



APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ
UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción

Autor: Yance Quiroz Ángel Luis

Tutor: Ing. Ángela Pimbo

Quito, Enero-2017

DECLARATORIA

Declaro que el proyecto realizado ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, la misma que es original, autentica y personal, respetando derechos intelectuales de terceros, acorde a las citas correspondientes. Los análisis, conclusiones y recomendaciones realizadas son de mi absoluta responsabilidad.

Ángel Luis Yance Quiroz

C.I. 0919969527

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

CERTIFICADO DE SECCION DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Ángel Luis Yance Quiroz portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 0919969527 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: “La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: **“APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016”** facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA _____

NOMBRE _____

CEDULA _____

Quito, a los.....

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haber sido mi compañía y guía en todo momento por haberme dado la vida, salud y una maravillosa familia, permitiendo conocer a mi esposa que me ha brindado su apoyo siendo testigo del logro conseguido.

Doy gracias a mis padres por su amor, cariño y respeto retribuyendo su confianza depositada en mí, por la educación y valores inculcados, motivándome en la realización de este proyecto.

A mi tutor y lector de proyecto por sus conocimientos técnicos y profesionales y amplia experiencia evidenciada en su dedicación en el transcurso de este semestre y a todos los docentes que me brindaron su guía para el término de mi carrera.

A todos esos compañeros que se transformaron en amigos por los momentos difíciles que se presentaron en el transcurso de la carrera su actitud solidaria brindando su total apoyo.

DEDICATORIA

A Dios por su amor infinito y brindarme la sabiduría para enfrentar los retos diarios en mi vida y carrera profesional.

A mis padres Bolívar Yance y Otilde Quiroz, hermanas Verónica y Raquel por su apoyo incondicional al depositar su confianza, que sin ellos no sería posible este logro.

A mi amada esposa Viviana Jiménez por su amor, quien ha sido testigo diario de mi esfuerzo brindándome su apoyo y motivación para culminar este proyecto.

A mi tutora de proyecto Ing. Ángela Pimbo por su paciencia, tiempo y dedicación contribuyendo con sus conocimientos los que son reflejados en el trabajo realizado.

2.01.03.04.03 Registro único de contribuyente (SRI)	25
2.01.03.04.04 Trámite de afiliación al IESS	26
2.01.03.04.05 Patente Municipal para personas naturales	26
2.01.03.04.05 Permiso Sanitario	27
2.01.03.04.06 Certificado de permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos	27
2.01.03.04.07 Certificación de permiso de Medio Ambiente	28
2.01.03.04.08 Licencia única de actividades económicas (LUAE)	29
2.01.04 Factor tecnológico	29
2.02 Entorno Local	30
2.02.01 Clientes	30
2.02.01.01 Clientes Internos	30
2.02.01.02 Clientes Externos	30
2.02.02 Proveedores	31
2.02.03 Competidores	32
2.02.03.01 Competidores directos	32
2.02.03.02 Competidores indirectos	33
2.03 Análisis Interno	34
2.03.01 Propuesta Estratégica	34
2.03.01.01 Misión	34
2.03.01.01.01 Formulación de la misión	35
2.03.01.02 Visión	36
2.03.01.02.01 Formulación de la visión	37
2.03.01.03 Objetivos	38
2.03.01.03.01 Objetivo General	38
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos	38
2.03.01.04 Principios	39
2.03.01.05 Valores	40
2.03.02 Gestión Administrativa	41

2.03.02.01 Planificación	41
2.03.02.02 Organización	42
2.03.02.02.01 Organigrama Estructural.....	42
2.03.02.02.02 Perfil de puesto o cargo	42
2.03.02.03 Dirección	47
2.03.02.04 Controlar.....	47
2.03.03 Gestión Operativa.....	48
2.03.03.01 Flujograma de Procesos.....	49
2.03.04 Gestión Comercial.....	50
2.03.04.01 Producto.....	50
2.03.04.02 Precio.....	51
2.03.04.03 Plaza	51
2.03.04.04 Promoción	52
2.03.04.04.01 Logotipo.....	52
2.03.04.04.02 Slogan	53
2.03.04.04.03 Papelería corporativa	53
2.03.04.04.03.01 Tarjeta de presentación	53
2.03.04.04.03.02 Membrete	53
2.03.04.04.03.03 Sobres.....	54
2.03.04.04.04 Material P.O.P.....	54
2.04 Análisis FODA	55
2.04.01 Fortalezas	55
2.04.02 Oportunidades	55
2.04.03 Debilidades.....	56
2.04.04 Amenazas	56
CAPÍTULO III	58
3. ESTUDIO DE MERCADO.....	58
3.01 Análisis del consumidor.....	58
Determinación del mercado objetivo	58

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra	60
3.01.01.01 Población	60
3.01.01.02 Tamaño del Universo	61
3.01.01.03 Muestra	61
3.01.01.04 Formulación de la Muestra	61
3.01.02 Técnicas de la Obtención de la Información	62
3.01.02.01 Modelos de la Encuesta	64
3.02 Oferta	82
3.02.01 Oferta Histórica	82
3.02.02. Oferta Actual	82
3.02.02.01 Calculo de la Oferta Actual	83
3.02.03 Oferta Proyectada	84
3.03 Demanda	85
3.03.01 Demanda Histórica	86
3.03.01.01 Productos sustitutos	86
3.03.02 Demanda Actual	87
3.03.02.01 Calculo De La Demanda Actual	88
3.03.03 Demanda Proyectada	90
3.04 Balance Oferta-Demanda	91
3.04.01 Balance Actual	91
3.04.02 Balance Proyectado	92
CAPITULO IV	93
4. ESTUDIO TECNICO	93
4.01 Tamaño del Proyecto	93
4.01.01 Capacidad Instalada	94
4.01.02 Capacidad Óptima	96
4.02 Localización	97
4.02.01 Macro Localización	97
4.02.02 Micro Localización	98

4.02.03 Localización Óptima	99
4.03 Ingeniería del Producto	100
4.03.01 Definición del Producto o Servicio	100
4.03.02 Distribución de la Planta	101
4.03.02.01 Códigos de cercanía.....	101
4.03.02.02 Razones de cercanía	101
4.03.02.02 Plano	103
4.03.02.03 Matriz triangular	104
4.03.03 Proceso productivo.....	104
4.03.03.01 Descripción del proceso productivo	104
4.03.04 Maquinaria y Equipo.....	108
CAPITULO V	113
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	113
5.01 INGRESO OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	113
5.01.01 Ingresos operacionales	113
5.01.02 Ingresos no operacionales	115
5.02 COSTO	115
5.02.01 Costo Directo	115
Análisis:	116
5.02.02 Costo Indirecto	116
Análisis:	117
5.02.03 Gastos Administrativos	118
Análisis:	119
5.02.04 Costo de venta	119
Análisis:	120
5.02.05 Costo financiero	120
5.02.06 Costos fijos y variables	121
5.02.06.01 Costos fijos	121
5.02.06.02 Costos variables.....	121

5.03 INVERSIONES	122
5.03.01 Inversión fija	123
5.03.01.01 Activos fijos	123
5.03.01.02 Activos diferidos	126
5.03.02 Capital de trabajo	126
5.03.03 Fuentes de financiamientos y uso de fondos.....	127
5.03.04 Amortización de financiamiento	129
5.03.05 Depreciaciones	130
5.03.06 Estado de situación inicial.....	131
5.03.07 Estado de resultados proyectados.....	132
5.03.08 Fuljo de caja	133
5.04 EVALUACION	134
5.04.01 TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno).....	134
5.04.02 VAN (Valor Actual Neto).....	135
5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)	136
5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)	137
5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)	139
5.04.06 Punto de Equilibrio	140
5.04.07 Análisis de índices financieros.....	142
5.04.07.01 Índice de liquidez	142
5.04.07.02 Prueba Acida	143
5.04.07.03 Endeudamiento.....	143
5.04.07.04 Retorno sobre capital propio	144
5.04.07.05 ROA.....	145
CAPITULO VI.....	146
6. ANALISIS DE IMPACTO	146
6.01 Impacto Ambiental	146
6.02 Impacto económico.....	147
6.03 Impacto productivo	147

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

6.04 Impacto social	148
CAPITULO VII	149
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	149
7.01 Conclusiones	149
7.02 Recomendaciones	152
BIBLIOGRAFIA	154
ANEXOS	160

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cosecha de arroz 2015.....	4
Tabla 2 Producción de arroz en el Cantón Daule 2013.....	5
Tabla 3 Inflación Ecuador.....	7
Tabla 4 Contribuciones al crecimiento del PIB por Industria.....	10
Tabla 5 Riesgo país.....	12
Tabla 6 Tasa de interés activa pymes Ecuador.....	14
Tabla 7 Tasa de interés activa Produbanco junio 2016.....	14
Tabla 8 Tasa Interés pasiva.....	15
Tabla 9 Tasa de interés pasiva Produbanco Junio 2016.....	16
Tabla 10 Población total según su género Censo Año2010.....	17
Tabla 11 Proyección de Población.....	17
Tabla 12 Indicador de Pobreza.....	18
Tabla 13 Población según nivel de pobreza NBI.....	18
Tabla 14 PEA Parroquia El Quinche.....	19
Tabla 15 Proyección Población El Quinche Año 2015.....	19
Tabla 16 Proveedores.....	31
Tabla 17 Competidores indirectos.....	33
Tabla 18 Principios y valores de la misión.....	35
Tabla 19 Elementos de la misión.....	36
Tabla 20 Principio y valores de la visión.....	37
Tabla 21 Elementos de la visión.....	37
Tabla 22 Descripción del cargo de propietario.....	43
Tabla 23 Descripción del cargo de secretaria.....	44
Tabla 24 Descripción del cargo de Contador externo.....	45
Tabla 25 Descripción del cargo Asistente de producción.....	46
Tabla 26 Control de desempeño.....	48
Tabla 27 Indicadores Internos.....	56
Tabla 28 Indicadores Externos.....	57
Tabla 29 Segmentación de mercado.....	60
Tabla 30 Tamaño del universo.....	61
Tabla 31 Genero.....	68
Tabla 32 Pregunta 1.....	69
Tabla 33 Pregunta 2.....	70

Tabla 34 Pregunta 3	71
Tabla 35 Pregunta 4	72
Tabla 36 Pregunta 5	73
Tabla 37 Pregunta 6	74
Tabla 38 Pregunta 7	75
Tabla 39 Pregunta 8	76
Tabla 40 Pregunta 9	77
Tabla 41 Pregunta 10	78
Tabla 42 Pregunta 11	79
Tabla 43 Pregunta 12	80
Tabla 44 Pregunta 13	81
Tabla 45 Oferta Actual.....	83
Tabla 46 Oferta proyectada en litros.....	84
Tabla 47 Oferta Proyectada en dólares	85
Tabla 48 Demanda histórica en litros	86
Tabla 49 Demanda Histórica en dólares	87
Tabla 50 Demanda Actual.....	88
Tabla 51 Demanda actual de consumo.....	88
Tabla 52 Demanda actual de litros de leche.....	88
Tabla 53 Proyección demanda litros leche a base de arroz.....	89
Tabla 54 Demanda actual en dólares	89
Tabla 55 Demanda actual.....	89
Tabla 56 Proyección de la Demanda en dólares	90
Tabla 57 Balance actual	91
Tabla 58 Balance Proyectado.....	92
Tabla 59 Capacidad instalada de materia prima	94
Tabla 60 Capacidad instalada diseño	94
Tabla 61 Capacidad instalada de trabajadores	95
Tabla 62 Capacidad optima de producción	96
Tabla 63 Macro localización.....	97
Tabla 64 Factores relevantes.....	99
Tabla 65 Códigos de cercanía	101
Tabla 66 Códigos de cercanía	101
Tabla 67 Capacidad optima.....	102
Tabla 68 Descripción del proceso productivo.....	107
Tabla 69 Maquinaria y equipos.....	108
Tabla 70 Muebles y menaje de cocina	109

Tabla 71 Muebles de oficina	110
Tabla 72 Equipo de computo	111
Tabla 73 Maquinaria y equipos.....	112
Tabla 74 Ingresos del Proyecto	114
Tabla 75 Ingresos proyectado	114
Tabla 76 Costos directos	115
Tabla 77 Proyección de costos directos	116
Tabla 78 Costos indirectos	117
Tabla 79 Proyección de costos indirectos	117
Tabla 80 Gastos administrativos	118
Tabla 81 Proyección de gastos administrativos	118
Tabla 82 Costo de ventas	119
Tabla 83 Costo de ventas	120
Tabla 84 Costos financiero.....	120
Tabla 85 Proyección de costos fijos.....	121
Tabla 86 Costos unitario de bebida.....	122
Tabla 87 Activos fijos	123
Tabla 88 Equipo de computo	124
Tabla 89 Maquinaria y equipo	124
Tabla 90 Muebles y enseres	125
Tabla 91 Equipos de oficina.....	125
Tabla 92 Activos diferidos	126
Tabla 93 Capital de trabajo	127
Tabla 94 Fuentes de financiamiento	128
Tabla 95 Tabla de Amortización.....	129
Tabla 96 Depreciaciones	130
Tabla 97 Estado de Situación Inicial.....	131
Tabla 98 Estado de Resultados	132
Tabla 99 Flujo de Caja	133
Tabla 100 TMAR	134
Tabla 101 VAN.....	135
Tabla 102 TIR	136
Tabla 103 Periodo de recuperación de la inversión	137
Tabla 104 Periodo de recuperación de valores corrientes y actuales.....	138
Tabla 105 Tiempo de recuperación actuales y corrientes	138
Tabla 106 Relación costo beneficio	139
Tabla 107 Punto de Equilibrio	140

Tabla 108 Índice de liquidez	142
Tabla 109 Prueba Acida	143
Tabla 110 Endeudamiento.....	144
Tabla 111 ROE.....	144
Tabla 112 ROA	145

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Inflación Anual mes de mayo	8
Figura 2 Tasa de variación PIB	9
Figura 3 Balanza comercial.....	11
Figura 4 Riesgo país.....	13
Figura 5 Calendario de actividades	41
Figura 6 Organigrama funcional de la microempresa.....	42
Figura 7 Flujograma de procesos	49
Figura 8 Presentación del producto.....	50
Figura 9 Dirección de la empresa.....	51
Figura 10 Logotipo.....	52
Figura 11 Tarjeta de presentación.....	53
Figura 12 Hoja membretada.....	53
Figura 13 Sobre	54
Figura 14 Camisas, esfero, jarro, llavero	54
Figura 15 Género.....	68
Figura 16 Pregunta 1	69
Figura 17 Pregunta 2	70
Figura 18 Pregunta 3	71
Figura 19 Pregunta 4	72
Figura 20 Pregunta 5	73
Figura 21 Pregunta 6	74
Figura 22 Pregunta 7	75
Figura 23 Pregunta 8	76
Figura 24 Pregunta 9	77
Figura 25 Pregunta 10	78
Figura 26 Pregunta 11	79
Figura 27 Pregunta 12	80
Figura 28 Pregunta 13	81
Figura 29 Composición de mercado de leche Ecuador	83
Figura 30 Plano de planta.....	103
Figura 31 Matriz triangular	104
Figura 32 Flujograma de procesos	106
Figura 33 Punto de Equilibrio.....	141

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se refiere a un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de leche a base de arroz denominada DELIARROZ realizando una investigación situacional, análisis de mercado y un estudio técnico y financiero, determinando los impactos que se producen en la parroquia El Quinche.

El consumo de bebidas nutricionales y naturales se ha incrementado siendo la bebida a base de arroz una alternativa para los habitantes, no existen empresas productoras de esta bebida, el análisis situacional y la investigación de mercado efectuado reveló las oportunidades y amenazas que existen en la parroquia El Quinche, se evidenció la inclinación de los habitantes hacia los tipos de bebidas, precio y calidad.

Mediante el estudio técnico se define la maquinaria y equipos para la elaboración de la bebida a base de arroz, la capacidad de producción y el talento humano para el área administrativa y operativa.

Los resultados del estudio financiero concluyeron de forma favorable en la implementación de la microempresa ya que la inversión con recursos propios y financiados es recuperable en la vida útil del proyecto.

ABSTRACT

This project concerns a feasibility study for creating a production microenterprise and marketing of milk based on rice called DELIARROZ conducting a situational research, market analysis and a technical and financial study, determining the impacts that occur in the parish El Quinche.

The consumption of nutritional and natural drinks has increased being the drink made of rice an alternative for the people, there are no companies producing this beverage, situational analysis and market research effected reveal the opportunities and threats that exist in the parish El Quinche, the inclination of the people to the types of drinks, price and quality was evident.

Technical study by machinery and equipment for the production of rice-based drink, production capacity and human talent for administrative and operational area is defined.

The results of the financial study concluded favorably in implementing microenterprise as investment financed with own resources and is recoverable in the life of the project.

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.01 Justificación

Debido a la alta saturación de alimentos que no cumplen con requerimientos nutricionales, se presenta una falta de disponibilidad de productos que aporten una dieta energética y fortificante a la que se asocia un comportamiento alimentario inadecuado de parte de los habitantes de la parroquia El Quinche, provoca una demanda insatisfecha de productos altamente nutritivos.

Las bondades de la bebida ya antes mencionadas provocaran un interés al consumidor sobre los beneficios que brinda como son las concentraciones de nutrientes y propiedades energéticas debido a su alto contenido de hidratos de carbono a precios accesibles y brindando una alternativa para quienes presentan intolerancia a lactosa e ideal para aquellas con digestiones pesadas y estómagos delicados a precios.

El proyecto tiene como finalidad de difundir una concientización en la población del consumo de alimentos saludables generando un comportamiento alimentario adecuado.

La práctica de consumo de esta bebida nutritiva en la población permitirá acceder a la comercialización de un alimento sano y enfocado al cuidado alimenticio y refrescante sobre el organismo del consumidor final.

La implementación de este proyecto para la producción y comercialización de esta bebida nutricional, se orienta en gestar un efecto en el aspecto social y económico mediante nuevas fuentes de empleo y contribuir al desarrollo y personal, mejorando así la calidad de vida de cada uno de los involucrados como a sus familias de esta forma impulsando la transformación de la matriz productiva aportando al sector productivo agrícola y así aumentar la producción de forma sostenible orientando la conformación de nuevas microempresas con nuevas propuestas de negocios, dando prioridad a la producción nacional que cuenta con un producto de alta calidad y confiable frente a productos extranjeros.

1.02 Antecedentes

Al respecto (Documentsmx, 2015, pág. s/p) dice:

El cultivo del arroz comenzó hace casi 10.000 años, en muchas regiones húmedas de Asia tropical y subtropical. Posiblemente sea la India el país donde se cultivó por primera vez el arroz debido a que en ella abundaban los arces silvestres El arroz (*Oryza sativa*) es una monocotiledónea perteneciente a la familia Poaceae.

Según (Fao, 2016, pág. s/p) afirma que:

La utilización mundial de arroz en 2015/16 se estima en 496,2 millones de toneladas (arroz elaborado), es decir, 1 por ciento más que el año anterior. De esta cifra, se prevé que unos 400 millones de toneladas correspondan al consumo humano directo, 1,2 por ciento más que el año anterior. Esto daría lugar a un consumo medio de arroz per cápita de 54,4 kilogramos, ligeramente superior a la estimación del año pasado debido principalmente al pequeño incremento en Asia con 78,7 kilogramos por persona. Basándose en las primeras previsiones de la FAO, la utilización mundial de arroz en 2016/17 podría aumentar a 503,4 millones de toneladas, respaldada de nuevo por la expansión del consumo humano que se situaría en 405 millones de toneladas.

Afirma (Pincioli, 2015, pág. 5) qué:

El arroz conforma, junto al maíz y al trigo, la trilogía de cereales más cultivados del mundo. Desde el punto de vista histórico, cultural y alimenticio tiene tanta importancia para Asia como el maíz para América y el trigo para Europa, es decir acompañó a los pueblos de esas regiones en su evolución.

Indica (Fao, 2016, pág. s/p) qué:

Más del 90 % del arroz del mundo se produce en Asia fundamentalmente en China e India. Bajo las expectativas de un desarrollo más normal de la campaña, la FAO ha establecido su primer pronóstico de la producción mundial de arroz en 2016 en 745,5 millones de toneladas (495,2 millones de toneladas de arroz elaborado). El pronóstico actual de la FAO apunta a una recuperación moderada del 1 por ciento del comercio internacional de arroz en 2016, a 44,9 millones de toneladas.

La carencia de alimentos que se acrecienta a la par con la población del mundo y debido a la crisis económica que está inmerso el país y todo el planeta afectando los grupos marginales causando desnutrición. La producción de leche de arroz se convertirá en una industria alimentaria muy importante en un país como el Ecuador.

Afirma (Magap, 2015, pág. s/p) qué:

El arroz es el tercer producto con mayor superficie sembrada, abarcando el 15.34% del área total bajo siembra. Con respecto a la producción, el Ecuador es autosuficiente en arroz puesto a que la producción nacional abastece satisfactoriamente la demanda nacional.

Una de las gramíneas con alta productividad en el Ecuador, especialmente en la Costa ecuatoriana y constituye parte vital de la gastronomía del país y colabora de una forma objetiva dentro de la participación calórica de la dieta, transformándose en el comestible fundamental para la nutrición.

La producción arrocerá en Ecuador se desarrolló como resultado de la crisis cacaotera de los años veinte del siglo pasado.

Indica (Bce, 2016, pág. 5) qué:

“La estimación de superficie sembrada de arroz durante el año 2015 fue de 358,582.6 hectáreas. De este total, en el primer cuatrimestre en la zona de estudio se sembraron 153,450.0 hectáreas, de las cuales, el 57.3% corresponde a la provincia de Guayas, el 36.8% a Los Ríos, 3.6% a Manabí, 1.3% a El Oro y 1.0% a Loja; en el segundo cuatrimestre existen 180,385.9 hectáreas de arroz sembrado, distribuido de la siguiente manera: 73.1% en Guayas, 23.7% en Los Ríos y 3.2% en Manabí. En el tercer cuatrimestre la superficie corresponde a 24,746.7 hectáreas, de las cuales el 80.4% se concentra en la provincia de Guayas, el 19.1% en Los Ríos y el 0.5% en Manabí, se aprecia que las provincias de Guayas y Los Ríos aportan aproximadamente el 96% de la superficie sembrada para el cultivo de arroz”.

Tabla 1 Cosecha de arroz 2015.

Año	Superficie (ha)		Arroz elaborado
	Sembrada	t/ha producida	Toneladas
2015	358,582.6	4.5	796,181

Fuente: FAO

Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Menciona (GAD, 2012, pág. s/p) qué:

El cantón Daule está ubicado en la parte central de la provincia del Guayas, limita al norte con el Cantón Santa Lucía, al sur el Cantón Guayaquil al este con Urbina Jado y Samborondón y oeste con Nobol y Lomas de Sargentillo. Su suelo es muy fértil, la producción agropecuaria es de las más importantes del país. Por ello es conocida como "la capital arrocerá del Ecuador" con más de 30.000 hectáreas dedicadas a este cultivo.

Tabla 2 Producción de arroz en el Cantón Daule 2013.

Año	Superficie (ha)		Arroz elaborado
	Sembrada	t/ha producida	toneladas
2013	21,721	3.72	80,802

Fuente: SIGAGRO

Elaborado: Ángel Yance

La bebida de leche a base de arroz permitirá modelar una práctica de consumo de un alimento saludable por parte de los habitantes de la parroquia El Quinche y así posesionar el producto en el mercado utilizando recursos tecnológicos y talento humano.

Al respecto (Eltiempo, 2014) dice:

Su popularidad sin duda está relacionada con la menor aceptación de la leche de vaca ya sea por seguir una dieta vegana o por motivos de salud debido a que la leche de vaca puede producir intolerancia alimentaria, lactosa, o alergias, caseína, en personas susceptibles.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Indica (Philip, 2010, pág. 27) que:

El análisis de la situación consiste en estudiar el mercado y su evolución previsible, valorar la situación en el que se encuentran los diferentes productos de la empresa, en analizar la evolución de los consumidores en cuanto a cambios en hábitos de consumo, gastos etc., y en estudiar la competencia, sus productos y objetivos.

2.01 Ambiente Externo

Afirma (Hunger, 2007, pág. 11) que:

El ambiente externo está integrado por variables (oportunidades y amenazas) que se encuentran fuera de la organización y que no están comúnmente bajo el control a corto plazo de alto nivel. Estas variables forman el contexto en el que existe la corporación.

