2.2	Costos indirectos.....	106
5.2.3	Gastos administrativos.....	107
5.2.4	Gasto de venta. ....	109
5.2.5	Gastos financieros.....	110
5.2.6	Costos Fijos y Costos Variables.....	111
5.3	Inversiones del proyecto .....	113
5.2.1	Inversión fija. ....	114
5.2.1.1	Activos Fijos.....	114
5.3.1.2	Activos nominales (diferido). ....	114
5.2.2	Capital de trabajo. ....	115
5.2.3	Fuentes de financiamiento y uso de fondos. ....	116
5.2.4	Amortización de los financiamientos (tabla de amortización).....	117
5.2.5	Depreciaciones (tabla de depreciación).....	118
5.3.6	Proyección de costos y gastos. ....	119
5.2.6	Estado de situación inicial.....	121
5.2.7	Estado de resultados proyectado (5 años).....	122
5.2.8	Flujo de caja.....	123
5.3	Evaluación .....	125
5.3.1	Tasa de descuento. ....	125
5.3.2	Valor actual neto (VAN).....	126
5.3.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	127
5.4.4	PRI (Periodo de recuperación de la inversión).....	128
5.4.5	RBC (Relación costo beneficio).....	129
5.4.6	Punto de equilibrio. ....	130
5.4.7	Análisis de índices financieros. ....	132

CAPÍTULO VI .....	135
ANÁLISIS DE IMPACTOS .....	135
6.1    Impacto ambiental .....	135
6.2    Impacto económico .....	136
6.3    Impacto productivo .....	136
6.4    Impacto social.....	137
CAPÍTULO VII .....	138
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	138
7.1    Conclusiones .....	138
7.2    Recomendaciones .....	139
BIBLIOGRAFÍA.....	141
NETGRAFIA.....	142
ANEXOS (APÉNDICES) .....	145

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tasas de inflación.....	9
Tabla 2 Tasas de interés activo y pasivo.....	13
Tabla 3 Riesgo país. ....	24
Tabla 4 Proveedores.....	33
Tabla 5 Matriz FODA Oportunidades y Amenazas.....	48
Tabla 6 Matriz FODA Fortalezas y Debilidades.....	49
Tabla 7 Adquisición de productos lácteos.....	56
Tabla 8 Productos lácteos que adquiere con mayor frecuencia.....	57
Tabla 9 Sabores que prefiere de yogurt.....	58
Tabla 10 Preferencia de la leche.....	59
Tabla 11 Presentación de la mantequilla.....	60
Tabla 12 Cantidad semanal aproximada de litros de leche que en su hogar se consume.....	61
Tabla 13 Cantidad semanal aproximada de frascos de yogurt hogar se consume.....	62
Tabla 14 Cantidad mensual aproximada de tarrinas de mantequilla.....	63
Tabla 15 Calidad de los productos lácteos que se ofertan actualmente.....	64
Tabla 16 Productos lácteos nuevos y de mejor calidad.....	65
Tabla 17 Proyección de la demanda.....	68
Tabla 18 Oferta actual.....	69

Tabla 19 Oferta proyectada .....	70
Tabla 20 Balance actual.....	71
Tabla 21 Cálculo de la demanda insatisfecha.....	71
Tabla 22 Capacidad del proyecto.....	74
Tabla 23 Capacidad optima del proyecto.....	75
Tabla 24 Macro localización.....	76
Tabla 25 Localización optima.....	78
Tabla 26 Distribución de la planta.....	81
Tabla 27 Códigos de cercanía.....	81
Tabla 28 Razones por procesos .....	82
Tabla 29 Maquinaria y equipos.....	99
Tabla 30 Capacidad de producción. ....	101
Tabla 31 Costo de producción.....	102
Tabla 32 Precio por producto.....	102
Tabla 33 Ingresos primer año.....	103
Tabla 34 Ingresos proyectados.....	104
Tabla 35 Materia prima.....	105
Tabla 36 Mano de obra.....	106
Tabla 37 Costos indirectos de fabricación.....	107
Tabla 38 Gastos administrativos.....	108

Tabla 39 Otros gastos administrativos.....	109
Tabla 40 Gastos de Venta.....	110
Tabla 41 Costos financieros.....	111
Tabla 42 Interés a pagar del préstamo.....	111
Tabla 43 Identificación de costos fijos y variables.....	112
Tabla 44 Costos fijos y variables.....	113
Tabla 45 Activos diferidos.....	114
Tabla 46 Capital de trabajo.....	115
Tabla 47 Inversión del proyecto fuentes y usos.....	116
Tabla 48 Tabla de amortización del capital.....	117
Tabla 49 Depreciación de activos.....	118
Tabla 50 Proyección de costos de producción.....	119
Tabla 51 Proyección de gastos administrativos.....	120
Tabla 52 Proyección de gastos de venta.....	120
Tabla 53 Estado de situación inicial.....	121
Tabla 54 Estado de resultados proyectado.....	122
Tabla 55 Flujo de caja proyectado.....	124
Tabla 56 TMAR.....	125
Tabla 57 Valor actual neto.....	126
Tabla 58 Tasa interna de retorno.....	127

---

Tabla 59 Periodo de la recuperación de la inversión.....	128
Tabla 60 Relación costo beneficio.....	129
Tabla 61 Comprobación del punto de equilibrio.....	131

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Tasas de inflación.....	10
Gráfico 2 Tasas de interés referenciales. ....	12
Gráfico 3 Crecimiento del PIB.....	12
Gráfico 4 PIB del ecuador.....	15
Gráfico 5 PIB Per cápita.....	17
Gráfico 6 Balanza Comercial.....	18
Gráfico 7 Exportaciones.....	20
Gráfico 8 Importaciones.....	22
Gráfico 9 Organigrama estructural.....	38
Gráfico 10 Logotipo de la empresa.....	43
Gráfico 11 Formato de tarjeta de presentación. ....	44
Gráfico 12 Adquisición de productos lácteos.....	56
Gráfico 13 Productos lácteos que adquiere con mayor frecuencia.....	57
Gráfico 14 Sabores que prefiere de yogurt.....	58
Gráfico 15 Preferencia de la leche.....	59
Gráfico 16 Presentación de la mantequilla.....	60
Gráfico 17 Cantidad semanal aproximada de litros de leche que en su hogar se consume.....	61

Gráfico 18 Cantidad semanal aproximada de frascos de yogurt hogar se consume.....	62
Gráfico 19 Cantidad mensual aproximada de tarrinas de mantequilla.....	63
Gráfico 20 Calidad de los productos lácteos que se ofertan actualmente.....	64
Gráfico 21 Productos lácteos nuevos y de mejor calidad.....	65
Gráfico 22 Macro localización.....	76
Gráfico 23 Micro localización.....	77
Gráfico 24 Matriz triangular.....	82
Gráfico 25 Distribución de la planta.....	83
Gráfico 26 Área administrativa 2m <sup>2</sup> .....	84
Gráfico 27 Área de Producción 20m <sup>2</sup> .....	85
Gráfico 28 Área Contable 2m <sup>2</sup> .....	85
Gráfico 29 Área Comercialización y Marketing 2m <sup>2</sup> .....	86
Gráfico 30 Secretaría y Recepción 2m <sup>2</sup> .....	86
Gráfico 31 Bodega de productos terminados 8m <sup>2</sup> .....	87
Gráfico 32 Bodega de Materia Prima 8m <sup>2</sup> .....	87
Gráfico 33 Bodega de Limpieza 5m <sup>2</sup> .....	88
Gráfico 34 Baño 2m <sup>2</sup> .....	88
Gráfico 35 Distribución de la planta.....	89
Gráfico 36 Tanque de Recepción de leche .....	90

Gráfico 37 Sistema de Tuberías para la Maquinaria .....	91
Gráfico 38 Homogeneizador de leche y otros lácteos.....	92
Gráfico 39 Pasteurizador de leche y otros lácteos .....	92
Gráfico 40 Envasadora de leche y otros lácteos.....	93
Gráfico 41 Congeladora de leche y otros lácteos.....	94
Gráfico 42 Acidómetro de leche y otros lácteos.....	94
Gráfico 43 Lactodensímetro.....	95
Gráfico 44 Pipeta.....	95
Gráfico 45 Balanza.....	96
Gráfico 46 Equipo Contra Incendio .....	96
Gráfico 47 Marmita volcablearia.....	97
Gráfico 48 Yogurtera inoxidable.....	98
Gráfico 49 Mantequillera.....	98
Gráfico 50 Punto de Equilibrio.....	132

## RESUMEN EJECUTIVO

“PROLACTEOS” es una microempresa de producción y comercialización que tiene como objetivo el fabricar productos como yogurt, leche y mantequilla con insumos naturales y de buena calidad, a fin de contribuir con la nutrición y salud de los consumidores del sector Sur del Distrito Metropolitano.

Para ello fue necesario elaborar un diagnóstico situacional a través del ambiente externo e interno para determinar el impacto que generará la microempresa y así ofrecer productos lácteos a un amplio segmento de consumidores potenciales representado por los habitantes del sector Sur de la ciudad de Quito.

De igual forma promover en el mercado el consumo de yogurt, leche y mantequilla elaborados con productos naturales y sin preservantes para posicionar a la microempresa en el corto y mediano plazo.

El presente estudio tiene la finalidad producir y comercializar los productos lácteos con el fin de buscar una mayor aceptación en el mercado

“PROLACTEOS” cuenta con colaboradores calificados por lo que se garantiza una eficiente producción y comercialización de lácteos con excelente calidad y que

satisfagan a los clientes. El gerente será la persona encargada de dirigir la microempresa, analizar y evaluar la consecución de objetivos y metas, para ello es necesario el apoyo del área productiva, comercial y contable, por lo que es necesario el trabajo en equipo.

Los resultados esperados para "PROLACTEOS" son positivos de acuerdo al estudio financiero realizado, la inversión será recuperable en 2 años y 1 mes, lo cual es favorable para la creación de esta microempresa.

## ABSTRACT

"PROLACTEOS" is a micro production and marketing that aims to make products such as yogurt, milk and butter with natural ingredients and good quality, so as to contribute to the nutrition and health of consumers in the southern sector of the Metropolitan District.

It was necessary to develop a situational analysis through the external and internal environment to determine the impact that generate micro dairy products and offer a wide range of potential consumers represented by the inhabitants of the southern sector of the city of Quito.

Likewise promote market consumption yogurt, milk and butter made with natural ingredients and no preservatives to position microenterprise in the short and medium term.

The present study aims to produce and market dairy products in order to seek greater market acceptance

"PROLACTEOS" has qualified so efficient production and marketing of dairy products with excellent quality guaranteed and satisfy customers collaborators. The manager is

---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

the person responsible for directing the micro, analyze and evaluate the achievement of goals and targets, for which the support of the productive, commercial and accounting area is necessary, so teamwork is necessary.

Expected to "PROLACTEOS" results are positive according to the study

I made financial, investment will be recovered in two years and one month, which is favorable for the creation of this microenterprise.

## CAPÍTULO I

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1 Justificación

La alimentación es un elemento indispensable de la buena salud, es decir, para poder crecer, y obtener energías para desarrollar las actividades a las que está obligado el ser humano. Gran parte del bienestar de las personas se basa en una buena nutrición.

Este proyecto es de mucha importancia, ya que la microempresa productora y comercializadora de lácteos se estructurará en el sector Sur en el Distrito Metropolitano de Quito, a fin de ofrecer al consumidor productos lácteos que contengan una variedad de nutrientes como proteínas, calcio, potasio, magnesio, que desempeñan un papel importante en la salud como el mantenimiento de la densidad ósea y controlar la presión arterial.

Los habitantes del Sur de Quito tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local para poder alcanzar un mejor grado de salud en el futuro, se trata de construir la sociedad del buen vivir, por lo tanto el proceso de nutrición es una apuesta a un cambio que se

construye continuamente desde esas reivindicaciones por reforzar una visión de una mejor alimentación en nuestra vida cotidiana.

Lo que se quiere con la microempresa, es contribuir la calidad de vida de los habitantes del sur de Quito, avanzar en la aplicación de los procesos de producción, estudiar un mercado en específico, aprender a manejar un negocio, ofrecer empleo, llevar un producto de primera necesidad a la comunidad y fomentar el desarrollo industrial.

Las posibilidades de crecimiento para la microempresa de lácteos son satisfactorias, ya que los ecuatorianos consumen estos productos mucho más que antes y lo hacen por salud, sabor y facilidad de los empaques.

Además la formación de esta microempresa será de gran rentabilidad tanto para los consumidores como para la inversionista, debido a que se aportará con productos de origen natural, con grandes cualidades nutritivas.

## 1.2 Antecedentes

Durante los últimos años en el Ecuador se han establecido industrias lácteas como Tony S.A., Chivería, Alpina, Kiosko, Agrícola Ganadera Reysahiway y Nestlé. Pero también existen las medianas y pequeñas empresas que se dedican a la comercialización de leche y yogurt. Sus productos se encuentran distribuidos en supermercados, tiendas, micro-mercados, ferias libres, bares de escuelas, colegios, entre otros.

“La tendencia del consumo de lácteos en Ecuador es creciente, se proyecta que el consumo de incremento a alrededor de 100 litros anuales per cápita como resultado de mayores ingresos de las familias ecuatorianas.” (Pro Ecuado, 2013-2014)

El cambio de la matriz productiva que impulsa el Gobierno ecuatoriano busca la sustitución de importaciones de yogurt, suero deshidratado, leche condensada y evaporada e incrementar la productividad y la calidad en innovación, tecnología y conocimiento.

Ecuador dispone de condiciones geográficas y climáticas necesarias para la cría de ganado lechero, tiene un excelente sistema vial, centros de acopio con frío, reducción del costo de energía eléctrica que son entre otros factores los que facilitan la inversión.

Con el transcurso del tiempo la industria láctea se ha visto en la necesidad de mejorar su producción que se comercializa a nivel mundial, debido al gran desarrollo y avance que ha tenido la tecnología. Esto ha dado lugar a la creación de grandes, medianas y pequeñas empresas, las cuales a través de sus ventajas competitivas ofrecen una amplia gama de productos cada vez más innovadores aunque con muchos químicos pero diversificando constantemente sus líneas de producción.

Las empresas lácteas más importantes que producen y comercializan lácteos en Ecuador se mencionan a continuación:

Andina, durante sus 25 años de experiencia en el mercado lácteo, siempre ha mantenido una relación directa con los ganaderos, trabajan sólo con ordeña mecánica y cuentan en sitio con tanques fríos para que la leche tenga una excelente calidad.

“Andina tiene una producción de aproximadamente 110 mil litros de leche diarios, cantidad que se divide en sus diversas líneas de producción: leche UHT en cartón y funda, entera, semidescremada y light, y yogurt.” (Industria Alimenticia, 2007)

Esta empresa pertenece al Grupo Gloria que cuenta con empresas lácteas en Perú, Bolivia, Puerto Rico, Argentina, Colombia y Ecuador.

Con fuertes expectativas de crecimiento, en Andina desean tener una amplia distribución tanto a los segmentos altos como a los de bajos ingresos, están tratando que las autoridades les permitan procesar lácteos con proteínas de soya a precios accesibles y lograr el aumento del consumo lácteo y complementar la nutrición con productos de calidad.

Pasteurizadora Quito, es una de las empresas grandes que incursionó de manera directa en el procesamiento de la leche UHT, es Pasteurizadora Quito, empresa que por 46 años ha formado parte de la industria láctea del país. Esta empresa que, con su Leche VITA PREMIUM atiende el 80% del mercado en la Ciudad de Quito y está certificada bajo la norma ISO incluyendo su sistema de control vehicular satelital, que permite conocer la localización de sus tanques y así asegurar la calidad de su materia prima.

La Pasteurizadora Quito cuenta con materia prima de la mejor calidad, debido a una tecnología de última generación que va desde el asesoramiento en la finca, manejo de ganado, ordeño mecánico, enfriamiento y transporte de la leche, trabajan en diversas líneas de producción: leche pasteurizada, yogurt de diferentes sabores, quesos frescos, crema, dulce de leche, leche UHT en Sachet y brick, leche normal, semidescremada, descremada con fibra, deslactosada y leches saborizadas con chocolate, vainilla, naranja y frutilla (fresa).

“En lo referente a la línea de quesos frescos, la empresa ha establecido un departamento especial para su desarrollo y al cual recurren los estudiantes de diversas universidades de Ecuador a realizar el entrenamiento práctico para facilitar este aprendizaje.” (Industria Alimenticia, 2007)

Para Pasteurizadora Quito, el crecimiento dentro de la industria láctea va encaminado a la exportación. Con este fin, están renovando sus equipos y acaban de adquirir de la firma Adinox nuevos equipos de proceso y embasamiento asépticos para sachets.

El Ranchito es considerado una empresa mediana ecuatoriana. Según una revista local, esta empresa en 2004 tenía el 80% del mercado de la zona de Cotopaxi, mientras que a nivel nacional se coloca en cuarto lugar.

El Ranchito comenzó como una empresa que producía quesos en forma artesanal, hoy sus líneas de producción comprenden: leche fluida pasteurizada en cartón y en funda de polietileno, yogurt en vaso y en funda, naranjada y limonada, quesos y mantequilla.

Ecuallac es una empresa lechera mediana que nació en 2004, por la necesidad de procesar la leche que producían y entregar productos de calidad al mercado ecuatoriano.

“La producción diaria de Ecuilac es de 35 mil litros de leche diarios en total; de esta cantidad 5 mil litros se destinan para procesar derivados como el yogurt y quesos, y los 30 mil restantes se utilizan para leche UHT ultra pasteurizada en funda.” (Industria Alimenticia, 2007)

Los productos de Ecuilac son distribuidos directamente por la empresa a provincias como Pichincha, Imbabura, Esmeraldas, Guayas y Manta.

La empresa cuenta con tres líneas de producción, a saber, leche fluida pasteurizada y ultra pasteurizada, quesos y yogurt. A fin de expandir su línea Ecuilac lanzará al mercado una cuarta línea que será de dulce de leche, más conocido en el mercado ecuatoriano como “el manjar”.

## CAPÍTULO II

### ANÁLISIS SITUACIONAL

#### 2.1 Ambiente externo

Los factores externos son aquellos que influyen de manera importante en cualquier tipo de empresa, son fuerzas en las que no se puede ejercer control y pueden ocasionar cambios en las áreas de la empresa.

Estos factores son de carácter económico, social, legal, tecnológico entre otros.

##### 2.1.1 Factor económico.

La economía ecuatoriana ha presentado un continuo crecimiento durante los últimos años dejando en el pasado la recesión y la crisis, ya que en el gobierno del Ec. Rafael Correa se pagó toda la deuda con el FMI lo que permitió alejarse de sus imposiciones que limitaban el gasto público en el país.

Ecuador ha concentrado sus esfuerzos en diversificar su matriz energética, pagar la enorme deuda social e incrementar la inversión pública en infraestructuras: hidroeléctricas, carreteras, aeropuertos, hospitales, colegios, etc.

### 2.1.1.1 Inflación.

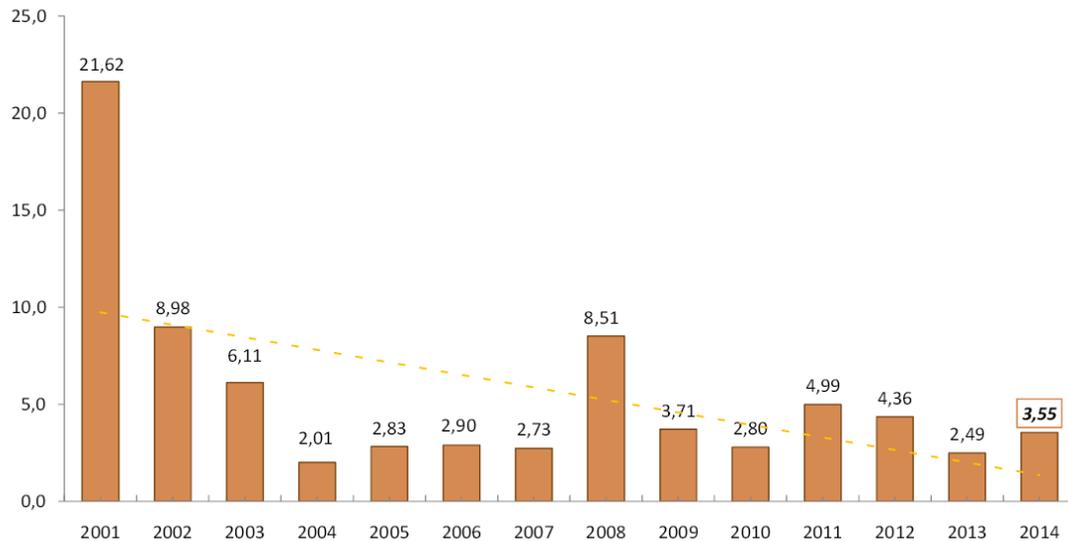
“La inflación es una medida económica que indica el crecimiento generalizado de los precios de bienes, servicios y factores productivos dentro de una economía en un periodo determinado.” (debitoor, 2014)

**Tabla 1**  
**Tasas de inflación**

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %
Diciembre-31-2013	2.70 %
Noviembre-30-2013	2.30 %
Octubre-31-2013	2.04 %
Septiembre-30-2013	1.71 %
Agosto-31-2013	2.27 %
Julio-31-2013	2.39 %
Junio-30-2013	2.68 %
Mayo-31-2013	3.01 %

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 1.** Inflación del Ecuador

**Fuente:** Banco Central del Ecuador: Reporte Mensual De Inflación

Ecuador obtuvo una inflación de 3.76% en el mes de noviembre de 2014 frente al 2.30% del mismo mes del año anterior, según el último reporte de indicadores económicos, publicado por el Banco Central del Ecuador. La división de alimentos y bebidas no alcohólicas es la que más contribuyó a la inflación con el 69,33% del total, seguida por alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles con el 25,82%.

La inflación del 2013 al 2014 se ha incrementado, por lo que la especulación de precios si puede afectar a los productos lácteos, por ende es necesario tomar medidas pertinentes respecto a la fijación de precios para ofrecer un producto de acuerdo a las

necesidades de los clientes potenciales y a la vez que de utilidad económica a la microempresa.

“La canasta básica se ubicó en \$ 644,74, mientras el ingreso familiar mensual con 1,6 perceptores es de \$ 634,67.” (INEC, 2014)

Actualmente la canasta básica tiene un costo superior al salario básico unificado que es de \$354.00, el mismo que no cubre las necesidades de vivienda, alimentación, educación, vestimenta, etc. de las familias ecuatorianas. El valor de la canasta básica es muy alto en comparación al salario básico unificado, pero esto no afecta al proyecto debido a que actualmente los lácteos son productos de primera necesidad y los clientes los consumen para el bienestar de su salud.

