



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE RON ARTESANAL UBICADO EN LA
PARROQUIA DE CALDERÓN, BARRIO CARAPUNGO**

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

Autor: Rodríguez Chalá Juan Carlos

Tutor: Ing. Miguel Cartaya

Quito, 2015

DECLARATORIA

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

Rodríguez Chalá Juan Carlos

C.I: 1723599971

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

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

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de administración industrial y de la producción que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de **Tecnólogo en Administración Industrial y de la Producción**, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "*PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE RON ARTESANAL UBICADO EN LA PARROQUIA DE CALDERÓN, BARRIO CARAPUNGO*", el cual incluye todo el estudio necesario para la producción y comercialización de ron, para lo cual ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se desarrolla la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de ron, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

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

en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

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

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el español; y, g) La reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 23 días del mes de abril del dos mil quince.

f) _____

C.C. N° 1723599971

CEDENTE

f) _____

Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CESIONARIO

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme acompañado en todo momento y dado el valor suficiente para lograr mis objetivos, gracias por la vida, salud, por la familia, por haberme puesto en mi camino a personas con gran valor humano.

Gracias a mis padres por su apoyo incondicional, por el amor, confianza, por los valores inculcados y sobre todo por la oportunidad de una excelente educación, lo cual ha servido como una motivación para la correcta elaboración del proyecto

A mi tutor y lector de proyecto por sus conocimientos profesionales y técnicos, por su dedicación dada en el transcurso de este semestre, gracias a todos los docentes que me han permitido culminar la carrera.

DEDICATORIA

Principalmente a Dios por guiar cada uno de mis pasos no solo en el desarrollo del presente proyecto sino a través de toda mi vida, por brindarme salud y darme las fuerzas para continuar en momentos verdaderamente difíciles.

A mis padres por su apoyo en todo momento, no solamente económico sino también moral y afectivo, sus consejos me acompañaran siempre, gracias a ellos soy una persona formada con valores y principios.

Índice General.

DECLARATORIA	II
CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL	III
AGRADECIMIENTOS.....	VI
DEDICATORIA.....	VII
ÍNDICE GENERAL.	VIII
RESUMEN EJECUTIVO	XIX
ABSTRACT.....	XXI
CAPITULO I	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. JUSTIFICACIÓN	1
1.2. ANTECEDENTES	3
CAPÍTULO II.....	5
ANÁLISIS SITUACIONAL.	5
2.1. AMBIENTE EXTERNO.	5
2.1.1. Factor Económico.	5
2.1.1.1. Inflación.....	5
2.1.1.2. Tasa de interés.....	7
2.1.1.3. PIB.....	10
2.1.1.4. Balanza Comercial.	12
2.1.2. Factor social.	13
2.1.2.1. Población.	13

2.1.2.2	PEA.....	15
2.1.2.3	Migración	16
2.1.3.	Factor legal.....	17
2.1.3.1.	LA JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO	17
2.1.3.2.	CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION	18
2.1.3.3.	LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO	18
2.1.3.4.	LEY DE COMPAÑIAS.....	20
2.1.3.5.	PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR	22
2.1.3.6.	REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)	23
2.1.3.7.	LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO.....	23
2.1.3.8.	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS.....	23
2.1.3.9.	PATENTE MUNICIPAL	24
2.1.4.	Factor Tecnológico.....	24
2.2.	ENTORNO LOCAL.....	30
2.2.1.	Clientes.....	30
2.2.1.1.	Poder de negociación con los clientes.....	30
2.2.2.	Proveedores.....	31
2.2.2.1.	Poder de negociación con los proveedores.....	31
2.2.3.	Competencia.....	32
2.2.3.1.	Competencia indirecta.....	32
2.3.	ANÁLISIS INTERNO.....	33
2.3.1.	Propuesta estratégica.....	33
2.3.1.1.	Misión.....	33
2.3.1.2.	Visión.....	33
2.3.1.3.	Objetivos	34
2.3.1.3.1.	Objetivo General.....	34
2.3.1.3.2.	Objetivo Específico	34