2.01.01 Factor Económico

Al respecto (Blomer, 2009, pág. 12) dice:

Son los que afectan a las relaciones de producción, distribución y consumo de una empresa y están determinados por el sistema económico. Podemos mencionar: la inflación, el gasto público (afecta por ejemplo a las infraestructuras de la economía), los tipos de interés (cuanto más elevados sean mayor será el coste de financiación de las inversiones para la empresa), el ciclo económico, entre otros.

2.01.01.01 Inflación

Indica (Per112pág. 53) que:

La inflación es el incremento generalizado de los precios de bienes y servicios producidos por la economía de un país, lo que conlleva a la pérdida del poder adquisitivo de la moneda. La inflación tiene causas muy complejas, siendo la más importante el aumento de dinero circulante sin aumento equivalente de la producción de bienes y servicios.

Tabla 3 Inflación Ecuador

Año	Tasa Anual Mayo (%)
2012	4.85
2013	3.01
2014	3.41
2015	4.55
2016	1.65

Fuente: BCE.

Elaborado: Ángel Yance

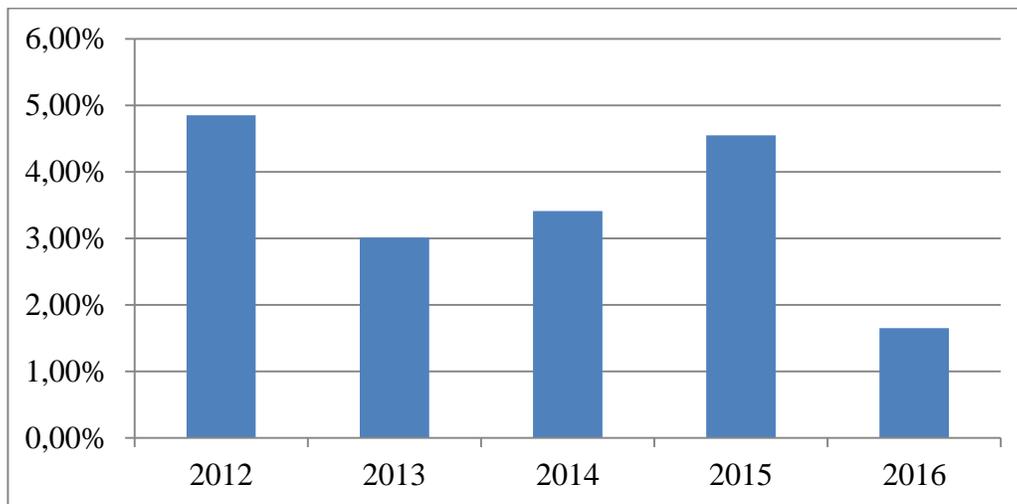


Figura 1 Inflación Anual mes de mayo

Fuente: BCE.

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

Para el proyecto la tasa de inflación acumulada que se registró en el mes de mayo del 2016 registra un porcentaje del 1,65%, menor al del mes de mayo del 2015 que registro un porcentaje de 4.55% lo que representa una amenaza de intensidad baja en la implementación del proyecto debido a la contracción de la economía y que se ha acrecentado con la caída de los precios del petróleo el que genera un menor poder adquisitivo de los consumidores y el incremento en el precio de materia prima y maquinaria. Esto influye en el proyecto, por complicarse subir precios para cubrir los costos de la microempresa.

2.01.01.02 PIB

Afirma (Ekos, 2015) que:

Si se realiza un análisis de la composición del Producto Interno Bruto (PIB) de la economía ecuatoriana es posible observar algunos cambios en esta estructura en la última década. En el año 2004 el sector de mayor peso era el de petróleo y minas, con 13,2%. En 2014, esta situación cambió, de tal manera que la manufactura tiene el mayor peso en el PIB con 11,8%.

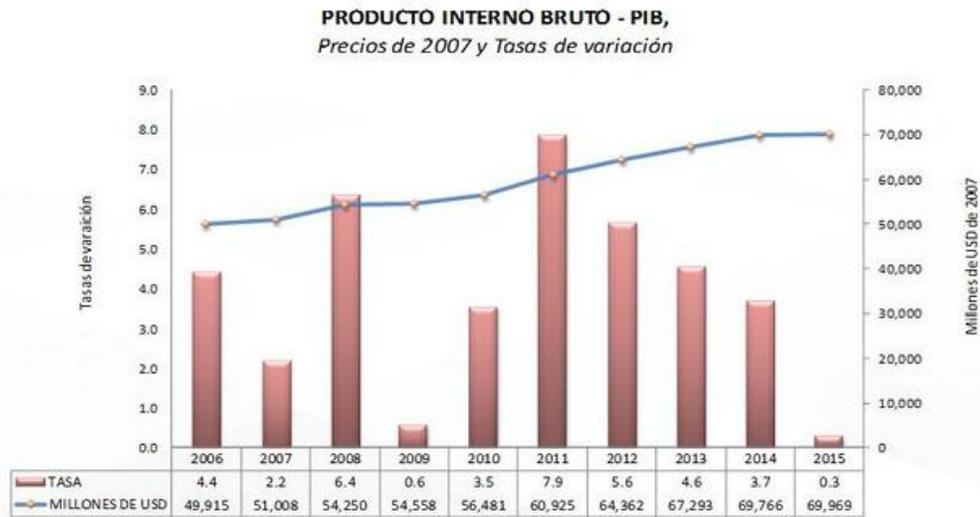


Figura 2 Tasa de variación PIB

Fuente: BCE.

Elaborado: BCE

Tabla 4 Contribuciones al crecimiento del PIB por Industria

Sector	IV TRIMERSTRE 2014 PP	IV TRIMERSTRE 2015 PP	VARIACION PP
Adm. pública y defensa	0.53	-0.02	-0.55
Petróleos y minas	0.46	-0.44	-1.00
Comercio	0.44	-0.28	-0.72
Actividades profesionales	0.43	0.13	-0.30
Manufactura (sin refinación petróleo)	0.39	0.02	-0.37
Construcción	0.38	-0.23	-0.15
Transporte	0.27	-0.01	-0.28
Sum. de electricidad y agua	0.26	0.13	-0.13
Act. de servicios financieros	0.21	-0.18	-0.39
Servicios sociales y de salud	0.21	-0.13	-0.34
Otros servicios	0.20	-0.09	-0.29
Correo y comunicaciones	0.19	-0.22	-0.41
Alojamiento y serv. Comida	0.18	-0.17	-0.35
Pesca (excepto camarón)	0.06	-0.01	-0.07
Servicio domestico	0.02	0.00	-0.02
Agricultura	0.00	0.26	0.26
Acuicultura, pesca de camarón		0.04	0.04

Fuente: BCE.

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

Acorde al proyecto la industria el PIB registró un resultado positivo durante el año 2015 con un crecimiento de 0.3% en relación al año 2014, se pre presenta de parte

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

del sector de manufactura un decrecimiento en la contribución en el PIB de 0.39 al cuarto trimestre del año 2014 a un 0.02 en el cuarto trimestre del año 2015, debido a gran parte a la caída del precio del petróleo representando una amenaza con intensidad media produciendo una disminución en los niveles de dinamismo e inversión.

2.01.01.03 Balanza comercial

Indica (Gonzales, 2010, pág. 189) que:

En la balanza comercial o de mercancías se registran las exportaciones e importaciones de mercancías, sin incluir en el valor de ellas los seguros y los fletes. El saldo de esta balanza es la diferencia entre el valor de las exportaciones y el de las importaciones. Se denomina "índice de cobertura" el porcentaje del valor de las exportaciones respecto de las importaciones.

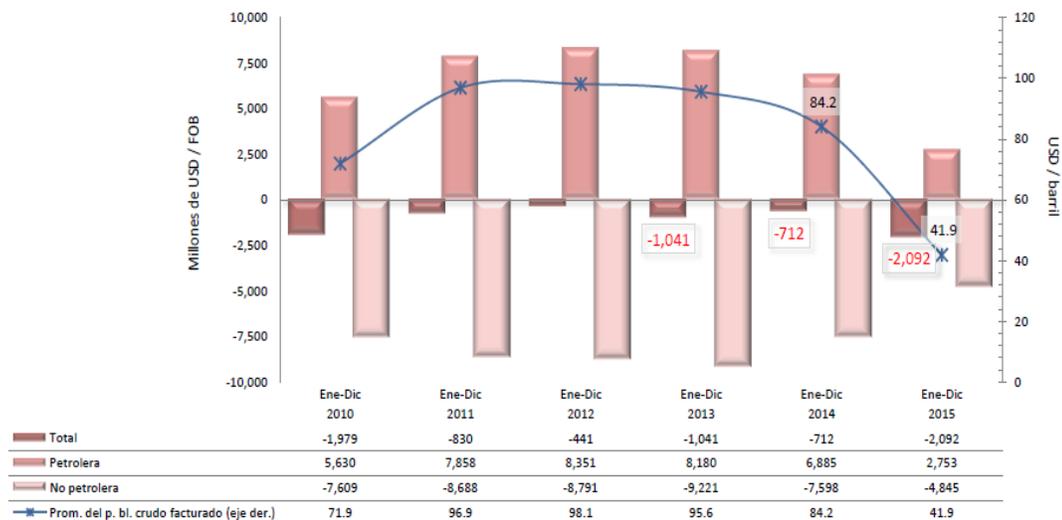


Figura 3 Balanza comercial

Fuente: BCE.

Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Análisis:

Para el proyecto, la Balanza Comercial en 2015, registró un saldo deficitario de USD 2,092 millones, comportamiento que se explica principalmente por una Disminución de las exportaciones petroleras y no petroleras, representando una amenaza con intensidad media, debido a que bienes y servicios que se exporta es menor debido a las condiciones del mercado. Lo que provoca una transformación interna para la elaboración de productos de calidad.

2.01.01.04 Riesgo país

Según (Fernandez M. , 2010, pág. 153) dice: “Es definido como el que concurre en las deudas de un país, globalmente consideradas, por circunstancias distintas del riesgo comercial. A su vez comprende riesgo soberano y riesgo de transferencia”.

Tabla 5 Riesgo país

Año	Mes	Valor (puntos)	Variación Porcentual
2012	Mayo	942	
2013	Mayo	626	-33.54%
2014	Mayo	372	-40.57%
2015	Mayo	775	108.33%
2016	Mayo	855	10.32%

Fuente: BCE

Elaborado: Ángel Yance

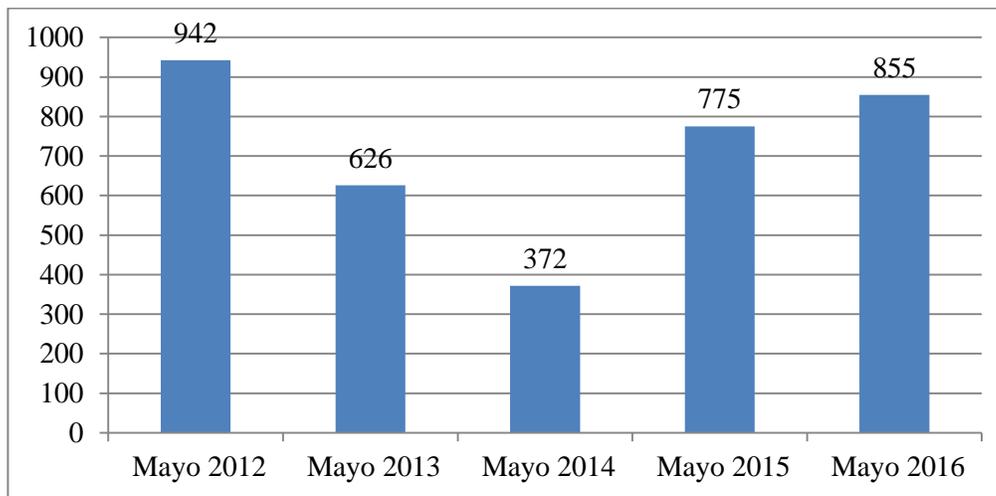


Figura 4 Riesgo país

Fuente: BCE

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

Acorde al proyecto, el riesgo país se ubicó en 855 puntos en el mes de mayo del 2016 registrando una variación porcentual del 10.32% respecto al mes de mayo del año 2015 con 775 puntos representando una amenaza con intensidad media, afectando el financiamiento por falta de crédito más bajo y disminución de los mismos.

2.01.01.05 Tasa de Interés

Indica (Herrera, 2013, pág. 71) que:

La tasa de interés es el porcentaje que se cobra por una cantidad prestada de dinero en un tiempo específico (usualmente 1 año), aunque en muchos casos las tasas de interés se expresan en periodos mensuales. Generalmente, las tasas de interés dependen directamente de las condiciones económicas y las políticas monetarias del país.

2.01.01.06 Tasa Activa

Define (Ortiz, 2001, pág. 128) que: "Tasa activa de interés es la que la representa el rendimiento que el usuario del crédito paga al intermediario por la utilización de los fondos".

Tabla 6 Tasa de interés activa pymes Ecuador

Sector	Tasa referencial Junio 2014 (%)	Tasa referencial Junio 2015 (%)	Tasa referencial Junio 2016 (%)
Corporativo	8.19	8.70	9.33
Empresarial	9.54	9.78	10.21
PYMES	11.28	11.16	11.83
Consumo	15.99	15.84	17.30
Vivienda	10.89	10.62	10.72
Microcrédito Minorista	28.54	27.47	30.50

Fuente: (BCE 2016).

Elaborado: Ángel Yance

Tabla 7 Tasa de interés activa Produbanco junio 2016

2. TASAS ACTIVAS	
TASAS ACTIVAS - CRÉDITO	
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL
CRÉDITOS PRODUCTIVOS	
Corporativo	8.95%
Empresarial	9.76%
Pymes	11.23%

Fuente: Produbanco

Elaborado: Produbanco

APORTAR AL SECTOR AGRÍCOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Análisis:

Para el proyecto, la tasa de interés activa pymes del Banco Central registro un 11.83% en el mes de junio del 2016, mientras la tasa de interés del banco produbanco un 11.23%, representando una amenaza con intensidad media. Por el incremento en las tasas de interés y que al solicitar un crédito se cancelaría una alta cantidad por intereses afectando a la microempresa y representando una perdida.

2.01.01.07 Tasa Pasiva

Afirma (Ortiz, 2001) que: “Tasa pasiva de interés es la que representa el rendimiento que el intermediario paga a los propietarios del capital o fondos que se están prestando”.

Tabla 8 Tasa Interés pasiva

Año	Tasa referencial Junio 2014 (%)	Tasa referencial Junio 2015 (%)	Tasa referencial Junio 2016 (%)
Depósitos a plazo	5.19	5.48	6.00
Depósitos Ahorro	1.18	1.24	1.27
Plazo 30-60	4.03	4.44	5.03
Plazo 61-90	4.73	4.56	5.36
Plazo 91-120	5.36	5.55	5.96
Plazo 121-180	5.84	5.97	6.71
Plazo 181-360	6.29	6.66	7.06
Plazo 361 o mas	7.19	7.61	7.91

Fuente: BCE

Elaborado: Ángel Yance

Tabla 9 Tasa de interés pasiva Produbanco junio 2016

PLAZO EN DÍAS		PAGO DE INTERES AL VENCIMIENTO		PAGO DE INTERES PERIODICO	
		\$0 a \$1,000,000		\$0 a \$1,000,000 *	
desde	hasta	(t. nom)	(t.efec)*	(t. nom)	(t.efec)*
30	60	2.25%	2.27%	2.25%	2.27%
61	90	2.75%	2.78%	2.60%	2.63%
91	120	3.25%	3.29%	3.10%	3.14%
121	150	4.00%	4.05%	3.80%	3.85%
151	180	4.25%	4.30%	4.10%	4.15%
181	210	4.50%	4.55%	4.30%	4.35%
211	240	4.75%	4.80%	4.55%	4.59%
241	270	5.00%	5.04%	4.75%	4.79%
271	300	5.50%	5.54%	5.25%	5.28%
301	330	5.75%	5.78%	5.50%	5.52%
331	360	6.00%	6.01%	5.75%	5.76%
361	más	6.25%	6.25%	5.95%	5.95%

Fuente: Produbanco
Elaborado: Produbanco

Análisis:

Acorde al proyecto, la tasa de interés pasiva de 30-60 días se ubicó en el 5.03% en el mes de junio del 2016, mientras la tasa de interés pasiva del banco produbanco es de 2.25% de interés representando una oportunidad con intensidad baja, producida por bajo interés a recibir por parte de la entidad financiera.

2.01.02 Factor Social

Afirma (Talaya, y otros, 2008) que:

Afecta directamente a cada etapa del proceso de compra, comenzando por las necesidades experimentadas y las opciones que se consideran para satisfacerlas, hasta la evaluación de las mismas. En muchos casos, las influencias de la familia y amigos pueden ser más persuasivas que cualquier otra forma de información.

2.01.02.01 Crecimiento poblacional

Afirma (GAD Parroquia Rural el Quinche, 2015, pág. 91) que:

La población del Quinche fue de 16.056 personas, el 49.92% representa a los hombres y las mujeres ocupan el 50.08% de la población de la parroquia, con respecto al 2001, la parroquia presentó un incremento poblacional de 24.76%, esto implica una tasa de crecimiento intercensal de 2.46% anual, mientras que de 1990 a 2001 el incremento fue de 91.92%, es decir muy cercano al doble de su población; esto significó una tasa de crecimiento de 5.93% anual.

Tabla 10 Población total según su género Censo Año 2010

Localidad	Población Total	Hombres	Mujeres
Pichincha	2.576.287	1.255.711	1.320.576
DMQ	2.239.192	1.088.811	1.150.380
Zona	125.895	62.316	63.579
El Quinche	16.056	8.015	8.041

Fuente: INEC

Elaborado: Ángel Yance

Tabla 11 Proyección de Población

Localidad	Población Total Año 2010	Tasa de Crecimiento Poblacional	Proyección Población Año 2015	Proyección Población Año 2020
El Quinche	16.056	2.46%	18.130	20.442

Fuente: INEC

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Respecto al proyecto, la población de El Quinche en el año 2010 es de 16,056 habitantes existiendo una paridad tanto en hombres como en mujeres con una tasa de

crecimiento poblacional del 2.46% donde la proyección poblacional aproximada y fiable al año 2015 de 18,130 habitantes experimentando un crecimiento moderado, como una oportunidad con intensidad media para la comercialización del producto.

2.01.02.02 Tasa de Desempleo

Indica (Freire, Alonso, Blanch, & Blanco, 2013, pág. 37) que: “Porcentaje de población activa que no encuentra trabajo, o lo que es lo mismo, nos recoge cual es el porcentaje de población desocupada en la economía”.

Tabla 12 Indicador de Pobreza

Área	Junio 2014	Junio 2015
Nacional	24.53%	22.01%
Quito	7.32%	6.16%

Fuente: INEC

Elaborado: Ángel Yance

Tabla 13 Población según nivel de pobreza NBI

Área	Población pobres	Población no pobres
El Quinche	54.10%	45.9%

Fuente: INEC

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

Para el proyecto, se observa que el porcentaje de población de pobres alcanza un 54.10%. Representando una amenaza con intensidad media. Por la alta cantidad de

habitantes pobres de la Parroquia El Quinche, pero la afluencia de visitantes aumenta la circulación de capital mitigando la amenaza.

2.01.02.03 PEA (Población Económicamente Activa)

Define (Freire, Alonso, Blanch, & Blanco, 2013, pág. 36) que:

Todos aquellos individuos que están en el mercado laboral, es decir, todos aquellos que teniendo la edad legal para trabajar (16 años o más), buscan realmente trabajo. La población activa en un momento determinado, estará comprendida por todos aquellos que o bien están trabajando (Población Ocupada, o bien están buscando trabajo (Población Desocupada).

Tabla 14 PEA Parroquia El Quinche

Concepto	PEA Año 2010	Proyección PEA Año 2015	Proyección PEA Año 2020
Población	7.606	8.588	9.683

Fuente: INEC

Elaborado: Ángel Yance

Tabla 15 Proyección Población El Quinche Año 2015

Grupos de Edad	Hombre	Mujer	Total
De 1 a 9 años	1904	1910	3814
De 10 a 19 años	1910	1916	3826
De 20 a 29 años	1795	1800	3595
De 30 a 39 años	1378	1382	2760
De 40 a 49 años	617	618	1235
De 50 a 59 años	511	512	1023
De 60 a 69 años	367	368	735

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

Dirigido este proyecto a la población de personas de 20-69 años que equivale al 51.6% de la parroquia Quinche, la población total del área e influencia del proyecto será de 9.348 habitantes en el año inicial de funcionamiento del proyecto y de 10.540 habitantes en el quinto año de operación.

2.01.03 Factor legal

Afirma (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 97) que: “Entre los factores legales se incluyen las leyes y normas sobre competencia, sobre empleo, sobre seguridad y salud laboral o sobre seguridad de los productos, entre otros”.

2.01.03.01 Aranceles

Indica (Hill, 2015, pág. 797) que: “Aranceles son impuestos o gravámenes que se pagan sobre determinados tipos de importaciones o exportaciones. Un arancel aumenta el costo de un bien importado y es una de las varias políticas de comercio que pueden ser promulgadas”.

Análisis:

Debido al incremento de aranceles se puede considerar como una oportunidad debido a que ese incremento de impuestos arancelarios disminuye el ingreso de

productos extranjeros, incentivando a la sociedad a buscar alternativas de productos elaborados en territorio nacional.

2.01.03.02 Ley orgánica de producción

Afirma (COPCI, 2010, pág. 3) que:

La Constitución de la República establece los objetivos de la política económica, entre los que se incluye incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

Análisis:

La importancia de este factor se debe a los objetivos para incentivar la producción nacional adoptando un sistema eficiente, presentándose como una oportunidad para el proyecto. **VER ANEXO 1**

2.01.03.03 Ley de Compañías

Indica (Congreso Nacional, 2014, pág. 2) que:

Art. 3.-Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objeto real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientadas a esa finalidad.

2.01.03.04 Requisitos de constitución de una microempresa

Para la constitución de la microempresa los pasos a seguir son:

2.01.03.04.01 Registrar el nombre de la microempresa en el MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad).

Se aprueba el nombre o razón social de la microempresa siempre y cuando este no se repita o ya exista en función.

2.01.03.04.02 Acta de constitución de una microempresa.

El acta de constitución viene a ser la partida de nacimiento de la organización que estamos formando y en la cual se hace constar el tipo de organización.

PRIMERA: COMPARECIENTES.- En la ciudad de _____ a los _____ días del mes de _____ del año _____ comparecen los señores _____, todos mayores de edad, de nacionalidad _____, domiciliados en la ciudad de _____, legalmente capaces para contratar y obligarse. Los comparecientes manifiestan su voluntad de constituir, como en efecto constituyen a través de este acto, una microempresa de RESPONSABILIDAD LIMITADA, que se registrará de conformidad a los presentes estatutos: SEGUNDA: DENOMINACION

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

OBJETO. - La microempresa que constituimos se denominará

_____ y tendrá como objetivo

principal _____

_____. TERCERA:

DOMICILIO. - La Microempresa " _____ " tendrá el

domicilio en la ciudad de _____, sin perjuicio de que pueda abrir sucursales

en otras ciudades del país o del exterior. CUARTA: PLAZO. - El plazo por el cual se

constituye la microempresa es de _____, tiempo que puede ser ampliado o

restringido, de conformidad a estos estatutos. 19 QUINTA: CAPITAL. - El capital de la

microempresa es de _____, y que (el o los socios)

han aportado de la siguiente manera. Nombre del socio Capital o bien que aporta

Porcentaje que representa del capital SEXTA: SEGURIDAD DEL APORTE. - Si

alguno de los socios decide separarse de la microempresa antes de los dos años de

actividades y retirar el dinero o bienes, será sancionado con la reducción del _____% del

aporte, y tendrá derecho a recibir exclusivamente el _____% de lo que entregó como

capital. SEPTIMA: RESPONSABILIDAD DE LOS SOCIOS. - Los socios serán

responsables ante terceros hasta el monto de sus aportes. OCTAVA:

ADMINISTRACION. - Todos los socios tendrán derecho a participar en el gobierno de

la microempresa y la administración corresponde al Gerente y/o Responsable, nombrado

por los socios. En calidad de Responsable y Representante de la Microempresa,

nombramos al Sr(a)

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A
BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

_____. En calidad de Técnico encargado de la
producción y/o servicio, estará el Sr(a) _____. 20 En
calidad de Contador nombramos al Sr(a)

_____. En calidad de Vendedor nombramos al
Sr(a) _____. NOVENA: DERECHO A VOTO.

- Los socios tendrán derecho a un solo voto, independientemente del capital que haya
aportado, y las decisiones serán aprobadas por mayoría simple de votos. (Mitad más
uno). DECIMA: REMUNERACIONES. - Los socios que participen en calidad de

técnicos y/o administrativos de la microempresa se fijarán una remuneración

_____, durante los seis primeros meses, luego de lo cual podrán

elevarse las remuneraciones, teniendo en cuenta la capitalización y rentabilidad de la

microempresa. DECIMA PRIMERA: GANANCIAS Y/O PÉRDIDAS Las utilidades de

la microempresa se repartirán de acuerdo a los porcentajes de los capitales aportados,

después de dos años de funcionamiento y solamente en el _____%, luego de realizar las

deducciones para el fondo de reserva, obligaciones fiscales y derechos sociales. El otro

_____ % será repartible en los _____ años posteriores. DECIMA SEGUNDA:

RESERVA LEGAL. La microempresa formará un Fondo de Reserva de por lo menos el

20% del capital social, que provendrá de las utilidades líquidas, en un 5% cada año. 21

DECIMA TERCERA: FISCALIZACION. - Ordinariamente se realizará una

fiscalización cada año, y extraordinariamente la mayoría de socios podrán solicitar la

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A
BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

designación de un fiscalizador, que podrá ser socio o no, para inspeccionar todas las operaciones de la microempresa. DECIMA CUARTA: TERMINACION DE ACTIVIDADES. - Por decisión unánime de los socios podrán concluir las actividades de la microempresa. En este caso se devolverán los bienes y recursos tal como estén a esa fecha. Para constancia y fe de la aceptación a todas y cada una de las cláusulas, las partes suscriben en un original y tres copias, en la ciudad y fecha señalados. Sra.