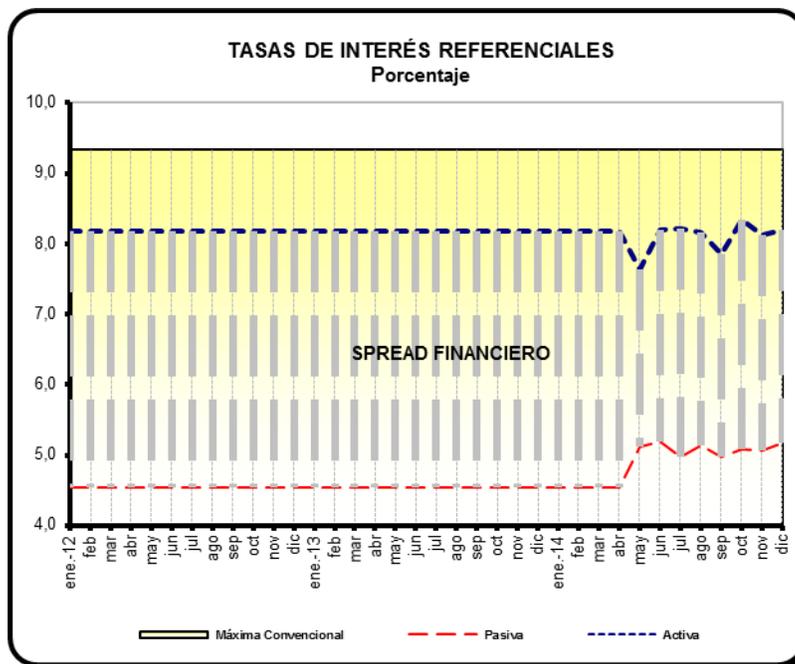
### *2.1.1.2 Tasas de interés.*

#### *2.1.1.2.1 Tasa de interés activa.*

“La tasa activa referencial es igual al promedio ponderado semanal de las tasas de operaciones de crédito de entre 84 y 91 días, otorgadas por todos los bancos privados, al sector corporativo.” (Superintendencia de Bancos, 2009)

### 2.1.1.2.2 Tasa de interés pasiva.

“La tasa pasiva referencial es igual a la tasa nominal promedio ponderada semanal de todos los depósitos a plazo de los bancos privados, captados a plazos de entre 84 y 91 días.” (Superintendencia de Bancos, 2009)



**Gráfico 2.** Tasas de interés referenciales

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Tabla 2**  
**Tasas de interés**

<b>Tasas de Interés Diciembre 2014</b>			
<b>TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES</b>			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.19	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.63	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.19	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.96	Consumo	16.30
Vivienda	10.73	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.32	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.16	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.57	Microcrédito Minorista	30.50
<b>TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO</b>			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	5.18	Depósitos de Ahorro	1.01
Depósitos monetarios	0.55	Depósitos de Tarjetahabientes	1.27
Operaciones de Reporto	0.08		
<b>TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO</b>			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	4.28	Plazo 121-180	5.70
Plazo 61-90	4.68	Plazo 181-360	6.15
Plazo 91-120	5.02	Plazo 361 y más	7.16
<b>TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS MÁXIMAS PARA LAS INVERSIONES DEL SECTOR PÚBLICO (regulación No. 009-2010)</b>			
<b>TASA BÁSICA DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR</b>			
<b>OTRAS TASAS REFERENCIALES</b>			
Tasa Pasiva Referencial	5.18	Tasa Legal	8.19
Tasa Activa Referencial	8.19	Tasa Máxima Convencional	9.33

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

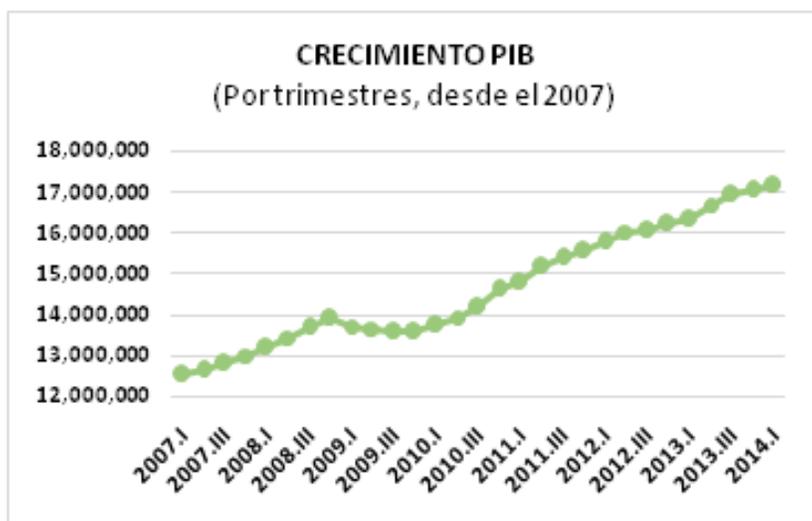
**Autor:** Ligia Pila

La tasa de Interés Activa representa el rendimiento que el usuario de un crédito paga la utilización de fondos de una institución financiera. Es decir es el porcentaje de interés que el cliente paga por un crédito concedido por el sector financiero en un periodo determinado. Por otro lado, la tasa de Interés Pasiva representa el rendimiento que la institución financiera paga a los propietarios de fondos o capital prestado. Es decir, es el porcentaje de interés que la institución financiera cancela a los clientes por sus depósitos en cuentas corrientes, de ahorros o inversiones.

Las tasas de interés pueden afectar al proyecto en el caso de que se incrementen, debido a que la microempresa para comenzar sus operaciones realizará un crédito, entonces el pago de intereses mayores a los presupuestados pueden incidir en la situación económico financiera.

### ***2.1.1.3 Producto Interno Bruto.***

“El Producto Interno Bruto (PIB) es el valor de los bienes y servicios de uso final generados por los agentes económicos durante un período. Su cálculo en términos globales y por ramas de actividad se deriva de la construcción de la Matriz Insumo Producto, que describe los flujos de bienes y servicios en el aparato productivo, desde la óptica de los productores y de los utilizadores finales.” (Banco Central del Ecuador, 2014)



**Gráfico 3.** Crecimiento del PIB por trimestres 2007 - 2014  
**Fuente:** Poderes, 2014

Miles de Dólares de 2007	I Trimestre 2013	I Trimestre 2014	Tasa Variación Anual	Contribución al Crecimiento
Agricultura	\$ 1,208,994.00	\$ 1,265,393.00	4.66%	0.34%
Acuicultura y pesca de camarón	\$ 85,417.00	\$ 108,472.00	21.14%	0.11%
Pesca (excepto camarón)	\$ 109,468.00	\$ 107,072.00	-2.19%	-0.01%
Petróleo y minas	\$ 1,608,213.00	\$ 1,804,973.00	12.23%	1.20%
Refinación de Petróleo	\$ 129,869.00	\$ 157,233.00	21.07%	0.17%
Manufactura (excepto refinación de petróleo)	\$ 1,935,096.00	\$ 2,017,248.00	4.25%	0.50%
Suministro de electricidad y agua	\$ 376,107.00	\$ 349,431.00	-7.09%	-0.16%
Construcción	\$ 1,620,068.00	\$ 1,757,618.00	8.49%	0.84%
Comercio	\$ 1,699,695.00	\$ 1,768,216.00	3.74%	0.39%
Alojamiento y servicios de comida	\$ 289,325.00	\$ 319,082.00	10.28%	0.18%
Transporte	\$ 1,066,016.00	\$ 1,133,404.00	6.32%	0.41%
Correo y Comunicaciones	\$ 592,053.00	\$ 573,690.00	-3.10%	-0.11%
Actividades de servicios financieros	\$ 460,662.00	\$ 465,601.00	1.07%	0.03%
Actividades profesionales, técnicas y administrativas	\$ 1,013,897.00	\$ 1,108,712.00	9.35%	0.58%
Enseñanza y Servicios sociales y de salud	\$ 1,343,257.00	\$ 1,366,000.00	1.69%	0.14%
Administración pública, de fensa; planes de seguridad social obligatoria	\$ 998,283.00	\$ 1,081,143.00	3.29%	0.20%
Servicio doméstico	\$ 43,849.00	\$ 45,598.00	3.99%	0.01%
Otros Servicios *	\$ 1,107,897.00	\$ 1,140,312.00	2.93%	0.20%
Otros Elementos del PIB	\$ 664,759.00	\$ 646,935.00	-2.68%	-
<b>TOTAL PIB</b>	<b>\$ 16,352,905.00</b>	<b>\$ 17,156,133.00</b>	<b>4.91%</b>	

**Gráfico 4.** PIB del Ecuador del primer trimestre 2013 y 2014  
**Fuente:** Poderes, 2014

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

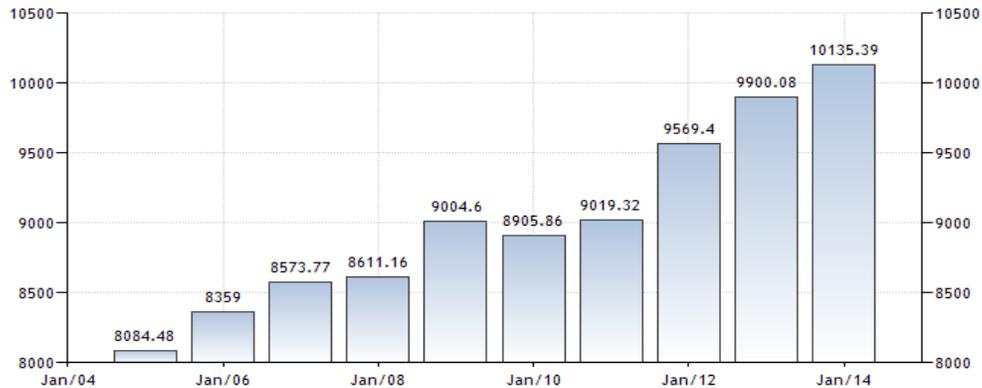
El PIB presentó un crecimiento de 4,91% con respecto al primer trimestre del año 2013. Los sectores que contribuyeron a este incremento anual fueron: Petróleo y Minas, 1,20%; Construcción, 0,84%; Actividades profesionales, técnicas y administrativas, 0,58%; y Manufactura, 0,50%.

Los sectores anteriormente citados durante el año 2013 han presentado una mayor solidez y han aportado a un mayor crecimiento y desarrollo económico. Por otro lado, los sectores que más crecieron en este periodo fueron Acuicultura-Pesca de Camarón, y Refinación de Petróleo.

El sector manufacturero ha ido creciendo satisfactoriamente y por ello representa el 0.50% del PIB, esto beneficia al proyecto ya que la microempresa de lácteos forma parte de la actividad industrial del país, la cual contribuye al desarrollo productivo del mismo.

#### ***2.1.1.4 PIB Per cápita.***

“El PIB per cápita es el producto interno bruto dividido por la población a mitad de año. El PIB es la suma del valor agregado bruto de todos los productores residentes en la economía más todo impuesto a los productos, menos todo subsidio no incluido en el valor de los productos.” (Sistema de información estadística del Banco Mundial (BM), 2009 -2010)



**Gráfico 5.** PIB Per cápita por habitante 2014

**Fuente:** Trading Economics, 2014

El PIB Per cápita en enero del 2014 es de 10.135.39 por cada ciudadano del país, el cual se espera que siga aumentando en los próximos años, si se deduce que el Ecuador tiene el PIB en \$10.135.39 por cada persona, el nivel socioeconómico del país aumenta y de esa manera cada individuo tiene más posibilidades para adquirir los nuevos productos y servicios que se están generando.

El aumento del PIB per cápita es fundamental para el desarrollo de la microempresa de lácteos, ya que los habitantes del Sur de la ciudad de Quito incrementarían su nivel socioeconómico cada año y ello garantiza la accesibilidad de los clientes por los productos lácteos.

### 2.1.1.5 Balanza comercial.

“La balanza comercial se considera como el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período, usualmente puede ser mensual, trimestral o anual. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones.”

(Blogspot, 2010)

**BALANZA COMERCIAL (1)**  
*Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones*

	Ene - Sep 2011		Ene - Sep 2012		Ene - Sep 2013		Ene - Sep 2014		Variación 2014 / 2013	
	TM	Valor USD FOB	TM	Valor USD FOB						
<b>Exportaciones totales</b>	<b>20,826</b>	<b>16,650.4</b>	<b>21,258</b>	<b>18,163.5</b>	<b>21,772</b>	<b>18,550.6</b>	<b>22,976</b>	<b>19,946.4</b>	<b>5.5%</b>	<b>7.5%</b>
<i>Petroleras</i>	14,478.0	9,739.8	15,113.4	10,777.5	15,323.8	10,707.5	16,054.0	10,698.5	4.8%	-0.1%
<i>No petroleras</i>	6,347.9	6,910.6	6,145.0	7,386.1	6,448.2	7,843.1	6,922.4	9,247.8	7.4%	17.9%
<b>Importaciones totales</b>	<b>10,557</b>	<b>16,824.2</b>	<b>10,594</b>	<b>18,170.9</b>	<b>11,935</b>	<b>19,538.5</b>	<b>12,579</b>	<b>19,444.1</b>	<b>5.4%</b>	<b>-0.5%</b>
<i>Bienes de consumo</i>	892	3,491.7	851	3,684.7	731	3,686.9	840	3,643.6	14.8%	-1.2%
<i>Traffico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	n.d.	98.5	n.d.	120.9	3.4	158.9	3.5	175.2	5.7%	10.3%
<i>Materias primas</i>	5,472	5,317.5	5,471	5,463.7	6,346	6,000.3	6,420	5,987.6	1.2%	-0.2%
<i>Bienes de capital</i>	376	4,134.3	421	4,920.2	437	5,163.2	428	4,865.0	-2.1%	-5.8%
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	3,814	3,713.1	3,848	3,944.4	4,416	4,449.3	4,887	4,728.8	10.7%	6.3%
<i>Diversos</i>	3.4	28.1	3.4	32.4	5.0	47.0	4.1	36.7	-19.0%	-22.0%
<i>Ajustes (3)</i>		41.0		4		32.9		7.1		-78.5%
<b>Balanza Comercial - Total</b>		<b>-173.8</b>		<b>-7.38</b>		<b>-987.89</b>		<b>502.3</b>		<b>150.8%</b>
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		6,026.7		6,833.1		6,258.2		5,969.7		-4.6%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-6,200.5		-6,840.4		-7,246.1		-5,467.4		24.5%

**Gráfico 6.** Balanza Comercial

**Fuente:** Banco Central del Ecuador, SENAE, SHE, EP Petroecuador.

La balanza comercial durante el período enero-septiembre de este año registró un superávit de \$ 502,3 millones. Este resultado muestra que el comercio internacional ecuatoriano tuvo una recuperación de 150.8%.

La balanza comercial petrolera, en el período analizado, presentó un saldo favorable de \$ 5.969,7 millones; 4.6% menor que el superávit obtenido en los nueve primeros meses de 2013, que fue de \$ 6.258,2 millones. De acuerdo al BCE, esta caída responde a una disminución en el precio promedio del barril exportado en 5%, pasando de \$ 97,9 a \$93. En volumen las ventas externas petroleras fueron 4,8% superiores en los períodos analizados.

Por su parte la balanza comercial no petrolera, registrada en el período enero-septiembre, disminuyó su déficit en 24,5%, frente al resultado contabilizado en 2013, al pasar de -\$ 7.246,1 millones a -\$ 5.467,4 millones.

#### *2.1.1.5.1 Exportaciones.*

“Una exportación es cualquier bien o servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero.” (Slideshare, 2014)

## EXPORTACIONES (1)

Miles de Toneladas métricas, millones de USD FOB

	Ene - Sep 2012				Ene - Sep 2013				Ene - Sep 2014				Variación 2014 / 2013		
	a	b	b/a	Partic. en valor	a	b	b/a	Partic. en valor	a	b	b/a	Partic. en valor	TM	Valor USD FOB	Valor unitario
	TM	Valor USD FOB	Valor unitario		TM	Valor USD FOB	Valor unitario		TM	Valor USD FOB	Valor unitario				
<b>Exportaciones Totales</b>	<b>21,258</b>	<b>18,163.5</b>			<b>21,772</b>	<b>18,550.6</b>			<b>22,976</b>	<b>19,946.4</b>			<b>5.5%</b>	<b>7.5%</b>	
<b>Petroleras</b>	<b>15,113</b>	<b>10,777.5</b>	<b>99.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>15,324</b>	<b>10,707.5</b>	<b>97.4</b>	<b>100.0%</b>	<b>16,054</b>	<b>10,698.5</b>	<b>93.1</b>	<b>100.0%</b>	<b>4.8%</b>	<b>-0.1%</b>	
<b>Crudo</b>	<b>13,813</b>	<b>9,853.6</b>	<b>99.8</b>	<b>91.4%</b>	<b>14,553</b>	<b>10,189.1</b>	<b>97.9</b>	<b>95.2%</b>	<b>15,772</b>	<b>10,489.4</b>	<b>93.0</b>	<b>98.0%</b>	<b>8.4%</b>	<b>2.9%</b>	<b>-5.0%</b>
EP Petroecuador	12,039	8,620.5	100.1	80.0%	12,866	9,032.0	98.2	84.4%	14,182	9,452.1	93.2	88.3%	10.2%	4.7%	-5.1%
Crudo Oriente	8,143	5,881.1	101.0	54.6%	8,535	6,086.2	99.7	56.8%	9,115	6,168.4	94.6	57.7%	6.8%	1.4%	-5.1%
Crudo Napo	3,896	2,739.4	98.3	25.4%	4,331	2,945.9	95.1	27.5%	5,066	3,283.7	90.6	30.7%	17.0%	11.5%	-4.7%
SH Tarifa Cías. Priv. Prest. Servicio (2)	1,773	1,233.1	97.2	11.4%	1,687	1,157.1	95.9	10.8%	1,590	1,037.3	91.3	9.7%	-5.8%	-10.4%	-4.9%
Compañías privadas Ctto. Participación	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Derivados</b>	<b>1,301</b>	<b>923.9</b>	<b>93.0</b>	<b>8.6%</b>	<b>771</b>	<b>518.4</b>	<b>88.0</b>	<b>4.8%</b>	<b>282</b>	<b>209.1</b>	<b>96.9</b>	<b>2.0%</b>	<b>-63.4%</b>	<b>-59.7%</b>	<b>10.1%</b>
<b>No Petroleras</b>	<b>6,145</b>	<b>7,386.1</b>		<b>100.0%</b>	<b>6,448</b>	<b>7,843.1</b>		<b>100.0%</b>	<b>6,922</b>	<b>9,247.8</b>		<b>100.0%</b>	<b>7.4%</b>	<b>17.9%</b>	
<b>Tradicionales</b>	<b>4,316</b>	<b>3,285.7</b>		<b>44.5%</b>	<b>4,573</b>	<b>3,689.3</b>		<b>47.0%</b>	<b>4,939</b>	<b>4,691.4</b>		<b>50.7%</b>	<b>8.0%</b>	<b>27.2%</b>	
Banano y Plátano	3,938	1,575.9	400.2	21.3%	4,195	1,761.9	420.0	22.5%	4,480	1,941.3	433.3	21.0%	6.8%	10.2%	3.2%
Camarón	159	966.1	6,078.3	13.1%	163	1,228.9	7,525.0	15.7%	221	1,935.1	8,774.2	20.9%	35.0%	57.5%	16.6%
Cacao y elaborados	116	306.8	2,634.1	4.2%	130	327.8	2,517.5	4.2%	148	470.6	3,177.3	5.1%	13.7%	43.5%	26.2%
Atún y pescado	64	246.8	3,855.2	3.3%	56	205.2	3,656.1	2.6%	67	213.8	3,190.4	2.3%	19.4%	4.2%	-12.7%
Café y elaborados	39	190.1	4,893.0	2.6%	28	165.5	5,964.8	2.1%	24	130.6	5,511.4	1.4%	-14.6%	-21.0%	-7.6%
<b>No Tradicionales</b>	<b>1,829</b>	<b>4,100.4</b>		<b>55.5%</b>	<b>1,876</b>	<b>4,153.8</b>		<b>53.0%</b>	<b>1,983</b>	<b>4,556.5</b>		<b>49.3%</b>	<b>5.7%</b>	<b>9.7%</b>	
Enlatados de pescado	167	795.1	4,753.4	10.8%	203	1,054.7	5,195.1	13.4%	214	975.5	4,566.5	10.5%	5.2%	-7.5%	-12.1%
Productos mineros	32	308.7	9,637.5	4.2%	98	391.7	4,012.8	5.0%	145	825.9	5,699.2	8.9%	48.4%	110.8%	42.0%
Flores Naturales	92	570.4	6,184.7	7.7%	109	607.8	5,578.6	7.7%	108	622.9	5,787.3	6.7%	-1.2%	2.5%	3.7%
Otras Manufacturas de metal	74	282.9	3,827.3	3.8%	77	262.2	3,420.2	3.3%	79	254.8	3,211.5	2.8%	3.5%	-2.8%	-6.1%
Extractos y aceites vegetales	259	302.7	1,168.0	4.1%	213	202.6	949.8	2.6%	217	229.8	1,058.7	2.5%	1.8%	13.4%	11.5%
Manuf.de cuero, plástico y caucho	44	153.9	3,489.5	2.1%	46	158.0	3,425.4	2.0%	49	161.9	3,283.2	1.8%	6.9%	2.4%	-4.2%
Madera	189	118.1	624.7	1.6%	237	129.2	545.6	1.6%	340	163.9	482.4	1.8%	-43.5%	26.9%	-11.6%
Jugos y conservas de frutas	46	98.3	2,132.2	1.3%	44	109.0	2,463.6	1.4%	54	148.9	2,760.4	1.6%	21.9%	36.6%	12.0%
Vehículos	31	328.6	10,740.0	4.4%	16	138.8	8,420.2	1.8%	9	116.5	12,300.9	1.3%	-42.6%	-16.1%	46.1%
Químicos y fármacos	53	203.7	3,878.3	2.8%	83	139.5	1,683.3	1.8%	53	117.3	2,221.5	1.3%	-36.3%	-15.9%	32.0%
Elaborados de banano	95	67.8	714.1	0.9%	87	67.3	777.1	0.9%	125	90.8	726.3	1.0%	44.5%	35.0%	-6.5%
Otras manuf.textiles	20	87.0	4,458.3	1.2%	20	83.8	4,234.3	1.1%	20	81.6	4,031.8	0.9%	2.2%	-2.7%	-4.8%
Harina de pescado	67	78.1	1,166.0	1.1%	80	118.6	1,491.6	1.5%	51	71.7	1,399.0	0.8%	-35.6%	-39.6%	-6.2%
Manuf. de papel y cartón	42	45.7	1,082.3	0.6%	48	45.6	942.4	0.6%	57	55.4	974.0	0.6%	17.4%	21.4%	3.3%
Tabaco en rama	4	34.7	9,532.0	0.5%	4	37.5	9,458.5	0.5%	4	42.6	10,522.0	0.5%	2.2%	13.7%	11.2%
Maderas terciadas y prensadas	140	49.3	352.8	0.7%	101	40.4	398.6	0.5%	85	36.6	430.5	0.4%	-16.0%	-9.3%	8.0%
Fruta	96	35.1	367.0	0.5%	55	25.5	465.3	0.3%	54	26.6	494.7	0.3%	-1.9%	4.3%	6.3%
Otros elaborados del mar	15	24.6	1,619.2	0.3%	20	37.2	1,831.0	0.5%	15	24.0	1,565.2	0.3%	-24.6%	-35.6%	-14.5%
Prendas de vestir de fibras textiles	1	17.4	14,140.0	0.2%	1	18.7	14,749.6	0.2%	1	19.1	14,264.6	0.2%	5.7%	2.2%	-3.3%
Abacá	9	13.7	1,537.5	0.2%	7	10.6	1,494.7	0.1%	6	9.5	1,539.6	0.1%	-13.2%	-10.6%	3.0%
Otros	353	484.6		6.6%	326	475.2		6.1%	296	481.3		5.2%	-9.3%	1.3%	

## Gráfico 7. Exportaciones

Fuente: Banco Central del Ecuador, SENAE, SHE, EP Petroecuador.

Las exportaciones, durante el período enero-septiembre de 2014, alcanzaron \$ 19.946,4 millones, es decir aumentaron un 7,5% con relación a las ventas externas registradas en igual período de 2013 (\$ 18.550,66 millones). Con respecto al valor FOB, las ventas externas petroleras disminuyeron de 0,1%, pasando de \$ 10.707,5 millones a \$10.698,5 millones.

Las exportaciones no petroleras sumaron un valor FOB de \$ 9.247,8 millones, cifra superior en 17,9% respecto al registrado en enero-septiembre de 2013, que fue de \$ 7.843,1 millones.