2.3.1.4.	Principios y/o valores.....	34
2.3.2.	<i>Gestión administrativa</i>	36
2.3.2.1.	Planificación.....	36
2.3.2.2.	Organización.....	37
2.3.2.3.	Organigrama estructural.....	38
2.3.3.4.	Dirección.....	40
2.3.3.5.	Control.....	40
2.3.3.	<i>Gestión operativa</i>	40
2.3.4.	<i>Gestión Comercial</i>	42
2.3.4.1.	Producto.....	42
2.3.4.2.	Precio.....	43
2.3.4.3.	Plaza	43
2.3.4.4.	Promoción.....	44
2.3.4.4.1.	Publicidad.....	45
2.4.	ANÁLISIS FODA.....	47
CAPITULO III.....		50
ESTUDIO DE MERCADO.....		50
3.1	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	50
3.1.1.	<i>Determinación de la población y muestra</i>	51
3.1.1.1.	Población.....	51
3.1.1.2.	Muestra	51
3.1.2.	<i>Técnicas de obtención de información</i>	53
3.1.2.1.	Encuesta.....	53
3.1.2.1.1.	Formato de la encuesta.....	54
3.1.3.	<i>Análisis de la información</i>	56

3.2.	OFERTA.....	63
3.2.1.	<i>Oferta Histórica</i>	63
3.2.2.	<i>Oferta Actual</i>	64
3.2.3.	<i>Oferta Proyectada</i>	65
3.3.	PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	66
3.4.	DEMANDA	66
3.4.1.	<i>Demanda Histórica</i>	67
3.4.2.	<i>Demanda Actual</i>	68
3.4.3.	<i>Demanda Proyectada</i>	68
3.5.	BALANCE OFERTA-DEMANDA	70
CAPITULO IV		71
ESTUDIO DE TÉCNICO.		71
4.1.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	71
4.1.1.	<i>Capacidad instalada</i>	71
4.1.2.	<i>Capacidad Óptima</i>	74
4.2.	LOCALIZACIÓN.....	74
4.2.1.	<i>Macro</i>	75
4.2.2.	<i>Micro-localización</i>	75
4.2.3.	<i>Localización Óptima</i>	76
4.3.	INGENIERÍA DEL PRODUCTO	78
4.3.1.	<i>Definición del bien o del servicio</i>	78
4.3.2.	<i>Distribución de la planta</i>	78
4.3.4.	<i>Maquinaria</i>	85
4.3.5.	<i>Equipo</i>	85

CAPITULO V	86
ESTUDIO FINANCIERO.....	86
5.1. INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES.....	86
5.2. COSTOS.....	92
5.2.1. <i>Costo directo.....</i>	92
5.2.2. <i>Costos Indirectos</i>	92
5.2.3. <i>Gastos Administrativos.....</i>	93
5.2.4. <i>Costo de ventas</i>	94
5.2.5. <i>Costos Financieros</i>	97
5.2.6. <i>Costos Fijos y Variables</i>	97
5.2.6.1. Costos Fijos	97
5.2.6.2. Costos Variables	98
5.3. INVERSIONES.	98
5.3.1. <i>Inversión Fija</i>	98
5.3.1.1. Activos Fijos	99
5.3.1.2. Activos Nominales (diferidos).....	99
5.3.2. <i>Capital de Trabajo</i>	99
5.3.3. <i>Fuente de financiamiento y uso de fondos.....</i>	101
5.3.4. <i>Amortización de financiamiento (tabla de amortización).....</i>	101
5.3.5. <i>Depreciaciones (tabla de depreciación).....</i>	102
5.3.6. <i>Estado de situación inicial</i>	103
5.3.7. <i>Estado de resultados proyectado (5 años)</i>	103
5.3.8. <i>Flujo de Caja</i>	105
5.4. EVALUACIÓN	106
5.4.1. <i>Tasa de descuento.....</i>	106

5.4.2.	VAN (valor actual neto).....	106
5.4.3.	TIR (tasa interna de retorno).....	107
5.4.4.	Periodo de recuperación de la inversión.....	109
5.4.5.	RBC (Relación costo beneficio)	109
5.4.6.	Punto de Equilibrio	110
5.4.7.	Análisis de índices financieros	113
CAPITULO VI		118
ANÁLISIS DE IMPACTOS		118
6.1.	IMPACTO AMBIENTAL	118
6.2.	IMPACTO ECONÓMICO	120
6.3.	IMPACTO PRODUCTIVO.....	121
6.4.	IMPACTO SOCIAL	122
CAPITULO VII		123
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		123
7.1.	CONCLUSIONES.....	123
7.2.	RECOMENDACIONES	124
7.3.	BIBLIOGRAFÍA.....	126
7.4.	ANEXOS	131