_____ Sra. _____ Sr.

_____ Sr. _____

Es importante realizar el reconocimiento de firma y rúbrica en presencia de un Juez de lo Civil y pueda convertirse este documento de privado a documento público y posea fuerza legal si lo necesitara.

2.01.03.04.03 Registro único de contribuyente (SRI)

Las microempresas en el Ecuador tienen la obligación de tener un número de identificación de impuestos el cual es el número de cedula más 001 (RUC). Para la apertura del registro único de contribuyentes (RUC) se requiere los requisitos mencionados a continuación.

- Llenar Formulario RUC.
- Original y copia de cedula de identidad, ciudadanía o pasaporte.

- Original de certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.

2.01.03.04.04 Tramite de afiliación al IESS

Las microempresas y todo tipo de empresas es obligación afiliar a sus empleados y trabajadores al seguro social desde el primer día que este entra a laborar.

- Registro Patronal.
- Solicitud de clave.
- RUC original y copia.
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Cartilla: agua, luz o teléfono.

2.01.03.04.05 Patente Municipal para personas naturales

En caso de inscripción para obtener la patente por primera vez, presentar:

- Formulario de solicitud de licencia metropolitana de funcionamiento.
- Copia de cedula de ciudadanía de propietario del establecimiento.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

- Copia de la papeleta de votación actual.
- RUC original y copia.
- Copia de carta de pago del impuesto predial del (año en curso) donde funciona el negocio.

2.01.03.04.05 Permiso Sanitario

- Certificado de uso de suelo
- Categorización (locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento del año anterior (original).
- Certificado (s) de salud.
- Informe del control sanitario de cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

2.01.03.04.06 Certificado de permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

El permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos es uno de los principales requisitos que se debe presentar para obtener la operatividad del establecimiento y se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Aprobación de inspección, realizada por el inspector del Cuerpo de Bomberos del DMQ.
- Copia de la cedula de ciudadanía del propietario.
- Copia del RUC.
- Copia de la patente municipal vigente.
- Solicitud de inspección.

2.01.03.04.07 Certificación de permiso de Medio Ambiente

El permiso de medio ambiente es otorgado por dicho ministerio que sirve para el desarrollo de la empresa, para obtener dicho permiso es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

- Copia del Ruc.
- Pago del Impuesto Predial.
- Copia de la cedula y certificado de votación.
- Pago del permiso de inspección.
- 2 copias de pago del permiso de inspección.

2.01.03.04.08 Licencia única de actividades económicas (LUAE)

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera).
- Certificado Ambiental (cuando se requiera)

2.01.04 Factor tecnológico

Indica (Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer, 2014, pág. 97) que: “Los factores tecnológicos del entorno general recogen el conjunto de infraestructuras tecnológicas de un país.

Generalmente, está vinculado al estado de desarrollo económico de un país, aunque no siempre es coincidente”.

La innovación de maquinaria utilizada en el proceso de producción favorece la integración y optimización de los procesos para la obtención de un producto de mejor calidad y con el desarrollo de las comunicaciones brinda una manera ágil para la logística de la microempresa.

2.02 Entorno Local

Según (Sanchez, 2008, pág. 22) afirma:

El nivel local es el nivel más cercano al ámbito de la empresa tanto desde un aspecto general (o aplicable a cualquier organización empresarial) como específico (propio de cada sector). En el entorno local, la empresa tiene su nicho de mercado más o menos establecido en el cual tiene su campo de acción principal.

2.02.01 Clientes

Afirma (Arbos, 2012, pág. 114) que:

Todo ente (mercado o proceso productivo posterior) a quien deba entregarse la producción efectuada en cada fase del proceso que integra la cadena de valor de la que forma parte. En tal caso, la producción de cada etapa del proceso de un producto, debe ser la necesaria para cubrir las necesidades del cliente.

2.02.01.01 Clientes Internos

La empresa contara con personal calificado manteniendo buenas relaciones entre compañeros y superiores, y que se refleja en un buen servicio y entrega de productos de calidad a los clientes, permitiendo alcanzar los objetivos de la microempresa.

2.02.01.02 Clientes Externos

La bebida de leche a base de arroz está enfocada a los habitantes de la Parroquia El Quinche, que está constituido por consumidores potenciales que examinan opciones de consumo de bebidas saludables.

Análisis:

Contar con un talento humano altamente calificado y la difusión por distintos medios, ofertando una bebida a base de arroz ajena a los ya ofrecidos indicando su valor nutritivo y su confiabilidad con precios competitivos que se verá reflejada en la satisfacción de los consumidores.

2.02.02 Proveedores

Afirma (Díaz, 2014, pág. 10) que:

Los proveedores representan una financiación implícita, pero al fin al cabo ajeno. Se habla de que obtenemos financiación de los mismos cuando estos nos permiten el pago de nuestras compras y gastos en plazos diferentes al contado, como pueden ser 30, 60 o 90 días.

Tabla 16 Proveedores

Proveedores	Ubicación	Teléfono	Producto
Pilladora Barrientos	Nobol	042708037	Arroz
Comercial González	Milagro	042975805	Azúcar
Líderes Micro mercado	El Quinche	022388204	Esencia Vainilla
Líderes Micro mercado	El Quinche	022388204	Aceite girasol
Piladora China	Daule	042795327	Arroz
Azúcar Tababuela	Quito	0999491355	Azúcar
EPMAPS	Quito	022994400	Agua
Plasspack	Quito	023430786	Envases
Empaqplast	Sangolqui	023967900	Envases

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

La obtención del éxito deseado en el mercado, se determina por conservar una relación favorable con los proveedores, en consecuencia una obtención de buenos precios y calidad en la adquisición de productos e insumos en donde se logran formas de pago claros y de créditos de gran beneficio para la microempresa para producir un producto beneficioso, satisfaciendo al cliente y generando un aumento en las ventas.

2.02.03 Competidores

Indica (Jimenez & Lopez, 2010, pág. 39) que:

Son aquellas empresas que fabrican bienes o servicios que pueden sustituir los de otra organización. Para tener éxito, la compañía debe ofrecer más valor y satisfacción a sus clientes. No solo deben adaptarse a sus necesidades, sino aplicar estrategias de posicionamiento con más efectividad que las de la competencia.

2.02.03.01 Competidores directos

Debido a ser un producto innovador en el mercado no existen competidores directos, aunque una vez, que exista demanda del producto se puede considerar el ingreso de nuevos competidores informales que no poseen restricciones gubernamentales creando un considerable grado de competencia por factores de precio.

2.02.03.02 Competidores indirectos

La amenaza de productos sustitutos por parte de competidores indirectos es de una intensidad media, debido al aumento de mercado de bebidas nutritivas derivadas de ingredientes vegetales y la tendencia al consumo de yogurt y jugos naturales.

Tabla 17 Competidores indirectos

Nombre comercial	Producto	Presentación
Toni	Avena casera	200 ml, 1Lt
	Leche saborizada	200 ml, 1Lt
	Yogurt	200 ml, 1Lt, 2Lt
Nestlé	Avena con leche	200 ml, 1Lt
	Néctar	200 ml, 1Lt
	Yoguyogu	200 ml, 1Lt, 2Lt
Oriental	Leche de soya	200ml, 900ml
Real	Néctar	200ml, 1Lt
Alpina	Yogur	200 ml, 1Lt, 2Lt
Kiosko	Yoyur	200 ml, 1Lt, 2Lt

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

De gran importancia es conocer mercado para generar una singularidad que permita lograr posicionar la empresa, además para ingresar con un producto innovador es de mucha ayuda saber cómo es la conducta de los competidores directo o indirectos siendo este el caso de empresas distribuidoras de este sector, conociendo sus productos,

precios, sus clientes y estrategias de mercado, los cuales son aspectos esenciales que ayuden a implantar la estrategia de mercado de la empresa.

2.03 Análisis Interno

Según (Navarro, 2009) afirma:

El propósito del análisis interno es apoyar el proceso de toma de decisiones determinando: (1) si los objetivos y estrategias de la empresa son viables y (2) si el diseño organizativo debe modificarse para que se adapte a la estrategia de la empresa.

2.03.01 Propuesta Estratégica

Penetración del mercado lanzando un producto de costo más bajo que la competencia con el objetivo de lograr más consumidores y así subir las ventas.

Distribuir el producto en la mayor cantidad de puntos de venta favoreciendo al consumidor con sitios de compra próximo.

Dar a conocer el producto y sus beneficios por medio de publicidad.

2.03.01.01 Misión

Afirma (Hunsaker & Tony, 2010, pág. 42) que:

La misión de la organización define el objetivo máximo o supremo a partir del cual los directivos definen todos los demás objetivos y estrategias a fin de contribuir a su cumplimiento. Todas las unidades de una organización han de tener un objetivo prioritario o declaración de misión propia que indique su contribución más importante a la misión global de la organización.

2.03.01.01.01 Formulación de la misión

Tabla 18 Principios y valores de la misión

PRINCIPIOS	
Calidad del producto	Satisfacer el interés del consumidor.
Trabajo en equipo	Buena comunicación. Excelente ambiente de trabajo.
VALORES	
Confiabilidad	Seguridad y confianza en las funciones realizadas hacia clientes y empleados.
Respeto	Valoración de opiniones y cualidades entre empleados y hacia los clientes.
Responsabilidad	Perseverancia en cumplimiento de obligaciones y tareas delegadas.
Lealtad	Compromiso con las doctrinas de la empresa.
Honestidad	Rectitud en el desempeño diario.
Compromiso	Involucramiento con las metas y valores de la empresa.

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Tabla 19 Elementos de la misión

ELEMENTOS DE LA MISIÓN	
Naturaleza del negocio	Beneficio familiar, social y productivo
Razón de ser o existir	Ofrecer un producto innovador con normas de calidad en su preparación.
Mercado al que sirve	Población, supermercados, tiendas.
Características del servicio	Fabricado con ingredientes nacionales y empacados para el dispendio.
Principio y valores	Respeto, trabajo y compromiso

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Misión: “DULCEARROZ” Brindar una bebida saludable, nutritiva e innovadora, con ingredientes nacionales, con un alto estándar de calidad logrando un desarrollo y bienestar en las personas.

2.03.01.02 Visión

Según (Lacalle, Caldas, & Carrion, 2012, pág. 19) afirma:

La visión es una imagen del futuro deseado, que la empresa busca y quiere crear con sus esfuerzos y acciones. La visión ha de tener las siguientes características: factible y realista, motivadora e inspiradora, compartida, sencilla y de fácil comunicación.

2.03.01.02.01 Formulación de la visión

Tabla 20 Principio y valores de la visión

PRINCIPIOS	
Calidad del producto	Satisfacer el interés del consumidor.
Trabajo en equipo	Buena comunicación. Excelente ambiente de trabajo.
VALORES	
Confiabilidad	Seguridad y confianza en las funciones realizadas hacia clientes y empleados.
Respeto	Valoración de opiniones y cualidades entre empleados y hacia los clientes.
Responsabilidad	Perseverancia en cumplimiento de obligaciones y tareas delegadas.
Lealtad	Compromiso con las doctrinas de la empresa.
Honestidad	Conducta recta en el desempeño diario.
Compromiso	Involucramiento con las metas y valores de la empresa.

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Tabla 21 Elementos de la visión

ELEMENTOS PARA DEFINIR LA VISION	
Posición deseada en el mercado	Pioneros y líderes en la producción y comercialización de bebida a base de arroz.
Tiempo	Cinco años.
Mercado de la Empresa	Parroquia El Quinche.
Productos o servicios	Bebida a base de arroz.
Principios y valores	Respeto, trabajo y compromiso

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Visión: "DULCEARROZ" Buscar ser líderes para el año 2020 y alcanzar con la marca el reconocimiento nacional en el mercado de bebidas saludables y nutritivas a base de arroz, con el compromiso de brindar un producto de calidad.

2.03.01.03 Objetivos

2.03.01.03.01 Objetivo General

La producción y comercialización de una bebida de leche a base de arroz con alto nivel nutricional y contribuir al mejoramiento alimenticio satisfaciendo las exigencias de los consumidores de la población de El Quinche.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Dar a conocer la marca del producto en la Parroquia El Quinche.
- Brindarle al cliente una bebida nutritiva y saludable que complazca sus expectativas
- Motivar el hábito de consumo de una leche a base de arroz fomentando sus propiedades nutritivas, frente a otras del mercado.
- Posicionar el producto en un lapso menor a cinco años.

2.03.01.04. Principios

- **Calidad del producto:** Perfeccionar nuestros procesos, a través de una mejora continua, para lograr eficacia, eficiencia y productividad buscando alcanzar la excelencia, en beneficio y satisfacción de nuestro personal y clientes.
- **Bienestar Humano:** Proporcionar una adecuada calidad de vida a los trabajadores; velando por su seguridad física, social y emocional; brindando servicios que los valoren como personas y su crecimiento a través del desarrollo profesional, social y su autorrealización.
- **Innovación:** La actualización de equipos y de procesos con tecnología avanzada que garantiza una continua producción e incremento en la productividad de las operaciones.
- **Medio ambiente:** Estudiar de forma permanente la conservación y preservación del medio ambiente y con la práctica constante obtener resultados de gran beneficio.
- **Servicio:** Destacar un elevado nivel de servicios ofrecidos en la empresa hacia el cliente.

2.03.01.05 Valores

- **Solidaridad:** Generar compañerismo y clima de amistad, con trabajo colectivo para los objetivos de la microempresa, con una predisposición de ofrecer un trato amable y brindarse apoyo, cumpliendo a tiempo las tareas con calidad, eficiencia y pertinencia.
- **Puntualidad:** Cumplir compromisos y obligaciones convenidos dentro de la microempresa, generando el valor y el respeto al tiempo de sus compañeros.
- **Respeto:** Se desarrolla una conducta ejemplar en la empresa donde se considera los derechos fundamentales de los semejantes y el propio. Aceptando y cumpliendo las leyes, normas sociales y ambientales.
- **Responsabilidad:** Asumir las consecuencias de lo que se hace o se deja de hacer en la empresa y su entorno. Tomar acción cuando sea menester; obrar de manera que se contribuya al logro de los objetivos de la empresa.
- **Honestidad:** Trabajar con transparencia y orientación moral cumpliendo con las responsabilidades asignadas con el uso de la información, recursos materiales y financieros con la práctica de una conducta ejemplar dentro y fuera de la empresa.

2.03.02 Gestión Administrativa

Afirma (Hurtado, 2008, pág. 46) que: “Es un proceso muy particular consistente en las actividades de planeación, organización, dirección, ejecución y control, desempeñadas para determinar y alcanzar los objetivos señalados con el uso de seres humanos y otros recursos”.

2.03.02.01 Planificación

Indica (Mateo, 2007, pág. 1) que:

La planificación al servicio de la gestión de empresa es un documento que permite al empresario definir objetivos, y establecer estrategias y líneas de actuación para minimizar los riesgos inherentes a la vida diaria de su negocio, en suma le permite gestionar su negocio de manera eficaz.

Actividades	Año																																															
	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5				Mes 6				Mes 7				Mes 8				Mes 9				Mes 10				Mes 11				Mes 12			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Constitucion y legalizacion de la empresa	■	■																																														
Obtencion del Ruc		■	■																																													
Obtencion de permiso ambiental y Ministerio de Salud		■	■																																													
Adecuacion de infraestructura			■	■																																												
Adquisicion de muebles y equipos de computo			■	■																																												
Compra de maquinaria			■	■																																												
Colocacion de maquinaria			■	■																																												
Prueba de maquinaria			■	■																																												
Contrato de personal				■																																												
Capacitacion de talento humano				■																																												
Compra de materia prima					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
Inicio de actividades									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				

Figura 5 Calendario de actividades

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

2.03.02.02 Organización

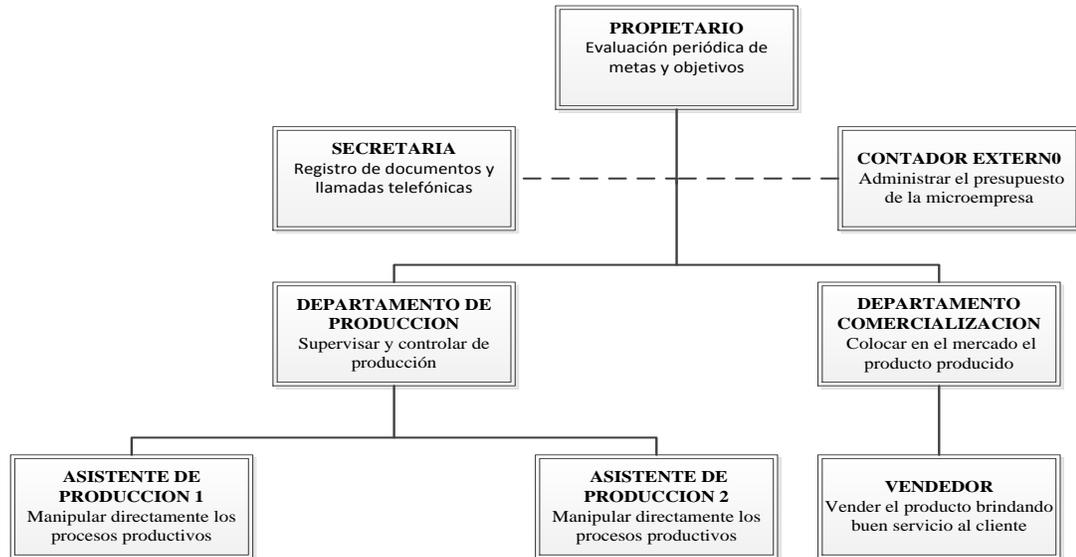


Figura 6 Organigrama funcional de la microempresa

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

2.03.02.02.01 Organigrama Estructural

Indica (Reyes U. , 2014, pág. 164) que: Representa solamente las diversas unidades que constituyen la empresa y las relaciones entre ellas.

2.03.02.02.02 Perfil de puesto o cargo

Se presenta a continuación descripción de puestos de trabajo y funciones:

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Tabla 22 Descripción del cargo de propietario

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Actúa como representante legal de la empresa, es el encargado de establecer las políticas operativas, administrativas y de calidad de la empresa.	
Cargo:	Propietario
Personas en el Cargo:	Cinco (5)
Sueldo:	FUNCIONES
<p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encargarse de la planeación, organización y coordinación de los recursos, financieros, tecnológicos y materiales. • Tomar las decisiones oportunas y adecuadas orientadas siempre al logro. • Elaborar programas y determinar objetivos y prioridades a mediano y largo plazo • Supervisar el cumplimiento de las tareas de organización y trabajo cotidiano. • Planificar el stock y la compra de materia prima. • Desarrollar, aprobar y controlar los planes de organización interna y hacer seguimiento de su cumplimiento. • Determinar las responsabilidades y funciones de las demás dependencias. 	
Requisitos de Educación:	Conocimientos de Administración de Empresas, Comercio y Finanzas
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Tabla 23 Descripción del cargo de secretaria

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Registro de documentos y llamadas telefónicas	
Cargo:	Secretaria
Personas en el Cargo:	Cero (0)
Sueldo:	FUNCIONES
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Recibir e informar asuntos que tengan que ver con el departamento correspondiente. • Obedecer y realizar instrucciones asignadas por parte del propietario. • Realizar y recibir llamadas telefónicas para tener informado al propietario de compromisos y asuntos 	
Requisitos de Educación:	Bachiller en secretariado
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Tabla 24 Descripción del cargo de Contador externo

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Elaborar reportes financieros, declaraciones de impuestos, cruces de información con el Propietario de la empresa.	
Cargo:	Contador externo
Personas en el Cargo:	Uno (1)
Sueldo:	FUNCIONES
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de reportes financieros y declaraciones. • Registro de las transacciones financieras de la empresa. • Llevar un control general de ingresos y egresos. • Riguroso control en el proceso de facturación. • Calculo de los roles de pago y gestión de pagos a proveedores. 	
Requisitos de Educación:	Profesional en Contabilidad y auditoría, finanzas y con certificación CPA
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Tabla 25 Descripción del cargo Asistente de producción

DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
Manipular la materia prima para la transformación en producto terminado	
Cargo:	Asistente de producción
Personas en el Cargo:	Cero (0)
Sueldo:	FUNCIONES
Funciones: <ul style="list-style-type: none"> • Manipular la materia prima y los productos a sus respectivas áreas. • Controlar la calidad del producto en proceso. • Utilizar los equipos y maquinarias de manera responsable. • Cuidar y mantener limpias las áreas y herramientas de trabajo. • Transformar la materia prima en producto terminado. • Coordinar con el propietario cualquier necesidad o requerimiento. 	
Requisitos de Educación:	Bachilleres / Técnicos
Requisitos de Experiencia	Un (1) año de experiencia en cargos similares.

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

2.03.02.03 Dirección

Según (Reyes A. , 2005, pág. 305) dice:

La dirección es aquel elemento de la administración en el que se logra la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, ejercida a base de decisiones, ya sea tomadas directamente, ya, con más frecuencia, delegando dicha autoridad, y se vigila simultáneamente que se cumplan en la forma adecuada todas las ordenes emitida.

El funcionamiento de la microempresa estará dirigido por el propietario el que tomará decisiones acertadas con la colaboración de sus ayudantes para el cumplimiento de los reglamentos y política de la microempresa.

2.03.02.04 Controlar

Afirma (Fisico, 2016) que: "Consiste básicamente en observar los resultados obtenidos, compararlos con los objetivos que se habían establecidos y, en caso de que haya diferencias, encontrar sus causas".

La microempresa DELIARROZ tendrá como directrices el control de desempeño de su personal operativo por medio de una evaluación:

Tabla 26 Control de desempeño

Nombres y apellidos:		
Numero de cedula:		
Cargo:		
Bueno	Malo	Regular
Desempeño Laboral		
Responsabilidad		
Calidad de trabajo		
Cumplimiento de fechas estimadas.		
Orden		
Planificación del trabajo		
Reporta avances de tarea.		
Cumplimiento de los procedimientos existentes		
Grado de conocimiento funcional		
Grado de conocimiento técnico		
Factor Humano		
Actitud hacia la microempresa		
Actitud hacia los superiores		
Actitud hacia los compañeros		
Presentación personal		
Cooperación con el equipo		
Habilidades		
Iniciativa		
Creatividad		
Manejo de conflictos		
Liderazgo		

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

2.03.03 Gestión Operativa

Indica (Arnoletto & Diaz, 2009) que:

La que realiza el directivo público hacia el interior de su organización para aumentar su capacidad de conseguir los propósitos de sus políticas. Abarca los cambios en la estructura de la organización y en el sistema de roles y funciones, la elección de personal directivo y asesor de mediano nivel, los procesos de capacitación del personal de planta permanente, la mejora continua del funcionamiento de la organización con su

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

actual tecnología y la introducción de innovaciones técnicas y estratégicas acordes con los proyectos en curso.