Las ventas externas no petroleras tradicionales totalizaron \$ 4.691,4 millones y las no tradicionales \$ 4.556,5 millones, valores superiores a los exportados en el período analizado, en 27,2% (\$ 1.002,1 millones) y 9,7% (\$ 402,7 millones), respectivamente.

Inicialmente la microempresa de lácteos comercializará sus productos para los habitantes del Sur de la ciudad de Quito, posteriormente lo hará en todos los sectores de dicha ciudad, pero a mediano plazo se expandirá al resto de ciudades del Ecuador.

Por lo que las exportaciones del país no inciden directamente en el desarrollo del proyecto, quizá esto se evidencia a futuro, cuando la microempresa de lácteos incremente su producción y lance al mercado productos nuevos para de esta manera poder iniciar las exportaciones y competir en el mercado internacional.

### 2.1.1.5.2 Importaciones.

“La importación es el acto de introducir un conjunto de bienes y servicios adquiridos en el extranjero o introducidos a un país, dirigidos al consumo o a la reelaboración.”

(Sobre Conceptos, 2011)

IMPORTACIONES (1)														
Toneladas métricas en miles y valor USD FOB en millones														
	Ene - Sep 2012				Ene - Sep 2013				Ene - Sep 2014				Variación 2014 / 2013	
	Participación		Participación		Participación		Participación		Participación		Participación		Valor	
	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor	TM	USD FOB
Totales	TM	USD FOB	TM	FOB	TM	USD FOB	TM	FOB	TM	USD FOB	TM	FOB	TM	USD FOB
<b>Totales</b>	10,594	18,170.9	100.0%	100.0%	11,935	19,538.5	100.0%	100.0%	12,579	19,444.1	100.0%	100.0%	5.4%	-0.5%
<b>Bienes de Consumo</b>	851	3,805.6	8.0%	20.9%	731	3,845.8	6.1%	19.7%	840	3,818.8	6.6%	19.6%	14.8%	-0.7%
No duradero	639	2,114.8	6.0%	11.6%	522	2,173.9	4.4%	11.1%	633	2,077.7	5.0%	10.7%	21.2%	-4.4%
Duradero	212	1,570.0	2.0%	8.6%	206	1,513.0	1.7%	7.7%	203	1,565.9	1.6%	8.1%	-1.5%	3.5%
Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)	n.d.	121		0.7%	3.4	159		0.8%	3.5	175		0.9%		10.3%
<b>Materias Primas</b>	5,471	5,463.7	51.6%	30.1%	6,346	6,000.3	53.2%	30.7%	6,420	5,987.6	51.0%	30.8%	1.2%	-0.2%
Para la agricultura	1,030	691.8	9.7%	3.8%	1,106	782.2	9.3%	4.0%	1,335	914.0	10.6%	4.7%	20.7%	16.9%
Para la industria	3,359	4,118.5	31.7%	22.7%	3,714	4,518.0	31.1%	23.1%	3,669	4,323.4	29.2%	22.2%	-1.2%	-4.3%
Materiales de construcción	1,082	653.5	10.2%	3.6%	1,526	700.1	12.8%	3.6%	1,416	750.2	11.3%	3.9%	-7.2%	7.2%
<b>Bienes de Capital</b>	421	4,920.2	4.0%	27.1%	437	5,163.2	3.7%	26.4%	428	4,865.0	3.4%	25.0%	-2.1%	-5.8%
Para la agricultura	12	86.5	0.1%	0.5%	12	86.2	0.1%	0.4%	11	81.5	0.1%	0.4%	-6.5%	-5.4%
Para la industria	226	3,377.6	2.1%	18.6%	246	3,730.3	2.1%	19.1%	219	3,423.8	1.7%	17.6%	-10.9%	-8.2%
Equipos de Transporte	182	1,456.1	1.7%	8.0%	179	1,346.7	1.5%	6.9%	197	1,359.7	1.6%	7.0%	10.1%	1.0%
<b>Combustibles y Lubricantes</b>	3,848	3,944.4	36.3%	21.7%	4,416	4,449.3	37.0%	22.8%	4,887	4,728.8	38.8%	24.3%	10.7%	6.3%
<b>Diversos</b>	3.4	32.4	0.03%	0.2%	5	47.0	0.04%	0.2%	4.1	36.7	0.03%	0.2%	-19.0%	-22.0%
<b>Ajustes (*)</b>		4.50		0.00		32.9		0.2%		7.08		0.00		-78.5%

### Gráfico 8. Importaciones

Fuente: Banco Central del Ecuador, SENA, SHE, EP Petroecuador.

En el lapso de enero y septiembre del 2014, las importaciones totales en valor FOB, alcanzaron \$19.444,1 millones, este valor fue menor en \$94,4 millones a las compras

externas realizadas de enero a septiembre de 2013 (\$19.538,5 millones), lo cual representó una disminución de 0,5%.

Al comparar los períodos de enero a septiembre de 2013 y 2014, en valor FOB, los grupos de productos que crecieron fueron: combustibles y lubricantes (6,3%); mientras que disminuyeron los bienes de capital (-5,8%), materias primas (-0,2%), bienes de consumo (-0,7%); y, productos diversos (-22%), en el grupo bienes de consumo, se encuentran incluidas las compras externas realizadas a través de tráfico postal internacional y correos rápidos, información proporcionada por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).

La disminución de las importaciones favorece notablemente al proyecto, debido a que los habitantes reducen el consumo de productos extranjeros y dan más preferencia a los productos hechos en Ecuador mejorando la productividad del país.

#### ***2.1.1.6 Riesgo país.***

“El riesgo país es un indicador sobre las posibilidades de un país emergente de no cumplir en los términos acordados con el pago de su deuda externa, ya sea al capital o sus intereses.” (Economía, 2014)

El Riesgo País intenta medir el grado de confianza que muestra un país o Estado para que personas o países extranjeros inviertan en esa nación. Mientras menor sea el índice de riesgo país, la confianza tiende a aumentar porque se considera que tiene más capacidad de pago para sus deudas. El índice de riesgo país se ha incrementado en los dos últimos meses, sin embargo en el caso del proyecto dicho índice da confianza o garantiza que se invierta en la microempresa de lácteos.

**Tabla 3**  
**Riesgo País**

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Noviembre-05-2014	546.00
Noviembre-04-2014	546.00
Noviembre-03-2014	411.00
Noviembre-02-2014	412.00
Noviembre-01-2014	412.00
Octubre-31-2014	412.00
Octubre-30-2014	413.00
Octubre-29-2014	413.00
Octubre-28-2014	418.00
Octubre-27-2014	418.00
Octubre-26-2014	419.00
Octubre-25-2014	419.00
Octubre-24-2014	419.00
Octubre-23-2014	420.00
Octubre-22-2014	422.00
Octubre-21-2014	425.00
Octubre-20-2014	427.00
Octubre-19-2014	427.00

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Ligia Pila

### **2.1.2 Factor social.**

Se deben tener en cuenta las diferentes costumbres, tradiciones, pensamientos, entre otros. Los cuales influyen de una u otra manera en el desenvolvimiento de la microempresa en el país.

El factor social es parte del desarrollo económico del Ecuador, como las patentes, derechos de marca y el autor, los mismos que son fundamentales en el crecimiento de la empresa. Se trata de activos intangibles que forman parte de la creación de riqueza y el bienestar de la sociedad.

Este factor es de vital importancia en el análisis situacional de la microempresa de lácteos, ya que los productos serán hechos por un personal calificado y dirigido a clientes o consumidores y considerando que las personas son núcleo de la familia y por ende de la sociedad su afectación es primordial porque representan los clientes potenciales de la microempresa, los cuales deberán quedar satisfechos.

Otro parámetro importante a considerar es el Plan del Buen Vivir basado en el cambio de la matriz productiva, a fin de que el Ecuador sea un país exportador y se disminuya sustancialmente las importaciones, esta transformación beneficiará a los

ecuatorianos mediante la generación de fuentes de empleo y de esa manera promoverá el desarrollo socioeconómico del país.

Los objetivos del Buen Vivir que se relacionan con el proyecto de investigación son:

- ✓ Objetivo 2: Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad.
- ✓ Objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social.
- ✓ Objetivo 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.

Estos objetivos están enfocados a mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos, para ello es necesario que el Estado garantice una buena alimentación y nutrición de los ecuatorianos y así se podrá potenciar sus capacidades intelectuales y motoras. Esto es un indicio que permite justificar la creación de una microempresa productora y comercializadora de lácteos en el Sur de Quito.

### 2.1.3 Factor legal.

Las leyes ecuatorianas actuales son cada vez más rígidas por lo que las grandes, medianas y pequeñas empresas deben cumplir con requisitos legales, sanitarios, y financieros para su correcto funcionamiento y desarrollo de sus actividades.

En primera instancia la microempresa de razón social "PROLACTEOS CIA. LTDA." se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

"La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente." (Artículo 92 de la Ley de Compañías)

"PROLACTEOS CIA. LTDA" constará en todas las operaciones que realice la microempresa, la cual se registrará por la Ley de Compañías, Código Civil y demás normas relacionadas con las actividades que realice la Compañía.

Domicilio.- La compañía estará domiciliada en la ciudad de Quito, sector Sur en la ciudadela El Ejército Nacional II.

Objetivo.- El objetivo de la compañía es la Producción y Comercialización de yogurt de frutas, leche y mantequilla con el fin de contribuir al desarrollo de la comunidad, puesto que generará nuevas plazas de empleo y mejorará la calidad de vida de los habitantes.

La microempresa de lácteos para instalarse y ponerse en funcionamiento cumplirá con todos los requisitos que disponen las leyes ecuatorianas, primero se obtendrá la patente municipal, posteriormente el registro único de contribuyentes (RUC), además de los permisos del Ministerio de Salud Pública y del Ilustre Municipio de Quito.

También se cumplirá con el reglamento de facturación, es decir, se llevará la contabilidad y se pagará los impuestos como son: impuesto al valor agregado, a la renta y se realizará retenciones en la fuente dependiendo del comprador.

Capital.- El capital social de la compañía se constituirá con el aporte de los socios.

Socios.- La microempresa estará compuesta por dos socios fundadores, quienes tendrán participaciones diferentes de acuerdo al valor del capital suscrito que aporten, el valor en efectivo será depositado en el Banco Pichincha S.A. a nombre de la PROLACTEOS CIA. LTDA.

La compañía estará dirigida por la Junta General de Socios y tendrá la facultad de:

- ✓ Designar Presidente, Gerente y fijar sus remuneraciones.
- ✓ Conocer los balances financieros de la compañía.
- ✓ Solicitar informes al administrador o gerente.
- ✓ Fijar aumentos o disminuciones de capital de la compañía.
- ✓ Formar parte de la distribución de utilidades.
- ✓ Autorizar la realización de créditos hipotecarios.

Ruc

- ✓ Cédula
- ✓ Papeleta de votación
- ✓ Planilla de servicios básicos

Patente municipal

- ✓ Copia de cedula
- ✓ Copia de papeleta de votación
- ✓ Copia del Ruc

### Licencia Metropolitana Única para el ejercicio de Actividades Económicas

- ✓ Formulario único de solicitud de licencia metropolitana para el ejercicio de actividades económicas.
- ✓ Copia del Ruc
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación actualizados.

### Permiso de bomberos

- ✓ Solicitud de inspección del local
- ✓ Informe favorable de la inspección
- ✓ Copia del Ruc
- ✓ Copia de la calificación artesanal

#### **2.1.4 Factor tecnológico.**

La tecnología avanza constantemente dentro del sector productivo lácteo por lo que la microempresa de lácteos deberá considerar la importancia necesaria a estas innovaciones para desarrollar eficientemente las actividades productivas y comerciales a fin de optimizar los recursos y obtener una ventaja competitiva.

Para la microempresa de lácteos es importante adquisición de la maquinaria que facilite la producción y a la vez permita reducir tiempos en la elaboración de los lácteos,

no obstante, la incorporación de personal es necesaria para una adecuada manipulación de la misma.

## 2.2 Entorno local

El entorno local afecta a una empresa en particular, son fuerzas que una empresa puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado.

Entre ellas tenemos a los clientes, proveedores y competidores. A partir del análisis del Microambiente o entorno local nacen las fortalezas y las debilidades de la empresa.

### 2.2.1 Clientes.

“Son diversas personas que adquieren ciertos bienes o servicios para satisfacer sus necesidades existen dos tipos de clientes están los que adquieren un producto por el simple deseo de poseerla y están los intermediarios que compran productos para volverlos a vender y obtener un beneficio.” (Slideshare, 2015)

El éxito de una microempresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios. Es por ello que todos los esfuerzos de la

microempresa de lácteos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el centro de todas las actividades de la empresa. El ofrecer un producto lácteo de buena calidad, a precio competitivo y bien presentado, será la base para tener compradores fieles.

El segmento de mercado de la microempresa de lácteos es formado por habitantes mayores de 5 años y que viven en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito, este grupo está en calidad de consumidores.

Ahora bien, también se dirige a las personas mayores de 18 años del Sur de Quito, que perciban un ingreso, ya que ellos podrán comprar y consumir de forma directa el producto.

### **2.2.2 Proveedores.**

“Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente o directamente se compran para su venta.” (Blogspot, 2012)

**Tabla 4**  
**Proveedores**

N°	PROVEEDOR	TIPO PRODUCTO	DIRECCIÓN
1	DISTRIBUIDORA DIPOR S.A.	Leche en polvo	Sangolqui, Tanicuchi lt.7 y psje. S/n, vía a Amaguaña km.12 1/2
2	PASTEURIZADORA QUITO	Leche fresca Nata	Pedro Pinto 610 y Av.Napo
3	INDUSTRIAS LÁCTEAS DEL CHIMBORAZO CIA.LTDA.	Cuajo para quesos Cloruro de calcio	Pelileo
4	ECO FRUIT	Frutas orgánicas	Av. Alem 690. Cipolletti. Río Negro. Patagonia Argentina.

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Ligia Pila

### 2.2.3 Competidores.

Los competidores de la microempresa de lácteos son aquellas empresas dedicadas a producir y comercializar este tipo de productos.

Las empresas que forman parte de la competencia son:

- ✓ Alpina
- ✓ Agrícola Ganadera Reysahiwal
- ✓ Ecuallac
- ✓ Industrias Lácteas Tony S.A.
- ✓ Enfp Tropicano Products
- ✓ Floralp
- ✓ Holdingdine S.A.

- ✓ Industria lechera Carchi S.A.
- ✓ Industrias lácteas Chimborazo CIA.
- ✓ La Finca
- ✓ Leansa
- ✓ Miraflores
- ✓ Nestle
- ✓ Parmalat
- ✓ Pasteurizadora Quito
- ✓ Productos González
- ✓ Proloceki S.A.

### 2.3 Análisis interno

Actualmente el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito es muy rentable por diversas razones pero la principal es la necesidad de los habitantes en cuanto a una alimentación sana y nutritiva, el presente proyecto de creación de una microempresa productora y comercializadora de lácteos es factible porque los habitantes del Sur se preocupan por su salud y por ende de su bienestar, no obstante existen riesgos con la competencia, ya que pueden disminuir sus costos y obligaría a igualar su condición.

#### 2.3.1 Propuesta Estratégica.

Ofrecer productos lácteos fabricados con insumos de buena calidad y que satisfagan las necesidades de los habitantes del sector Sur de Quito. Dentro de la gama de lácteos se considera: Yogurt de frutas naturales, leche entera y mantequilla.

El presente estudio tiene la finalidad producir y comercializar los productos lácteos con el fin de buscar una mayor aceptación en el mercado objetivo.

#### **2.3.1.1. Misión.**

Producir y comercializar yogurt de frutas naturales en el sector Sur de la ciudad de Quito, siguiendo las más estrictas normas de higiene y calidad, utilizando excelentes insumos para brindar a los clientes seguridad en el consumo, en un ambiente eficiente de trabajo, propiciando bienestar para los clientes, personal, socios, y proveedores.

#### **2.3.1.2. Visión.**

En 5 años ser una microempresa reconocida en el mercado del sector Sur de la ciudad de Quito por sus altos niveles de calidad, competitividad y compromiso con la satisfacción de los clientes contando con un personal altamente calificado y tecnología de punta que asegure el posicionamiento de la marca en el largo plazo.

### 2.3.1.3. *Objetivos.*

#### 2.3.1.3.1 *Objetivo General.*

Desarrollar productos nuevos en la línea de yogurt, leche y mantequilla, de buena calidad y beneficioso para su nutrición y salud de los consumidores del sector sur de la ciudad de Quito.

#### 2.3.1.3.2 *Objetivos Específicos.*

- ✓ Elaborar un diagnóstico situacional a través del ambiente externo e interno para determinar el impacto que generará la microempresa.
- ✓ Ofrecer productos lácteos a un amplio segmento de consumidores potenciales representado por los habitantes del sector Sur de la ciudad de Quito
- ✓ Promover en el mercado el consumo de yogurt, leche y mantequilla elaborados con productos naturales para posicionar a la microempresa en el corto y mediano plazo.

#### 2.3.1.4. *Principios y/o valores.*

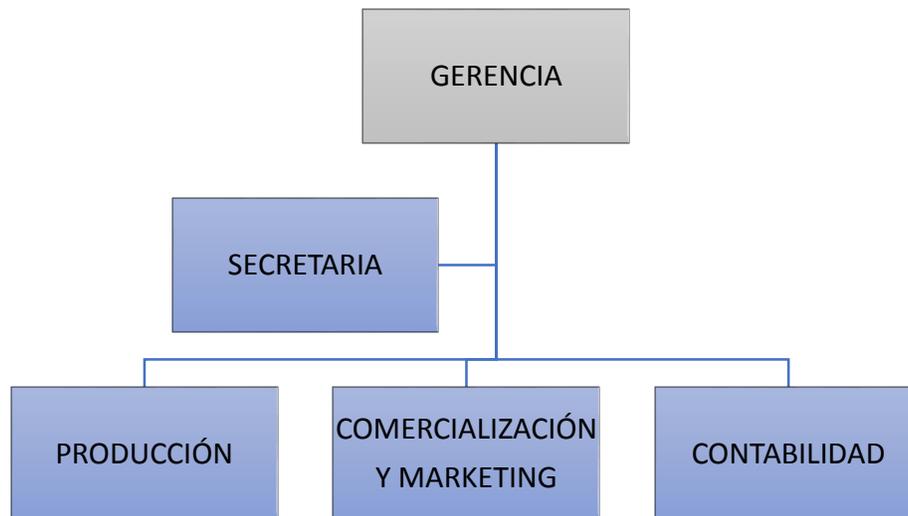
La cultura de la microempresa estará enmarcada en los siguientes valores y principios corporativos:

- ✓ Respeto: Los clientes internos y externos son la razón de ser de la microempresa de lácteos por lo que se le debe cuidar, atender, y tratar con amabilidad y respeto.
- ✓ Trabajo en equipo: Se debe trabajar en función de los objetivos y metas organizacionales y no solo en las del área a la que cada uno pertenece.
- ✓ Honestidad: La práctica continua de la honestidad permite ser confiables y hace que las relaciones laborales sean más sanas, duraderas y productivas.
- ✓ Responsabilidad: Cumplir con los compromisos internos y externos en el tiempo establecido.
- ✓ Comunicación: La comunicación evita malos entendidos, por ello es necesario preguntar, escuchar o aclarar cuando se trate de temas complejos que podrían generar juicios, chismes o rumores.

- ✓ Calidad: Hacer las cosas de forma eficaz y eficiente de manera que se pueda lograr la excelencia y cumplir con las expectativas del cliente.

### 2.3.2 Gestión administrativa.

“Conjunto de acciones mediante las cuales el directivo desarrolla sus actividades a través del cumplimiento de las fases del proceso administrativo: Planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar.” (Slideshare, 2009)



**Gráfico 9.** Organigrama estructural

**Fuente:** Investigación propia

El Gráfico 9 indica cómo va a estar estructurada jerárquicamente la microempresa.

El gerente general va a desempeñar las funciones de administrador de la compañía y estas son:

- ✓ Crear un equipo de trabajo donde todos sus miembros persigan los mismos objetivos.
- ✓ Fijar objetivos y metas.
- ✓ Analizar y evaluar la consecución de objetivos y metas.
- ✓ Establecer un contacto directo con los trabajadores de la microempresa para la planificación, toma de decisiones y solución de problemas.
- ✓ Delegar las funciones.
- ✓ Contratar al personal.
- ✓ Aprobar los presupuestos e inversiones financieras.

La secretaria tendrá las siguientes funciones:

- ✓ Redactar documentos de la microempresa.
- ✓ Mantener ordenados los archivos de la microempresa.
- ✓ Programar citas para el gerente.
- ✓ Receptar documentos de la microempresa.
- ✓ Elaborar informes de las áreas de la microempresa.
- ✓ Resolver asuntos y trámites de la microempresa.
- ✓ Realizar actas de las reuniones.

El área de producción se encargará de la elaboración de los productos lácteos como son: yogurt de fruta natural, leche entera y mantequilla, para ello se contará con operarios que tienen las siguientes funciones:

- ✓ Colaborar con fabricación del producto.
- ✓ Cuidar la maquinaria y los equipos se utilizarán en el proceso de producción.
- ✓ Colocar los productos en los envases respectivos y ponerlos en la zona de frío.
- ✓ Colaborar con la venta del producto en la fábrica.

El área de comercialización y marketing se encargará de promocionar los productos lácteos de la microempresa. Para ello se contará con vendedores que tendrán las siguientes funciones:

- ✓ Administrar eficientemente la cartera de clientes.
- ✓ Generar clientes potenciales para la microempresa.
- ✓ Conocer el mercado objetivo de la microempresa.

El área de contabilidad se encargará de registrar e interpretar la información contable y financiera. El contador tendrá las siguientes funciones:

- ✓ Planificar y organizar las actividades contables.

- ✓ Emitir estados financieros.
- ✓ Revisar los estados financieros y demás documentos contables.
- ✓ Revisar y declaraciones de impuestos.
- ✓ Analizar las cuentas contables.
- ✓ Emitir reportes contables para que la gerencia tome decisiones oportunas y adecuadas.
- ✓ Revisar contratos de proveedores.

### 2.3.3 Gestión operativa.

“Se entiende por gestión operativa o “gestión hacia abajo” la que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas.” (Eumed, 2010)

En el presente proyecto de creación de una microempresa de lácteos se desarrollará las actividades operacionales que se describen a continuación.

Producción: En esta área se realizará la elaboración de la leche entera se seguirá el siguiente procedimiento: Transporte de la leche del camión cisterna a la microempresa de lácteos, prueba de la leche, pasteurización de la leche, embalaje y transporte de la leche.

En segunda instancia se elaborará el yogurt siguiendo los siguientes procesos:

Recepción y estandarización de la leche, adición de componentes minoritarios, desaireado, homogenización de la leche, pasterización, refrigeración, adición de fermentos, envasado y tapado, fermentación, refrigeración y almacenado.

En relación a elaboración de la mantequilla se seguirá el siguiente proceso:

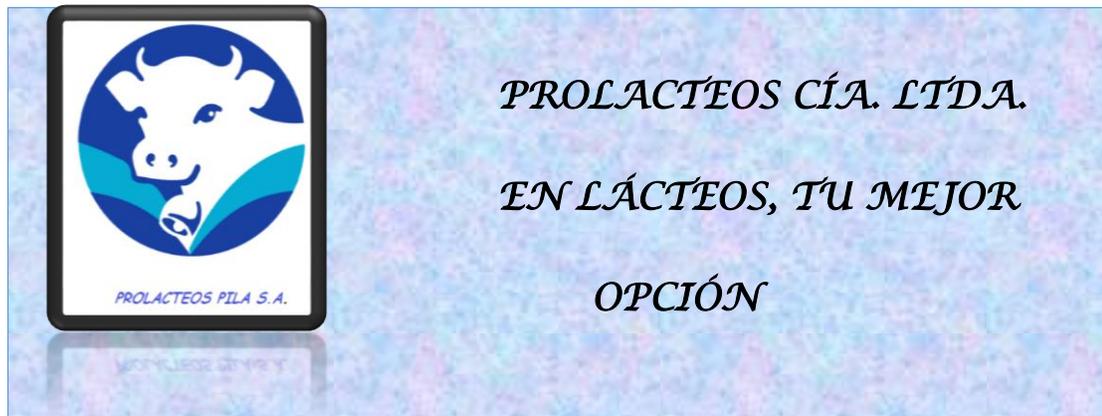
Centrifugación, neutralización, estandarización, desodorización o desgasificación, pasterización, refrigeración, batido, desuere, lavado, amasado, salado y empaque.