Índice de Tablas

Tabla N° 1 Evolución de la inflación. _____	6
Tabla N° 2 Evolución de la tasa de interés activa. _____	8
Tabla N° 3 Tasa Pasiva _____	9
Tabla N° 4 PIB _____	11
Tabla N° 5 BC _____	12
Tabla N° 6 Población _____	14
Tabla N° 7 PEA _____	15
Tabla N° 8 Migración _____	16
Tabla N° 9 Proveedores _____	31
Tabla N° 10 Cronograma de actividades _____	37
Tabla N° 11 Fortalezas _____	47
Tabla N° 12 Debilidades _____	48
Tabla N° 13 Oportunidades _____	48
Tabla N° 14 Amenazas _____	49
Tabla N° 15 pregunta N° 1 _____	56
Tabla N° 16 pregunta N° 2 _____	57
Tabla N° 17 pregunta N° 3 _____	58
Tabla N° 18 pregunta N° 4 _____	59
Tabla N° 19 pregunta N° 5 _____	60
Tabla N° 20 pregunta N° 6 _____	61
Tabla N° 21 pregunta N° 7 _____	62
Tabla N° 22 Oferta Histórica _____	63
Tabla N° 23 Demanda Histórica _____	67

<i>Tabla N° 24 Demanda Actual</i> _____	68
<i>Tabla N° 25 Demanda proyectada</i> _____	68
<i>Tabla N° 26 Balance oferta-demanda</i> _____	70
<i>Tabla N° 27 Análisis de la capacidad instalada</i> _____	72
<i>Tabla N° 28 Capacidad Instalada</i> _____	73
<i>Tabla N° 29 Macro localización</i> _____	75
<i>Tabla N° 30 Matriz de factores relevantes</i> _____	76
<i>Tabla N° 31 Códigos de cercanía</i> _____	78
<i>Tabla N° 32 Factores del proceso</i> _____	79
<i>Tabla N° 33 Maquinaria y Equipo</i> _____	85
<i>Tabla N° 34 Mano de obra directa</i> _____	87
<i>Tabla N° 35 Materia Prima Directa</i> _____	88
<i>Tabla N° 36 SERVICIOS BÁSICOS</i> _____	89
<i>Tabla N° 37 MATERIALES DE SEGURIDAD</i> _____	89
<i>Tabla N° 38 MATERIALES DE ENVASADO</i> _____	90
<i>Tabla N° 39 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</i> _____	90
<i>Tabla N° 40 COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</i> _____	90
<i>Tabla N° 41 INGRESOS OPERACIONALES</i> _____	91
<i>Tabla N° 42 INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS</i> _____	91
<i>Tabla N° 43 Costos Directos</i> _____	92
<i>Tabla N° 44 COSTOS INDIRECTOS</i> _____	92
<i>Tabla N° 45 Gastos de Personal</i> _____	93
<i>Tabla N° 46 Gastos de aseo y limpieza</i> _____	93
<i>Tabla N° 47 Suministros de oficina</i> _____	94
<i>Tabla N° 48 OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS</i> _____	94

Tabla N° 49 COSTO DE VENTAS _____	94
Tabla N° 50 PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION _____	95
Tabla N° 51 PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS _____	96
Tabla N° 52 PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS _____	96
Tabla N° 53 COSTOS FIJOS _____	97
Tabla N° 54 Costos Variables _____	98
Tabla N° 55 Inversiones _____	100
Tabla N° 56 Tabla de amortización del préstamo _____	101
Tabla N° 57 Amortización del diferido _____	102
Tabla N° 58 TABLA DE DEPRECIACIÓN _____	102
Tabla N° 59 Estado de situación inicial _____	103
Tabla N° 60 Estado de resultados proyectado _____	104
Tabla N° 61 Tasa de descuento _____	106
Tabla N° 62 VAN (valor actual neto) _____	107
Tabla N° 63 VAN POSITIVO _____	107
Tabla N° 64 VAN NEGATIVO _____	108
Tabla N° 65 Periodo de recuperación de la inversión _____	109
Tabla N° 66 Relación Costo beneficio _____	109
Tabla N° 67 Punto de equilibrio en dólares _____	111
Tabla N° 68 Punto de equilibrio en unidades _____	111
Tabla N° 69 Demostración _____	112