2.03.03.01 Flujograma de Procesos

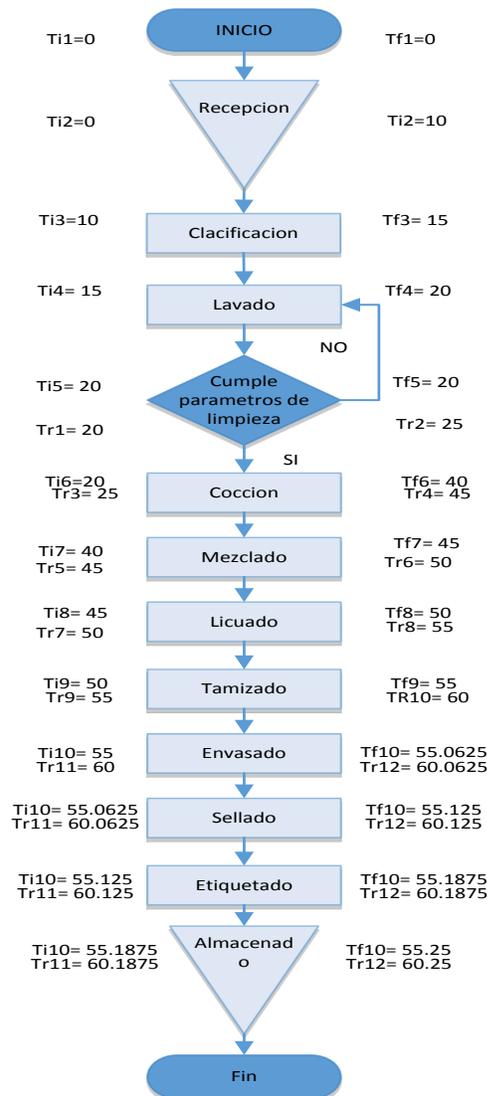


Figura 7 Flujograma de procesos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

2.03.04 Gestión Comercial

Indica (Gestiopolis, 2010) que:

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad.

2.03.04.01 Producto

DULCEARROZ destacara como característica principal que es un producto de un alto valor nutricional y de gran beneficio para el organismo cuya elaboración es realizada con altos estándares de calidad. **VER ANEXO 5**



Figura 8 Presentación del producto

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

2.03.04.02 Precio

Para la introducción de la bebida DULCEARROZ se empleara una estrategia de precios de introducción con el objetivo de ingresar en el mercado con un precio competitivo.

2.03.04.03 Plaza

Se concentrarán las ventas en la microempresa con dirección calle Manabí s/n y Bolívar de la Parroquia El Quinche por ser el mercado objetivo para la investigación de factibilidad disponiendo de datos concretos referente a los gustos, preferencias, frecuencias y razones de compra de los consumidores potenciales. La dirección del proyecto será:



Figura 9 Dirección de la empresa

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

2.03.04.04 Promoción

Se realizará distribución de material publicitario en panaderías, implementando puntos de promoción en eventos propios de la localidad debido a una gran afluencia de personas que visitan la Parroquia El Quinche por la devoción de la Virgen del Quinche, entregando muestras gratis del producto para la degustación de la bebida de leche a base de arroz a potenciales consumidores.

Para provocar en los consumidores se colocará en cada presentación los beneficios de consumo de la bebida frente a otros productos.

2.03.04.04.01 Logotipo



Figura 10 Logotipo

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Significado de los colores

Marrón: El marrón significa la tranquilidad.

Amarillo: Representa entusiasmo, felicidad, atracción y el éxito.

Blanco: El blanco significa seguridad y limpieza.

2.03.04.04.02 Slogan

“BEBIDA DE VITALIDAD”

2.03.04.04.03 Papelería corporativa

2.03.04.04.03.01 Tarjeta de presentación



Figura 11 Tarjeta de presentación

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

2.03.04.04.03.02 Membrete



Figura 12 Hoja membretada

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ángel Yance

2.03.04.04.03 Sobres



Figura 13 Sobre

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Ángel Yance

2.03.04.04.04 Material P.O.P



Figura 14 Camisas, esfero, jarro, llavero

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

2.04 Análisis FODA

Afirma (Fernell & Hartline, 2012, pág. 120) que:

Abarca los entornos internos y externos de la empresa. De manera interna, el marco de referencia aborda sus fortalezas y debilidades en dimensiones clave como el desempeño financiero y los recursos humanos, las instalaciones y la capacidad de producción, así como la participación del mercado, las percepciones de los clientes, la calidad y disponibilidad del producto y la comunicación organizacional. La evaluación del entorno externo organiza la información del mercado (clientes y competencia), las condiciones económicas, las tendencias sociales, la tecnología y las regulaciones gubernamentales.

2.04.01 Fortalezas

- Disponibilidad de materia prima todo el año.
- Buenas relaciones con proveedores.
- Ingreso al mercado con precios competitivos.
- Sistema de control de calidad en el proceso productivo.

2.04.02 Oportunidades

- Alta aceptación en consumidores por bebidas nutritivas.
- Fácil procesamiento de materia prima.
- Alto número de proveedores de materia prima en Ecuador.
- Distribución de productos a otras ciudades.

2.04.03 Debilidades

- Producto nuevo y desconocido en el mercado.
- Poca experiencia en industria de alimentos.
- Limitado capital para incremento de producción.
- Producto no patentado.

2.04.04 Amenazas

- Presencia de productos sustitutos.
- Cambios constantes en las políticas arancelarias.
- Inflación debido a la caída del precio del petróleo.
- Posicionamiento de la competencia en el sector.

Tabla 27 Indicadores Internos

	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	IMPACTO			IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Propuesta Estratégica	X					X
G. Administrativa	X				X	
G. Operativa	X					X
G. Comercial			X		X	

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Tabla 28 Indicadores Externos

	OPORTUNIDADES			AMENAZAS		
	IMPACTO			IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo	Alto	Medio	Bajo
Balanza comercial			X			
PIB			X			
Tasa pasiva		X				
Tasa activa					X	
PEA		X				
Producción			X			
Tecnológico		X				
Clientes	X					
Gestión de proveedores	X					
Aranceles		X				
Inflación				X		
Competencia					X	
Productos sustitutos						X

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

El análisis FODA permite conocer la situación actual del proyecto de forma interna y externa, y establecer cómo las condiciones pueden afectar positiva o negativamente los objetivos o metas propuestos.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

Afirma (Lledo, 2013, pág. 109) que:

Los estudios de mercado por su finalidad genérica de obtener información útil del mercado y sus actores, suelen ser necesarios para planificar, y muchas veces son su consecuencia cuando del esfuerzo de planificación surge la necesidad de captar información para un anteproyecto estratégico.

3.01 Análisis del consumidor

Indica (Lopez, 2008) que: “El análisis y la comprensión del comportamiento del consumidor es parte imprescindible del trabajo previo que permite adaptar la oferta de la empresa a las necesidades y deseos de los consumidores”.

Determinación del mercado objetivo

Para definir la factibilidad del proyecto y determinar el mercado objetivo se diagnostica el tipo de cliente, comportamiento y necesidades referentes al producto a ofrecer, los gustos y preferencias en los tipos de bebidas de consumo y el precio

adecuado para el mismo y las carencias con las que cuentan sus bebidas de consumo y comunicar sobre los beneficios nutricionales y energéticos de la bebida de leche a base de arroz para satisfacer sus exigencias potenciando la voluntad de compra, identificando los oferentes y demandantes y poder competir en el mercado.

Objetivos Específicos del Estudio del Mercado

- Identificar los competidores dentro del mercado.
- Cubrir las necesidades de los clientes.
- Desarrollar estrategias para alcanzar metas propuestas.
- Analizar la oferta y demanda.

Segmentación de Mercado

Asegura (Arjona, 2009, pág. 30) que:

Es la división del mismo en grupos homogéneos a los que se les aplicara una estrategia comercial diferenciada con el fin de satisfacer necesidades y deseos de los individuos que forman los segmentos y con la finalidad de que la empresa alcance sus objetivos.

La finalidad de la presente segmentación radica en la selección del mercado objetivo al que se proporcionara los productos de la EMPRESA DULCEARROZ, para de esta manera determinar necesidades, preferencia y nivel de consumo de la población de estudio.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Segmentación de Mercado

Tabla 29 Segmentación de mercado

Características Geográficas		Características Demográficas		Características Conductuales
Provincia:	Pichincha	Género:	Indistinto	
Cantón:	Quito	Población:	PEA (Población Económicamente Activa)	
Parroquia:	El Quinche	Nacionalidad:	Indistinta	
Localidad:	Calle Manabí s/n y Bolívar	Nivel socio económico:	Media, media alta	

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01 Población

Afirma (Sabado, 2009, pág. 21) que:

Es el conjunto de todos los individuos que cumplen ciertas propiedades y de quienes deseamos estudiar ciertos datos. Podemos entender que una población abarca todo el conjunto de elementos de los cuales podemos obtener información, entendiendo que todos ellos han de poder ser identificados. La población deberá ser definida sobre la base de las características que la delimitan, que la identifican y que permiten la posterior selección de unos elementos que se puedan entender como representativos (muestra).

3.01.01.02 Tamaño del Universo

Tabla 30 Tamaño del universo

Universo	N° Habitantes
Población de Quito	2.551,721
Población de la Parroquia de el Quinche	18.130
Población PEA de 20-69 años	8.588

Fuente: INEC

Elaborado: Ángel Yance.

3.01.01.03 Muestra

Indica (Sabado, 2009, pág. 22) que:

La muestra es una parte o un subconjunto de la población en el que se observa el fenómeno a estudiar y de donde sacaremos unas conclusiones generalizables a toda la población. En general, se considera que una muestra es grande cuando el número de individuos seleccionados es igual o superior a 30, y una muestra es pequeña cuando los individuos son menos de 30.

3.01.01.04 Formulación de la Muestra

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

Nomenclatura:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o universo

P= Posibilidad de éxito (50%) = 0.5

Q= Posibilidad de Fracaso (50%) = 0.5

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

E= Margen de error (5%) = 0.05

Z²= Nivel de confianza (1.96)²

Desarrollo de la Muestra

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

$$n = \frac{18130 \times 0.5 \times 0.5 \times 1.96^2}{(18130 - 1) 0.05^2 + 0.5 \times 0.5 \cdot 1.96^2}$$

n = 376 encuestas

El resultado indica que el número de encuestas a realizar es de 376 encuestas.

3.01.02 Técnicas de la Obtención de la Información

Las técnicas para obtener información entre las principales son:

Entrevista

Para (Martínez, 2015, pág. 96) define que: “La entrevista, es una técnica que se basa en la obtención de información a partir de la interacción directa con una persona de forma individual, a partir de su opinión, comportamiento y actitudes”.

Dinámica de Grupos

Según (Martínez Valverde, 2015, pág. 123) determina lo siguiente: “La dinámica de grupos, consiste en una técnica de recogida de información cualitativa, primaria, estática, personal y directa, que principalmente suele ser aplicada en investigaciones de carácter exploratorio”.

Observación

Según (Martínez Valverde, 2015, pág. 99) Define que:

La observación, se constituye como una técnica cualitativa basada en la atención, examen e interpretación del comportamiento de personas o acontecimientos ante determinadas situaciones, sin la interacción activa del personal que compone el equipo técnico de la investigación, con objeto de no influir ni distorsionar la conducta del elemento objeto de análisis.

Encuesta

Afirma (Prats, 2011, pág. 110) que: Las encuestas son un medio para intentar conocer lo que las personas son, hacen, piensan, opinan, sienten, esperan, desean, quieren u odian, aprueban o desaprueban, o los motivos de sus actos, opiniones y actitudes.

Focus Group

Asegura (Navas, 2010, pág. 553) que:

Técnica de investigación cualitativa consiste en un grupo de discusión en el que el coordinador toma una posición más directiva y presente que en el grupo de discusión

ordinario, tendiendo sus intervenciones a dirigir a los participantes en el grupo directamente hacia el objeto de estudio.

La técnica utilizada para la obtención de la información del proyecto es la de encuesta, siendo de gran utilidad para la obtención de una forma directa sobre los gustos y preferencias referentes al producto a ofrecer, obteniendo una información más real y precisa.

3.01.02.01 Modelos de la Encuesta

Buenos días,

Yo, estudiante del ITSCO me encuentro realizando esta encuesta, para determinar la demanda y oferta del proyecto que estoy desarrollando para la obtención del título de Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción.

ENCUESTA

Nombre y Apellido: **Género:** M..... F..... **EDAD:**

Actividad Económica: SI..... NO.....

PREGUNTAS:

1. ¿Qué tipo de bebida consume frecuentemente?

- a) Gaseosa.
- b) Jugos procesados.
- c) Energizante.
- d) Otros, especifique _____

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

2. ¿Con que frecuencia consume este tipo de bebidas?

- a) 1 o 2 veces por semana.
- b) 3 o 4 veces por semana.
- c) 5 veces por semana.
- d) Más de 5 veces por semana.

3. ¿Por qué consume este tipo de bebidas?

- a) Por sed.
- b) Por refrigerio.
- c) Por acompañar comidas.
- d) Por costumbre.

4. ¿Dónde compra este tipo de bebidas frecuentemente?

- a) Tiendas de barrio
- b) Calles.
- c) Mercados.
- d) Supermercados.

5. ¿Cuánto dinero gasta semanalmente por el consumo de estas bebidas?

- a) \$ 2
- b) \$ 3
- c) \$ 4
- d) \$ 5

6. ¿Conoce usted que los componentes principales de las gaseosas o bebidas no naturales son preservantes, azúcar, cafeína, colorantes, saborizantes artificiales?

SI_____ NO_____

7. ¿Sabía usted que el consumo excesivo de azúcar produce diabetes?

SI_____ NO_____

8. ¿Sabía usted que el arroz es una fuente energética y posee valores nutritivos que contribuye al bienestar de la salud?

SI_____ NO_____

9. ¿Conociendo los beneficios del arroz estaría dispuesto a consumir una bebida a base de arroz?

SI_____ NO_____

10. ¿En qué tipo de presentación le gustaría consumir esta bebida?

- a) Sachet.
- b) Envase plástico.
- c) Envase tetra pack.
- d) Envase de vidrio.

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por esta bebida de buen sabor y de gran beneficio para su salud en un envase de 200 ml?

- a) 0.60 centavos
- b) 0.75 centavos
- c) 0.90 centavos
- d) 1 dólar

12. ¿Dónde le gustaría que se expenda esta bebida?

- a) Tiendas de barrio
- b) Calles.
- c) Mercados.
- d) Supermercados.

13. ¿Con que frecuencia consumirías esta bebida?

- a) 1 o 2 veces por semana.
- b) 3 o 4 veces por semana.
- c) 5 veces por semana.
- d) Más de 5 veces por semana.

3.01.03. Análisis de la Información

Datos Generales

Tabla 31 Genero

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	206	55%
Femenino	170	45%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

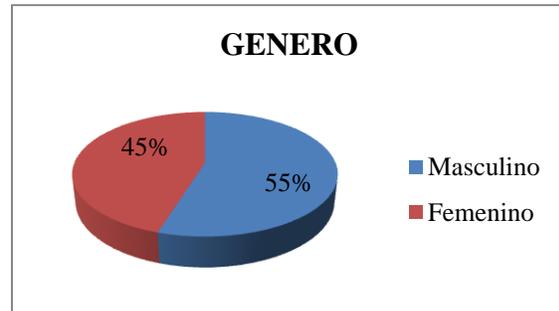


Figura 15 Género
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La información presentada en la tabla de género da a conocer que en la encuesta realizada el mayor porcentaje tiene el género masculino con un total del 54,79% y un 45,21% correspondiente al género femenino, por lo tanto cabe señalar que estarían de acuerdo con el producto.

Desarrollo de encuesta del Proyecto

1) ¿Qué tipo de bebida consume frecuentemente?

Tabla 32 Pregunta 1

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Gaseosa	137	37%
Jugos procesados	103	27%
Energizantes	34	9%
Otros	102	27%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

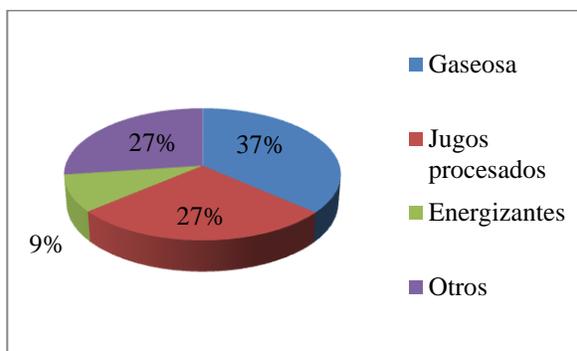


Figura 16 Pregunta 1
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis

Los resultados mostrados en la figura 16, señalan que el 37% consumen gaseosas un 27% jugos procesados y otro 27% otras bebidas y un 9% energizantes destacando que el consumo de gaseosas siendo la más relevante dentro del consumo de un gran número de personas.

2) ¿Con que frecuencia consume este tipo de bebidas?

Tabla 33 Pregunta 2

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 o 2 x semana	92	25%
3 o 4 x semana	147	39%
5 veces x semana	46	12%
Más de 5 veces x semana	91	24%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

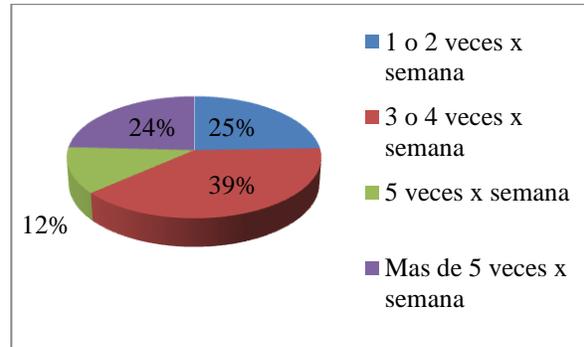


Figura 17 Pregunta 2
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

Los datos obtenidos en la figura 17 el consumo mayoritario lo obtuvo con el 39% el que se realiza 3 o 4 veces por semana, el 25% lo realiza 1 o 2 veces por semana, más de 5 veces por semana el 24% y 5 veces por semana el 12%, lo que destaca un hábito de consumo de bebidas lo que da relevancia al proyecto.

3) ¿Por qué consume este tipo de bebidas?

Tabla 34 Pregunta 3

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Por sed	204	54%
Por refrigerio	76	20%
Por acompañar comidas	62	17%
Por costumbre	34	9%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

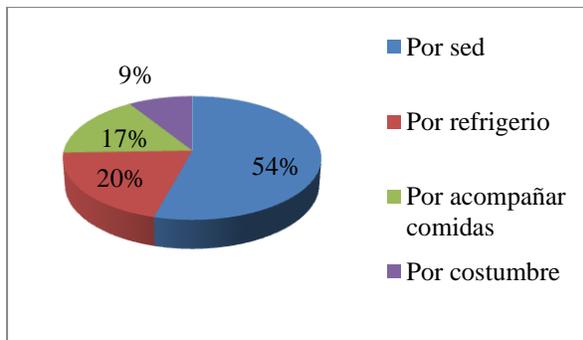


Figura 18 Pregunta 3
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

Como se observa en la figura 18, el consumo por sed con el 54% y por refrigerio con el 20% son los más habituales, por acompañar comidas el 17% y con un 9% por costumbre. Destacando que el consumo por sed y refrigerio son los más habituales.

4) ¿Dónde compra este tipo de bebidas frecuentemente?

Tabla 35 Pregunta 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas de barrio	238	63%
Calles	68	18%
Mercados	34	9%
Supermercados	36	10%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

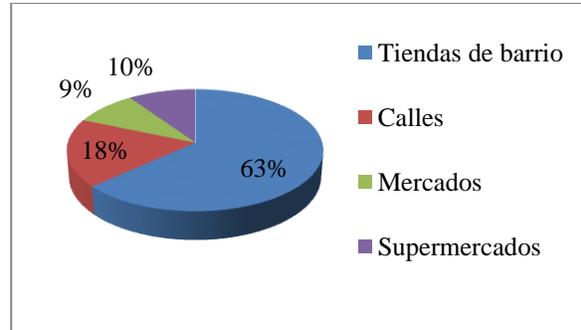


Figura 19 Pregunta 4
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis

Como se observa en la figura 19, las personas dan mayor prioridad a la compra de bebidas en tiendas de barrio con un 63% en la calle 18% en mercados 9% y supermercados con el 10%, basándose en los datos obtenidos, se dice que las personas acuden mayoritariamente a tiendas de barrios.

5) ¿Cuánto dinero gasta semanalmente por este tipo de bebidas?

Tabla 36 Pregunta 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
2 dólares	137	36%
3 dólares	86	23%
4 dólares	51	14%
5 dólares	102	27%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

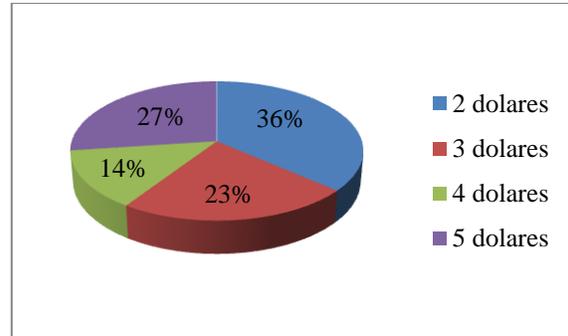


Figura 20 Pregunta 5
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La figura 20, nos revela que las personas realizan un gasto semanal de 2 dólares son del 36% de 5 dólares con el 27%, 3 dólares con un 23 % y de 4 dólares con un 14 % con lo que mediante a estos porcentajes nos indica una buena capacidad adquisitiva de las personas para las bebidas.

6) ¿Conoce usted que los componentes principales de las gaseosas o bebidas no naturales son preservantes, azúcar, cafeína, colorantes, saborizantes artificiales?

Tabla 37 Pregunta 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	308	82%
NO	68	18%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

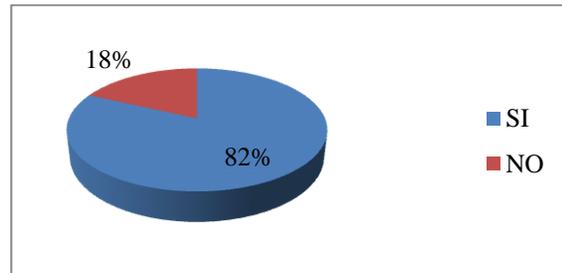


Figura 21 Pregunta 6
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

Con relación a la información obtenida, cabe destacar que el 82% conoce sobre los componentes principales, mientras que el 18% señala que no conoce acerca de los componentes, lo que indica que en su gran parte conocen los componentes, dando una gran oportunidad para la implementación del proyecto.

7) ¿Sabía usted que el consumo excesivo de azúcar produce diabetes?

Tabla 38 Pregunta 7

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	341	91%
NO	35	9%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

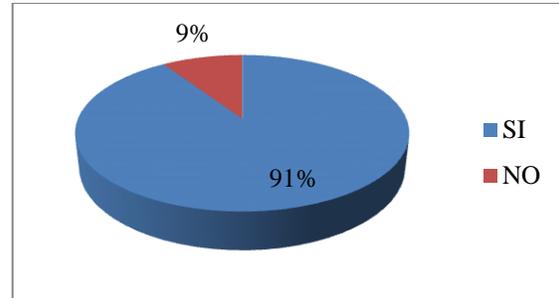


Figura 22 Pregunta 7
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La figura 22 indica que el 91% conoce sobre las consecuencias del consumo excesivo de azúcar, mientras que el 9% señala que no conoce acerca de lo nocivo, lo que indica que en su gran parte conocen la afectación del consumo excesivo de azúcar, dando una gran oportunidad para la implementación del proyecto.

8) ¿Sabía usted que el arroz es una fuente energética y posee valores nutritivos que contribuye al bienestar de la salud?

Tabla 39 Pregunta 8

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	307	82%
NO	69	18%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

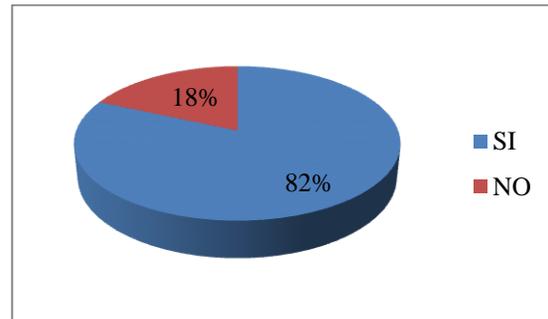


Figura 23 Pregunta 8
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La figura 23 indica que el 82% conoce sobre los beneficios del consumo de arroz y un 18% desconoce sus valores nutritivos, lo que se destaca el conocimiento mayoritario sobre el bienestar que proporciona una apertura y oportunidad al proyecto.