Comercialización y marketing: Esta área se encargará de despachar los productos a los diferentes clientes. Además promocionarán los productos para la venta.

Contabilidad: Está área registrará las transacciones contables diariamente y emitirá informes que serán estudiados por el gerente.

#### **2.3.4 Gestión comercial.**

La gestión comercial es un término relacionado con el marketing, es decir la forma como se va a promocionar los productos ofertados por una empresa.



**Gráfico 10.** Logotipo de la microempresa

**Fuente:** Investigación propia

Cada color tiene un significado para el logotipo se consideraron tres colores diferentes que son:

Azul: Inteligencia, estabilidad, unidad y conservadurismo.

Blanco: Seguridad, pureza y limpieza.

Celeste: Sabiduría y concentración.

Estos colores conforman el logotipo de la empresa “PROLACTEOS CÍA. LTDA.” que busca contribuir en la nutrición y salud de las personas que viven en el sector Sur de la ciudad de Quito.



**Gráfico 11.** Formato de tarjeta de presentación  
**Fuente:** Investigación propia

#### 2.3.4.3 *Marketing mix.*

##### 2.3.4.3.1 *Producto.*

“Un producto es cualquier cosa que se ofrezca en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que pudiera satisfacer una necesidad o deseo.”

(Conocimientos Web, 2013)

La microempresa de lácteos ofrecerá al cliente y al consumidor los productos llamados “YOGUPIL”, “PROLECHE” y “PROMANTEQUILLA”, los cuales están enriquecidos con vitaminas, proteínas y calcio, los cuales contribuyen al crecimiento y fortalecimiento de los huesos y dientes de las personas.

Yogupil: Se utilizará frutas que posean una pulpa gelatinosa y de sabor dulce. Cabe recalcar su contenido de vitamina A y C, potasio, fósforo y magnesio.

La vitamina A es esencial para la visión, la piel, el cabello, los huesos y para el buen funcionamiento del sistema inmunológico. La vitamina C interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos.

La microempresa iniciará la comercialización del yogur en los envases de 1000ml, ya que estos son los más comprados por los consumidores. El envase será de plástico, resistente y ligero.

Proleche: Leche entera fortificada con Hierro y 8 vitaminas para todas las edades.

Beneficios:

- ✓ Calcio: Asegura un buen estado óseo y dental de las personas.
- ✓ Hierro: Ayuda en el sistema inmunológico, glóbulos rojos y sistema enzimático.
- ✓ Vitamina A: Favorece la visión y la piel.
- ✓ Vitamina D: Fortalece los huesos y favorece el crecimiento muscular.

La microempresa iniciará la comercialización de la leche en los envases de 1000 ml y 500 ml el envase será en fundas especiales

Promantequilla: Representa la principal fuente de vitamina A y D, y lo mismo puede decirse de la E. Contiene sales minerales como calcio, fósforo, sodio, potasio, magnesio, zinc, manganeso, hierro, cobre, flúor, yodo, cromo y selenio. El envase será en tarrina

#### *2.3.4.3.2 Precio.*

La correcta fijación del precio permite a la microempresa ser competitiva durante los años de vida del proyecto. El precio de venta dependerá de los insumos utilizados en la producción y del margen de ganancia.

#### *2.3.4.3.3 Distribución.*

La distribución tiene como fin hacer llegar los productos y servicios desde el fabricante hasta los consumidores finales. Pero se debe elegir el canal de distribución más adecuado para que el producto llegue a los consumidores de la manera más efectiva.

Para la distribución del yogurt, leche y mantequilla se utilizarán dos canales de distribución. El primero que será para la venta de los productos en los supermercados y el segundo canal será para que los productos se comercialicen en tiendas, bares de escuelas y colegios.

#### 2.3.4.3.4 *Comunicación.*

La comunicación permitirá dar a conocer los productos de la forma más efectiva a fin que los clientes y consumidores lo puedan diferenciar fácilmente de la competencia.

La comunicación comercial de la microempresa Prolacteos Cía. Ltda. posee varias herramientas entre ellas:

- ✓ Publicidad
- ✓ Promoción de Ventas
- ✓ Relaciones Públicas
- ✓ Fuerzas de Ventas

## 2.4 Análisis FODA

“La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa.” (Robertoespínosa, 2013)

**Tabla 5**  
**Matriz FODA: Oportunidades y Amenazas**

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Inflación						X
Tasa de Interés		X				
PIB	X					
Balanza Comercial	X					
Riesgo País					X	
Entorno Tecnológico	X					
Entorno Político Social		X				
Entorno Legal	X					
<b>Total</b>	4	2			1	1
<b>ALTA</b>	4					
<b>MEDIA</b>	0					
<b>BAJA</b>	2					

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Ligia Pila

Los resultados obtenidos en la matriz de Oportunidades y Amenazas son favorables para el presente proyecto debido a que existe un valor mayoritario en las oportunidades con 4 puntos de oportunidad, media sin valor y 2 puntos de baja de acuerdo a los indicadores establecidos.

**Tabla 6**  
**Matriz FODA: Fortalezas y Debilidades**

Indicadores	Fortalezas			Debilidades		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Clientes			X			
Proveedores		X				
Competencia				X		
Filosofía corporativa			X			
Gestión Administrativa		X				
Gestión Operativa			X			
Gestión Comercial		X				
<b>Total</b>		3	3	1		
<b>ALTA</b>	0					
<b>MEDIA</b>	3					
<b>BAJA</b>	3					

**Fuente:** Investigación propia

**Elaborado por:** Ligia Pila

Los resultados obtenidos en la Matriz FODA de las fortalezas y debilidades son satisfactorios, es decir, 3 puntos de media y 3 puntos de baja para las fortalezas del presente proyecto.

De acuerdo al análisis FODA se ha determinado que el presente proyecto es viable, ya que se evaluaron factores internos y externos y los resultados fueron positivos para la cristalización de la idea, la cual generará fuentes de empleo para el desarrollo del país.

## CAPÍTULO III

### ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.1 Análisis del consumidor

El análisis del consumidor determina las necesidades, hábitos de consumo, preferencias y comportamientos de compra de los consumidores que forman parte del mercado objetivo, lo cual facilita el diseño de estrategias y tácticas que permitan satisfacer de mejor forma las necesidades de los consumidores.

##### 3.1.1 Determinación de la población y muestra.

La determinación de la población y la muestra son importantes para conocer las características y preferencias de las personas que forman parte del mercado objetivo y potencial de la microempresa de lácteos con el fin de determinar la factibilidad del proyecto de investigación.

##### 3.1.1.1 Población.

Según el Sistema Nacional de Información (SNI), la población está conformada por 880.384 habitantes del sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

### 3.1.1.2 Muestra.

De acuerdo a la población del Sur de Quito, es necesario determinar una muestra que sea representativa, para lo cual se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot P \cdot Q \cdot Z^2}{(N - 1)E^2 + P \cdot Q \cdot Z^2}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población o universo.

E = Margen de error se utilizara un margen de error del 5%

P = Probabilidad de éxito se utiliza el 50%

Q = Probabilidad de fracasos es el 50%

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96.

### Cálculo

N = 880.384

E = 0.05%

P = 0.50%

$$Q = 0.50\%$$

$$Z = 1.96\%$$

$$n = \frac{880384 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 1.96^2}{0.05^2(880384 - 1) + 0.5 \cdot 0.5 \cdot 1.96^2} = 384$$

El número de encuestas a realizar en el Sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito es de 384 encuestas, las mismas que se realizarán en los lugares de mayor correnencia del sector.

### 3.1.2 Técnicas de obtención de información.

Para la obtención de la información se puede aplicar las siguientes técnicas de obtención de información: Observación, encuestas, entrevistas, sesión de grupo y diagrama de flujo.

Para el presente proyecto de investigación se aplicará la técnica de las encuestas, ya que es más fácil de aplicar, los datos que se obtienen son reales y confiables y permite elaborar el análisis y la interpretación de una manera sencilla.

### 3.1.2.1 Formato de la encuesta.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESPECIALIDAD EN BANCA Y FINANZAS

#### ENCUESTA

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene la finalidad de recopilar información respecto al consumo de productos lácteos en el sector Sur de la ciudad de Quito.

#### CUESTIONARIO

1. ¿Adquiere productos lácteos?

SI ( )  
NO ( )

2. ¿Cuál de estos productos lácteos adquiere con mayor frecuencia?

YOGURT ( )  
LECHE ( )  
MANTEQUILLA ( )  
QUESO ( )

3. ¿De qué sabores prefiere el yogurt?

FRUTILLA ( )  
DURAZNO ( )  
MORA ( )  
PERA ( )  
MANZANA ( )

4. ¿Cómo prefiere que sea la leche?

ENTERA ( )  
SEMIDESCREMADA ( )  
DESLACTOSADA ( )

5. ¿Cómo prefiere que sea la presentación de la mantequilla?

- ENVOLTURA            ( )  
FUNDA                    ( )  
TARRINA                ( )

6. ¿Cuál es la cantidad semanal aproximada de litros de leche que en su hogar se consume?

- DE 1 A 3                ( )  
DE 4 A 5                ( )  
MÁS DE 5               ( )

7. ¿Cuál es la cantidad semanal aproximada de frascos de yogurt que en su hogar se consume?

- DE 1 A 3                ( )  
DE 4 A 5                ( )  
MÁS DE 5               ( )

8. ¿Cuál es la cantidad mensual aproximada de tarrinas de mantequilla que en su hogar se consume?

- DE 1 A 3                ( )  
DE 4 A 5                ( )  
MÁS DE 5               ( )

9. ¿Cómo califica la calidad de los productos lácteos que se ofertan actualmente en el mercado?

- ALTA                      ( )  
MEDIA                    ( )  
BAJA                      ( )

10. ¿Compraría usted productos lácteos nuevos y de mejor calidad?

- SI                         ( )  
NO                        ( )

### 3.1.3 Análisis de la información.

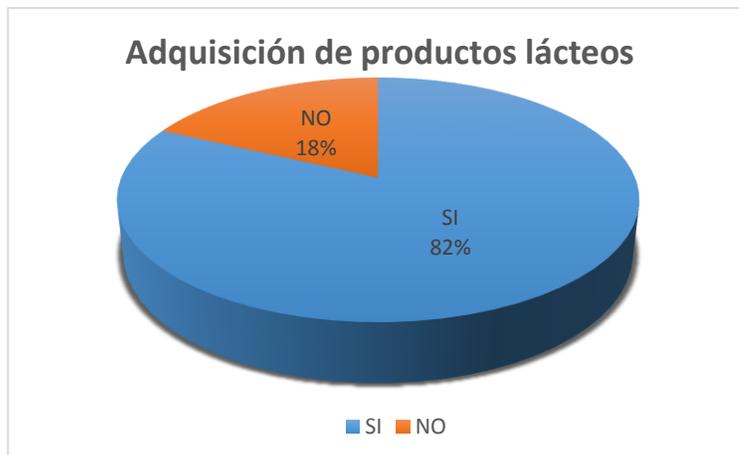
1. ¿Adquiere productos lácteos?

**Tabla 7**  
**Adquisición de productos lácteos**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
SI	315	82%
NO	69	18%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 12.** Adquisición de productos lácteos

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 82% de los encuestados si adquieren productos lácteos, sin embargo, el 18% restante no consume lácteos, es decir que el proyecto de creación de la microempresa de lácteos es factible, además tiene como fin cuidar la alimentación y nutrición de los habitantes del Sur de Quito con la producción y comercialización de productos naturales y sin preservantes.

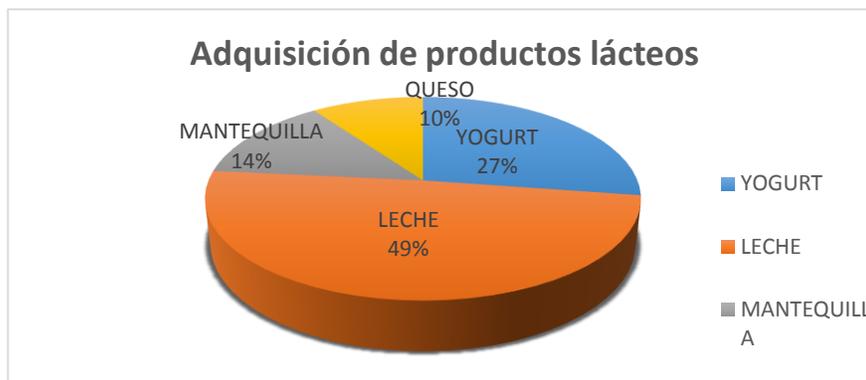
2. ¿Cuál de estos productos lácteos adquiere con mayor frecuencia?

**Tabla 8**  
**Productos lácteos que adquiere con mayor frecuencia**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
LECHE	189	49%
YOGURT	105	27%
QUESO	52	14%
MANTEQUILLA	38	10%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 13.** Productos lácteos que adquiere con mayor frecuencia

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 49% de los encuestados consumen leche ya que tiene calcio y fortalece el sistema óseo, el 27% adquieren yogurt porque ayuda a la nutrición, el 14% utilizan la mantequilla para efectos culinarios y 10% restante consumen queso. Se puede decir que hay un gran nivel de aceptación de productos lácteos en el mercado objetivo que está formado por los habitantes del Sur de Quito, por lo que es factible la creación de la microempresa.

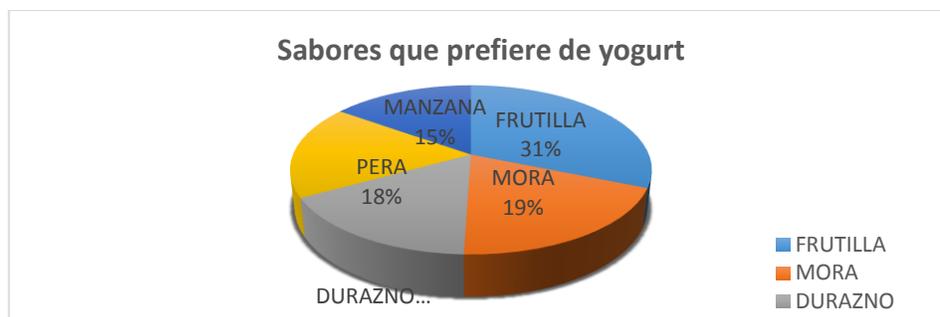
3. ¿De qué sabores prefiere el yogurt?

**Tabla 9**  
**Sabores que prefiere de yogurt**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
FRUTILLA	120	31%
MORA	74	19%
PERA	69	18%
DURAZNO	63	17%
MANZANA	58	15%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 14.** Sabores que prefiere de yogurt

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 31% de los encuestados prefieren el yogurt de sabor a frutilla, el 19% consumen yogurt de mora, el 18% degustan el yogurt de pera, al 17% les gusta el yogurt de durazno; mientras que el 15% restante consumen yogurt de manzana. De acuerdo a lo anteriormente mencionado, la preferencia más alta se evidencia en el sabor de frutilla seguido del de mora, sin embargo, para la microempresa de lácteos es recomendable considerar todos estos sabores para elaborar el yogurt y así satisfacer eficientemente las necesidades de los clientes potenciales.

4. ¿Cómo prefiere que sea la leche?

**Tabla 10**  
**Preferencia de la leche**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
ENTERA	223	58%
SEMIDESCREMADA	95	25%
DESLACTOSADA	66	17%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 15.** Preferencia de la leche

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 58% de los encuestados prefieren leche entera por el sabor y los beneficios que tiene, el 25% optan por la leche semidescremada porque tiene una menor cantidad de grasa que la entera y el 17% restante consumen leche deslactosada porque no tienen tolerancia a la lactosa. La microempresa de lácteos elaborará los tres tipos de leche, ya que estas son preferidas por los consumidores y el fin es satisfacer eficientemente las necesidades de los clientes ofreciéndoles productos de buena calidad y que estén al alcance de su economía.

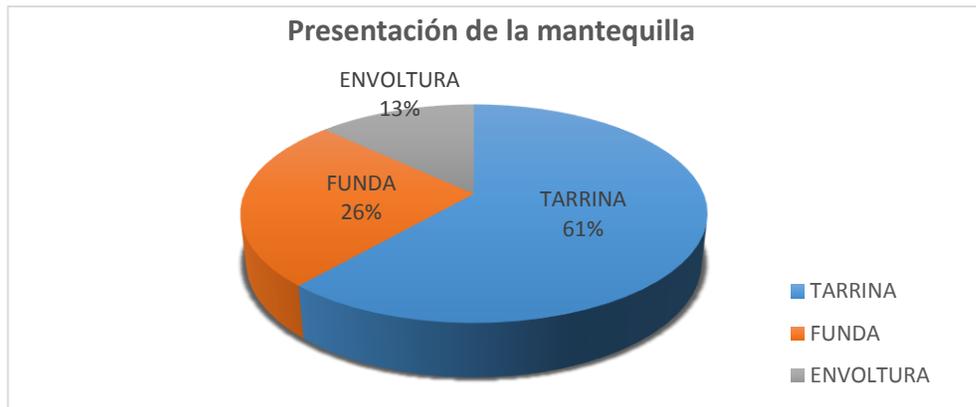
5. ¿Cómo prefiere que sea la presentación de la mantequilla?

**Tabla 11**  
**Presentación de la mantequilla**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
TARRINA	236	61%
FUNDA	98	26%
ENVOLTURA	50	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 16.** Presentación de la mantequilla

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 61% de los encuestados señalan que la tarrina es un recipiente muy adecuado para la presentación de la mantequilla pues se conserva mejor, el 26% prefieren funda ya que es más fácil de usar; mientras que el 13% restante optan por la envoltura porque la presentación es mejor. La microempresa presentará la mantequilla en tarrina y en sachet, pues son las presentaciones más preferidas de los consumidores, además el producto se conserva mejor en estos envases.

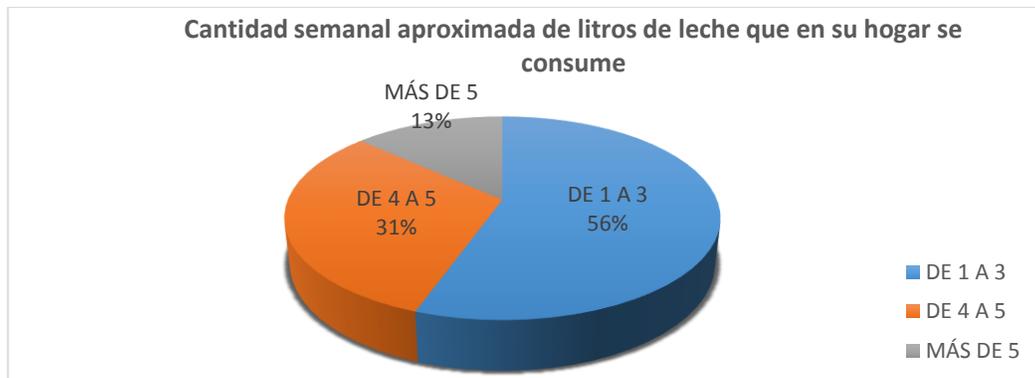
6. ¿Cuál es la cantidad semanal aproximada de litros de leche que en su hogar se consume?

**Tabla 12**  
**Cantidad semanal aproximada de litros de leche que en su hogar se consume**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
DE 1 A 3	213	56%
DE 4 A 5	120	31%
MÁS DE 5	51	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 17.** Cantidad semanal aproximada de litros de leche que en su hogar se consume

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 56% de los encuestados consumen de uno a tres litros de leche por semana, el 31% degustan de cuatro a cinco veces por semana; y el 13% restante toman más de cinco litros en el transcurso de la semana. Realmente el consumo de leche es alto en la población objeto de estudio, lo que hace que el proyecto sea factible y rentable.

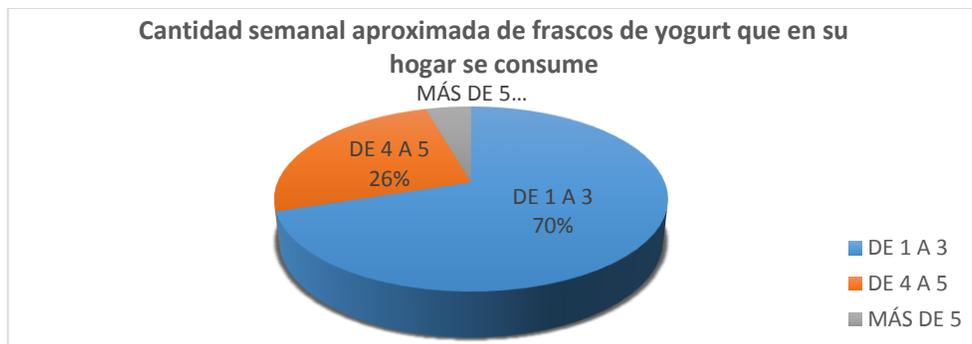
7. ¿Cuál es la cantidad semanal aproximada de frascos de yogurt que en su hogar se consume?

**Tabla 13**  
**Cantidad semanal aproximada de frascos de yogurt que en su hogar se consume**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
DE 1 A 3	269	70%
DE 4 A 5	98	26%
MÁS DE 5	17	4%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 18.** Cantidad semanal aproximada de frascos de yogurt que en su hogar se consume

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 70% de los encuestados consumen de uno a tres frascos de yogurt por semana, el 26% degustan de cuatro a cinco veces por semana; y el 4% restante toman más de cinco frascos de yogurt durante una semana. La mayoría de los encuestados consumen hasta tres frascos de yogurt en una semana, lo cual es muy favorable para el proyecto ya que la demanda de yogurt es alta, por ende las microempresa debe tener una gran capacidad de producción.

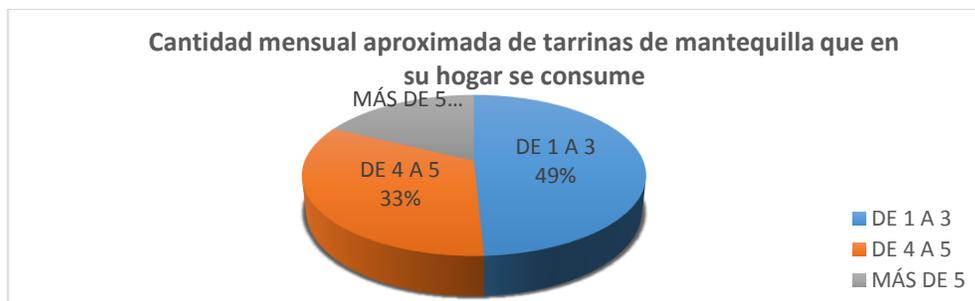
8. ¿Cuál es la cantidad mensual aproximada de mantequilla que en su hogar se consume?

**Tabla 14**  
**Cantidad mensual aproximada de tarrinas de mantequilla que en su hogar se consume**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
DE 1 A 3	189	49%
DE 4 A 5	127	33%
MÁS DE 5	68	18%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 19.** Cantidad mensual aproximada de tarrinas de mantequilla que en su hogar se consume

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 49% de los encuestados consumen de una a tres tarrinas de mantequilla durante un mes, el 33% degustan de cuatro a cinco veces por mes; y el 18% restante la consumen más de cinco tarrinas durante un mes. Es favorable que la mayoría de los encuestados consuman mantequilla, aunque este producto tenga grasa, es necesario en la cocina y pastelería. Por lo que es indispensable ofrecer una mantequilla natural, sin preservantes y en envases adecuados.

9. ¿Cómo califica la calidad de los productos lácteos que se ofertan actualmente en el mercado?

**Tabla 15**  
**Calidad de los productos lácteos que se ofertan actualmente**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
ALTA	153	40%
MEDIA	185	48%
BAJA	46	12%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 20.** Calidad de los productos lácteos que se ofertan actualmente

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 40% de los encuestados manifiestan que la calidad de los productos lácteos que ofrecen las empresas al sector Sur es alta, el 48% opinan que la calidad es media y el 12% restante señalan que la calidad de los lácteos es baja. Ventajosamente los consumidores señalan que la calidad de los lácteos que se ofrecen actualmente en el mercado es media, por lo que la microempresa tiene la oportunidad de mejorar los productos al máximo y así obtener una ventaja competitiva respecto a la calidad que le permita posicionarse rápidamente en el mercado.

10. ¿Compraría usted productos lácteos nuevos y de mejor calidad?

**Tabla 16**  
**Productos lácteos nuevos y de mejor calidad**

INDICADOR	TOTAL ENCUESTAS	%
SI	350	91%
NO	34	9%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila



**Gráfico 21.** Productos lácteos nuevos y de mejor calidad

**Fuente:** Encuesta

**Análisis:** El 91% de los encuestados si están dispuestos adquirir productos lácteos nuevos siempre y cuando, sean de calidad, mientras que el 9% restante prefieren consumir los productos que ya se encuentran en el mercado.

Satisfactoriamente los encuestados han respondido de forma positiva para el consumo de productos lácteos nuevos, es por ello que la microempresa ofrecerá productos elaborados con insumos de calidad y naturales para satisfacer al 100% las necesidades nutritivas de los consumidores.

## **3.2 Demanda**

Según (McGraw-Hill, 1994): “La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción.” (p.62)

### **3.2.1 Demanda histórica.**

El presente proyecto de creación de una microempresa de lácteos no tiene datos históricos, por lo que se debe proceder al cálculo de la demanda actual con los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los habitantes del sector Sur de Quito.

### **3.2.2 Demanda actual.**

Para calcular la demanda se toma como referencia tres aspectos fundamentales que son: aceptación, frecuencia de consumo y calidad, es decir, se elegirá los porcentajes más altos según la tabulación de las encuestas.

Población: 880.384 habitantes del sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

Tamaño de la muestra: 384 encuestas.

Cálculo

Población: 880.384

Tamaño de la muestra: 384

Aceptación del producto:  $880.384 \times 0.91 = 801.149$

Frecuencia:  $801.149 \times 0.49 = 431.388$  por semana.

Precio:  $431.388 \times 0.80$  dólares = \$301971 por semana. Por año = \$14.494.636

La demanda actual del producto es \$14.494.636 por año, por lo se puede advertir la oportunidad de poner en funcionamiento la microempresa de lácteos en sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

### **3.2.3 Demanda proyectada.**

La demanda proyectada permite establecer la aceptación del producto a largo plazo, generalmente para determinar la rentabilidad un proyecto se toma como referencia 5 años de proyección.

El Ecuador bordea una tasa de crecimiento demográfica anual de 1.52% de acuerdo a lo estimado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

**Tabla 17**  
**Proyección de la demanda**

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2015	14.494.636	0,0152	14.714.954
2016	14.714.954	0,0152	14.938.621
2017	14.938.621	0,0152	15.165.688
2018	15.165.688	0,0152	15.396.206
2019	15.396.206	0,0152	15.630.228
2020	15.630.228	0,0152	15.867.807

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila

### 3.3 Oferta

Según (McGraw-Hill, 1994): “El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente.” (p. 62)

Para calcular la oferta es necesario tomar como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia, es decir el número de encuestas a favor. La aceptación de la competencia es de 0.40%.

### 3.3.1 Oferta histórica.

Al ser un proyecto de creación de una microempresa, no se dispone de datos para establecer la oferta histórica, por lo que es recomendable determinar la oferta actual mediante las encuestas realizadas en el sector Sur de Quito.

### 3.3.2 Oferta actual.

Se toma como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia conjuntamente con la demanda proyectada para el 2015 y de esa manera se determina la oferta actual.

**Tabla 18**  
**Oferta actual**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA (40%)</b>	<b>OFERTA ACTUAL</b>
2015	14.714.954	0,4	\$5.885.982

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila

La oferta actual para el año 2015 es de \$5.885.982.

### 3.3.3 Oferta proyectada.

La oferta proyectada determina como sería el crecimiento de la competencia en el futuro.

**Tabla 19**  
**Oferta proyectada**

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA	OFERTA PROYECTADA
2015	14.714.954	0,4	5.885.982
2016	14.938.621	0,4	5.975.449
2017	15.165.688	0,4	6.066.275
2018	15.396.206	0,4	6.158.483
2019	15.630.228	0,4	6.252.091
2020	15.867.807	0,4	6.347.123

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila

### 3.3.4 Balance oferta – demanda.

El balance de oferta y demanda permite establecer la demanda insatisfecha en un sector económico, por tal razón se debe realizar proyecciones para determinar que segmento de mercado queda disponible y las posibilidades que tiene el presente proyecto de subsistir en dicho segmento.

### 3.3.5 Balance actual.

**Tabla 20**  
**Balance actual**

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	14.714.954	5.885.982	8.828.972

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila

La demanda insatisfecha del proyecto es de \$8.828.972, por lo que se puede advertir la oportunidad de que la microempresa de lácteos pueda establecerse en el mercado.

### 3.3.6 Balance proyectado.

**Tabla 21**  
**Cálculo de la demanda insatisfecha**

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
2016	14.938.621	5.975.449	8.963.173
2017	15.165.688	6.066.275	9.099.413
2018	15.396.206	6.158.483	9.237.724
2019	15.630.228	6.252.091	9.378.137
2020	15.867.807	6.347.123	9.520.684

**Fuente:** Encuesta

**Autor:** Ligia Pila

El presente proyecto es viable y factible para poder cristalizarlo, debido a que existe una demanda insatisfecha alta, es decir, que las empresas de lácteos que están actualmente en el mercado no satisfacen las necesidades de los habitantes del sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito, así se puede evidenciar que existen nichos y segmentos de mercado a los cuales la microempresa de lácteos puede ingresar y subsistir en el mercado.

## CAPÍTULO IV

### ESTUDIO TÉCNICO

Un estudio técnico permite plantear y analizar varias opciones tecnológicas para producir los bienes y servicios que se requieren, además admite evaluar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este análisis identifica los equipos, maquinaria, materia prima e instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión y de operación requeridos, así como el capital de trabajo que se requiere. (Rosales, Ramón, 2005)

El estudio técnico se fundamenta en los aspectos técnicos y operativos de un proyecto de inversión, es decir, es indispensable un uso eficiente de los recursos que dispone una empresa, además es necesario la determinación del tamaño óptimo del área de producción, localización, distribución de planta, etc.

#### 4.1 Tamaño del proyecto

El presente proyecto de creación de una microempresa de lácteos dispone de un área de 80m<sup>2</sup> totales, los mismos que estarán distribuidos de acuerdo al espacio que requieran las áreas que conforman la microempresa logrando eficiencia y eficacia en cada uno de los procesos.

#### 4.1.1 Capacidad instalada.

La capacidad instalada es la distribución total del espacio, por lo que es necesario determinar el tamaño del proyecto de acuerdo a las áreas que conforman la empresa.

**Tabla 22**  
**Capacidad del proyecto**

Áreas	Dimensiones
Área Administrativa (Gerencia)	$1*5m^2 = 5m^2$
Área de Producción	$5*5m^2 = 25m^2$
Área Contable	$1*5m^2 = 5m^2$
Área de Comercialización y Marketing	$1*5m^2 = 5m^2$
Secretaría y Recepción	$1*5m^2 = 5m^2$
Bodega de productos terminados	$1*10m^2 = 10m^2$
Bodega de materia prima	$1*15m^2 = 10m^2$
Bodega de materiales de limpieza	$1*5m^2 = 5m^2$
Baño de planta	$1*5m^2 = 5m^2$
Baño administrativo	$1*5m^2 = 5m^2$
<b>TOTAL m<sup>2</sup></b>	<b>80m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

#### 4.1.2 Localización óptima.

La capacidad óptima está relacionada con el espacio físico que necesita la empresa para el desarrollo del proceso productivo de acuerdo a su naturaleza.

**Tabla 23**  
**Capacidad óptima del proyecto**

Áreas	Dimensiones
Área Administrativa (Gerencia)	$1*2m^2 = 2m^2$
Área de Producción	$5*4m^2 = 20m^2$
Área Contable	$1*2m^2 = 2m^2$
Área de Comercialización y Marketing	$1*2m^2 = 2m^2$
Secretaría y Recepción	$1*2m^2 = 2m^2$
Bodega de productos terminados	$1*8m^2 = 8m^2$
Bodega de materia prima	$1*8m^2 = 8m^2$
Bodega de materiales de limpieza	$1*5m^2 = 5m^2$
Baño de planta	$1*2m^2 = 2m^2$
Baño administrativo	$1*2m^2 = 2m^2$
<b>TOTAL m<sup>2</sup></b>	<b>53m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

La capacidad óptima del presente proyecto de investigación es de 61 metros cuadrados, la cual comprende las áreas que son indispensables para el desarrollo de las actividades productivas, administrativas, contables y comerciales de la microempresa.

#### 4.2 Localización

La localización óptima se basa en analizar diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto a fin de lograr una mayor rentabilidad y minimizar los costos y gastos.

#### 4.2.1 Macro – localización.

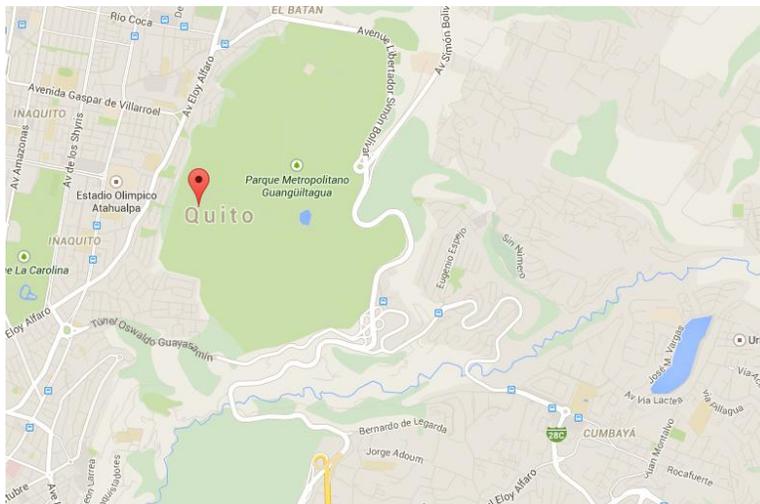
La macro localización tiene el propósito comparar zonas y elegir la que ofrece mayores ventajas físicas, económicas y comerciales de un proyecto para alcanzar los objetivos empresariales.

**Tabla 24**  
**Macro localización**

País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	Sur
Parroquia	Chillogallo
Clima	Cálido frío - cálido

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila



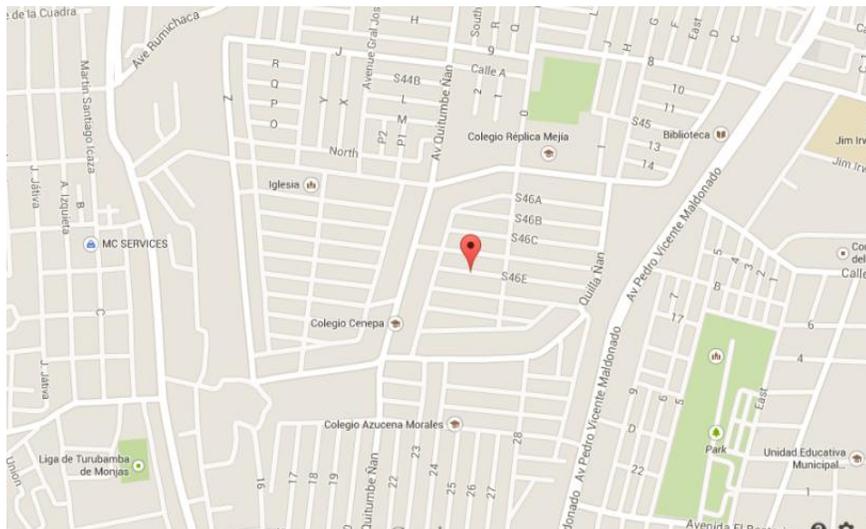
**Gráfico 22.** Macro localización

**Fuente:** Google maps

#### 4.2.2 Micro – localización.

Micro localización es un estudio que permite definir un lugar exacto para cristalizar el proyecto, el mismo que debe estar dentro de la macro zona, es decir, es el lugar donde se ubicará e instalará definitivamente la microempresa.

La microempresa de lácteos estará ubicada en la parroquia de Chillogallo que estará ubicada en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito, tomando en cuenta su crecimiento poblacional y así cubrir una demanda que no está siendo satisfecha.



**Gráfico 23.** Micro localización

**Fuente:** Google maps

### 4.2.3 Localización óptima.

La localización óptima se refiere a la ubicación exacta y adecuada de la empresa, es decir, delimita la localización del proyecto y así se puede establecer oportunidades o debilidades para el estudio.

**Tabla 25**  
**Localización óptima**

FACTORES RELEVANTES	PONDERACIÓN	PANAMERICANA SUR Y AV. GENERAL GALLARDO		AV. GENERAL GALLARDO Y S46		TRANSVERSAL 5TA Y CALLE I	
		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Cercanía al mercado	0,10	8,00	0,80	8,00	0,80	8,00	0,80
Costo del arriendo	0,15	8,00	1,20	8,00	1,20	8,00	1,20
Seguridad	0,10	8,00	0,80	9,00	0,90	7,00	0,70
Parqueadero	0,05	7,00	0,35	7,00	0,35	7,00	0,35
Servicios básicos	0,10	8,00	0,80	10,00	1,00	8,50	0,85
Vías de acceso	0,15	8,00	1,20	10,00	1,50	7,50	1,13
Servicio de transporte	0,20	8,00	1,60	9,00	1,80	7,50	1,50
Competencia	0,20	10,00	2,00	8,00	1,60	8,00	1,60
Total	1,05		8,75		9,15		8,13

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

La matriz de localización óptima se realiza en tres sectores, para ello se consideró algunos factores relevantes como cercanía al mercado, costo del arriendo, servicio de transporte, competencia, entre otros.

La mayor ponderación fue de 9.15, lo que significa que la localización más óptima para poner en marcha el proyecto es la Avenida General Gallardo y S46 que está ubicada en la Ciudadela Ejército Nacional.

### **4.3 Ingeniería del producto**

La ingeniería de producto tiene como objeto el diseño y desarrollo de los productos desde la concepción inicial hasta su venta en el mercado. Implica un estudio que permite ir modelando el producto de acuerdo a las necesidades de los consumidores, funcionalidad, costos, precio, marca, distribución entre otros.

#### **4.3.1 Definición del bien y servicio.**

Los bienes y servicios tienen como fin el satisfacer las necesidades humanas. La diferencia entre ambos se basa en su materialidad, ya que los bienes son tangibles mientras que los servicios son intangibles.

Las características de los productos lácteos como leche, yogurt y mantequilla.

- ✓ Productos lácteos: La leche, yogurt y mantequilla son productos que tienen con fin satisfacer de una manera eficiente al cliente, es una alternativa que favorece al consumidor porque mejorará su nutrición y salud, además al estar estos productos en tiendas y supermercados da lugar a que el consumidor ahorre tiempo.
- ✓ Diseño.- El diseño de los productos lácteos se basa en las necesidades que tiene los clientes por lo que la microempresa cumplirá con las expectativas.

El envase de leche será de funda especiales, el yogurt se presentará en plásticos y la mantequilla se expenderá en tarrinas

- ✓ Comercialización.- Este proceso se realizará después de la producción y envasado de los lácteos, el área de comercialización y marketing junto al personal de ventas se encargarán de proceder a la venta de los productos para que lleguen al consumidor final.

### 4.3.2 Distribución de la planta.

La distribución de la planta consiste en ubicar las áreas dependiendo de la función que va a realizar cada una de ellas con el fin que lograr un adecuado y eficiente desenvolvimiento organizacional

**Tabla 26**  
**Distribución de la planta**

Áreas	Dimensiones
Área Administrativa (Gerencia)	$1*2m^2 = 2m^2$
Área de Producción	$5*4m^2 = 20m^2$
Área Contable	$1*2m^2 = 2m^2$
Área de Comercialización y Marketing	$1*2m^2 = 2m^2$
Secretaría y Recepción	$1*2m^2 = 2m^2$
Bodega de productos terminados	$1*8m^2 = 8m^2$
Bodega de materia prima	$1*8m^2 = 8m^2$
Bodega de materiales de limpieza	$1*5m^2 = 5m^2$
Baño de planta	$1*2m^2 = 2m^2$
Baño administrativo	$1*2m^2 = 2m^2$
<b>TOTAL m<sup>2</sup></b>	<b>53m<sup>2</sup></b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

**Tabla 27**  
**Códigos de cercanía**

CODIGOS DE CERCANIA	
<b>A</b>	Estrictamente cercano
<b>B</b>	Es necesario que esté cerca
<b>C</b>	Es importante que esté cerca
<b>D</b>	Cercanía ordinaria
<b>E</b>	No hay cercanía

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

**Tabla 28**  
**Razones de cercanía**

Razones por procesos	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

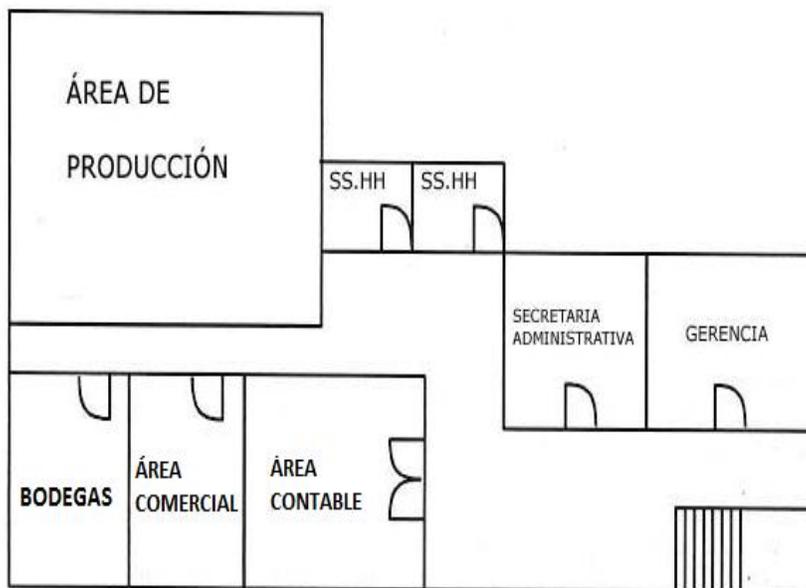
Áreas					
Área Administrativa (Gerencia)	A1				
Área de Producción	A1	C2			
Área Contable	C2	C2	A1		
Área de Comercialización y Marketing	C2	A1	A1	A1	
Secretaría y Recepción	A1	A1	A1	C3	D4
Bodega de productos terminados	A1	A1	C3	D4	D4
Bodega de materia prima	A1	C3	D4	D4	
Bodega de materiales de limpieza	C3	D4	D4		
Baño de planta	D4	D4			
Baño administrativo	D4				

**Gráfico 24.** Matriz Triangular

**Fuente:** Investigación propia

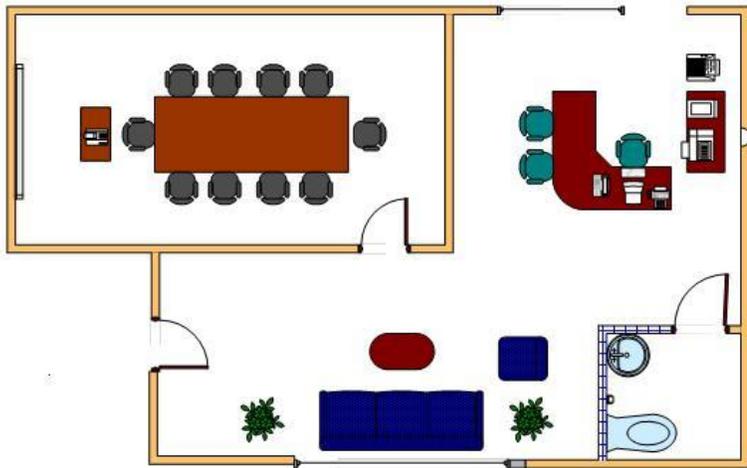
La matriz triangular establece la razón de cercanía o distancia de una área de otra, esto permite la optimización de recursos y tiempo en los procesos administrativos y productivos.

El gráfico 24 muestra como está distribuida la planta tomando en cuenta la cercanía de cada una de las áreas para un adecuado y eficiente funcionamiento de la microempresa a fin de evitar la generación de cuellos de botella que perjudiquen el desarrollo de las actividades productivas, administrativas y comerciales.



**Gráfico 25.** Distribución de la planta  
**Fuente:** Investigación propia

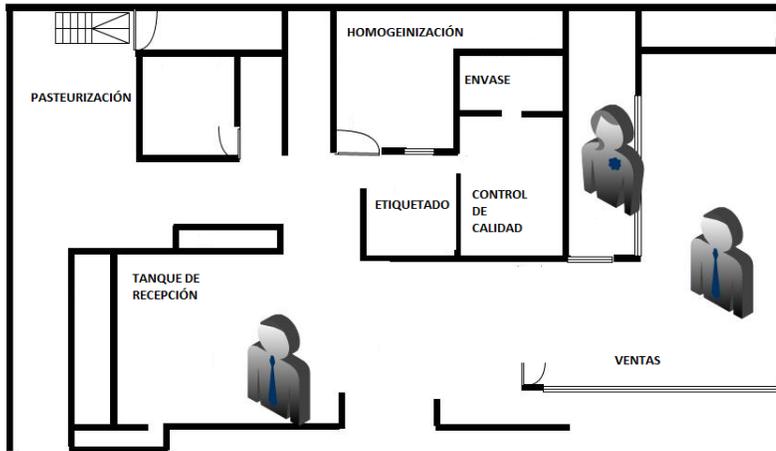
El área administrativa es la encargada de administrar los recursos económicos y distribuirlos equitativamente de acuerdo a las necesidades que surjan en el transcurso de un período determinado.



**Gráfico 26.** Área Administrativa 2m<sup>2</sup>

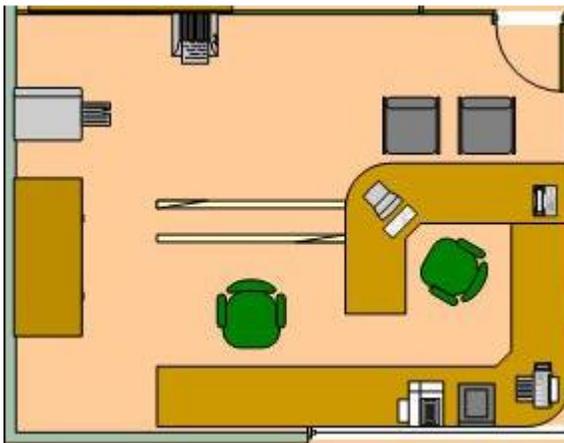
**Fuente:** Investigación propia

El área de producción es la encargada de la elaboración y envasado de la leche, yogurt y mantequilla, en ésta área se encuentra la maquinaria y el equipo que transforma la materia prima en productos terminados.