9) ¿Conociendo los beneficios del arroz estaría dispuesto a consumir una bebida a base de arroz?

Tabla 40 Pregunta 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	300	80%
NO	76	20%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

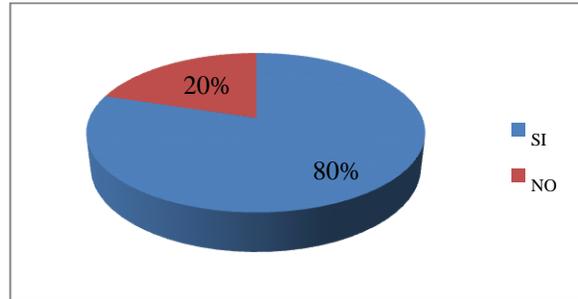


Figura 24 Pregunta 9
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La información obtenida en la figura 24 indica que el 80% tiene buena disposición en el consumo de la bebida a base de arroz y un 20% no la consumiría, para tal efecto los datos indican una buena viabilidad por lo que el proyecto debe ser emprendido.

10) ¿En qué tipo de presentación le gustaría consumir esta bebida?

Tabla 41 Pregunta 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Sachet	34	9%
Envase plastic	172	46%
Envase tetra pack	170	45%
Envase de vidrio	0	0%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

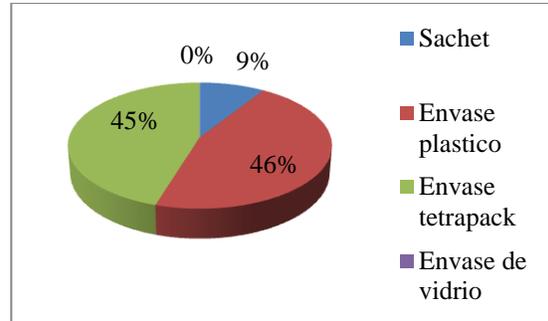


Figura 25 Pregunta 10
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La figura 25, revela que las personas encuestadas se inclinan por el envase plástico con un 46% y el envase tetra pack con un 45% y los de menor preferencia el sachet con el 9% y el envase de vidrio con el 0%, siendo un resultado relevante para el proyecto.

11) ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por esta bebida de buen sabor y de gran beneficio para su salud en un envase de 200ml?

Tabla 42 Pregunta 11

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
0.60 centavos	171	45%
0.75 centavos	205	55%
0.90 centavos	0	0%
1 dólar	0	0%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

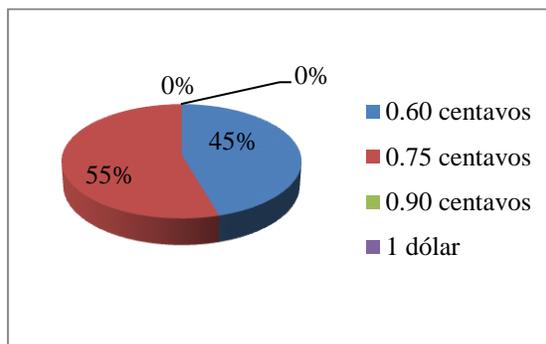


Figura 26 Pregunta 11
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La figura 26, revela que las personas estarían dispuestas a pagar por la bebida de 0.60 centavos de dólar son del 45% y un 55% por el precio de 0.75 centavos de dólar, lo que produce una oportunidad debido a la capacidad de pago de las personas por la bebida a base de arroz.

12) ¿Dónde le gustaría que se expenda esta bebida?

Tabla 43 Pregunta 12

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas de barrio	308	82%
Calles	68	18%
Mercados	0	0%
Supermercados	0	0%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance



Figura 27 Pregunta 12
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La figura 27, arroja el resultado que las personas prefieren tiendas de barrio con el 82% por cercanía para conseguir el producto y un 18% que se expendan en las calles.

13) ¿Con que frecuencia consumirías esta bebida?

Tabla 44 Pregunta 13

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 o 2 veces x semana	137	37%
3 o 4 veces x semana	204	54%
5 veces x semana	1	0%
Más de 5 veces x semana	34	9%
Total	376	100%

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

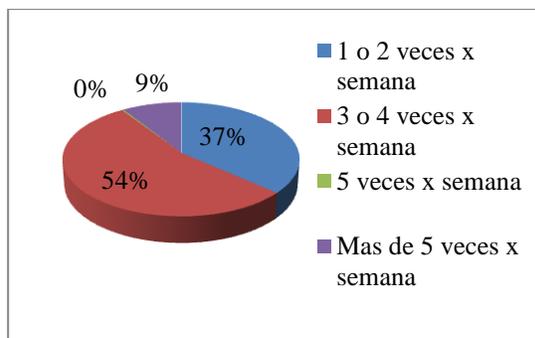


Figura 28 Pregunta 13
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Ángel Yance

Análisis:

La regularidad con la que consumirían mayormente son de 3 o 4 veces por semana con el 54% y de un 36% 1 o 2 veces por semana, acorde a sus necesidades siendo relevante para el proyecto y un bajo porcentaje del 9% más de 5 veces por semana.

3.02 Oferta

Según (Castro, 2014, pág. 6) indica que: “Se hace cargo de las inquietudes de un cliente, es un camino para construir relaciones personales de intercambio mucho más ricas y profundas que las que podamos tener si no escuchamos lo que realmente necesitan las personas”.

3.02.01 Oferta Histórica

Asegura (Orjuela, Medina, & Chain, 2009, pág. 145) que: “Se realiza con el propósito de determinar la información que permita determinar pronósticos sobre su comportamiento futuro, además permite identificar y analizar las consecuencias positivas y negativas de decisiones que fueron tomadas por los competidores”.

A nivel nacional no se comercializa una bebida a base de arroz por lo cual no se cuenta con una oferta histórica de este producto.

3.02.02. Oferta Actual

Para (Orjuela, Medina, & Chain, 2009) afirma que: “Se basa en analizar la situación existente, consiste en estudiar las características de la competencia que hay en la actualidad, tanto en las cantidades ofrecidas como en las condiciones en que se realiza dicha oferta”.

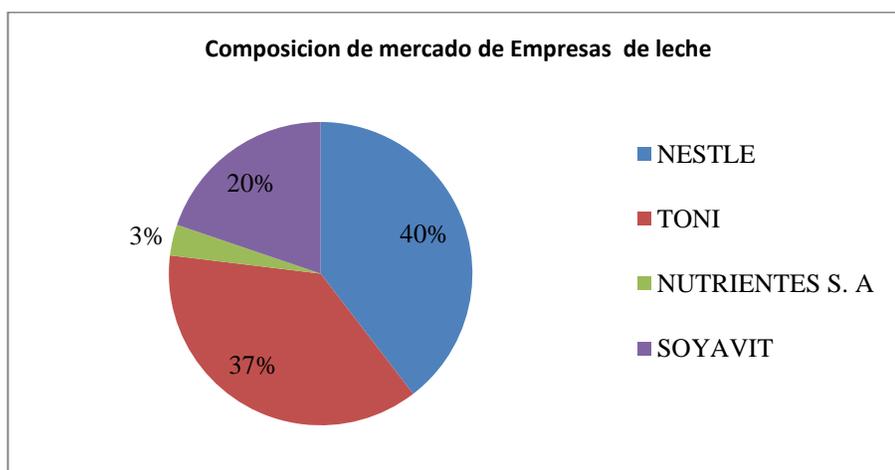


Figura 29 Composición de mercado de leche Ecuador

Fuente: INEC

Elaborado: Ángel Yance

En el mercado no existe esta bebida, pero si se encuentran productos sustitutos donde figuran bebidas preparadas con leche de vaca y bebidas de soya con presentación en líquido y polvo que representan la competencia para la leche a base de arroz.

3.02.02.01 *Calculo de la Oferta Actual*

Tabla 45 Oferta Actual

Oferta Actual			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la competencia	Oferta Proyectada
2016	\$ 144.245.40	39%	\$ 56.255.71

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Análisis

La oferta actual permite evaluar a la competencia y las características que tenga como reseña vigente, en este caso la demanda proyectada es de \$ 144.245.40 consiguiendo un nivel de aceptación por parte de la competencia del 39%, donde la oferta proyectada resalta un valor de \$ 56.255.71.

3.02.03 Oferta Proyectada

Detalla (Miranda, 2009, pág. 102) que: “Se basa en verificar la cantidad de bienes y servicios que se ha ofrecido y se están ofreciendo y la cantidad que se ofrecerán, así como las circunstancias de precio y calidad en que se realiza dicha oferta”.

Tabla 46 Oferta proyectada en litros

Proyección de la Oferta en litros			
Año	Demanda Proyectada litros	Aceptación de la competencia (%)	Oferta Proyectada litros
2017	136,833	39%	190,198
2018	140,199	39%	194,877
2019	143,648	39%	199,671
2020	147,182	39%	204,583
2021	150,803	39%	209,616

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Tabla 47 Oferta Proyectada en dólares

Proyección de la Oferta en dólares			
Año	Demanda Proyectada	Aceptación de la competencia (%)	Oferta Proyectada
2017	\$ 147.778.47	39%	\$57.633.60
2018	\$ 151.413.82	39%	\$59.051.39
2019	\$ 155.138.60	39%	\$60.504.05
2020	\$ 158.955.00	39%	\$61.992.45
2021	\$ 162.865.29	39%	\$63.517.46

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

En la tabla 47 indica las proyecciones que se obtendrá por parte de la oferta en el transcurso de cinco años, obteniendo valores de \$ 162.865.29 para la demanda proyectada y de \$ 63.517.46 en la oferta proyectada, por lo tanto, aquellos valores hacen referencia al producto que la oferta está ofreciendo en el lapso de los cinco años transcurridos.

3.03 Demanda

Según (Luis, 2013, pág. s/p) afirma que:

La demanda se refiere al volumen de compradores de un mercado determinado, se refiere a su actuación durante cierto periodo de tiempo; además cada uno de estos compradores ha estado, esta o estaría dispuesta a adquirir el producto o servicio.

3.03.01 Demanda Histórica

Afirma (Martines, 2008, pág. 76) que: “Es obtener una idea de la evolución pasada de esa demanda a fin de poder pronosticar su comportamiento futuro con un margen razonable de seguridad”.

3.03.01.01 Productos sustitutos

Se pronuncia (Montoya, 2010, pág. 29) que: “Productos que signifiquen nuevas alternativas, para satisfacer las necesidades de los consumidores o usuarios de las diferentes áreas y que permitan a la empresa ser más competitiva en el medio”.

Tabla 48 Demanda histórica en litros

Demanda Histórica Litros			
Año	Demanda litros	Factor de Proyección	Demanda Histórica litros
2016	133,548	2.46%	130,263
2015	130,263	2.46%	127,059
2014	127,059	2.46%	123,933
2013	123,933	2.46%	120,884
2012	120,884	2.46%	117,910
2011	117,910		

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Tabla 49 Demanda Histórica en dólares

Demanda histórica en dólares			
Año	Demanda	Factor de Proyección	Demanda Proyectada
2016	\$ 144,230.40	2.46%	\$ 140,682.33
2015	\$ 140,682.33	2.46%	\$ 137,221.54
2014	\$ 137,221.54	2.46%	\$ 133,845.89
2013	\$ 133,845.89	2.46%	\$ 130,553.28
2012	\$ 130,553.28	2.46%	\$ 127,341.67
2011	\$ 127,341.67		

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

En las tablas 48 y 49 se observa la demanda de consumo histórica la cual por medio del resultado de demanda actual anual de \$144,230.40 que se obtuvo de la tabla 50 y con factor de proyección se tomara el crecimiento poblacional del 2.46%.

3.03.02 Demanda Actual

Define (Hernandez, Urbano, & Correa, 2010, pág. 93) que: “Es conocer las características y el comportamiento del consumidor, ya que ello permitirá adaptar el producto a las necesidades del cliente, seleccionar el canal de distribución más adecuado, elegir los mejores medios promocionales y publicitarios”.

3.03.02.01 Calculo De La Demanda Actual

Tabla 50 Demanda Actual

Población (PEA)	8.588
Parroquia	
Porcentaje de Aceptación	80%
Demanda Actual	6870

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Tabla 51 Demanda actual de consumo

Población que acepta el producto	6870
Porcentaje de consumo	54%
Veces de consumo por semana	3
Unidades semanales	11129
Unidades mensuales	44516
Unidades Anuales	534192

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Tabla 52 Demanda actual de litros de leche

	Cantidad	Presentación	Total litros
Unidades semanales	11129	250 ml.	2782.25
Unidades mensuales	44516	250 ml.	11129
Unidades Anuales	534192	250 ml.	133548

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Tabla 53 Proyección demanda litros leche a base de arroz

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda litros	Factor de Proyección	Demanda Proyectada litros
2017	133,548	2.46%	136,833
2018	136,833	2.46%	140,199
2019	140,199	2.46%	143,648
2020	143,648	2.46%	147,182
2021	147,182	2.46%	150,803

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Tabla 54 Demanda actual en dólares

Producto semanal	11129
Porcentaje de aceptación de 60 centavos de dólar por producto	45%
Cantidad	5008
Venta semanal	\$ 3004.8
Venta mensual	\$ 12019.2
Venta anual	\$ 144230.4

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Tabla 55 Demanda actual

Demanda Actual			
Año	Demanda	Factor de proyección	Demanda Proyectada
2016	\$ 144230.4	1	\$ 144230.4

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Análisis:

La tabla 55 indica que la Demanda Actual se basará en un enfoque directo en características y comportamiento de los clientes, lo que permitirá que el producto a mostrar se adapte a las necesidades y exigencias, como con las expectativas del cliente, mediante promociones y publicidad.

3.03.03 Demanda Proyectada

Tabla 56 Proyección de la Demanda en dólares

Proyección de la Demanda			
Año	Demanda	Factor de Proyección	Demanda Proyectada
2017	\$ 144.230.4	2.46%	\$ 147.778.47
2018	\$ 147.778.47	2.46%	\$ 151.413.82
2019	\$ 151.413.82	2.46%	\$ 155.138.60
2020	\$ 155.138.60	2.46%	\$ 158.955.00
2021	\$ 158.955.00	2.46%	\$ 162.865.29

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

En la tabla 56 se observa para la proyección de la demanda se utilizará el crecimiento poblacional del 2.46% como factor de proyección y se orienta en cinco períodos permitiendo conocer los movimientos que tendrá durante este lapso de tiempo definido, a través de la tasa de crecimiento poblacional y la satisfacción del cliente, cabe resaltar que para el año 2021 se obtendrá una demanda proyectada de \$ 162.865,29.

3.04 Balance Oferta-Demanda

Por medio del Balance Oferta – Demanda permitirá conocer el rendimiento que alcanzará el proyecto, permitiendo conocer la competencia, clientes y satisfacer las necesidades, conservando la demanda superior frente a la oferta y manteniendo un equilibrio del producto a ofrecer.

3.04.01 Balance Actual

Tabla 57 Balance actual

Calculo Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2016	\$ 144.230.40	\$ 56.255.71	\$ 87.974.69

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

En la tabla 57 se observa la demanda insatisfecha, y donde no cubren con las necesidades y exigencias de los clientes, posibilitando que el proyecto tenga oportunidad de crecimiento en el mercado y lograr posicionarse permitiendo ser más competitivo presentando el producto concorde a las necesidades y exigencias de los clientes.

3.04.02 Balance Proyectado

Tabla 58 Balance Proyectado

Calculo Demanda Insatisfecha			
Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha (DP-OP)
2017	\$ 147,778.47	\$ 57,633.60	\$ 90,144.87
2018	\$ 151,413.82	\$ 59,051.39	\$ 92,362.43
2019	\$ 155,138.60	\$ 60,504.05	\$ 94,634.55
2020	\$ 158,955.00	\$ 61,992.45	\$ 96,962.55
2021	\$ 162,865.29	\$ 63,517.46	\$ 99,347.83

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

Los resultados obtenidos después de haber desarrollado la tabla del Balance Proyectado, señalan que existe un valor notable sobre la demanda insatisfecha en el correr de estos años brindando al proyecto el poder ingresar en el mercado y ser aceptado con absoluta complacencia.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TECNICO

Afirma (Picado, 2007, pág. 115) que:

El estudio técnico permite proponer y analizar las diferentes opciones tecnológicas para producir los bienes o servicios que se requieren; a la vez, verifica la factibilidad técnica de cada una de ellas. El análisis identifica los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto y, por tanto, los costos de inversión, así como el capital de trabajo que se necesita.

4.01 Tamaño del Proyecto

Indica (Picado, 2007, pág. 117) que:

El tamaño depende de la magnitud, la naturaleza y el tipo de proyecto que se está formulando, pues cada proyecto tiene características que, al final, limitaran su tamaño. Entre otros factores que pueden influir en el tamaño del proyecto, se encuentran los determinantes como la demanda e insumos y los condicionantes como la tecnología, la localización, el financiamiento, los recursos humanos y la capacidad empresarial.

4.01.01 Capacidad Instalada

Afirma (Meza, 2013, pág. 26) que: “Es el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria y equipos e infraestructura disponible pueden generar”.

Tabla 59 Capacidad instalada de materia prima

Materia prima	Costo Usd	Masa gr.	%	Masa pedido	Kg. M.P	unidades	costo
Arroz	0.50 usd	2204	100	544.800	247.19	1200	\$ 600.00
Total		2204	100	544.800	247.19	1200	\$ 600.00

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

En la tabla 59 antes vista se detalla la cantidad de materia prima, el peso de la materia prima y el costo necesario para la producción de 9600 unidades de bebida a base de arroz con una presentación de 250 ml.

Tabla 60 Capacidad instalada diseño

Capacidad de diseño	5 días	8 horas	1 turno	480/día 9600 mensuales
Capacidad de diseño	23.040			
Capacidad real	9.600			
Capacidad efectiva	11.815			
Utilización	41.60%			
Eficiencia	81.25%			

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

En la tabla 60 se observa la capacidad de diseño de la infraestructura es de 23.040 unidades, así como el porcentaje de utilización del 41.60% y una eficiencia en el nivel de producción del 81.25%.

Tabla 61 Capacidad instalada de trabajadores

Actividad	Frecuencia	#veces	Tiempo Unitario (minutos)	Tiempo total mes (minutos)	Operador #1	Operador #2	
Recepción de M. P	S	4	1	10	40	X	
Clasificación	D	20	4	5	400	X	
Lavado	D	20	4	5	400	X	
Cocción	D	20	4	20	1600		X
Mezclado	D	20	4	5	400		X
Licuada	D	20	12	5	1200	X	
Tamizado	D	20	12	5	1200	X	
Envasado	D	20	480	0.0625	600		X
Sellado	D	20	480	0.0625	600		X
Etiquetado	D	20	480	0.0625	600		X
Almacenado	D	20	480	0.0625	600	X	
				Tiempo real demandado	7640	3840	3800
				Tiempo real disponible	9600	9600	9600
				ICI	79.58	40.00	39.58
					0.79	0.40	0.39
					1 al 100%		
					1 al 79%	1 al 40%	1 al 39%

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

En la tabla 61 vista se detalló las actividades que van a realizar los operarios, así como el tiempo de ejecución y el número de veces que se realiza cada proceso.

4.01.02 Capacidad Óptima

Indica (Meza, 2013, pág. 25) que: “Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción”.

Tabla 62 Capacidad optima de producción

Capacidad Optima de Producción de Litros			
	Producción Diaria	Producción Semanal	Producción Mensual
Leche a base de arroz	120 lts.	600 lts.	2400 lts.

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

El presente proyecto contará con un espacio físico de 140.25 m² de construcción y estará dividida en las áreas que se detallan a continuación:

4.02 Localización

Afirma (Meza, 2013, pág. 23) que:

El objetivo que persigue la localización del proyecto es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto no es una cosa fácil cambiar de domicilio.

4.02.01 Macro Localización

Indica (Meza, 2013, pág. 24) que:

Tiene en cuenta aspecto social y nacional, basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente, y debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto.

La Macro localización hace referencia la ubicación macro del sitio donde se va a realizar el proyecto.

Tabla 63 Macro localización

MACRO LOCALIZACION	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Parroquia	El Quinche

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.



Figura 1 Macro localización

Fuente: (Google imágenes).
Elaborado: Ángel Yance

4.02.02 Micro Localización

Indica (Meza, 2013, pág. 25) que: “Abarca la investigación y comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar el sitio preciso del proyecto en un plano de la ciudad”.



Figura 2 Micro localización

Fuente: (Google imágenes).
Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Análisis:

La Micro localización indica aspectos particulares del terreno utilizado para el funcionamiento de la microempresa "DULCE ARROZ" donde su infraestructura se encontrará ubicada en la zona norte de la Parroquia El Quinche calle Manabí s/n y Bolívar.

4.02.03 Localización Óptima

Tabla 64 Factores relevantes

Factores			Zona Norte Calle Manabí s/n y Bolívar		Zona Central		Zona Sur	
	Ponderación		Calificación	Total	Calificación	Total	Calificación	Total
Costo de renta	0.10		8	0.8	8	0.8	7	0.8
Cercanía del mercado	0.20		9	1.8	8	1.6	7	1.4
Vías de acceso	0.10		7	0.7	7	0.7	8	0.8
Infraestructura	0.15		9	1.35	8	1.2	8	1.2
Seguridad	0.05		7	0.35	7	0.35	6	0.30
Medio de transporte	0.10		7	0.7	7	0.7	7	0.7
Mano de obra	0.15		10	1.5	9	1.35	9	1.35
Materia Prima	0.10		9	0.9	9	0.9	9	0.9
Estacionamiento	0,05		7	0.35	7	0.35	7	0.35
TOTAL	1.00		73	8.45	70	7.95	68	7.60

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Como se observa en la tabla 64 para determinar que el lugar más estratégico para la colocación de la planta es en la zona norte para la elaboración, distribución y comercialización del producto.

4.03 Ingeniería del Producto

Afirma (Meza, 2013, pág. 26) que: “Un mismo producto puede producirse de muchas maneras diferentes, desde el extremo de un proceso manual hasta otro totalmente automatizado”.

4.03.01 Definición del Producto o Servicio

Define (Bienvenido, 1994, pág. 129) que:

La leche de arroz se ha empleado como sucedáneo de la leche animal y de la leche en polvo, y puede prepararse con harina de arroz hinchado o harina elaborada en húmedo más azúcar y aceite de cacahuate como sustancias aromatizantes. El arroz integral da una leche de mejor calidad que el arroz elaborado.

4.03.02 Distribución de la Planta

4.03.02.01 Códigos de cercanía

Estos códigos establecen el grado de importancia y la relación de las áreas de la microempresa, para facilidad de asignar y escoger la infraestructura de la microempresa.

Tabla 65 Códigos de cercanía

Razones de cercanía	
A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente que está cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía ordinaria
U	Sin importancia
X	Cercanía indiferente

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

4.03.02.02 Razones de cercanía

Permite determinar las razones de cercanía de un área con otra y su relación.