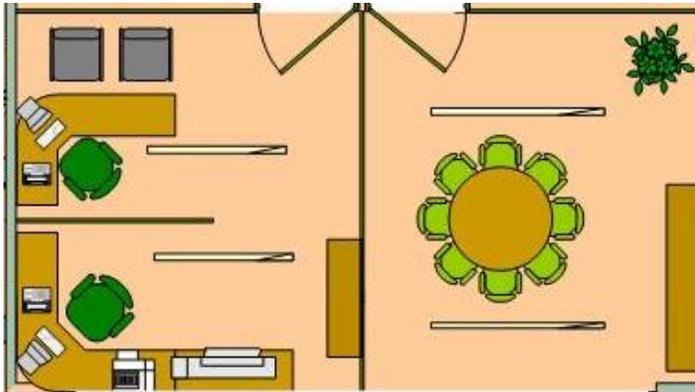
**Gráfico 27.** Área de Producción 20m<sup>2</sup>  
**Fuente:** Investigación propia

El área contable se encarga de registrar, analizar e interpretar la información financiera y contable para que la gerencia tome decisiones que favorezcan la rentabilidad de la empresa.



**Gráfico 28.** Área Contable 2m<sup>2</sup>  
**Fuente:** Investigación propia

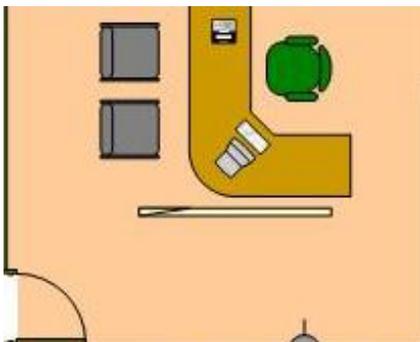
El área de comercialización y marketing se encarga de la venta y promoción de los productos lácteos, es decir, el personal visita tiendas, supermercados y promocionan con volantes.



**Gráfico 29.** Área Comercialización y Marketing 2m<sup>2</sup>

**Fuente:** Investigación propia

El área de secretaría y recepción es la encargada de manejar la información y archivarla, además atiende los requerimientos de los clientes y contacta a los proveedores.



**Gráfico 30.** Secretaría y Recepción 2m<sup>2</sup>

**Fuente:** Investigación propia

La bodega de productos terminados es la encargada de almacenar los productos que se encuentran en stock.



**Gráfico 31.** Bodega de productos terminados 8m<sup>2</sup>  
**Fuente:** Investigación propia

La bodega de materia prima tiene a su carga el almacenamiento de los insumos que se necesitan para la elaboración de la leche, yogurt y mantequilla.



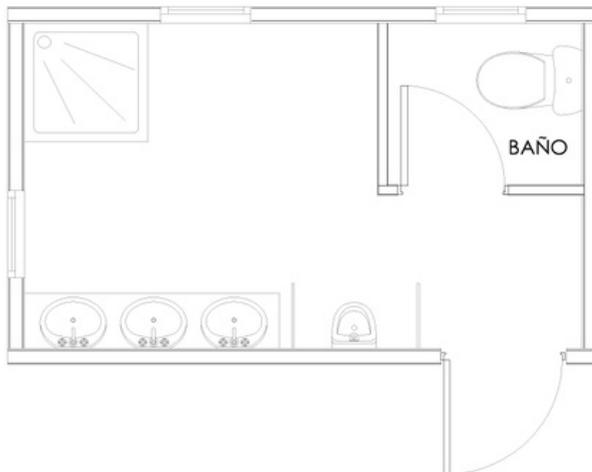
**Gráfico 32.** Bodega de Materia Prima 8m<sup>2</sup>  
**Fuente:** Investigación propia

La bodega de materiales de limpieza estará formada por útiles de limpieza que sirven para el mantenimiento de las instalaciones de la microempresa.



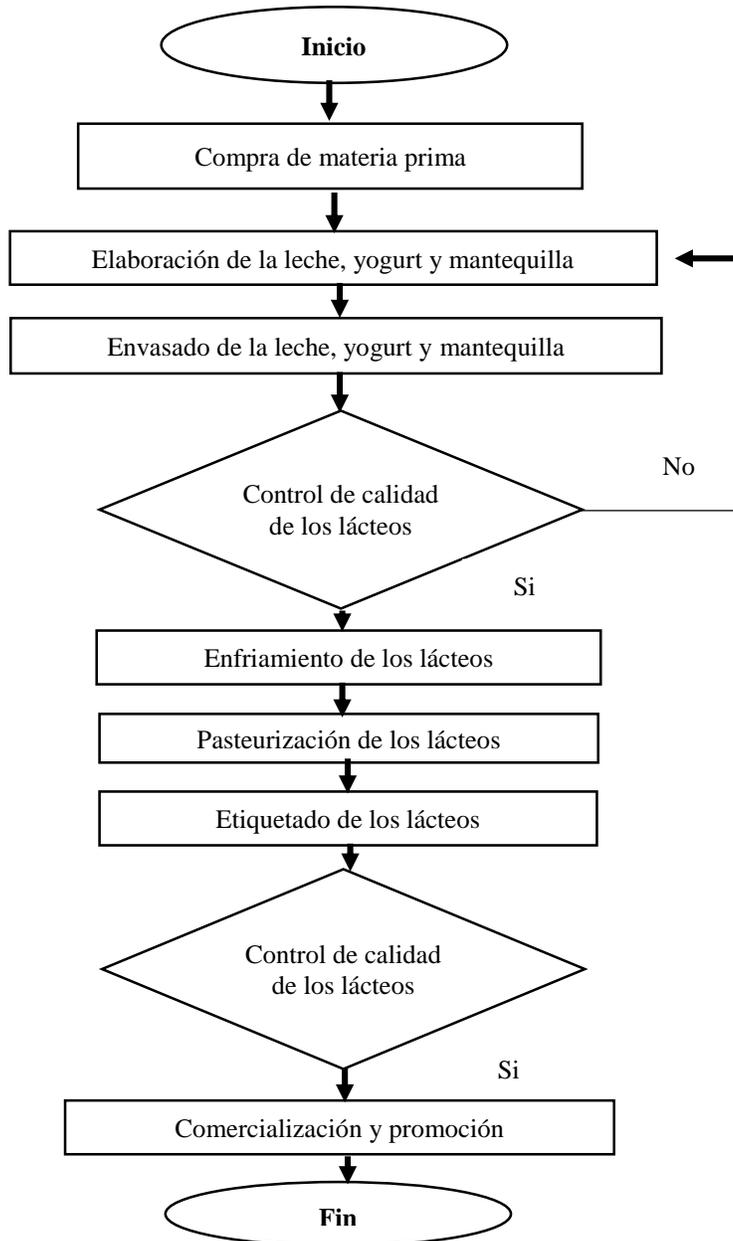
**Gráfico 33.** Bodega de Limpieza 5m<sup>2</sup>  
**Fuente:** Investigación propia

Cada uno de los baños es para uso del personal de administración, comercialización y producción.



**Gráfico 34.** Baño 2m<sup>2</sup>  
**Fuente:** Investigación propia

### 4.3.3 Proceso productivo.



**Gráfico 35.** Distribución de la planta  
**Fuente:** Investigación propia

“El proceso productivo es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de los insumos y se identifica como la transformación de una serie de insumos y convertirlos en productos terminado.”

(Gabriel Vaca, 2011)

#### **4.3.4 Maquinaria y equipos.**

##### ***4.3.4.1 Maquinaria y equipos para la producción de leche.***

Tanque de Recepción de Leche: Un tanque de leche es una tina de depósito de acero inoxidable de calidad alimenticia que se utilizada para enfriar y conservar la leche a baja temperatura.



**Gráfico 36.** Tanque de Recepción de leche

**Fuente:** Investigación propia

Sistema de Tuberías para la Maquinaria: El sistemas de tuberías para leche pueden ser de vidrio o acero inoxidable, pero necesariamente deben tener acabados sanitarios; el de vidrio permite la visibilidad continua, lo que ayuda a la detección de obstáculos en el flujo de leche y el grado de limpieza de esta, no obstante, el de acero inoxidable permite que la leche esté con una temperatura adecuada.



**Gráfico 37.** Sistema de Tuberías para la Maquinaria  
**Fuente:** Investigación propia

Homogeneizador: Homogeneizador para leche, yogurt y mantequilla está formado de tres pistones, válvulas de homogenización, motor trifásico, conexión de entrada y salida tipo tricalmp, manómetro y la estructura cubierta en lámina de acero inoxidable.



**Gráfico 38.** Homogeneizador de leche y otros lácteos  
**Fuente:** Investigación propia

Pasteurizador: El pasteurizador es un equipo formado de placas y es totalmente hermético, tiene función de pasteurizar y enfriar la leche para su envasado.



**Gráfico 39.** Pasteurizador de leche y otros lácteos  
**Fuente:** Investigación propia

Envasadora: La envasadora es de acero inoxidable, facilita la formación, llenado y sellado automático de los productos lácteos en envases plásticos, de cartón y bolsas, mediante una película de polietileno, la misma que facilita la impresión corrida o centrada.



**Gráfico 40.** Envasadora de leche y otros lácteos

**Fuente:** Investigación propia

Congelador: El congelador es un equipo de refrigeración que dispone de un compartimento aislado térmicamente y un sistema frigorífico, su función es mantener los productos lácteos almacenados en su interior a una temperatura bajo cero grados centígrados (0°C).



**Gráfico 41.** Congeladora de leche y otros lácteos  
**Fuente:** Investigación propia

Acidómetro: El acidómetro es un equipo que contiene buretas graduada que permiten observar y leer porcentaje de acidez de cualquier lácteo, también tiene un agitador formado por un tubo de vidrio cerrado por ambos extremos que facilita el proceso de neutralización.



**Gráfico 42.** Acidómetro de leche y otros lácteos  
**Fuente:** Investigación propia

Lactodensímetro: “Los lactodensímetros son instrumentos de vidrio utilizados para la medición de la densidad de la leche y así poder determinar si ha sido mezclada con agua o si ha sido parcialmente descremada.” (Guinama, 2001)



**Gráfico 43.** Lactodensímetro  
**Fuente:** Investigación propia

Pipeta: La pipeta se usa para dosificar líquidos. Facilitan la marcación para una cantidad determinada de líquidos, de tal forma que los envases tengan el volumen perfecto de cada lácteo.



**Gráfico 44.** Pipeta  
**Fuente:** Investigación propia

Balanza: La balanza ayuda a determinar las cantidades exactas que se han producido diariamente.



**Gráfico 45.** Balanza  
**Fuente:** Investigación propia

Equipo Contra Incendio: Equipo de detección automática de incendio, permite proteger las instalaciones de la microempresa ante cualquier accidente o suceso no esperado.



**Gráfico 46.** Equipo Contra Incendio  
**Fuente:** Investigación propia

#### ***4.3.4.2 Maquinaria y equipos para la producción de yogurt.***

Marmita volcablearia: “La marmita es un recipiente cilíndrico con casas laterales provista de una de una tapa y cuya altura es más o menos igual a su diámetro. También se aplica la palabra a los guisos que se cocinan en este recipiente.”(Directo al paladar, 2010)



**Gráfico 47.** Marmita volcablearia

**Fuente:** Investigación propia

Yogurtera inoxidable: La yogurtera es de acero inoxidable, se encarga de pasteurizar, enfriar, y fermentar el yogurt.



**Gráfico 48.** Yogurtera inoxidable  
**Fuente:** Investigación propia

#### *4.3.4.3 Maquinaria y equipos para la producción de mantequilla.*

Mantequillera: Facilita la producción de mantequilla batida y busca dar una textura y consistencia mediante un batido homogéneo. Fabricada en acero inoxidable.



**Gráfico 49.** Mantequillera  
**Fuente:** Investigación propia

**Tabla 29**  
**Maquinaria y equipos**

DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>ACTIVO FIJO</b>				
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
<b>LECHE</b>				
Tanque de Recepción de Leche	Unidad	1	1.100,00	1.100,00
Sistema de Tuberías para la Maquinaria	Unidad	1	950,00	950,00
Homogeneizador	Unidad	1	5.100,00	5.100,00
Pasteurizador	Unidad	1	5.100,00	5.100,00
Envasadora	Unidad	1	4.800,00	4.800,00
Congelador	Unidad	2	3.200,00	6.400,00
Acidómetro	Unidad	1	150,00	150,00
Lactodensímetro	Unidad	1	50,00	50,00
Pipeta	Unidad	3	5,00	15,00
Balanza	Unidad	1	80,00	80,00
Equipo Contra Incendio	Unidad	1	220,00	220,00
<b>YOGURT</b>				
Marmita volcablearia	Unidad	1	2.400,00	
Yogurtera inoxidable	Unidad	3	2.500,00	
<b>MANTEQUILLA</b>				
Mantequillera	Unidad	1	1.000,00	
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				<b>\$23.965,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Escritorio	Unidad	4	80,00	320,00
Mesa	Unidad	4	60,00	240,00
Silla	Unidad	10	30,00	300,00
Archivador	Unidad	2	100,00	200,00
Percha	Unidad	5	70,00	350,00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>1.410,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>				
Teléfono	Unidad	2	30,00	60,00
Sumadora	Unidad	2	50,00	100,00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>				<b>160,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>				
Computadora	Unidad	3	650	<b>1.950,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO FINANCIERO

La realización de un estudio financiero consiste en determinar los ingresos y egresos que se efectuarán en el proyecto, los mismos que serán presentados de forma ordenada y sistemática para una mejor comprensión, finalmente con todos estos valores se podrá indicar si el proyecto es rentable o no.

#### 5.1 Ingresos operacionales y no operacionales

##### 5.1.1 Ingresos operacionales.

Son considerados como ingresos operacionales todos los valores que la empresa genera como parte del giro del negocio, para un mayor entendimiento estos deben ser cálculos de forma anual junto a las respectivas proyecciones.

Antes de conocer cuáles serán los posibles ingresos que se generaran en el proyecto, se estableció la capacidad instalada de la planta, en la siguiente tabla se expone los niveles de producción durante el primer año de operación.

**Tabla 30**  
**Capacidad de producción**

Detalle	Producción Semanal	Semanas al mes	Producción mensual	Meses al año	Producción anual
YOGUPIL-frutilla	500	4	2000	12	24000
YOGUPIL-mora	500	4	2000	12	24000
PROLECHE -1 litro	1350	4	5400	12	64800
PROLECHE -1/2 litro	900	4	3600	12	43200
PROMANTEQUILLA	580	4	2320	12	27840

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Después de establecer los niveles de producción durante el primer año de operaciones, se determinó los ingresos operacionales a través de 3 características principales, siendo estos los siguientes: las materias primas, la mano de obra y finalmente los costos indirectos de fabricación.

Como último paso y basándose en los costos obtenidos de los factores señalados se presentó el precio de venta al público por cada producto que comercializará la organización para la satisfacción de los clientes.

**Tabla 31**  
**Costo de producción**

Detalle	YOGU PIL- fresa	YOGU PIL- mora	PROLE CHE -1 litro	PROLE CHE -1/2 litro	PRO- MANTEQU ILLA
Materia prima	351,44	343,94	570,00	190,00	214,00
Mano de obra	86,78	86,78	130,17	43,39	43,39
Costos indirectos de fabricación	180,00	180,00	202,50	135,00	150,80
Costo de producción semanal	618,21	610,71	902,67	368,39	408,19

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

En base a los costos que se observan en la tabla 2, se estableció el precio de venta al público en cada uno de los productos a comercializar, estos precios se presentan en la siguiente tabla informativa:

**Tabla 32**  
**Precios por producto**

Detalle	YOGUP IL-fresa	YOGUP IL-mora	PROLE CHE -1 litro	PROLE CHE -1/2 litro	PRO- MANTEQUI LLA
Costo de producción semanal	618,21	610,71	902,67	368,39	408,19
Margen de utilidad	45%	45%	45%	45%	45%
Precio de venta	1,79	1,77	0,97	0,59	1,02

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Observando en la tabla 3 los distintos precios de venta, para el yogurt de fresa será de 1,79 dólares, mientras que el yogurt de mora quedo establecido en 1,77 dólares.

Con los precios de venta y los niveles de producción establecidos en la organización se obtuvieron los ingresos durante el primer año, siendo el que se presenta en la siguiente tabla informativa:

**Tabla 33**  
**Ingresos primer año**

Detalle	Producción semanal	Producción mensual	Producción Anual	Precio	Ingresos anuales
YOGUPIL-frutilla	500	2000	24000	1,79	\$ 43.027,68
YOGUPIL-mora	500	2000	24000	1,77	\$ 42.505,68
PROLECHE -1 litro	1350	5400	64800	0,97	\$ 62.825,60
PROLECHE -1/2 litro	900	3600	43200	0,59	\$ 25.639,87
PROMANTEQUILLA	580	2320	27840	1,02	\$ 28.409,95
INGRESO PRIMER AÑO			183840		\$ 202.408,77

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Para el primer año la empresa pretende vender un total de 202.408,77 dólares de los Estados Unidos. Partiendo de esta cifra y con la utilización de la tasa de crecimiento del sector lácteo durante el año 2013, se efectuó las proyecciones para los próximos cinco años, siendo los que se encuentran en la tabla siguiente:

**Tabla 34**  
**Ingresos proyectados**

Detalle	Ingresos anuales	Tasa de crecimiento	Total ingresos
Año 1	\$ 202.408,77		\$ 202.408,77
Año 2	\$ 202.408,77	6%	\$ 214.553,30
Año 3	\$ 214.553,30	6%	\$ 227.426,50
Año 4	\$ 227.426,50	6%	\$ 241.072,09
Año 5	\$ 241.072,09	6%	\$ 255.536,41

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.1.2 Ingresos no operacionales.

La planta aprovechara toda la materia prima en la elaboración de sus productos, por lo que no se han establecido la generación de otros ingresos considerados como ingresos no operacionales, provocados por desperdicios en el proceso productivo.

## 5.2 Costos

“Coste: Se entiende por coste «la medida y valoración del consumo realizado o previsto por la aplicación racional de los factores para la obtención de un producto, trabajo o servicio.” (Nicolau, Grau, 2012, p 16)

### 5.2.1 Costos directos.

“Para los contadores es posible identificar los costos directos específica y exclusivamente con un target costing dado de manera económica factible. Los tipos más comunes de costo directo son los de las partes y las materias primas que constituyen un producto.” (Horngren, Sundem, Stratton, 2007, p 133)

Las principales materias primas que se utilizaran en la elaboración de los diferentes productos de la organización contemplan las materias primas como la mano de obra empleada para la transformación. En la siguiente tabla se presenta las materias primas a emplearse:

**Tabla 35**  
**Materia Prima**

Descripción	Unidad de medida	Cantidad	Valor semanal	Valor mensual	Valor anual
Leche	Litro	3500	1.330,00	5.320,00	\$ 63.840,00
Azúcar	Kg.	125,04	68,77	275,09	\$ 3.301,06
Gelatina	Kg.	0,6	7,20	28,80	\$ 345,60
Sorboato potásico	Kg.	0,3	2,55	10,20	\$ 122,40
Benzoato sódico	Kg.	0,3	1,35	5,40	\$ 64,80
Color	Cc	100cc-6,00	33,00	132,00	\$ 1.584,00
Sabor	Cc	100cc-4,50	22,50	90,00	\$ 1.080,00
Frutilla-Mora	Libras	400	180,00	720,00	\$ 8.640,00
Sal en onzas	Onzas	400	24,00	96,00	\$ 1.152,00

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Observándose las distintas materias primas con sus respectivas cantidades a utilizarse, pero además los costos unitarios y los costos totales durante el primer año de operaciones que tendrá la empresa. En cuanto a la mano de obra, está se presenta en la siguiente tabla ilustrativa:

**Tabla 36**  
**Mano de Obra**

Detalle	N	Salario unificado	14 to sueldo	13 er sueldo	IESS (12,15%)	Sueldo mensual	Sueldo anual
Supervisor de planta	1	500,00	29,50	41,67	60,75	631,92	7583,00
Obrero 1	1	354,00	29,50	29,50	43,01	456,01	5472,13
Obrero 2	1	354,00	29,50	29,50	43,01	456,01	5472,13
Obrero 3	1	354,00	29,50	29,50	43,01	456,01	5472,13

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

En la tabla 36 se muestra los valores que se tendrá que cancelar a los colaboradores junto a los beneficios sociales que les corresponde de acuerdo a las leyes vigentes establecidas por autoridades del estado Ecuatoriano.

### 5.2.2 Costos indirectos.

“Los costos indirectos son todos los costos de fábrica que no se pueden asociar directamente con el producto o es completo asociarlos con precisión. Los costos

indirectos son asignados al producto por prorateo a cada orden de producción. (Soto, Marmolejo, Bolaños, 2012, p 182)

**Tabla 37**  
**Costos indirectos de fabricación**

Descripción	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Costo semanal	Costo mensual	Costo anual
Envase de plástico	Unidad	1000	0,32	320,00	1.280,00	15.360,00
Etiqueta yogurt	Unidad	1000	0,04	40,00	160,00	1.920,00
fundas especiales	Unidad	2250	0,11	247,50	990,00	11.880,00
embudos	Unidad	1125	0,08	90,00	360,00	4.320,00
Envase tarrina	Unidad	580	0,22	127,60	510,40	6.124,80
Etiqueta mantequilla	Unidad	580	0,04	23,20	92,80	1.113,60
Total				<b>848,30</b>	<b>3.393,20</b>	<b>40.718,40</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Los costos indirectos de fabricación identificados señalan que semanalmente estos serán de 848,30 dólares, de forma mensual 3.393,20 y para el primer año de 40.718,40 dólares de los Estados Unidos.

### 5.2.3 Gastos administrativos.

Son consideramos como gastos administración, aquellos que se emplea en la gestión administrativa de las distintas tareas que la empresa tiene que efectuar para llevar sus

productos hasta los consumidores. Por lo general estos valores pueden ser: el sueldo que se cancela a personal especializado en la gestión, pagos de arriendo, de suministros entre otros que se expone en la siguiente tabla:

**Tabla 38**  
**Sueldos y Salarios**

Detalle	N	Salario unificado	14 to sueldo	13 er sueldo	IESS (12,15 %)	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente General	1	600	29,50	50,00	72,90	752,40	\$ 9.028,80
Secretaria	1	400	29,50	33,33	48,60	511,43	\$ 6.137,20
Contador	1	500	29,50	41,67	60,75	631,92	\$ 7.583,00

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Como se puede observar en la tabla 38, para la gestión de las actividades de la empresa se necesitará de un gerente una secretaria y un contador, además se agregan los beneficios sociales que cada colaborador recibirá, las aportes que se realizarán y en la parte final se presenta el valor total del sueldo anual de cada uno de ellos.

A más del sueldo, también se necesitará otros materiales que ayudaran con la coordinación de las tareas, todos estos valores se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 39**  
**Otros gastos administrativos**

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Suministros de oficina	35,00	420,00
Materiales de limpieza	25,00	300,00
Arriendo	450,00	5.400,00
Servicios básicos	85,00	1.020,00
Otros gastos administrativos	20,00	240,00

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Las cuentas adicionales de gastos administrativos necesarias fueron: suministros de oficina, materiales de limpieza, un pago de arriendo, servicios básicos y otros gastos.

Presentando además el valor mensual y anual de dichas cuentas.

#### **5.2.4 Gasto de venta.**

Dentro de las organización existirán gastos en la comercialización de los productos ofrecidos, a estos se los conoce como gastos de ventas. Por lo general los valores son empleados en materiales publicitarios o en tareas que ayudan a informar a los clientes de los beneficios que ofrecen los productos de la empresa.

**Tabla 40**  
**Gastos de venta**

Detalle	Costo mensual	Costo anual
Página web	35,00	420,00
Publicidad en medios	50,00	600,00
Tarjetas de presentación	20,00	240,00
Folletería informativa	15,00	180,00

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

Como valores que se necesitaran para los gastos de ventas están un total de 120 dólares de forma mensual y un valor de 1.440 dólares anuales.

### 5.2.5 Gastos financieros.

“En términos llanos, el financiamiento empresarial se refiere a la consecución de recursos para la operación o para proyectos especiales de la organización. No importan la fuente de esos recursos ni el objetivo en su aplicación, el simple hecho de conseguir fondos nuevos o generarlos en forma adicional, proporciona un financiamiento “(Levy, 2004, p 117)

**Tabla 41**  
**Costos financieros**

Detalle	Valor
Entidad	Coop. Jep
Tipo de crédito	Línea comercial PYMES
Monto de financiamiento	38.385,00
Tasa de interés	11,20%
Períodos	5 años

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

**Tabla 42**  
**Interés del préstamo**

AÑOS	Interés del proyecto
1	3993,96
2	3278,43
3	2478,56
4	1584,33
5	584,65

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.2.6 Costos Fijos y Costos Variables.

Los costos en la organización se clasifican en fijos y variables, los primeros son aquellos que se mantienen constantes aunque la empresa no produzca nada, estos pueden ser el arriendo, los sueldos, impuestos entre otros.

Mientras que los costos variables dependerán de los niveles de producción, es decir entre mayores productos se elaboren más recursos económicos se necesitarán.

En la siguiente tabla se muestra la clasificación de los costos fijos y variables, que tendrá la empresa en sus operaciones:

**Tabla 43**  
**Identificación de costos fijos y variables**

N°	Detalle	Costo Fijo	Costo Variable
1	Materias primas		X
2	Mano de obra		X
3	Costos indirectos de fabricación		X
4	Sueldo y salarios	X	
5	Gastos Generales	X	
6	Otros gastos de ventas	X	
7	Gasto financiero	X	
8	Depreciaciones	X	

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

El valor de costos fijos establecido en el proyecto para el primer año fue de 45.725,61 dólares, y los costos variables de 144.847,65 dólares.

**Tabla 44**  
**Costos fijos y variables**

		<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>				
		1	2	3	4	5
	<b>COSTOS TOTALES (a+b)</b>	<b>190.573,26</b>	<b>197.008,88</b>	<b>203.677,53</b>	<b>210.587,37</b>	<b>217.746,59</b>
a	<b>Costos fijos</b>	<b>45.725,61</b>	<b>46.845,32</b>	<b>48.002,96</b>	<b>49.199,55</b>	<b>50.435,84</b>
	Sueldo y salarios	22.749,00	23.583,89	24.449,42	25.346,71	26.276,93
	Gastos Generales	7.380,00	7.650,85	7.931,63	8.222,72	8.524,50
	Otros gastos de ventas	1.440,00	1.492,85	1.547,64	1.604,43	1.663,32
	Gasto financiero	10.278,06	10.239,19	10.195,73	10.147,13	10.092,54
	Depreciaciones	3.878,55	3.878,55	3.878,55	3.878,55	3.878,55
b	<b>Costos variables</b>	<b>144.847,65</b>	<b>150.163,56</b>	<b>155.674,56</b>	<b>161.387,82</b>	<b>167.310,75</b>
	Materias primas	80.129,86	83.070,62	86.119,31	89.279,89	92.556,46
	Mano de obra	23.999,40	24.880,17	25.793,28	26.739,89	27.721,24
	Costos indirectos de fabricación	40.718,40	42.212,77	43.761,97	45.368,04	47.033,05

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.3 Inversiones del proyecto

Las inversiones pueden ser consideradas como los recursos materiales y económicos que se emplearan en las operaciones de la empresa, con el propósito de producir los productos que comercializará.

## 5.2.1 Inversión fija.

### 5.2.1.1 *Activos Fijos.*

Las empresas consideran a los activos fijos como las herramientas que ayudan a producir los productos que se comercializaran, por lo general son las maquinarias, los equipos, y los muebles o enseres que se utilizaran en el proyecto.

### 5.3.1.2. *Activos nominales (diferido).*

Estos activos son todos los intangibles que la empresa pueda generar como parte de sus operaciones, como principales activos estarán los gastos en la conformación del negocio, gastos de posibles estudios.

**Tabla 45**  
**Activos diferidos**

<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
Gastos de constitución	950,00
Gastos estudio factibilidad	350,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.300,00</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.2.2 Capital de trabajo.

“Por capital de trabajo entenderemos que son los recursos, diferentes a la inversión fija y diferida, que un proyecto requiere para realizar sus operaciones sin contratiempo alguno. Dichos recursos están representados por el efectivo, las cuentas por cobrar y el inventario” (Orozco, 2013, p. 96)

Para identificar el valor del capital de trabajo en el proyecto se consideró un tiempo de dos meses de los principales valores que se necesitarán para las operaciones de la empresa, en la siguiente tabla se presentan estas cifras:

**Tabla 46**  
**Capital de Trabajo**

Detalle	Mes 1	Mes 2	Total
Materias primas	6.677,49	6.677,49	13.354,98
Mano de obra	1.562,00	1.562,00	3.124,00
Costos indirectos de fabricación	3.393,20	3.393,20	6.786,40
Sueldo y salarios	1.500,00	1.500,00	3.000,00
Gastos Generales	615,00	615,00	1.230,00
Otros gastos de ventas	120,00	120,00	240,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>			<b>27.735,38</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

El valor del capital de trabajo para dos meses será de 27.735,38 dólares, con ello se podrá cubrir los gastos de las operaciones del negocio.

### 5.2.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos.

Considerado todos los recursos financieros que se necesitan para las actividades del proyecto, se buscó una fuente de financiamiento adecuada.

**Tabla 47**  
**Inversión del proyecto, fuentes y usos**

N°	Detalle	Total	Aporte Personal	Financiamiento
1	<b>INVERSIONES (a+b)</b>	<b>39.685,00</b>		
a	<b>Inversiones fijas</b>	<b>38.385,00</b>		
1	Maquinarias y Equipos	34.865,00		34.865,00
2	Muebles y Enseres	1.410,00		1.410,00
3	Equipo de oficina	160,00		160,00
4	Equipo de computación	1.950,00		1.950,00
b	<b>Inversiones diferidas</b>	<b>1.300,00</b>		
1	Gastos de constitución	950,00	950,00	
2	Gastos estudio factibilidad	350,00	350,00	
2	<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	<b>27.735,38</b>		
1	Materias primas	13.354,98	13.354,98	
2	Mano de obra	3.124,00	3.124,00	
3	Costos indirectos de fabricación	6.786,40	6.786,40	
4	Sueldo y salarios	3.000,00	3.000,00	
5	Gastos Generales	1.230,00	1.230,00	
6	Otros gastos de ventas	240,00	240,00	
	<b>INVERSIÓN TOTAL (1+2)</b>	<b>67.420,38</b>	29.035,38	38.385,00

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

El total de la inversión fue de 67.420,38 dólares, de los cuales 29.035,38 dólares será parte de los aportes personales utilizando el monto exclusivamente para el capital de trabajo y los activos diferidos. Y 38.385 dólares como parte del financiamiento que se empleara en la adquisición de las inversiones fijas.

#### 5.2.4 Amortización de los financiamientos (tabla de amortización).

La cantidad financiada tendrá una tasa de interés del 11.20% por un periodo de 5 años y con pagos mensuales.

**Tabla 48**  
**Amortización del capital**

N° Cuotas	Préstamo	Capital pagado	Interés	Cuota de pago	Saldo insoluto
0					38.385,00
1	38.385,00	6.067,08	3.993,96	10.278,06	32.317,92
2	32.317,92	6.782,61	3.278,43	10.239,19	25.535,31
3	25.535,31	7.582,48	2.478,56	10.195,73	17.952,83
4	17.952,83	8.476,71	1.584,33	10.147,13	9.476,12
5	9.476,12	9.476,12	584,65	10.092,54	0,00

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

La tabla 19 presenta los pagos de financiamiento por años, aunque el total de cuotas que la empresa deberá cancelar serán 60 cuotas.

### 5.2.5 Depreciaciones (tabla de depreciación).

Todos los activos por el uso constante se desgastan, por ello las empresas realizan el cálculo correspondiente para realizar el reemplazo cuando se lo requiera, en el proyecto los montos fueron los siguientes:

**Tabla 49**  
**Depreciación de activos**

Detalle	Valor Total	Año vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinarias y Equipos	34865	10	3.137,85	3.137,85	3.137,85	3.137,85	3.137,85
Muebles y Enseres	1410	10	126,90	126,90	126,90	126,90	126,90
Equipo de oficina	160	5	28,80	28,80	28,80	28,80	28,80
Equipo de computación	1950	3	585,00	585,00	585,00	585,00	585,00

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

La depreciación se indicó por cada año y por cada activo que se requerirá en las operaciones del negocio.

### 5.3.6. Proyección de costos y gastos.

En el establecimiento de las proyecciones se consideró la inflación durante el año 2014 que presentó el Ecuador, siendo de 3.67% y con este porcentaje se cálculos los valores para los cinco años de evaluación del proyecto.

**Tabla 50**  
**Proyecciones de los costos de producción**

Detalle	% de proyecciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materias primas	3,67%	80.129,86	83.070,62	86.119,31	89.279,89	92.556,46
Mano de obra	3,67%	23.999,40	24.880,17	25.793,28	26.739,89	27.721,24
Costos indirectos de fabricación	3,67%	40.718,40	42.212,77	43.761,97	45.368,04	47.033,05
Total costo producción		<b>144.847,65</b>	<b>150.163,56</b>	<b>155.674,56</b>	<b>161.387,82</b>	<b>167.310,75</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

De igual forma se realizaron las proyecciones de los gastos administrativos, en donde también se consideró la inflación del año 2014 (3.67%)

**Tabla 51**  
**Proyección de los gastos administrativos**

Detalle	% de proyecciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo y salarios	3,67%	22.749,00	23.583,89	24.449,42	25.346,71	26.276,93
Total sueldos y salarios		<b>22.749,00</b>	<b>23.583,89</b>	<b>24.449,42</b>	<b>25.346,71</b>	<b>26.276,93</b>
Suministros de oficina	3,67%	420,00	435,41	451,39	467,96	485,13
Materiales de limpieza	3,67%	300,00	311,01	322,42	334,26	346,52
Arriendo	3,67%	5.400,00	5.598,18	5.803,63	6.016,63	6.237,44
Servicios básicos	3,67%	1.020,00	1.057,43	1.096,24	1.136,47	1.178,18
Otros gastos administrativos	3,67%	240,00	248,81	257,94	267,41	277,22
Total gastos administrativos		<b>30.129,00</b>	<b>31.234,73</b>	<b>32.381,05</b>	<b>33.569,43</b>	<b>34.801,43</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

En el caso de los gastos de ventas, se empleó también la inflación del año 2014 que fue de 3.67%.

**Tabla 52**  
**Proyección de los gastos de venta**

Detalle	% de proyecciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Página web	3,67%	420,00	435,41	451,39	467,96	485,13
Publicidad en medios	3,67%	600,00	622,02	644,85	668,51	693,05
Tarjetas de presentación	3,67%	240,00	248,81	257,94	267,41	277,22
Folletería informativa	3,67%	180,00	186,61	193,45	200,55	207,91
Total gastos de ventas		<b>1.440,00</b>	<b>1.492,85</b>	<b>1.547,64</b>	<b>1.604,43</b>	<b>1.663,32</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.2.6 Estado de situación inicial.

En el estado de situación inicial se coloca todos los activos corrientes, fijos y diferidos que la empresa utilizará en las distintas actividades. Pero también se agregan los pasivos y la aportación inicial de los socios, indicando este estado una visión general de la conformación de la empresa.

**Tabla 53**  
**Estado de Situación inicial**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>Activo corriente</b>		<b>Pasivo corriente</b>	
<b>Banco</b>	\$ 27.735,38	<b>Cuentas por pagar</b>	\$ -
<b>Total activo corriente</b>		<b>Total pasivos corrientes</b>	\$ -
<b>Activo fijo</b>		<b>Pasivos no corrientes</b>	
<b>Maquinarias y Equipos</b>	\$ 34.865,00	<b>Crédito Bancario</b>	\$ 38.385,00
<b>Muebles y Enseres</b>	\$ 1.410,00		
<b>Equipo de oficina</b>	\$ 160,00		
<b>Equipo de computación</b>	\$ 1.950,00		
<b>Total activos fijos</b>	\$ 38.385,00	<b>Total pasivo no corriente</b>	\$ 38.385,00
<b>Activos diferidos</b>		<b>CAPITAL</b>	
<b>Gastos de constitución</b>	\$ 950,00	<b>Aporte inicial</b>	\$ 29.035,38
<b>Gastos estudio factibilidad</b>	\$ 350,00		
<b>Total activo diferido</b>	\$ 1.300,00	<b>Total capital</b>	\$ 29.035,38
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 67.420,38	<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	\$ 67.420,38

\_\_\_\_\_  
Gerente

\_\_\_\_\_  
Contador

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.2.7 Estado de resultados proyectado (5 años).

Es estados también se lo conoce como el estado de pérdidas y ganancias, se encuentra conformado por todos las cuentas de ingresos y egresos que se generan en las operaciones del negocio, las mismas que ayudarán a conocer al final de un periodo económico si la empresa obtuvo una utilidad o una pérdida en la comercialización de todos sus productos ofrecidos.

**Tabla 54**  
**Estado de resultados proyectado**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 202.408,77	\$ 214.553,30	\$ 227.426,50	\$ 241.072,09	\$ 255.536,41
- Costo de producción	\$ 144.847,65	\$ 150.163,56	\$ 155.674,56	\$ 161.387,82	\$ 167.310,75
= Utilidad bruta en ventas	\$ 57.561,12	\$ 64.389,74	\$ 71.751,93	\$ 79.684,27	\$ 88.225,66
- Gastos administrativos	\$ 30.129,00	\$ 31.234,73	\$ 32.381,05	\$ 33.569,43	\$ 34.801,43
- Gastos de ventas	\$ 1.440,00	\$ 1.492,85	\$ 1.547,64	\$ 1.604,43	\$ 1.663,32
- Depreciaciones	\$ 3.878,55	\$ 3.878,55	\$ 3.878,55	\$ 3.878,55	\$ 3.878,55
- Amortizaciones del diferido	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
- Gasto financiero	\$ 10.278,06	\$ 10.239,19	\$ 10.195,73	\$ 10.147,13	\$ 10.092,54
= Utilidad antes de participación	\$ 11.575,51	\$ 17.284,41	\$ 23.488,97	\$ 30.224,72	\$ 37.529,82
- 15% Participación trabajadores	\$ 1.736,33	\$ 2.592,66	\$ 3.523,35	\$ 4.533,71	\$ 5.629,47
= Utilidad ante de impuestos	\$ 9.839,18	\$ 14.691,75	\$ 19.965,62	\$ 25.691,01	\$ 31.900,35
- 22% Impuesto a la Renta	\$ 2.164,62	\$ 3.232,19	\$ 4.392,44	\$ 5.652,02	\$ 7.018,08
= Utilidad neta del ejercicio	\$ 7.674,56	\$ 11.459,57	\$ 15.573,19	\$ 20.038,99	\$ 24.882,27

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.2.8 Flujo de caja

“El flujo de efectivo es un estado financiero que muestra los conceptos por los que varía la caja en un periodo determinado. Así como el estado de resultados refleja la rentabilidad de una empresa, el flujo de efectivo sirve para estudiar la caja o liquidez de una organización.” (Cifuentes, 2005, p 157)

El flujo del proyecto para el primer año de proyección, dio un resultado positivo siendo de 15.8007, 07 dólares, además se puede observar en la tabla el incremento de las depreciaciones y las amortizaciones ya que estos son valores contables por lo que no se deben considerar en la construcción del flujo de efectivo.

**Tabla 55**  
**Flujo de caja proyectado**

	Detalle	Año base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	<b>Ventas</b>		\$ 202.408,77	\$ 214.553,30	\$ 227.426,50	\$ 241.072,09	\$ 255.536,41
-	<b>Costo de producción</b>		(\$ 144.847,65)	(\$ 150.163,56)	(\$ 155.674,56)	(\$ 161.387,82)	(\$ 167.310,75)
=	<b>Utilidad bruta en ventas</b>		\$ 57.561,12	\$ 64.389,74	\$ 71.751,93	\$ 79.684,27	\$ 88.225,66
-	<b>Gastos administrativos</b>		(\$ 30.129,00)	(\$ 31.234,73)	(\$ 32.381,05)	(\$ 33.569,43)	(\$ 34.801,43)
-	<b>Gastos de ventas</b>		(\$ 1.440,00)	(\$ 1.492,85)	(\$ 1.547,64)	(\$ 1.604,43)	(\$ 1.663,32)
-	<b>Depreciaciones</b>		(\$ 3.878,55)	(\$ 3.878,55)	(\$ 3.878,55)	(\$ 3.878,55)	(\$ 3.878,55)
-	<b>Amortizaciones del diferido</b>		\$ (260,00)	\$ (260,00)	\$ (260,00)	\$ (260,00)	\$ (260,00)
-	<b>Gasto financiero</b>		(\$ 10.278,06)	(\$ 10.239,19)	(\$ 10.195,73)	(\$ 10.147,13)	(\$ 10.092,54)
=	<b>Utilidad antes de participación</b>		\$ 11.575,51	\$ 17.284,41	\$ 23.488,97	\$ 30.224,72	\$ 37.529,82
-	<b>15% Participación trabajadores</b>		(\$ 1.736,33)	(\$ 2.592,66)	(\$ 3.523,35)	(\$ 4.533,71)	(\$ 5.629,47)
=	<b>Utilidad ante de impuestos</b>		\$ 9.839,18	\$ 14.691,75	\$ 19.965,62	\$ 25.691,01	\$ 31.900,35
-	<b>22% Impuesto a la Renta</b>		(\$ 2.164,62)	(\$ 3.232,19)	(\$ 4.392,44)	(\$ 5.652,02)	(\$ 7.018,08)
=	<b>Utilidad neta del ejercicio</b>		\$ 7.674,56	\$ 11.459,57	\$ 15.573,19	\$ 20.038,99	\$ 24.882,27
+	<b>Depreciaciones</b>		\$ 3.878,55	\$ 3.878,55	\$ 3.878,55	\$ 3.878,55	\$ 3.878,55
+	<b>Amortizaciones del diferido</b>		\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00
-	<b>Amortización de la deuda</b>		(\$ 3.993,96)	(\$ 3.278,43)	(\$ 2.478,56)	(\$ 1.584,33)	(\$ 584,65)
-	<b>Inversión inicial</b>	\$ (67.420,38)					
+	<b>Préstamo</b>	\$ 38.385,00					
=	<b>Flujo de caja del periodo</b>	\$ (29.035,38)	\$ 15.807,07	\$ 18.876,55	\$ 22.190,30	\$ 25.761,87	\$ 29.605,47

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

### 5.3 Evaluación

Realizar una evaluación de cualquier proyecto busca como único propósito conocer si todas las operaciones del negocio brindarán una rentabilidad económica a los integrantes de la empresa, para ello se cuenta con varios instrumentos que ayudarán al evaluador presentar los resultados que se obtenga de este análisis.

#### 5.3.1 Tasa de descuento.

“La tasa de descuento también la podemos definir como el costo de oportunidad en que se incurre al tomar la decisión de invertir en el proyecto en lugar de hacerlo en otras alternativas que nos pueda ofrecer el mercado financiero. Esto último nos indica que la inversión, cualquiera que sea la forma de financiarla, tiene un costo.” (Orozco, 2013, p. 134)

**Tabla 56**  
**TMAR**

	<b>Cálculo de la TMAR</b>	<b>%</b>
+	Inflación 2014	3,67%
+	Tasa activa	7,41%
+	Tasa pasiva	5,32%
=	<b>TMAR</b>	<b>16,40%</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

La TMAR también denominada como tasa de descuento para evaluar al proyecto fue de 16.40%, debido a que se consideró la inflación del país en el año 2014, y las referencias de la tasa pasiva y activa hasta el mes de febrero del 2015.

### 5.3.2 Valor actual neto (VAN).

“El valor actual neto (VAN) de un proyecto de inversión se define como la suma de los valores actualizados de todos los flujos de caja asociados a la realización de esa inversión, menos el desembolso inicial. Si nos fijamos, consiste en traer al momento presente los flujos que se recibirán entre 1 y n, y una vez están en el momento actual se suman junto con el desembolso inicial” (García, 2012, p. 211)

La fórmula empleada fue:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n}$$

**Tabla 57**  
**Valor Actual Neto**

Calculo del VAN	
TMAR	16,40%
Inversión	\$ (29.035,38)
Flujo de caja	\$ 15.807,07
	\$ 18.876,55
	\$ 22.190,30
	\$ 25.761,87
	\$ 29.605,47
<b>VAN</b>	<b>\$ 34.738,41</b>

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

En base a los resultados obtenidos del flujo de caja y con la utilización de la tasa de descuento, se aplicó la fórmula de cálculo del VAN obteniendo un valor de 34.738,41 dólares, valor que es positivo y de acuerdo a las reglas del VAN, se puede mencionar que el proyecto será rentable.

### 5.3.3 Tasa Interna de Retorno (TIR).

“La tasa interna de rendimiento (TIR) de un proyecto de inversión es la tasa de descuento que hace que el valor actual de los flujos de beneficios (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión (negativos). En otras palabras, la TIR es la tasa que descuenta los flujos asociados con un proyecto hasta un valor exactamente de cero.”

(Boulanger, Retana & Gutiérrez, 2007, p. 82)

**Tabla 58**  
**Tasa Interna de Retorno**

<b>Cálculo de la TIR</b>	
Inversión	\$ (29.035,38)
Año 1	\$ 15.807,07
Año 2	\$ 18.876,55
Año 3	\$ 22.190,30
Año 4	\$ 25.761,87
Año 5	\$ 29.605,47
TIR	61%

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

El cálculo de la TIR para el proyecto fue de 61%, en relación al establecido para la TMAR que fue de 16.40% se puede señalar que el proyecto a través de esta herramienta también es rentable para los participantes.

#### 5.4.4 PRI (Periodo de recuperación de la inversión).

“Es el número previsto de años que se tardará la inversión original; fue el primer método formal con que se evaluaron los proyectos de presupuestación de capital.”

(Brigham & Ehrhardt, 2007, p. 313).

**Tabla 59**  
**Periodo de Recuperación de la inversión**

Años	Flujos de efectivo	Factor de actualización	Flujos actualizados	Flujos acumulados	Periodo de recuperación
1	\$ 15.807,07	0,8591	\$ 13.579,96	\$ 13.579,96	
2	\$ 18.876,55	0,7381	\$ 13.932,10	\$ 27.512,06	
3	\$ 22.190,30	0,6341	\$ 14.070,33		\$ 12.547,01
4	\$ 25.761,87	0,5447	\$ 14.033,48		\$ 26.580,49
5	\$ 29.605,47	0,4680	\$ 13.855,02		\$ 40.435,51

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

La fórmula aplicada fue:

$$PRI = a + \frac{(b - c)}{d}$$

Presentado como resultado después del cálculo respectivo, que la inversión se recupera en dos y un mes.

#### 5.4.5 RBC (Relación costo beneficio).

“La relación beneficio-costos compara el valor de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión” (Chain, 2007, p. 256)

$$RCB = \frac{\text{Flujos efectivos actualizados}}{\text{Inversión}}$$

**Tabla 60**  
**Relación costo beneficio**

Años	Flujos actualizados
1	\$ 13.579,96
2	\$ 13.932,10
3	\$ 14.070,33
4	\$ 14.033,48
5	\$ 13.855,02
<b>Inversión</b>	\$ 29.035,38
<b>RCB</b>	2,39

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

La relación del costo beneficio para el proyecto fue de 2,39, este valor indica que por cada dólar invertido se obtendrá un rendimiento económico de 1,39 centavos de dólares.