Tabla 66 Códigos de cercanía

Código de cercanía	
1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Tabla 67 Capacidad optima

Áreas	Ancho	Largo	Área Total
Área Administrativa	5 mts.	3.5 mts	17.5 m ²
Área de recepción Materia Prima	3.5 mts	3 mts	10.5 m ²
Almacenamiento Materia Prima	3.5 mts	4 mts	14 m ²
Almacenamiento Producto Terminado	3.5 mts	4 mts.	14 m ²
Área de despacho	3.5 mts	3 mts	10.5 m ²
Producción	5.5 mts	6.5 mts	35.75 m ²
Envasado-etiquetado	5.5 mts	5 mts	27.5 m ²
Baño	3 mts	3.5 mts	10.5 m ²
TOTAL, CAPACIDA OPTIMA			140.25 m ²

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

4.03.02.02 Plano

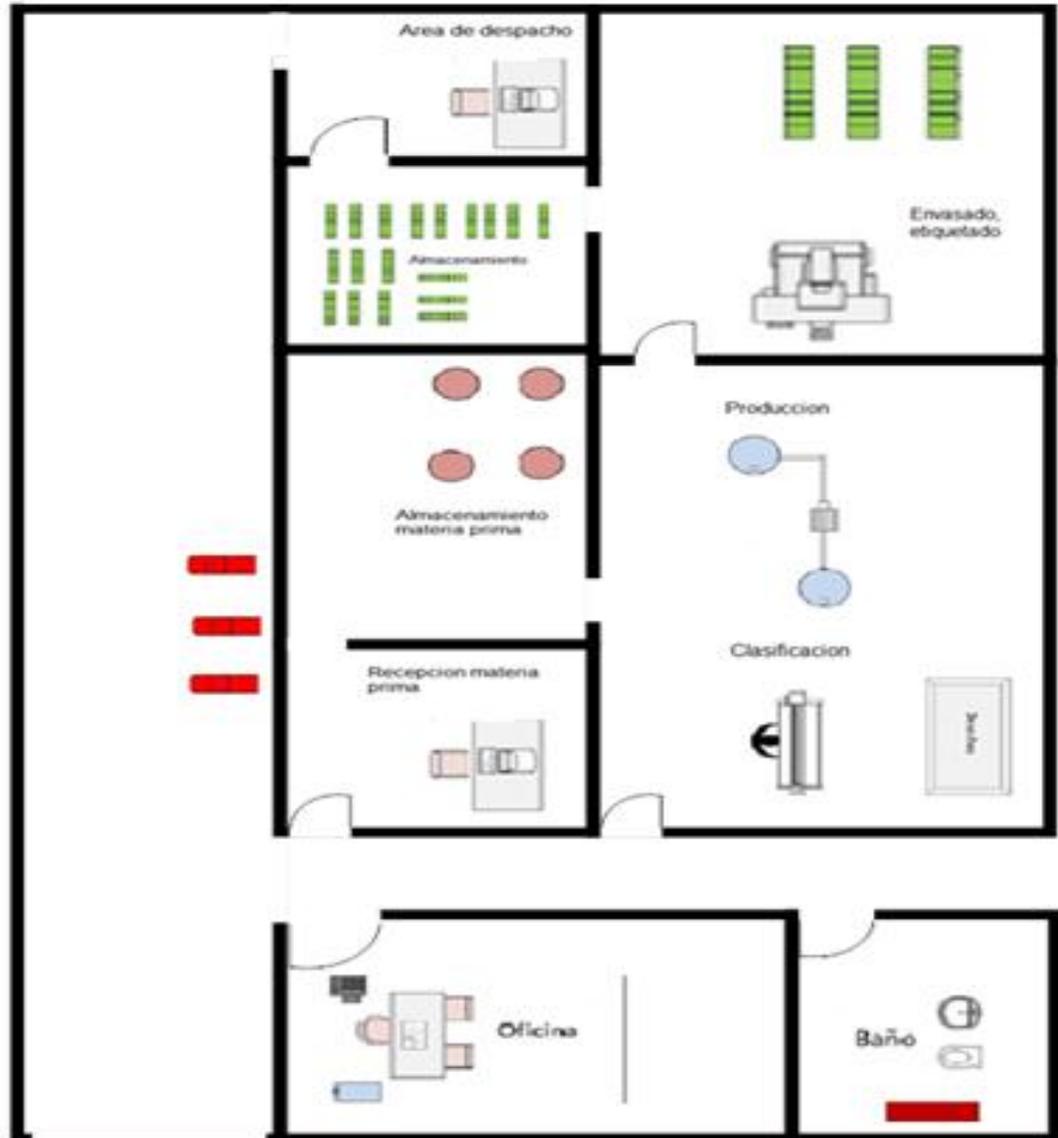


Figura 30 Plano de planta

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

4.03.02.03 Matriz triangular

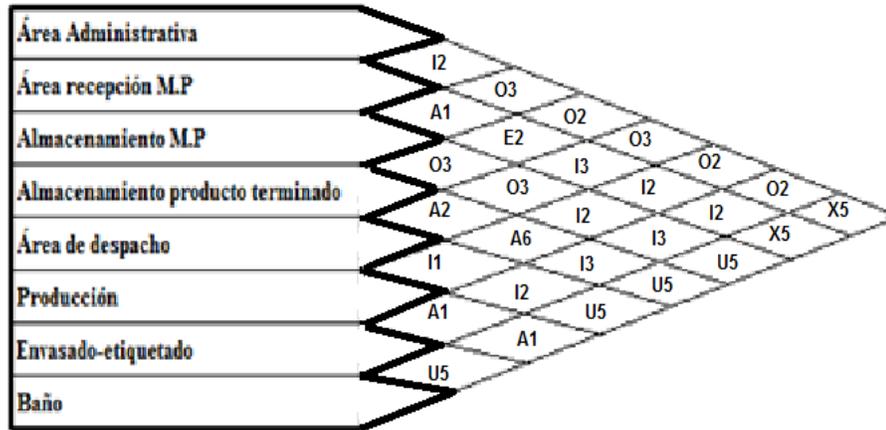


Figura 31 Matriz triangular

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

4.03.03 Proceso productivo

Afirma (Leicega, Carrillo, & Hernandez, 2008, pág. 28) que: “El proceso productivo es la transformación de los factores productivos en productos terminados mediante la aplicación de procedimientos tecnológicos”.

4.03.03.01 Descripción del proceso productivo

- **Limpieza y cocción de arroz:** La elaboración comienza con la recepción del arroz comprado en quintales del proveedor calificado, posteriormente se realiza la clasificación de los granos y lavado,

- luego el arroz es llevado a un proceso de cocción donde se agrega en una olla de acero inoxidable 7 kilos de arroz en 50 litros de agua durante 20 minutos añadiendo 150 ml de
- Aceite girasol, 150 ml de esencia de vainilla y 300 gramos de azúcar y mezclando todos los ingredientes.
- **Extracción de la leche de arroz y adición de químicos:** Después de cocinado el arroz es llevado a un molino industrial por 5 minutos, donde luego se procede a realizar el tamizado de lo cual finalmente se obtendrán 33 litros de leche de arroz.
- **Empacado, tapado y etiquetado:** La leche de arroz es descargada de la licuadora a recipientes dosificadores, que permitirán empacar la bebida en una botella de material PET, previamente inspeccionada y a la cual se le adhiere una etiqueta impresa con la descripción del producto. Luego es tapado con una tapa de material polietileno. Al final el producto es embalado en canastillas de transporte.

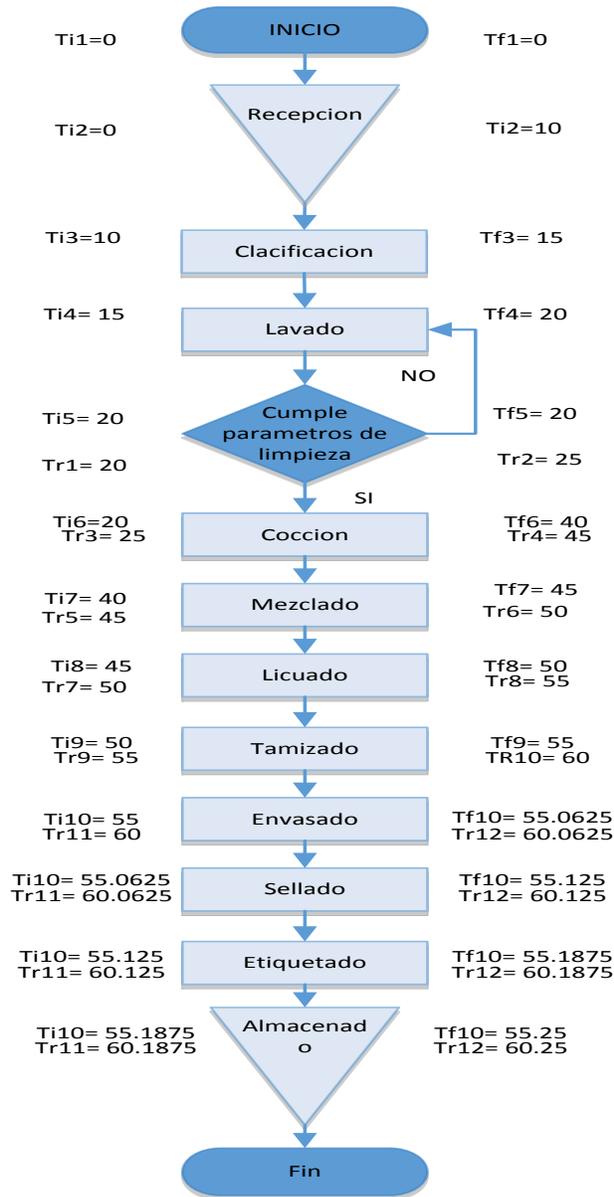


Figura 32 Flujograma de procesos

Fuente: (Estudio Técnico, 2016).

Elaborado: Ángel Yance.

Tabla 68 Descripción del proceso productivo

Actividad	Simbología	Tiempo
Recepción de M.P		10 min.
Clasificación	 	5 min.
Lavado		5 min.
Cocción	  	20 min.
Mezclado		5 min.
Licudo		5 min.
Tamizado	 	5 min.
Envasado		0.0625 min.
Sellado		0.0625 min.
Etiquetado	 	0.0625 min.
Almacenado		0.0625 min.

Fuente: (Estudio Técnico, 2016).
Elaborado: Ángel Yance.

A continuación:

-  Operación
-  Inspección
-  Almacenamiento
-  Demora
-  Transporte

4.03.04 Maquinaria y Equipo

Afirma (Margarita, 2009, pág. 73) que:

Conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante los cuales se realizan la extracción o elaboración de los productos. También figuran aquellos elementos de transporte interno que se destinen a los traslados del personal, animales, materiales y mercaderías entro de factorías, talleres, etc., sin salir al exterior.

La maquinaria instrumentos y equipos necesarios para producir y apoyar el proceso de producción de la bebida de leche a base de arroz se encuentran detallados a continuación con sus respectivas imágenes y características.

Tabla 69 Maquinaria y equipos

MAQUINARIA Y EQUIPOS	
Cocina Industrial	
	<p>Marca: Montero. Fabricado: Acero inoxidable. 2 quemadores. Sistema: gas. Precio: \$310 Unidades requeridas: 1.</p>
Licuada industrial	
	<p>Marca: Montero. Capacidad: 25 litros. Motor monofásico de 2 HP. Sistema volcable. Fabricad: Acero inoxidable. Peso 32 Kg. Dimension: Alto:124 cm, largo:49 cm, ancho:37cm Precio: \$ 979 Unidades requeridas: 1.</p>

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

<p>Congelador panorámico</p> 	<p>Marca: Mabe. Capacidad: 15 pies³. Puerta en vidrio, interior en lámina galvanizada. Exterior en acero con pintura epóxica Termo endurecido, fuertes rodachinas. Opera a 5 °C. Precio: \$ 1200. Unidades requeridas: 1.</p>
<p>Balanza electrónica</p> 	<p>Marca: Lexus. Tapa en acero inoxidable. Pesa máximo 3 Kg, Pesa mínimo 2 gr. Pesa decimas de gramo, batería interna. Precio: \$ 96,65. Unidades requeridas: 1.</p>
<p>Costo total maquinaria y equipos</p>	<p>\$ 2.585,65</p>

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Tabla 70 Muebles y menaje de cocina

MUEBLES Y MENAJE DE COCINA	
<p>Canastilla plástica</p> 	<p>Marca: Rimax. Fabricado: Plástico. Dimensión: 60x40x40 cm. Precio: \$12 Unidades requeridas: 4.</p>
<p>Tina plástica</p> 	<p>Marca: Rimax. Fabricado: Plástico. Capacidad: 60 litros Precio: \$12 Unidades requeridas: 2.</p>
<p>Cucharon plástico</p> 	<p>Marca: Rimax. Fabricado: Plástico. Precio: \$14 Unidades requeridas: 2.</p>

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

<p>Jarra plástica</p> 	<p>Marca: Rimax. Fabricado: Plástico. Capacidad: 1 litro Precio: \$3.5 Unidades requeridas: 2.</p>
<p>Tamiz</p> 	<p>Marca: Montero. En acero inoxidable. Precio: \$ 25. Unidades requeridas: 2.</p>
<p>Mesa acero inoxidable</p> 	<p>Marca: Montero. Fabricado: Acero inoxidable. Dimensiones: 100x 60 cm. Precio: \$180 Unidades requeridas: 2.</p>
<p>Olla</p> 	<p>Marca: Montero. Capacidad: 50 litros. Fabricado en aluminio recortado sin Soldaduras. Precio: \$279.91 Unidades requeridas: 2.</p>
<p>Costo total muebles y menaje de cocina</p>	<p>\$1076.82</p>

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Tabla 71 Muebles de oficina

Muebles de oficina	
<p>Escritorio</p> 	<p>Marca: Muebles de oficina. Precio: \$ 150 Unidades requeridas: 2.</p>
<p>Silla</p> 	<p>Marca: Muebles de oficina. Precio: \$ 45 Unidades requeridas: 2.</p>

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Archivador	
	Marca: Muebles de oficina Precio: \$130. Unidades requeridas: 2.
Costo total Equipo de oficina	\$650

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

Tabla 72 Equipo de computo

EQUIPO DE COMPUTO	
Computador de escritorio	
	Procesador Intel dual core 4ta generación Disco duro de 1 Tb., Memoria 4gb Tarjeta de red 10/100, DVD Writer Teclado multimedia, mouse óptico. Monitor led de 20 pulgadas. Precio: \$550. Unidades requeridas: 2.
Impresora	
	Marca: Canon MG3510 Función: Impresora, copiadora, escáner, dúplex Capacidad: 1 litro Precio: \$165 Unidades requeridas: 2.
Costo total Equipo de oficina	\$ 1430

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

EQUIPO DE OFICINA	
Juego grapadora y perforadora	
	Marca: Artesco Precio: \$26. Unidades requeridas: 2.
Teléfono	
	Marca: Panasonic Kx-ts520 Función: Volumen, flash y redial Selección de tonos o pulsos Precio: \$25 Unidades requeridas: 2.
Costo total Equipo de oficina	\$ 102

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Analisis:

Para la elaboración de la bebida de leche a base de arroz se ha utilizado equipos y maquinarias que cumplen con los objetivos planificados en cada area y etapas del proceso de producción, cumpliendo con estándares de calidad adecuada.

Tabla 73 Maquinaria y equipos

Descripcion	Costo Total
Maquinaria y equipos	\$ 2.585,65
Muebles y menaje de cocina	\$ 1.076,82
Muebles de oficina	\$ 650,00
Equipos de oficina	\$ 102,00
Equipo de computo	\$ 1.430,00
Costo Total Maquinaria y Equipos	\$ 5.844,47

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

CAPITULO V

5. ESTUDIO FINANCIERO

Manifiesta (Fernandez S. , 2007, pág. 45) que: “El objetivo de este apartado es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto”.

5.01 INGRESO OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES

5.01.01 Ingresos operacionales

Indica (Cardozo, 2006, pág. 291) que:

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento del objeto social mediante la entrega de bienes y servicios, así como otros importes por concepto de la intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social de la entidad.

Tabla 74 Ingresos del Proyecto

Bebida de Arroz	
Costo de Producción	\$ 0,20
Utilidad	\$ 0,40
P.V.P.	\$0,60
Cantidad	9600
Ingreso Mensual	\$ 5.760,00
Ingreso Anual	\$ 69.120,00
Total	\$ 69.120,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Los ingresos operacionales del proyecto mostrados en la tabla 74 se observa el costo de producción de la bebida que asciende a \$0.20 y el precio de venta al público de \$0.60 obteniendo una utilidad de \$0.40, detallando el ingreso por ventas mensuales de \$5.760,00 y anual de \$69.120,00.

Tabla 75 Ingresos proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 69.120,00	\$ 71.741,07	\$ 74.461,70	\$ 77.285,22	\$ 80.215,70

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Se observa en la tabla 75 los ingresos proyectados con un valor de \$ 80.215,70 al quinto año del proyecto.

5.01.02 Ingresos no operacionales

Afirma (Guzman A. , 2005, pág. 112) que: “Los ingresos no operacionales u otros ingresos no están relacionados con el objeto social del negocio. Proviene de actividades que realiza la empresa, pero que no están relacionadas con la razón de ser de la misma”.

Los ingresos no operacionales no existen ya que su actividad de producción percibe ingresos relacionados con la microempresa.

5.02 COSTO

5.02.01 Costo Directo

Define (Eslava, 2013, pág. s/p) que: “Cuando su consumo se hace de forma directamente asociada a la obtención de cada unidad de producto”.

Tabla 76 Costos directos

COSTOS DIRECTOS		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima	\$ 648,40	\$ 7.780,80
Materiales Directos	\$ 844,80	\$ 10.137,60
Mano de obra Directa	\$ 732,00	\$ 8.784,00
Prestaciones sociales	\$ 302,44	\$ 3.629,23
Total		\$ 30.331,63

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

En la tabla 76 indica los costos directos de producción mensual y anual de la materia prima, materiales directos, mano de obra directa y prestaciones sociales con un valor total anual de los costos directos de \$ 30.331,63.

Tabla 77 Proyección de costos directos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción	\$ 30.331,63	\$30.725,94	\$ 31.125,38	\$ 31.530,00	\$ 31.939,89

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Se observa en la tabla 77 la proyección de costos directos de \$ 80.215,70 al quinto año del proyecto.

5.02.02 Costo Indirecto

Afirma (Eslava, 2013, pág. s/p) que: “Cuando el consumo de los factores productivos no puede calcularse o medirse de forma directa y hay que acudir a criterios de imputación indirecta”.

Tabla 78 Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS		
Detalle	Valor mensual	valor anual
Servicios Básicos	\$ 32,35	\$ 388,20
Útiles de aseo	\$ 50,50	\$ 606,00
Útiles de oficina	\$ 4,73	\$ 56,70
Depreciación de Maquinaria		\$ 258,57
Total		\$ 1.309,47

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 78 indica los costos indirectos donde cuentan los servicios básicos, útiles de aseo, útiles de oficina y la depreciación de la maquinaria con un valor total anual de \$ 1.309,47.

Tabla 79 Proyección de costos indirectos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción	\$ 1.309,47	\$ 1.326,49	\$ 1.343,73	\$ 1.361,20	\$ 1.378,90

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Se observa en la tabla 79 la proyección de costos indirectos asciende a un valor de \$ 1.378,90 al quinto año del proyecto.

5.02.03 Gastos Administrativos

Tabla 80 Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos	\$ 986,00	\$ 11.832,00
Prestaciones Sociales	\$ 357,85	\$ 4.294,16
Servicios básicos	\$ 43,20	\$ 518,40
Útiles de Aseo	\$ 38,50	\$ 462,00
Útiles de Oficina	\$ 3,06	\$ 36,70
Arriendo	\$ 650,00	\$ 7.800,00
Depreciación equipo de computo	\$ 39,72	\$ 476,67
Depreciación de Equipo de Oficina	\$ 0,85	\$ 10,20
Depreciación muebles y enseres	\$ 28,78	\$ 345,36
TOTAL	\$ 2.147,96	\$ 25.775,49

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

En la tabla 80 se puede apreciar el sueldo del personal administrativo con sus prestaciones sociales, depreciaciones, arriendo donde su valor mensual es de \$2.147,96 y un valor anual de \$ 25.775,49.

Tabla 81 Proyección de gastos administrativos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos	\$ 25.775,49	\$ 26.110,58	\$ 26.450,01	\$ 26.793,86	\$ 27.142,18

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 81 muestra la proyección de gastos administrativos al quinto año del proyecto con un valor de \$ 27.142,18.

5.02.04 Costo de venta

Indica (Solorio, 2012, pág. 24) que: “El costo de ventas se obtiene sumando al Inventario Inicial las compras netas y restando el Inventario final”.

Tabla 82 Costo de ventas

Costos de Venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo	\$ 366,00	\$ 4.392,00
Prestaciones sociales	\$ 151,22	\$ 1.814,61
servicios básicos	\$ 45,45	\$ 545,40
Transporte y Fletes	\$ 20,00	\$ 240,00
Publicidad	\$ 22,33	\$ 267,96
TOTAL		\$ 7.259,97

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

El costo de venta mostrado en la tabla 82 ha sido calculado en referencia al sueldo del vendedor y prestaciones sociales y lo necesario para impulsar el producto y su transportación con un costo anual de \$7.259,97.

Tabla 83 Costo de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Venta	\$ 7.259,97	\$ 7.354,35	\$ 7.449,96	\$ 7.546,81	\$ 7.644,92

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 83 muestra la proyección de los costos de ventas al quinto año del proyecto con un valor de \$ 7.644,92.

5.02.05 Costo financiero

Tabla 84 Costos financiero

Costo Financiero	
Concepto	Valor
Tasa de Interés	11,23%

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 84 indica la tasa de interés de la institución bancaria requerida para el proyecto cuyo valor es del 11,23% de interés por el préstamo solicitado.

5.02.06 Costos fijos y variables

5.02.06.01 Costos fijos

Indica (Eslava, 2013, pág. s/p) que: “Cuando los costes se mantienen constantes sin depender de los niveles de actividad, o al menos ante determinadas variaciones de dicha actividad, mientras no cambien de escala productiva”.

Tabla 85 Proyección de costos fijos

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos Fijos	\$ 34.131,09	\$ 34.574,79	\$ 35.024,26	\$ 35.479,58	\$ 35.940,81

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La proyección de los costos fijos parte de la suma de gastos administrativos, gastos de venta y gastos financieros del primer año con un valor de \$ 34.131,09 con un valor de proyección al quinto año del proyecto de \$35.940,81.

5.02.06.02 Costos variables

Afirma (Eslava, 2013, pág. s/p) que: “Cuando varían al aumentar o disminuir los niveles de actividad productiva o comercial”

Tabla 86 Costos unitario de bebida

COSTO UNITARIO POR BEBIDA		
DESCRIPCION	COSTO	PORCENTAJE
Arroz	\$ 0,0568	28,88%
aceite girasol	\$ 0,0009	0,48%
esencia de vainilla	\$ 0,0014	0,72%
Azúcar	\$ 0,0009	0,43%
Agua	\$ 0,0014	0,69%
Operario1	\$ 0,03	14,06%
Operario1	\$ 0,03	14,06%
Etiqueta	\$ 0,01	5,08%
Envase y tapa	\$ 0,07	35,58%
TOTAL	\$ 0,20	100,00%
UNIDADES	9600	

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 86 indica el costo unitario de la bebida mediante el costo de materia prima, personal de producción para la elaboración para cada unidad de bebida a base de arroz que asciende a un valor de \$ 0,20.

5.03 INVERSIONES

Según (Fernandez S. , 2007, pág. 44) Asegura:

Se deben describir y especificar en detalle las construcciones o remodelaciones necesarias para la puesta en marcha del proceso de producción. Se deben incluir las obras de infraestructura, que sean necesarias para la operación del proyecto. Como por ejemplo accesos, plantas de tratamiento, parqueos, etc. Además, se deben describir y especificar las cantidades y tipos de maquinaria, equipo y mobiliario, así como su vida útil y tablas de depreciación.

5.03.01 Inversión fija

Son las inversiones a realizar en la adquisición de terrenos, infraestructura y equipos para el funcionamiento de la microempresa.

5.03.01.01 Activos fijos

Afirma (Jimenez P. , 2014, pág. 36) que:

Activos permanentes que típicamente son necesarios para llevar a cabo el giro habitual de una empresa. Están constituidos generalmente por maquinaria, equipo, edificios, terrenos, etc. Son bienes físicos duraderos empleados en la producción de mercancía y en la prestación de servicios.

Tabla 87 Activos fijos

Activos Fijos	Valor
Maquinaria y Equipo	\$ 2.585,65
Muebles y Enseres	\$ 1.726,82
Equipo de Computo	\$ 1.430,00
Equipo de oficina	\$ 102,00
TOTAL	\$ 5.844,47

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Los activos fijos presentados en la tabla 87 son los necesarios para la producción los cuales ascienden a un valor de \$ 5.844,47

Tabla 88 Equipo de computo

Equipo de computo				
Detalle	Cantidad	Unidad	v/u	Valor Total
Computador de escritorio	2	Unidades	\$ 550,00	\$ 1.100,00
Impresora	2	Unidades	\$ 165,00	\$ 330,00
TOTAL				\$ 1.430,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Los activos fijos presentados en la tabla 88 son los necesarios para la producción los cuales ascienden a un valor de \$ 5.844,47

Tabla 89 Maquinaria y equipo

Maquinaria y equipo				
Detalle	Cantidad	Unidades	v/u	Valor Total
Cocina industrial	1	Unidades	\$ 310,00	\$ 310,00
Licuada industrial	1	Unidades	\$ 979,00	\$ 979,00
Congelador	1	Unidades	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Balanza	1	Unidades	\$ 96,65	\$ 96,65,00
TOTAL				\$2.585,65

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La maquinaria y equipos de la tabla 89 con un valor de \$ 2.585,65 se encontrarán en el área de producción y serán utilizados por el personal operativo.

Tabla 90 Muebles y enseres

Muebles y enseres				
Detalle	Cantidad	Unidad	v/u	Valor Total
Mesa de acero inoxidable	2	Unidades	\$ 180,00	360,00
Menaje de cocina	1	Unidades	\$ 716,82	\$ 716,82
Archivador	2	Unidades	\$ 130,00	260,00
Silla	2	Unidades	\$ 45,00	90,00
Escritorio	2	Unidades	\$ 150,00	300,00
TOTAL				\$1.726,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Siendo parte de los activos fijos se ubica a los muebles y enseres mostrados en la tabla 90 con un valor de \$ 1.726,00.

Tabla 91 Equipos de oficina

Equipos de Oficina				
Detalle	Cantidad	Unidad	v/u	Valor Total
Teléfonos	2	Unidades	\$ 25,00	\$ 50,00
Juego grapadora y perforadora	2	unidades	\$ 26,00	\$ 52,00
TOTAL				\$ 102,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

El equipo de oficina mostrados en la tabla 91 será utilizado por personal administrativo el valor total asciende a \$ 102,00.

5.03.01.02 Activos diferidos

Asegura (Jimenez P. , 2014, pág. 36) que: “Constituye una parte de los gastos que es aplicable a ejercicios o periodos posteriores a la fecha de un balance general. Se les conoce como cargos diferidos”.

Tabla 92 Activos diferidos

Concepto	Recursos propios	Recursos financiados	Recursos utilizados
Gasto de constitución	\$ 800,00	.	\$ 800,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Los activos diferidos indicados en la tabla 92 se refiere al concepto del gasto de constitución con valor de \$ 800,00 que serán financiados con recursos propios.

5.03.02 Capital de trabajo

Menciona (Brigham, 2007, pág. 521) que: “El capital de trabajo llamado a veces capital de trabajo bruto, designa simplemente el activo circulante que se destina a las operaciones”.

Tabla 93 Capital de trabajo

Capital de Trabajo	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Materia Prima Existente	\$ 648,40	\$ 648,40	\$ 648,40
Servicios Básicos	\$ 32,35	\$ 32,35	\$ 32,35
Mano de obra directa	\$ 732,00	\$ 732,00	\$ 732,00
Caja Bancos	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00
TOTAL	\$ 3.712,75	\$ 3.712,75	\$ 3.712,75

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 93 muestra el capital de trabajo necesario para el proyecto en la producción de la bebida a base de arroz, con respecto a la materia prima, servicios básicos, mano de obra y la caja bancos indicando el efectivo que se necesita para iniciar la elaboración del producto con un valor de \$3.712,75.

5.03.03 Fuentes de financiamientos y uso de fondos

Se indica los recursos a utilizar, propios de la microempresa y los financiados.

Tabla 94 Fuentes de financiamiento

	Fuentes de financiamiento			
	Uso de fondos	Recursos propios	Banco	Proveedores
INVERSIONES FIJAS	\$ 5.844,47	\$ 102,00	\$ 5.742,47	\$ 0,00
Maquinaria y Equipo	\$ 2.585,65		\$ 2.585,65	
Muebles y Enseres	\$ 1.726,82		\$ 1.726,82	
Equipo de Computo	\$ 1.430,00		\$ 1.430,00	
Equipo de oficina	\$ 102,00	\$ 102,00		
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 1.198,00	\$ 1.198,00	\$ 0,00	\$ 0,00
Gastos de Organización	\$ 800,00	\$ 800,00		
Capacitación de Personal	\$ 200,00	\$ 200,00		
Gastos de Publicidad	\$ 198,00	\$ 198,00		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 3.712,75	\$ 3.064,35	\$ 648,40	\$ 0,00
Materia Prima Existente	\$ 648,40		\$ 648,40	
Servicios Básicos	\$ 32,35	\$ 32,35		
Mano de obra directa	\$ 732,00	\$ 732,00		
Caja Bancos	\$ 2.300,00	\$ 2.300,00		
TOTAL	\$ 10.755,22	\$ 4.364,35	\$ 6.390,87	\$ 0,00
	100%	41%	59%	

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 94 indica las fuentes de financiamiento con el que va a contar el proyecto con una inversión de \$ 10.752,22 al que corresponde el 41% los recursos propios con un valor de \$ 4.364,35 y con un 59% el financiado con una entidad bancaria con un valor de \$ 6.390,87.

5.03.04 Amortización de financiamiento

Expone (Alvarez, 2010, pág. 13) que: “Constituye un gasto contable como fiscal, gracias al cual se fraccionan los gastos de inversión efectuados en bienes de vida útil limitada, aunque superior a un ejercicio”.

Tabla 95 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	Financiamiento:		6.390,87		
	Plazo :		24	MESES	
	Interés :		11,23%	0,47%	
	Pagos :		MENSUAL		
Periodo	Saldo	Interés	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	6.390,87	0,00	0,00	0,00	6.390,87
1	6.390,87	29,90	282,14	252,24	6.138,63
2	6.138,63	28,72	282,14	253,42	5.885,22
3	5.885,22	27,54	282,14	254,60	5.630,62
4	5.630,62	26,35	282,14	255,79	5.374,82
5	5.374,82	25,15	282,14	256,99	5.117,83
6	5.117,83	23,95	282,14	258,19	4.859,64
7	4.859,64	22,74	282,14	259,40	4.600,24
8	4.600,24	21,53	282,14	260,61	4.339,62
9	4.339,62	20,31	282,14	261,83	4.077,79
10	4.077,79	19,08	282,14	263,06	3.814,73
11	3.814,73	17,85	282,14	264,29	3.550,44
12	3.550,44	16,61	282,14	265,53	3.284,91
13	3.284,91	15,37	282,14	266,77	3.018,14
14	3.018,14	14,12	282,14	268,02	2.750,13
15	2.750,13	12,87	282,14	269,27	2.480,86
16	2.480,86	11,61	282,14	270,53	2.210,32
17	2.210,32	10,34	282,14	271,80	1.938,53
18	1.938,53	9,07	282,14	273,07	1.665,46
19	1.665,46	7,79	282,14	274,35	1.391,11
20	1.391,11	6,51	282,14	275,63	1.115,48
21	1.115,48	5,22	282,14	276,92	838,56
22	838,56	3,92	282,14	278,22	560,34
23	560,34	2,62	282,14	279,52	280,83
24	280,83	1,31	282,14	280,83	0,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Análisis:

La tabla 95 indica el capital el valor del interés y la cuota fija a pagar con un valor de \$282,14 en la entidad bancaria por un valor de \$ 6.390,87.

5.03.05 Depreciaciones

Explica (Herrera A. , 2013, pág. 135) que: “Es la reducción en el valor de un activo. Los modelos de depreciación utilizan reglas, tasas y formulas aprobadas por el gobierno para representar el valor actual en los libros de la compañía”.

Tabla 96 Depreciaciones

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Maquinaria	\$ 2.585,65	10	\$ 258,57	\$ 177,50	\$ 177,50	\$ 177,50	\$ 177,50
Muebles y Enseres	\$ 1.726,82	5	\$ 345,36	\$ 307,40	\$ 307,40	\$ 307,40	\$ 307,40
Equipo de oficina	\$ 102,00	10	\$ 10,20	\$ 10,20	\$ 10,20	\$ 10,20	\$ 10,20
Equipo de Computación	\$ 1.430,00	3	\$ 476,67	\$ 456,00	\$ 456,00	-	-
TOTAL			\$ 1.090,80	\$ 951,10	\$ 951,10	\$ 495,10	\$ 495,10

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 96 presenta la depreciación de cada uno de los activos, a excepción del equipo de cómputo, por ser su vida útil de tres años a lo que corresponde la compra para los restantes años.

5.03.06 Estado de situación inicial

Tabla 97 Estado de Situación Inicial

MICROEMPRESA "DELIARROZ"			
Estado de Situación Inicial			
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE	\$ 2.300,00	PASIVO CORRIENTE	
Bancos	<u>\$ 2.300,00</u>	Cuentas por pagar	-
		Total Pasivo Corriente	-
ACTIVOS NO CORRIENTE	\$ 5.844,47		
Propiedad planta y equipo	\$ 5.844,47	PASIVO LARGO / PLAZO	\$ 6.390,87
Equipo de Oficina	\$ 102,00	Préstamo L/P	<u>\$ 6.390,87</u>
Maquinaria o Equipos	\$ 2.585,65	TOTAL DE PASIVO	<u>\$ 6.390,87</u>
Equipo de Computo	\$ 1.430,00		
Muebles y Enseres	\$ 1.726,82	PATRIMONIO	\$ 2.951,60
		Capital	\$ 2.951,60
OTROS ACTIVOS	\$ 1.198,00		
Gastos d Organización	\$ 800,00		
Gastos de Publicidad	\$ 200,00		
Capacitación personal	\$ 198,00		
TOTAL DE ACTIVOS	<u>\$ 9.342,47</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>\$ 9.342,47</u>

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Se presenta un estado de situación inicial en la tabla 97 que tiene la microempresa para el inicio de sus actividades comerciales y productivas con un valor total de activos de \$ 9.342,47 y un total de pasivos por préstamo bancario de \$ 6.390,87.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

5.03.07 Estado de resultados proyectados

Tabla 98 Estado de Resultados

EMPRESA "DELIARROZ"					
ESTADOS DE RESULTADOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	\$ 69.120,00	\$ 71.741,07	\$ 74.461,70	\$ 77.285,22	\$ 80.215,70
SERVICIOS TOTALES	\$ 69.120,00	\$ 71.741,07	\$ 74.461,70	\$ 77.285,22	\$ 80.215,70
INFLACIÓN:	1,30%				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 31.641,09	\$ 32.052,43	\$ 32.469,11	\$ 32.891,21	\$ 33.318,79
COSTO DIRECTO	\$ 30.331,63	\$ 30.725,94	\$ 31.125,38	\$ 31.530,00	\$ 31.939,89
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 1.309,47	\$ 1.326,49	\$ 1.343,73	\$ 1.361,20	\$ 1.378,90
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.259,97	\$ 7.354,35	\$ 7.449,96	\$ 7.546,81	\$ 7.644,92
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 25.775,49	\$ 26.110,58	\$ 26.450,01	\$ 26.793,86	\$ 27.142,18
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.095,62	\$ 1.109,86	\$ 1.124,29	\$ 1.138,91	\$ 1.153,71
UTILIDAD BRUTA	\$ 3.347,82	\$ 5.113,85	\$ 6.968,32	\$ 8.914,44	\$ 10.956,09
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 502,17	\$ 767,08	\$ 1.045,25	\$ 1.337,17	\$ 1.643,41
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.845,65	\$ 4.346,77	\$ 5.923,08	\$ 7.577,27	\$ 9.312,68
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 2.845,65	\$ 4.346,77	\$ 5.923,08	\$ 7.577,27	\$ 9.312,68

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 98 detalla a continuación la obtención del Estado de resultados de forma ordenada del ejercicio del periodo determinado con una utilidad neta para el primer año de \$2.845,65 para el primer año y una utilidad neta para el quinto año de \$ 9.312,68.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

5.03.08 Fuljo de caja

Indica (Colom, 2009, pág. 46) que:

En sentido financiero, se induce a través del flujo monetario de la caja de la empresa. Se trata del balance de flujo entre cobros y pagos. Así pues, una definición elemental, en el sentido de dicho balance de flujos monetarios, permite considerar el flujo de caja de un ciclo productivo como la diferencia entre los cobros y pagos dentro del citado ciclo.

Tabla 99 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA					
PERIODOS					
DETALLE	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	\$ 69.120,00	\$ 71.741,07	\$ 74.461,70	\$ 77.285,22	\$ 80.215,70
SERVICIOS TOTALES	\$ 69.120,00	\$ 71.741,07	\$ 74.461,70	\$ 77.285,22	\$ 80.215,70
COSTOS					
COSTO DE PRODUCCION	\$ 31.641,09	\$ 32.052,43	\$ 32.469,11	\$ 32.891,21	\$ 33.318,79
COSTO DIRECTO	\$ 30.331,63	\$ 30.725,94	\$ 31.125,38	\$ 31.530,00	\$ 31.939,89
COSTOS INDIRECTOS (GASTOS DE FABRICACIÓN)	\$ 1.309,47	\$ 1.326,49	\$ 1.343,73	\$ 1.361,20	\$ 1.378,90
GASTOS DE VENTAS	\$ 7.259,97	\$ 7.354,35	\$ 7.449,96	\$ 7.546,81	\$ 7.644,92
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 25.775,49	\$ 26.110,58	\$ 26.450,01	\$ 26.793,86	\$ 27.142,18
GASTOS FINANCIEROS	\$ 1.095,62	\$ 1.109,86	\$ 1.124,29	\$ 1.138,91	\$ 1.153,71
UTILIDAD BRUTA	\$ 3.347,82	\$ 5.113,85	\$ 6.968,32	\$ 8.914,44	\$ 10.956,09
PARTICIPACION EMPLEADOS (15%)	\$ 502,17	\$ 767,08	\$ 1.045,25	\$ 1.337,17	\$ 1.643,41
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 2.845,65	\$ 4.346,77	\$ 5.923,08	\$ 7.577,27	\$ 9.312,68
IMPUESTO A LA RENTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
UTILIDAD NETA	\$ 2.845,65	\$ 4.346,77	\$ 5.923,08	\$ 7.577,27	\$ 9.312,68
DEPRECIACIONES (+)	\$ 1.090,80	\$ 951,10	\$ 951,10	\$ 495,10	\$ 495,10
AMORTIZACIONES (+)	\$ 239,60	\$ 239,60	\$ 239,60	\$ 239,60	\$ 239,60
EXCEDENTE OPERACIONAL	\$ 4.176,04	\$ 5.537,47	\$ 7.113,78	\$ 8.311,97	\$ 10.047,38

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Análisis:

La tabla 99 detalla el flujo de caja para el primer año de \$ 4.176.04 y para el quinto año de \$ 10.047,38.

5.04 EVALUACION

5.04.01 TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno)

Afirma (Guzman F. , 2004, pág. 16) que: “En una inversión financiera, el aportante del recurso capital espera una tasa mínima de retorno para invertir. Este valor está asociado al riesgo de la perdida de la inversión”.

A continuación, es necesario calcular la TMAR antes de calcular la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Actual Neto (VAN).

Tabla 100 TMAR

CALCULO DE LA TMAR	
TMAR = TASA ACTIVA + TASA PASIVA	
Tasa Activa	11,23%
Tasa Pasiva	5,03%
TMAR	16,26%

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 100 se observa la TMAR la cual se calcula con la suma de la tasa activa del 11,23% y pasiva de 5,03% arrojando un resultado del 16,26%.

5.04.02 VAN (Valor Actual Neto)

Indica (Fernandez S. , 2007, pág. 130) que:

El valor actual neto (VAN) es uno de los métodos financieros que si toma en cuenta los flujos de efectivo en función del tiempo.
Consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.

Tabla 101 VAN

VAN =	- P	+	$\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$	+	$\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$	+	$\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$	+	$\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$	+	$\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$
VAN =	-\$ 10.755,22	+	\$ 4.176,04	+	\$ 5.537,47	+	\$ 5.683,78	+	\$ 8.311,97	+	\$ 10.047,38
			1,16		1,35		1,57		1,83		2,12
VAN =	-\$ 10.755,22	+	\$ 3.591,99	+	\$ 4.096,86	+	\$ 3.616,98	+	\$ 4.549,70	+	\$ 4.730,44
VAN =	-\$ 10.755,22	+	\$ 20.585,96								
VAN =	\$ 9.830,74										

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Se puede observar en la tabla 101 que el VAN arroja un valor de \$ 9.830,74 superior a uno siendo el proyecto viable, por el contrario si el van es inferior que uno el proyecto no es viable.

5.04.03 TIR (Tasa Interna de Retorno)

Manifiesta (Fernandez S. , 2007, pág. 132) que: “La TIR de un proyecto de inversión es la tasa de descuento (r), que hace que el valor actual de los flujos de beneficio (positivos) sea igual al valor actual de los flujos de inversión negativos”.

Tabla 102 TIR

VAN =	- P	+	$\frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1}$	+	$\frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2}$	+	$\frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3}$	+	$\frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4}$	+	$\frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$
VAN =	-\$ 10.755,22	+	\$ 4.176,04	+	\$ 5.537,47	+	\$ 5.683,78	+	\$ 8.311,97	+	\$ 10.047,38
			1,45		2,11		3,07		4,46		6,49
VAN =	-\$ 10.755,22	+	\$ 2.873,00	+	\$ 2.620,92	+	\$ 1.850,76	+	\$ 1.862,04	+	\$ 1.548,49
VAN =	-\$ 10.755,22	+	\$ 10.755,22								
VAN =	\$ 0,00										
TIR =	45,35%										

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

En la tabla 102 se observa que la TIR con un valor del 45,35% es superior al 16,26% de la TMAR siendo el proyecto rentable al ser la TIR mayor que la TMAR.

5.04.04 PRI (Periodo de Recuperación de la Inversión)

Asegura (Fernandez S. , 2007, pág. 128) que: “Se define como el tiempo en años que tarda en recuperarse el monto de la inversión inicial del proyecto”.

Tabla 103 Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	-\$ 10.755,22	-\$ 10.755,22	1,00	-\$ 10.755,22	-\$ 10.755,22
1	\$ 4.176,04	-\$ 6.579,18	0,86	\$ 3.591,99	-\$ 7.163,23
2	\$ 5.537,47	-\$ 1.041,71	0,74	\$ 4.096,86	-\$ 3.066,38
3	\$ 5.683,78	\$ 4.642,07	0,64	\$ 3.616,98	\$ 550,60
4	\$ 8.311,97	\$ 12.954,04	0,55	\$ 4.549,70	\$ 5.100,30
5	\$ 10.047,38	\$ 23.001,42	0,47	\$ 4.730,44	\$ 9.830,74

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Tabla 104 Periodo de recuperación de valores corrientes y actuales

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTES			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
	Ingresos	Inversión a Recuperar		Ingresos	Inversión a Recuperar
AÑO 2	\$ 5.683,78	-\$ 1.041,71	AÑO 3	\$ 3.616,98	-\$ 3.066,38
1 mes	\$ 473,65	-\$ 568,06	1 mes	\$ 301,41	-\$ 2.764,96
2 mes	\$ 473,65	-\$ 94,41	2 mes	\$ 301,41	-\$ 2.463,55
3 mes	\$ 473,65	\$ 379,24	3 mes	\$ 301,41	-\$ 2.162,13
4 mes	\$ 473,65	\$ 852,88	4 mes	\$ 301,41	-\$ 1.860,72
5 mes	\$ 473,65	\$ 1.326,53	5 mes	\$ 301,41	-\$ 1.559,30
6 mes	\$ 473,65	\$ 1.800,18	6 mes	\$ 301,41	-\$ 1.257,89
7 mes	\$ 473,65	\$ 2.273,83	7 mes	\$ 301,41	-\$ 956,47
8 mes	\$ 473,65	\$ 2.747,48	8 mes	\$ 301,41	-\$ 655,06
9 mes	\$ 473,65	\$ 3.221,12	9 mes	\$ 301,41	-\$ 353,64
10 mes	\$ 473,65	\$ 3.694,77	10 mes	\$ 301,41	-\$ 52,23
11 mes	\$ 473,65	\$ 4.168,42	11 mes	\$ 301,41	\$ 249,19
12 mes	\$ 473,65	\$ 4.642,07	12 mes	\$ 301,41	\$ 550,60

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

En la tabla 103 y 104 se realiza el cálculo del periodo de recuperación de los valores corrientes es 2 años 3 mes y el periodo de recuperación de valores actuales se recuperará dentro de 2 años 10 meses.

Tabla 105 Tiempo de recuperación actuales y corrientes

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS Y 3 MESES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑOS Y 10 MESES	PRVA

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

5.04.05 RBC (Relación Costo Beneficio)

Define (Press, 2009, pág. 46) que: “Básicamente, esto significa evaluar si en un periodo de tiempo determinado, los beneficios de la nueva inversión o la nueva oportunidad de negocio serán mayores que los costos asociados”.

Tabla 106 Relación costo beneficio

RELACION BENEFICIO COSTO				
$RCB = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$				
PERIODO	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	COSTOS ACTUALIZADOS
1	\$ 69.120,00	\$ 69.120,00	\$ 31.641,09	\$ 31.641,09
2	\$ 71.741,07	\$ 71.741,07	\$ 32.052,43	\$ 32.052,43
3	\$ 74.461,70	\$ 74.461,70	\$ 31.125,38	\$ 31.125,38
4	\$ 77.285,22	\$ 77.285,22	\$ 32.891,21	\$ 32.891,21
5	\$ 80.215,70	\$ 80.215,70	\$ 33.318,79	\$ 33.318,79
		\$ 372.823,68		\$ 161.028,89
RCB =	2,32			

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

Realizando los cálculos de relación costo beneficio en la tabla 106 se puede determinar que por cada dólar invertido se tiene una utilidad de \$ 1,32 ctvs.

5.04.06 Punto de Equilibrio

Indica (Finnerty, 2000, pág. 387) que:

Se define como el punto en el que el margen de contribución total es igual al costo fijo total de producir un producto o servicio. En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales y las utilidades son cero.

Tabla 107 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
$P.E. = \frac{CF}{p - Cvu}$	
Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	\$ 25.775,49
Gastos de Ventas	\$ 7.259,97
Gastos Financieros	\$ 1.095,62
TOTAL COSTOS FIJOS	\$ 34.131,09
Costo Variable unitario	\$ 0,20
Precio	\$ 0,60
$PE = \frac{CF}{p - Cvu}$	
$PE = \frac{\$ 34.131,09}{\$ 0,60 - \$ 0,20}$	
$PE = \frac{\$ 34.131,09}{\$ 0,40} = 84632 \text{ u}$	
DEMOSTRACION	
VENTAS	\$ 50.779,48
(-) Costo Variable	\$ 16.648,39
(=) Margen Contribución	\$ 34.131,09
(-) Costo Fijos	\$ 34.131,09
(=) Utilidad Operacional	\$ 0,00

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

En la determinación de los cálculos para el punto de equilibrio de la tabla 107 se resuelve la venta de \$50.779,48 (84.632 unidades anuales) para obtener un punto de equilibrio.

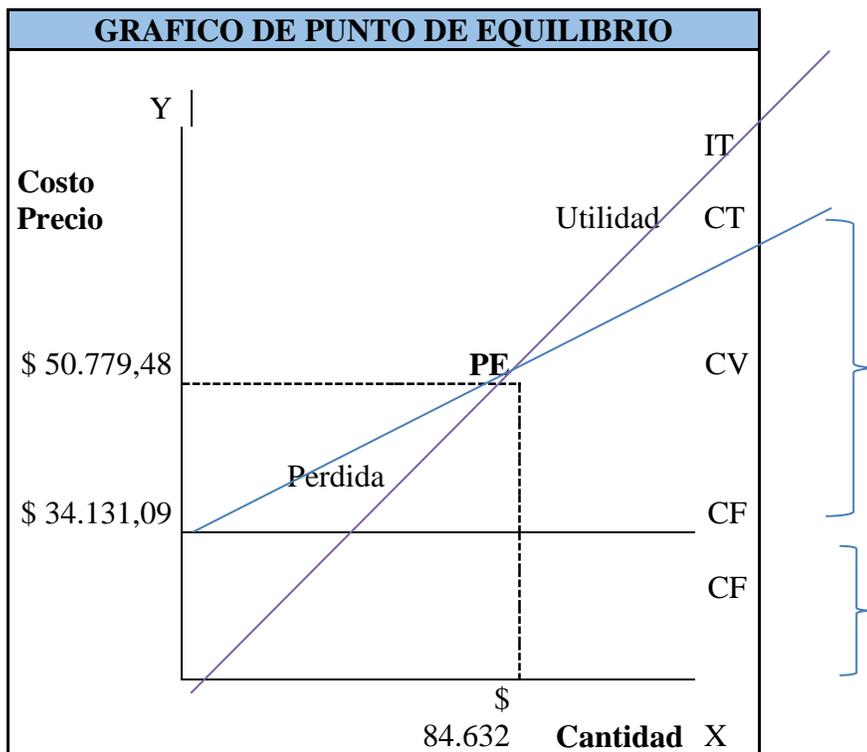


Figura 33 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance

5.04.07 Análisis de índices financieros

5.04.07.01 Índice de liquidez

Indica (Woll, 2002, pág. 87) que: “Se trata, simplemente, del total de los activos circulantes dividido por el total de los pasivos circulantes”.