#### 5.4.6 Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio permite conocer el valor donde los costos y gastos son iguales a los ingresos, es decir, la empresa no obtendrá rentabilidad pero tampoco presentará ninguna pérdida. La fórmula empleada fue la siguiente:

$$P. E. (\$) = \frac{\text{Costo Fijo (\$)}}{1 - \frac{\text{Costo Variable (\$)}}{\text{Ventas Totales (\$)}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{45.725,61}{1 - \frac{144.847,65}{\$ 202.408,77}}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{45.725,61}{1 - 0,715619}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{45.725,61}{0,284381}$$

$$\text{Punto de equilibrio} = \$160.790,21$$

La comprobación del punto de equilibrio se presenta en la siguiente tabla:

**Tabla 61**  
**Comprobación del punto de equilibrio**

Detalle	Valor
Ingreso por ventas	\$ 160.790,21
Menos costos variables	115.064,60
Margen de contribución	\$ 45.725,61
Menos costos fijos	45.725,61

**Fuente:** Investigación propia

**Autor:** Ligia Pila

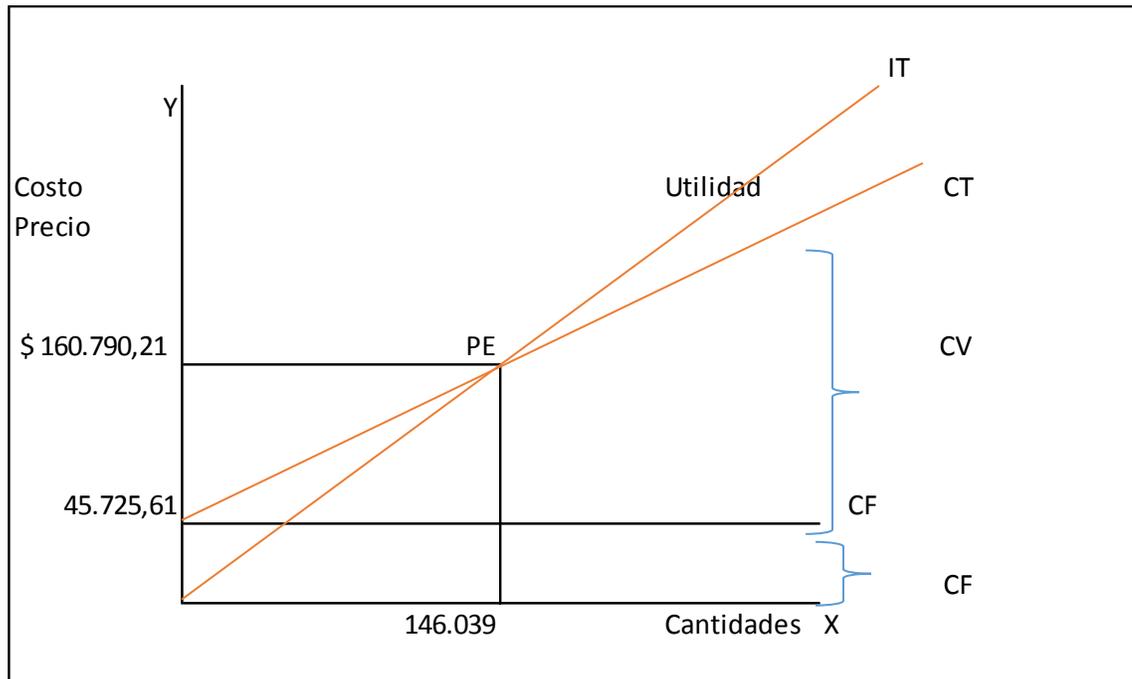
Mediante una regla de tres se obtuvo el cálculo del total de productos para poder cubrir los costos de la empresa.

Ventas                      Punto de equilibrio  
N.- Unidades                      X

\$ 202.408,77                      \$ 160.790,21  
183.840,00                      X

\$ 29.559.672.488,95  
\$ 202.408,77

146.039,48



**Gráfico 50.** Punto de Equilibrio

**Fuente:** Costos fijos y variables

Como se puede observar en el gráfico se tendría que vender 146.039 unidades, obteniendo un total de 160.790,21 dólares que es el punto de equilibrio para la empresa.

#### 5.4.7 Análisis de índices financieros.

Las empresas utilizan los índices financieros como análisis de sus operaciones por medio de los diferentes estados financieros, esto le permite tomar decisiones con mayor rapidez que organizaciones del mismo sector. Los principales indicadores establecidos en el proyecto fueron: ROE, ROA y ROI.

**ROE:** este indicador mide el rendimiento que la empresa está obteniendo de sus fondos propios.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{ROE} = \frac{7.674,56}{29.035,38}$$

$$\text{ROE} = 26 \%$$

Este valor indica que el rendimiento que se obtiene del proyecto es de un 26% después de efectuar todas las operaciones.

**ROA:** El índice de retorno sobre los activos (ROA) mide la rentabilidad de una empresa con respecto a los activos que posee.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{ROA} = \frac{7.674,56}{67.420,38}$$

$$\text{ROA} = 11\%$$

El ROA siendo el rendimiento que se generan todos los activos, este resultado permite señalar que los activos con los que contaría la empresa ofrecerían un beneficio del 11% anual para el proyecto.

**ROI:** Mediante este indicador se mide el rendimiento de una inversión, para evaluar que tan eficiente es el gasto que se está realizando.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Beneficio obtenido} - \text{inversión}}{\text{Inversión}}$$

$$\text{ROI} = \frac{7.674,56 - 29.035,38}{29.035,38}$$

$$\text{ROI} = -74\%$$

Indicando a los interesados tiene existe un retorno negativo de todas las inversiones realizadas para las operaciones de la organización.

## CAPÍTULO VI

### ANÁLISIS DE IMPACTOS

#### 6.1 Impacto ambiental

La empresa tiene un impacto ambiental mínimo, el cual en general se puede controlar mediante manejo correcto del reciclaje de envases plásticos y de cartón y siguiendo las normas por las autoridades de sanidad y las empresas recolectoras de basura de la localidad donde opere la microempresa.

La microempresa desarrollara sus actividades y brindara una atención de calidad a sus clientes, cuenta con separaciones ambientales necesarias.

Con el objetivo de minimizar todos estos efectos el impacto ambiente la microempresa "PROLACTEOS" decidió utilizar máquinas con una mayor tecnología, por ende se reducirán los desperdicios de la materia prima optimizando los recursos tanto materiales como humanos.

Las actividades sociales de una empresa deben ser compatibles y amigables con el medio ambiente, la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas.

## 6.2 Impacto económico

La microempresa "PROLACTEOS" da el servicio de "yogupil", "proleche" y "promantequilla" para el mejoramiento de la calidad alimenticia ubicada en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito. Tiene un impacto positivo en el aspecto económico ya que por el hecho de estar en un sector que tiene un gran desarrollo y tendrá gran demanda y por consecuencia el desarrollo económico de sus habitantes.

## 6.3 Impacto productivo

El reto en la labor de la microempresa de lácteos consiste en convertir el que hacer productivo, comercial y ético, en tanto y en cuanto permita al consumidor alcanzar su fin último en la vida que es la felicidad no solo porque satisface sus necesidades si no porque contribuye a mejorar su calidad de vida

El análisis de los principios conduce a reconocer que el consumidor es una persona y por ende un fin en sí mismo y no un instrumento para conseguir dinero por venderle el producto

## 6.4 Impacto social

El entorno cultural afecta los valores, las percepciones, preferencias y los comportamientos básicos de la sociedad, es decir, los consumidores pueden ser influenciados o persuadidos para que consuman o no los productos lácteos.

Los seres humanos poseen dos tipos de creencias y valores que son:

- ✓ Los fundamentales que han sido transmitidos por sus antepasados y reforzados por el medio ambiente que les rodea.
- ✓ Secundarios que podrían llegar a ser cambiados y por lo tanto se puede trabajar sobre ellos. estimulando el cambio.

## CAPÍTULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 7.1 Conclusiones

- ✓ En el estudio realizado “PROLACTEOS” determinó que la Parroquia Chillogallo, sector Sur, Avenida General Gallardo y S46 que está ubicada en la Ciudadela Ejército Nacional es un sitio óptimo para implantar la microempresa de lácteos.
- ✓ Dentro del estudio técnico se estableció la macro localización y la micro localización, en las cuales se llegó a definir que la microempresa va estar ubicada en la ciudad de Quito en el sector Sur la Avenida General Gallardo y S46 que está ubicada en la Ciudadela Ejército.
- ✓ En el estudio financiero se determinó la TIR del 61% lo cual es positivo para el proyecto porque la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento
- ✓ La relación costos beneficio para el proyecto “PROLACTEOS” es de \$1.39 ctvs. por cada dólar invertido, lo cual es un indicador positivo porque se obtendrá un rendimiento económico.

- ✓ Del análisis de impacto “PROLACTEOS” busca el cuidado ambiental utilizando herramientas más avanzadas que reducen la contaminación y optimizan los recursos naturales que se utilizara en la preparación de los productos lácteos cumpliendo el objetivo n.-2,3,4 del Plan Nacional del Buen Vivir

## 7.2 Recomendaciones

- ✓ Como microempresa no buscar solamente la rentabilidad económica para la misma, sino generar cada vez más fuentes de empleo conforme crezca la producción y promover el entorno productivo y económico de los habitantes.
- ✓ Es importante que la microempresa mantenga estándares de higiene y calidad en la producción, almacenamiento como para la entrega de producto, para de esta manera asegurar sus ventas.
- ✓ Que la tecnología sea parámetro positivo para el desarrollo de las industrias ya que el cambio de la Matriz Productiva las empresas deben ser más competitivas y desarrolladas.

- ✓ Es recomendable que se utilicen al máximo los recursos para la elaboración de los productos de calidad y no exista desperdicios de materia prima de los mismos.
- ✓ Para que la microempresa "PROLACTEOS" funcione legalmente tendrá que realizar los trámites de constitución y obtener todos los permisos de funcionamiento necesarios para así no incurrir en negligencias.

## BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. *Evaluación de Proyectos*. 5ta. Edición.
- Fonseca, R. y Gutiérrez, C. *Ingeniería Económica*. Costa Rica.
- García, M. (2012). *Fundamentos Empresariales*, ESIC Editorial Print.
- McGraw-Hill, (1994). *Economía*. 2da edición.
- Orozco, J. *Evaluación Financiera de Proyectos*.
- Rosales, R. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Instituto Centroamericano de Administración Pública, ICAP- Área de Proyectos. Costa Rica. San José. Cuarta Reimpresión.

## NETGRAFIA

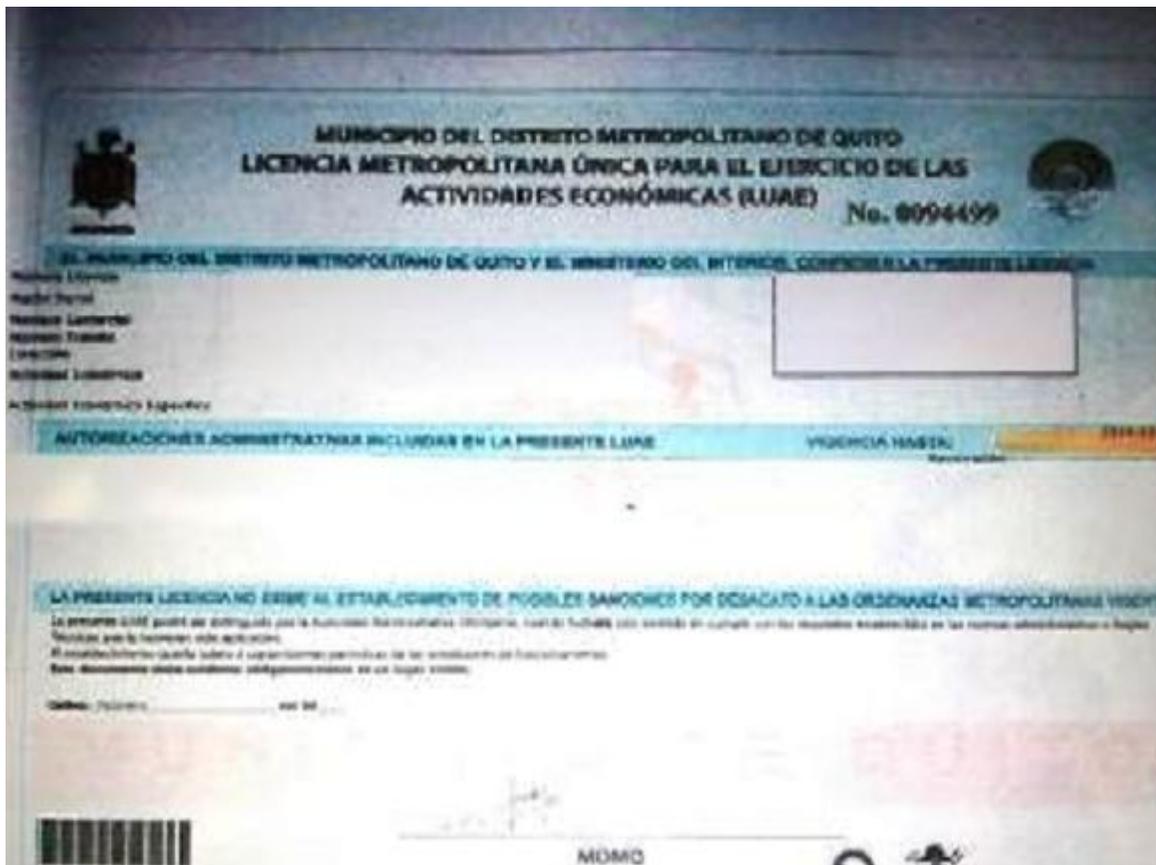
- ✓ Arnoletto, E. (2010). La gestión organizacional en los gobiernos locales. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2010d/777/gestion%20operativa%20o%20gestion%20hacia%20abajo.htm>
- ✓ bce.fin.ec. (2014). Inflación noviembre 2014. Obtenido de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201411.pdf>
- ✓ bce.fin.ec. (2014). Reporte mensual de inflación noviembre 2014. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos>
- ✓ bce.fin.ec. (2014). Reporte de inflación noviembre 2014. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/InflacionNoviembre2014/Reporte\\_de\\_inflacion\\_nov14.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/InflacionNoviembre2014/Reporte_de_inflacion_nov14.pdf)
- ✓ bce.fin.ec. (2015). Tasas de interés. Obtenido de <http://dineroelectronico.bce.ec/index.php/component/k2/item/156-preguntas-frecuentes-banco-central-del-ecuador>
- ✓ blogspot.com. (2009). Gestión Administrativa. Obtenido de <http://gestionadministrativaiuta.blogspot.com/>
- ✓ blogspot.com. (2010). La balanza comercial en Ecuador. Obtenido de <http://rtbo99.blogspot.com/2010/07/la-balanza-comercial-en-ecuador.html>

- ✓ [blogspot.com. \(2012\). Proveedores e Intermediarios. Obtenido de http://fundamentos-del-marketing.blogspot.com/2012/08/proveedores-e-intermediarios.html](http://fundamentos-del-marketing.blogspot.com/2012/08/proveedores-e-intermediarios.html)
- ✓ [conocimientosweb.net. \(2013\). Administración de las líneas de producto. Obtenido de http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha625.html](http://www.conocimientosweb.net/dcmt/ficha625.html)
- ✓ [debitoor.es. \(2014\). Definición de inflación. Obtenido de https://debitoor.es/glosario/definicion-inflacion](https://debitoor.es/glosario/definicion-inflacion)
- ✓ [directoalpaladar.com. \(2010\). Qué es una marmita. Obtenido de http://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/que-es-una-marmita](http://www.directoalpaladar.com/cultura-gastronomica/que-es-una-marmita)
- ✓ [economia.com. \(2014\). Economía. Obtenido de http://www.economia.com.mx/riesgo\\_pais\\_y\\_el\\_embi.htm](http://www.economia.com.mx/riesgo_pais_y_el_embi.htm)
- ✓ [Espinoza, R. \(2013\). Análisis dafo. Obtenido de http://robertoespinoza.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/](http://robertoespinoza.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/)
- ✓ [guinama.com. \(2011\). Densímetro lactodensímetro. Obtenido de http://www.guinama.com/densimetro-lactodensimetro.html](http://www.guinama.com/densimetro-lactodensimetro.html)
- ✓ [industriaalimenticia.com. \(2007\). La Industria Láctea en Ecuador. Un recorrido por la actualidad, las tendencias y los protagonistas. Obtenido de http://www.industriaalimenticia.com/articles/85533-la-industria-lactea-en-ecuador](http://www.industriaalimenticia.com/articles/85533-la-industria-lactea-en-ecuador)

- ✓ kotler&Armstrong. (2015). Fundamentos de Marketing. Octava Edición.  
Obtenido de <http://es.slideshare.net/MercadoNegroAD/fundamentos-de-marketing-by-kotler-armstrong>
- ✓ poderes.com. (2014). Poderes 2014 El PIB creció 4,91% en el primer trimestre de 2014. Obtenido de <http://poderes.com.ec/2014/el-pib-crecio-491-en-el-primer-trimestre-de-2014/>
- ✓ sbs.gob.ec. (2009). Glosario de Términos Financieros Superintendencia de bancos. Obtenido de  
[http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=70&vp\\_tip=2](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=70&vp_tip=2)
- ✓ siise.gob.ec. (2009 - 2010). Indicadores Internacionales. Obtenido de  
[http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/indicadores\\_internacionales/inteco\\_Y01.htm](http://www.siise.gob.ec/siiseweb/PageWebs/indicadores_internacionales/inteco_Y01.htm)
- ✓ slideshare.net. (2014). Servicios aduanales en las exportaciones e importaciones. Obtenido de <http://es.slideshare.net/auraquevedomonroy1/dhtics-pp>
- ✓ sobreconceptos.com. (2011). Concepto de Importación. Obtenido de  
<http://sobreconceptos.com/importacion>
- ✓ tradingeconomics.com. (2014). PIB per-cápita. Obtenido de [http:// Ecuador - PIB - Por habitante a PPA - 2014 /es.tradingeconomics.com/ecuador/gdp-per-capita-PPP](http://Ecuador-PIB-Por-habitante-a-PPA-2014/es.tradingeconomics.com/ecuador/gdp-per-capita-PPP)

## ANEXOS (APÉNDICES)

- Anexo A Requisitos para conformar una empresa.



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

- Anexo B Registro único de contribuyentes (RUC)

**SRI**  
...le hace bien al país!

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES  
SOCIEDADES**

NUMERO RUC: \_\_\_\_\_

RAZON SOCIAL: \_\_\_\_\_

NOMBRE COMERCIAL: \_\_\_\_\_

CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS

REP. LEGAL / AGENTE DE RETENCION: \_\_\_\_\_

CONTADOR: \_\_\_\_\_

---

FEC. INICIO ACTIVIDADES: 29/08/1995      FEC. CONSTITUCION: 29/08/1995

FEC. INSCRIPCION: 14/06/2009      FECHA DE ACTUALIZACION: 06/11/2009

---

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:**

ENSEÑANZA SECUNDARIA TECNICA Y PROFESIONAL DE NIVEL INFERIOR A LA UNIVERSIDAD.

**DIRECCION PRINCIPAL:**

Dirección: CHIMBORAZO - Cantón: RIOBAMBA - Parroquia: UZARZABURU - Calle: CESAR LEON HIDALGO - Número: 549 - Edificación: JUSTIN GONZALEZ - Referencia: EDIFICACION A UNA CUADRA DEL TERMINAL TERRESTRE - Teléfono Trabajo: 032607529 - Teléfono Trabajo: 032993903 - Fax: 032922539

**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:**

- ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- ANEXO TRANSACCIONAL SIMPLIFICADO
- DECLARACION DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- DECLARACION MENSUAL DE IVA

---

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 001      ABIERTOS: 1

JURISDICCION: REGIONAL CENTRO DE CHIMBORAZO      CERRADOS: 0



**Anexo D Formato Ministerio de Salud Pública y del Ilustre Municipio de Quito.**



---

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE LÁCTEOS PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD ALIMENTICIA UBICADA EN EL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

## Anexo E Documento apertura de cuenta

### CONTRATO DE APERTURA DE CUENTA CORRIENTE

EL Banco Pichincha C.A., a quien en lo sucesivo se le denominará EL BANCO por una parte, y por otra el(los) señor(a) (es) por sus propios derechos, (o) a nombre y en representación de (empresa) PROLACTEOS CIA. LTDA. a quien (es) se le (s) denominará EL CLIENTE, convienen en celebrar el contrato apertura de cuenta corriente, expresado en las siguientes cláusulas:

**PRIMERA:** En atención a la información presentada por EL CLIENTE, EL BANCO conviene en abrir a su nombre la cuenta corriente en dólares número 2100090238, sujeta a normas legales vigentes, políticas de EL BANCO y muy particularmente a las siguientes estipulaciones:

**SEGUNDA:** La cuenta abierta por dos o más personas, es una cuenta colectiva en la que podrán disponer de su saldo cualquiera de ellas, a menos que se solicite a EL BANCO otra modalidad de pago, lo que deberá constar en el "Registro de Firmas" correspondiente. Los titulares de la cuenta corriente colectiva se obligarán solidariamente.

EL CLIENTE podrá autorizar a terceras personas que puedan girar en su cuenta, para el efecto deberá solicitar a EL BANCO que acepte el respectivo registro de firmas. Mientras EL BANCO no acepte el registro de firma(s) autorizada(s), ésta(s) no podrá girar cheques, ordenar débitos u otras transacciones. Para el caso de que EL CLIENTE nombre un apoderado que pueda girar en su cuenta, expresamente asume la total responsabilidad civil y administrativa por los actos de su apoderado o persona autorizada.

**TERCERA:** EL BANCO suministrará a EL CLIENTE para el uso de su cuenta corriente, formularios de cheques numerados, debidamente identificados, en papel de seguridad y chequera personalizada. Las chequeras serán entregadas a EL CLIENTE, o a personas debidamente autorizadas por él. ~~EL CLIENTE se obliga a verificar el número impreso de cuenta corriente y~~

## Anexo F Formato de la encuesta.



### ENCUESTA

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene la finalidad de recopilar información respecto al consumo de productos lácteos en el sector Sur de la ciudad de Quito.

### CUESTIONARIO

1. ¿Adquiere productos lácteos?

SI ( )  
NO( )

2. ¿Cuál de estos productos lácteos adquiere con mayor frecuencia?

YOGURT ( )  
LECHE ( )  
MANTEQUILLA ( )  
QUESO ( )

3. ¿De qué sabores prefiere el yogurt?

FRUTILLA ( )  
DURAZNO ( )  
MORA ( )  
PERA ( )  
MANZANA ( )

4. ¿Cómo prefiere que sea la leche?

ENTERA ( )  
SEMIDESCREMADA ( )  
DESLACTOSADA ( )

5. ¿Cómo prefiere que sea la presentación de la mantequilla?

- ENVOLTURA           ( )  
FUNDA                 ( )  
TARRINA               ( )

6. ¿Cuál es la cantidad semanal aproximada de litros de leche que en su hogar se consume?

- DE 1 A 3               ( )  
DE 4 A 5               ( )  
MÁS DE 5              ( )

7. ¿Cuál es la cantidad semanal aproximada de frascos de yogurt que en su hogar se consume?

- DE 1 A 3               ( )  
DE 4 A 5               ( )  
MÁS DE 5              ( )

8. ¿Cuál es la cantidad mensual aproximada de mantequilla que en su hogar se consume?

- DE 1 A 3               ( )  
DE 4 A 5               ( )  
MÁS DE 5              ( )

9. ¿Cómo califica la calidad de los productos lácteos que se ofertan actualmente en el mercado?

- ALTA                   ( )  
MEDIA                  ( )  
BAJA                   ( )

10. ¿Compraría usted productos lácteos nuevos y de mejor calidad?

- SI                      ( )  
NO                     ( )

## Anexos G Modelos