El índice de liquidez es importante para hacer cualquier proyección de cualquier proyecto futuro ya que sin el conocimiento es comprometerse de forma imprudente en acuerdos sin la seguridad de asumirlos.

Tabla 108 Índice de liquidez

INDICE DE LIQUIDEZ =	Activo Corriente
	Pasivo Corriente
INDICE DE LIQUIDEZ =	2300
	6390,87
INDICE DE LIQUIDEZ =	0,36

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 108 se observa un índice de liquidez del 0,36 de la microempresa el que es importante en sus proyecciones para cumplir los compromisos financieros internos y externos relacionados con la producción.

5.04.07.02 Prueba Acida

Manifiesta (Woll, 2002, pág. 87) que: “Es similar al índice de liquidez, solo que toma en consideración los activos y los pasivos que pueden ser convertidos en efectivo rápidamente en caso de que sobrevenga una crisis”.

Tabla 109 Prueba Acida

PRUEBA ACIDA	Activo Corriente- Inventario
	Pasivo Corriente
PRUEBA ACIDA	2300
	6390,87
PRUEBA ACIDA	0,36

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance

Análisis:

La tabla 109 muestra la capacidad de pago ante sus obligaciones con activos circulantes, el valor obtenido es de 0,36.

5.04.07.03 Endeudamiento

Opina (Massons, 2014, pág. 94) que: “Suele medirse a través de una ratio que compara el nivel total de deuda con la masa de capitales propios”.

Tabla 110 Endeudamiento

ENDEUDAMIENTO	Pasivo total
	Activo total
ENDEUDAMIENTO	6390,87
	9342,47
ENDEUDAMIENTO	0,68

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 110 muestra el nivel de endeudamiento que es del 0,68 representando en porcentaje las obligaciones financieras de la microempresa respecto al periodo.

5.04.07.04 Retorno sobre capital propio

Indica (Brun, 2008, pág. 72) que:

Es la rentabilidad de los fondos propios (del inglés return on equity). Al ROE también se le denomina Rentabilidad Financiera. Mide el Beneficio Neto generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. (En valor contable o fondos propios no de mercado). Normalmente se presenta en tanto por ciento.

Tabla 111 ROE

R.O.E =	Utilidad Neta
	Patrimonio
R.O.E =	2.845,65
	4.364,35
R.O.E =	0,65

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 111 muestra el porcentaje de utilidad obtenido que los dueños han invertido en la microempresa el ROE obtenido es del 0,65.

5.04.07.05 ROA

Manifiesta (Brun, 2008, pág. 72) que: “Es la rentabilidad de los activos (del inglés return on assets). Pero si se mira el activo como el total de las inversiones que hace una empresa, se puede utilizar indistintamente”.

Tabla 112 ROA

R.O.A	=	Utilidad Neta
		Activo Total
R.O.A	=	2.845,65
		5.844,47
R.O.A	=	0,49

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Análisis:

La tabla 112 muestra el porcentaje de utilidad obtenido que los dueños han invertido en los activos el ROA obtenido es del 0,49.

CAPITULO VI

6. ANALISIS DE IMPACTO

6.01 Impacto Ambiental

La producción como cualquier tipo de tarea humana llega a convertirse en una contribución en el deterioro del medio ambiente por originar desechos de tipos líquidos, sólidos y gaseosos. En el proceso de la elaboración de la bebida a base de arroz no se produce desechos químicos respecto a los desechos sólidos generados por la gramínea, se estudiará para crear una utilidad de este compuesto. Estos desechos no originan impactos ambientales nocivos, al ser un local alquilado no tendrá un impacto negativo en el paisaje ya que no se realizar ninguna construcción. Se fomentará programas donde involucren a todos los empleados para impulsar una educación de respeto a la naturaleza.

6.02 Impacto económico

La crisis internacional produjo un efecto en la economía del país debido a la caída del precio del petróleo y al ser la economía dependiente de la venta del crudo.

El impacto económico del proyecto produce factores de gran beneficio, en la fase de ejecución generando nuevas fuentes de empleo en el área de producción y administrativa permitiendo un incremento de ingresos económicos para acceder a bienes y servicios, presenta además a la microempresa oportunidades de integración al mercado y a la economía nacional aportando a bajar en el índice de pobreza del país.

6.03 Impacto productivo

El cambio en la matriz productiva, promueve la inversión en el país, la factibilidad de este cambio es viable ya que se cuenta con recursos necesarios.

El objetivo del proyecto es impulsar el cambio que persigue el gobierno de potencializar el sector agrícola, ofertando variedad de productos en el país, generando innovadores modelos de negocios, con los estándares de calidad idóneos para un producto para la ciudadanía remplazando productos importados. En el país va creciendo el consumo de bebidas nutritivas naturales y cada año se observa un aumento en la adquisición por sus propiedades.

6.04 Impacto social

En lo que respecta a los factores sociales se encuentran aspectos positivos del proyecto es la satisfacción de la necesidad que tiene la sociedad, al que le traerá beneficios por el consumo de la bebida de arroz brinda energía y complementos nutricionales.

La responsabilidad social de la microempresa es participar en la formación de una mejor sociedad, pensando en la posteridad con el firme compromiso de las personas involucradas

CAPITULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.01 Conclusiones

- El inadecuado consumo de alimentos nutritivos por parte de los habitantes de la parroquia el Quinche y una falta de disponibilidad de productos que aporten a una dieta energética y fortificante, genera un amplio mercado para la producción de esta bebida a base de arroz con ingredientes naturales lo que produce un valor agregado al producto.
- El aumento del desarrollo agrícola ha favorecido de buena forma para la elaboración de la bebida a base de arroz debido a la existencia de recursos suficientes y de calidad beneficiando al mercado nacional.
- En el análisis situacional de la microempresa se pudo identificar dentro de sus fortalezas la disponibilidad de materia prima durante todo el año favoreciendo la producción, respecto a las oportunidades el fácil procesamiento del producto y el

alto número de proveedores de materia prima dan viabilidad al proyecto, dentro de las debilidades se puede apreciar por ser un producto nuevo y desconocido una baja demanda que se contrarrestara con una buena estrategia de mercado y de ventas, la presencia de productos sustitutos y el cambio de políticas arancelarias son una latente amenaza y que se debe tener información financiera actualizada.

- En el estudio de mercado mediante las encuestas de una población económicamente activa de 8.588 habitantes realizadas se observó un 80% de aceptación del producto produciendo una demanda actual de 6.870 habitantes con un porcentaje de consumo del 54% de 3 unidades semanales provocando una demanda actual anual de 534.192 unidades de bebidas de arroz que equivalen a 133.548 litros por año.
- Mediante el estudio técnico realizado se ha demostrado que se debe contar con maquinaria óptima para la producción contando con un área necesaria para la misma y facilitando la elaboración de 9.600 unidades de bebidas de arroz mensuales con dos operarios en el área de producción en una jornada de trabajo de 8 horas produciendo 115.200 unidades anuales, abarcando el mercado en la Parroquia El Quinche.

- Por medio del proyecto se incrementará la oferta de la bebida a base de arroz, siendo un aporte a la matriz productiva, transformándose en fuente de trabajo.
- El estudio financiero realizado indico los probables ingresos que producirá el proyecto con una inversión inicial de \$10.755,22 del cual \$ 4.364,35 corresponde a recursos propios y \$6.390,87 financiado con la institución bancaria. Alcanzando un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 9.830,74 siendo mayor que la unidad siendo viable el proyecto y una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 45,35% evidenciando que la TIR es mayor que la TMAR (16.26%) presentando un proyecto rentable con un resultado en la recuperación de la inversión en 2 años y 3 meses y por cada dólar invertido se obtiene \$1,32 de utilidad.
- En el análisis de impactos se debe contar con información correcta y actualizada de los agentes involucrados, para favorecer el proceso de evaluación en la medida que se generen y tomar los correctivos necesarios.

7.02 Recomendaciones

- Contar con información real y actual de la condición económica del país por factores y políticas que pueda adoptar el estado que puedan causar riesgos a la microempresa en su entorno externo e interno. Realizar evaluaciones periódicas de los estados financieros de la microempresa, verificar su estructura y su número de trabajadores con un adecuado control.
- Poseer una estrategia de ventas destacando una atención al cliente adecuado, realizar convenios con diversos supermercados, tiendas de barrio y bodegas. Con este apropiado desarrollo de canal de distribución lograr un posicionamiento de mercado facilitando que la bebida a base de arroz llegue con mayor facilidad a los clientes.
- Se aconseja Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) en la microempresa y que el personal de la microempresa y proveedores, posean un grado de entendimiento aceptable del tema y en particular el personal de elaboración del producto en el proceso de producción cuente con capacitación periódica en los cuidados de la manipulación de la materia prima.
- En el personal de la microempresa ejecutar retroalimentación de procedimientos realizados en el proceso de elaboración de la bebida de leche a base de arroz

para la reducción en tiempos de producción para disminuir costos y mejorando la calidad del producto satisfaciendo las expectativas del cliente.

- Se llevará una adecuada relación con los diversos proveedores para facilitar la adquisición de materia prima e insumos y contar con un poder de negociación frente a proveedores y clientes.
- La implementación de una microempresa productora y comercializadora de leche a base de arroz se recomienda ejecutar, ya que mediante los estudios técnicos y financieros se han justificado su rentabilidad y la inversión necesitada es recobrada, con un crecimiento en la demanda del producto.

BIBLIOGRAFIA

- ACPA. (2014). *Asociacion Argentina de Cultivadores de Arroz*. Recuperado el 05 de JUNIO de 2016, de ACPA:
<http://www.acpaarrozcorrientes.org.ar/Pagina/elarroz.swf>
- Alvarez, S. (2010). *Diccionario de Economia Publica*. madrid: Ecobook.
- Arbos, L. (2012). *Organizacion de la produccion y direcciones de operaciones*. Madrid: Diaz de Santos.
- Arjona, C. (2009). *Marketing y gestion de la calidad turistica*. Madrid: Liber Factory.
- Arnoletto, & Diaz. (2009). *Hacia nuevos enfoques de la organizacion publica*. Cordova: Gestion.
- Bce. (Abril de 2016). *REPORTE DE COYUNTURA SECTOR AGROPECUARIO*.
Recuperado el 05 de Julio de 2016, de Bce:
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Encuestas/Coyuntura/Integradas/etc201504.pdf>
- Bienvenido, J. (1994). *El arroz en la nutricion humana*. Roma: David Libin.
- Blomer, A. y. (2009). *Como crear tu nueva empresa. Para sobrevivir la crisis*. Madrid: Paraninfo.
- Brigham, E. (2007). *Finanzas Corporativa*. Santa Fe: Cengage.
- Brun, X. (2008). *Mercado de renta variable y mercado de divisas*. Barcelona: Bresca Editorial.
- Cardozo, H. (2006). *Auditoria del sector solidario*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Castro, F. (2014). *Como ser y crear una oferta irresistible*. Jalisco: Lulu.
- Colom, A. (2009). *Evaluacion de la rentabilidad de proyectos de inversion*. Lleida: Ediciones de la Universitat de Lleida.
- Congreso Nacional. (20 de Mayo de 2014). *Ley de Compañias*. Recuperado el 24 de Julio de 2016, de Congreso Nacional:
<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=forums&srcid=MDYzODY1Njc3OTg>

2NDU5ODc1NDABMTU1NTc0NDExMTk0MTI2ODcxOTIBU2tha0VEdVJI
MmtKATAuMQEBdjI

- COPCI. (29 de Diciembre de 2010). *Codigo organico de la produccion*. Recuperado el 24 de Julio de 2016, de COPCI:
http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasdeeregulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf
- Diaz, F. (2014). *Analisis de productos y servicios de financiacion*. España: Paraninfo.
- Documentismx. (11 de Abril de 2015). *Documentos*. Recuperado el 08 de Julio de 2016, de <http://documents.mx/documents/el-cultivo-del-arroz-comenzo-hace-casi-10000-anos-en-muchas-regiones-humedas-de-asia-tropical-y-subtropical-posiblemente-sea-la-india-el-pais-donde.html>
- Ekos. (02 de Septiembre de 2015). La industria en el Ecuador. *Ekos*.
- Eltiempo. (06 de Diciembre de 2014). *Bebidas para reemplazar la leche*. Recuperado el 08 de Julio de 2016, de ElTiempo: <http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/153757-bebidas-para-reemplazar-a-la-leche/>
- Eslava, J. (2013). *Finanzas para el marketing y las ventas*. Madrid: ESIC.
- Fao. (Abril de 2016). *seguimiento del mercado de arroz sma*. Recuperado el 08 de Julio de 2016, de <http://www.fao.org/economic/est/publications/publicaciones-sobre-el-arroz/seguimiento-del-mercado-del-arroz-sma/es/>
- Fao. (Abril de 2016). *Seguimiento del mercado del arroz de la Fao*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Rice/Images/RMM/SMA_ABR16.pdf
- Fernandez, M. (2010). *Finanzas sostenibles*. La Coruña: Netbiblo.
- Fernandez, S. (2007). *Los proyectos de inversion*. Costa Rica: Editorial Tecnologica de Costa Rica.
- Fernell, & Hartline. (2012). *Estrategia de Marketing*. Mexico: Cengage Learning.
- Finnerty, J. (2000). *Fundamentos de Administracion Financiera*. Pearson.
- Fisico, M. (2016). *Economia de la empresa*. Madrid: Editex.

- Freire, Alonso, Blanch, & Blanco. (2013). *Introducción a la macroeconomía teoría y práctica*. Madrid: ESIC.
- GAD. (2012). *GAD*. Recuperado el 05 de JUNIO de 2016, de Ilustre Municipalidad del Canton Daule: <http://www.daule.gob.ec/es-ec/nuestrocanton/economia.aspx>
- GAD Parroquia Rural el Quinche. (Octubre de 2015). *Actualización del plan de desarrollo y ordenamiento territorial (pdyot) de la Parroquia Rural El Quinche*. Recuperado el 15 de Julio de 2016, de GAD Parroquia Rural el Quinche: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1768124190001_QUINCHE_29-10-2015_19-59-42.pdf
- Gestiopolis. (16 de Marzo de 2010). *Que es gestión comercial*. Recuperado el 30 de Julio de 2016, de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Gonzales. (2010). *Comprende la economía*. Buenos Aires: Teseo.
- Guzman, A. (2005). *Contabilidad Financiera*. Bogota: Centro Editorial de la Universidad del Rosario.
- Guzman, F. (2004). *Introducción a la Ingeniería Económica*. Bogota: Ediciones Universidad Nacional de Colombia.
- Hernandez, M., Urbano, & Correa, A. (2010). *Como evaluar un proyecto empresarial*. Madrid: Diaz de Santos.
- Herrera. (2013). *Evaluación de proyectos de construcción*. Usa: Lulu.
- Herrera, A. (2013). *Ingeniería Económica notas de clases*. USA: Lulu.
- Hill, M. G. (2015). *Preparación para el examen de GED*. New York: Mc Graw Hill.
- Hunger, W. y. (2007). *Administración estratégica y política de negocios*. Mexico: Pearson Educacion.
- Hunsaker, & Tony. (2010). *El nuevo arte de gestionar equipos*. Barcelona: Planeta.
- Hurtado, C. (2008). *Principios de administración*. Medellín: ITM.

- Iborra, Dasi, Dolz, & Ferrer. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas*. Madrid: Paraninfo.
- Jimenez, & Lopez. (2010). *Enfoque del marketing*. Xochimilco: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Jimenez, P. (2014). *Diccionario de administración de finanzas*. Bloomington: Palibrio.
- Lacalle, Caldas, & Carrion. (2012). *Recursos humanos y responsabilidad social corporativa*. Editex.
- Leicega, C., Carrillo, & Hernandez. (2008). *Economía*. San Sebastian: Donostiar.
- Lideres. (30 de Septiembre de 2015). *Ecuador ocupa el puesto 76 del reporte global de competitividad*. Recuperado el 24 de Julio de 2016, de Lideres:
<http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-competitividad-ranking-economia-innovacion.html>
- Lledo. (2013). *Técnicas duras de management para tiempo de crisis*. Madrid: CEU.
- Lopez. (2008). *Dirección Comercial*. Barcelona: UAB.
- Luis, M. (2013). *Gestión Comercial y de Marketing con plantillas excel*. España: Profit.
- Magap. (Agosto de 2015). *RENDIMIENTOS DE ARROZ EN CÁSCARA EN EL ECUADOR*. Recuperado el 05 de Julio de 2016, de Magap:
http://sinagap.agricultura.gob.ec/pdf/estudios_agroeconomicos/rendimiento_arroz_2015.pdf
- Margarita, J. d. (2009). *Practicum contable*. Valladolid: LEX NOVA.
- Martines, M. L. (2008). *Guía para la presentación de proyectos*. Madrid: ILPES.
- Martínez Valverde, J. F. (2015). *INVESTIGACIÓN COMERCIAL*. Madrid: Paraninfo S.A. Recuperado el 30 de Julio de 2016
- Martínez, J. F. (2015). *MARKETING EN LA ACTIVIDAD COMERCIAL*. Madrid: Paraninfo S.A. Recuperado el 30 de Julio de 2016
- Massons, J. (2014). *Finanzas Analisis y estrategia financiera*. Barcelona: Hispano Europea.

- Mateo. (2007). *Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa*. España: Ideaspropias.
- Meza, J. (2013). *Evaluacion financiera de proyectos*. Bogota: ISBN.
- Miranda, J. (2009). *Evaluacion financiera, economica, social ambiental*. Bogota: Editores MM.
- Montoya, A. (2010). *Administracion de compras*. Bogota: ECOE.
- Navarro, P. (2009). *Lo que saben los mejores MBA*. Barcelona: Profit.
- Navas, J. (2010). *Metodos, diseños y tecnicas de investigacion psicologicas*. Madrid: UNED.
- Orjuela, C., Medina, S., & Chain, S. (2009). *Guia del estudio de mercado para la evaluacion de proyectos*. Chile: Pearson.
- Ortiz, O. (2001). *El dinero la teoria, la politica y las instituciones*. Mexico: ISBN.
- Philip, K. (2010). *Introduccion al marketing en internet: Marketing 2.0*. Andalucia: IC.
- Picado, A. (2007). *La formulacion y la evaluacion de proyectos con enfasis en el sector agricola*. San Jose: EUDNED.
- Pinciroli, M. (2015). *Arroz Alimento de Millones*. Buenos Aires: Tandil.
- Prats, J. (2011). *Investigacion, innovacion y buenas practicas*. Barcelona: GRAO.
- Press, H. B. (2009). *Entendiendo las finanzas*. Santiago: Impact Media.
- Reyes, A. (2005). *Administracion de empresas teoria y practica*. Mexico: Limusa.
- Reyes, U. (2014). *Gestion de recursos laborales, formativos y analisis de puestos de trabajo*. Logroño: Tutorformacion.
- Sabado, J. (2009). *Fundamentos de bioestadisticas y analisis de datos para enfermeria*. Barcelona: UAB.
- Sanchez, J. (2008). *Principios basicos de empresa*. Madrid: Vision Libros.
- Solorio, E. (2012). *Contabilidad Financiera*. Bloomington: Palibrio.

Talaya, Garcia, Gonzalez, Olarte, Reinares, & Saco. (2008). *Principios de Marketing*. Madrid: Esic.

Woll, T. (2002). *Editar para ganar Estrategias de Administracion editorial*. New York: Publishing Consultans.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

ANEXOS

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

S I T -- R I T O F I C I A L N º 351 -- M I É 1 29 d D i b d l 2010 -- 3

Que, el Artículo 304 numeral 6, de la Carta Fundamental establece que la política comercial tendrá como objetivo evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados;

Que, en virtud de las atribuciones conferidas bajo el Decreto Ejecutivo 103, publicado en el Registro Oficial Suplemento No. 26, de 22 de febrero de 2007, la Secretaría Nacional de Planificación ha elaborado y puesto en marcha el Plan Nacional para el Buen Vivir, que considera que frente a los indicadores de migración, desempleo y pobreza es necesaria una revolución económica que conduzca a una reactivación de la producción, generación de empleo, convirtiéndonos en una sociedad de propietarios y productores que supere el sistema actual de exclusión social; frente a ello se plantea la democratización de los medios de producción, como una "condición necesaria para auspiciar la igualdad y la cohesión desde la perspectiva de desarrollo territorial integral que fomente un sistema económico social y solidario";

Que, el Objetivo número 11 del Plan Nacional para el Buen Vivir, publicado en el Suplemento del Registro Oficial N° 144 de 5 de marzo de 2010 es, "Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible"; y,

De conformidad a las atribuciones y competencias de la Asamblea Nacional, y en ejercicio de sus facultades constitucionales expide el siguiente:

**CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN,
COMERCIO E INVERSIONES**

TÍTULO PRELIMINAR

Del Objetivo y Ámbito de Aplicación

Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda la actividad productiva a nivel nacional, en todos sus niveles de desarrollo y a los actores de la economía popular y solidaria; así como la producción de bienes y servicios realizada por las diversas formas de organización de la producción en la economía, reconocidas en la Constitución de la República. De igual manera, se regirá por los principios que permitan una articulación internacional estratégica, a través de la política comercial, incluyendo sus instrumentos de aplicación y aquellos que facilitan el comercio exterior, a través de un régimen aduanero moderno transparente y eficiente.

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines.- La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a. Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación; así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- b. Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c. Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e. Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento, para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios, productores y emprendedores;
- f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;
- g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- h. Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- i. Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- j. Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general, las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k. Promover el desarrollo productivo del país mediante un enfoque de competitividad sistémica, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y

Anexo 1: Ley organica de produccion

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Buenas prácticas de manufactura

EMITIR LA POLÍTICA DE PLAZOS DE CUMPLIMIENTO DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA PARA PLANTAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS.

Art. 1.- Objeto.- Establecer la política de plazos de cumplimiento de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados expedido mediante Decreto Ejecutivo 3253, publicado en el Registro Oficial 696 de fecha 04 de noviembre del 2002, para los establecimientos donde se realicen actividades de: fabricación, procesamiento, preparación, envasado, empacado, almacenamiento, transporte, distribución y comercialización de alimentos.

Art. 2.- Riesgo y Plazos.- Conforme al riesgo epidemiológico inherente al producto alimentario procesado, a la participación del sector industrial por actividad principal y a la categorización, se han establecido los siguientes tipos de riesgo y plazos de cumplimiento:

Riesgo tipo A: Comprende a alimentos que por su naturaleza, composición, proceso, manipulación y población a la que va dirigida, tienen una alta probabilidad de causar daño a la salud.

1. Elaboración de productos lácteos;
2. Elaboración de bebidas no alcohólicas; producción de aguas minerales y otras aguas embotelladas;
3. Elaboración de productos cárnicos y derivados;

4. Elaboración de alimentos dietéticos, alimentos para regímenes especiales y complementos nutricionales;
5. Elaboración de ovoproductos.

Plazos para la obtención del Certificado

CATEGORIZACIÓN	PLAZOS
Industria y mediana industria	1 año a partir de la publicación de la presente resolución
Pequeña industria y microempresa	2 años a partir de la presente resolución

Riesgo tipo B: Comprende a alimentos que por su naturaleza, composición, proceso, manipulación y población a la que va dirigida, tienen una mediana probabilidad de causar daño a la salud.

1. Elaboración de cereales y derivados;
2. Elaboración y conservación de frutas, legumbres, hortalizas, tubérculos, raíces, semillas, oleaginosas y sus derivados;
3. Elaboración y conservación de pescados, crustáceos, moluscos y sus derivados;
4. Elaboración de comidas listas y empacadas;
5. Elaboración de bebidas alcohólicas.

Anexo 2: Buenas practicas de manufactura

Fuente: Investigación propia

Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Agua



Arroz



Azúcar



Aceite girasol



Esencia de vainilla



Anexo 3: Ingredientes de elaboración de leche a base de arroz

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Envase



Tapa



Anexo 4: Envase y tapa de plástico

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

Lavado de arroz



Vertido de Arroz



Vertido de esencia vainilla



Vertido de azúcar



Mezclado de ingredientes



Vertido en licuadora



APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.

Licuada



Tamizado



Envasado



Sellado



Etiquetado



Producto Final



Anexo 5: Proceso de elaboración de Leche a base de arroz

Fuente: Investigación propia
Elaborado: Ángel Yance.

APORTAR AL SECTOR AGRICOLA MEDIANTE UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE LECHE A BASE DE ARROZ UBICADA EN LA PARROQUIA EL QUINCHE AÑO 2016.