Índice de Figuras

<i>Figura N° 1 Bebida tradicional de la provincia de Pastaza.....</i>	<i>4</i>
<i>Figura N° 2 Evolución de la inflación.....</i>	<i>6</i>
<i>Figura N° 3 Tasa activa.....</i>	<i>8</i>
<i>Figura N° 4 Tasa Pasiva.....</i>	<i>10</i>
<i>Figura N° 5 PIB.....</i>	<i>11</i>
<i>Figura N° 6 BC.....</i>	<i>12</i>
<i>Figura N° 7 Población.....</i>	<i>14</i>
<i>Figura N° 8 Migración.....</i>	<i>17</i>
<i>Figura N° 9 Logotipo.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura N° 10 Tarjeta de presentación.....</i>	<i>46</i>
<i>Figura N° 11flyer.....</i>	<i>47</i>
<i>Figura N° 12 Pregunta N° 1.....</i>	<i>56</i>
<i>Figura N° 13 Pregunta N° 2.....</i>	<i>57</i>
<i>Figura N° 14.....</i>	<i>58</i>
<i>Figura N° 15.....</i>	<i>59</i>
<i>Figura N° 16.....</i>	<i>60</i>
<i>Figura N° 17.....</i>	<i>61</i>
<i>Figura N° 18.....</i>	<i>62</i>
<i>Figura N° 19 Oferta Histórica.....</i>	<i>64</i>
<i>Figura N° 20 Oferta proyectada.....</i>	<i>65</i>
<i>Figura N° 21 Demanda Histórica.....</i>	<i>67</i>
<i>Figura N° 22 Demanda Proyectada.....</i>	<i>69</i>
<i>Figura N° 23 Balance oferta-demanda.....</i>	<i>70</i>

<i>Figura N° 24 Micro localización</i>	76
<i>Figura N° 25 Matriz Triangular</i>	79
<i>Figura N° 26 Punto de equilibrio</i>	113

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto está basando en la factibilidad para la producción y comercialización de ron artesanal elaborado a base de frutas y especias, en el cual se ha realizado los estudios necesarios, este proyecto fue creado debido a que se colabora a la elaboración de un producto de calidad, apoyando así a la agricultura ecuatoriana ya que de esto muchas familias ecuatorianas tienen un sustento para poder obtener un buen vivir. Este proyecto está formado por siete capítulos, el primero consta de la introducción y justificación, realizando una investigación del producto como se originó en qué lugares es consumido este producto. El segundo capítulo está compuesto por el análisis situacional el cual se hace todo el estudio económico tanto externo como interno para poder conocer la situación actual del país, las leyes que se deben cumplir. El tercer capítulo está compuesto por el estudio del mercado la oferta y la demanda para poder obtener la demanda insatisfecha para poner conocer el mercado en el que la empresa va a competir, a la población que se va a satisfacer, sus necesidades, esto se toma la decisión después de realizar una encuesta a la población a la que nos enfocamos. El cuarto capítulo está compuesto por el estudio técnico, el lugar donde va a estar ubicada la empresa como va a estar distribuida las diferentes áreas. El quinto capítulo está relacionado con el estudio financiero en donde se realiza el estudio para poder conocer los ingresos y gastos, para así deducir si el proyecto es viable. El sexto capítulo está relacionado con la contaminación hacia el medio ambiente lo que ocasionada la empresa al momento de

producir el ron. El séptimo capítulo está compuesto por las conclusiones y recomendaciones de acuerdo a este proyecto de factibilidad en la Provincia de Pichincha en el Cantón Quito.

ABSTRACT

This project is building on the feasibility for the production and marketing of artisanal rum made from fruits and spices, which has made the necessary studies, this project was created because collaborates to the development of a quality product and supporting Ecuadorian agriculture because of this many Ecuadorian families have a livelihood to get a good living. This project consists of seven chapters, the first consists of the introduction and justification, conducting research and product originated in what locations is consumed this product. The second chapter consists of the situational analysis which all both external economic study was done as internal to know the current situation, the laws that must be met. The third chapter consists of the study of market supply and demand to get the unmet demand to put know the market in which the company will compete, the population that will satisfy your needs, this is taken the decision after conducting a survey to the population to which we focus. The fourth chapter is composed of the technical study, where will be located the company and will be distributed different areas. The fifth chapter is related to the financial study in which the study is conducted to meet the income and expenditure in order to deduce whether the project is viable. The sixth chapter is related to pollution towards environmental friendliness which caused the company when producing rum. The seventh chapter is composed of the conclusions and recommendations according to the project feasibility in the province of Pichincha in Canton Quito.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Justificación

Se ha elegido el siguiente tema debido a que el sector de bebidas alcohólicas es un poco más accesible que muchos tipos de industria. El actual cambio en la matriz productiva se enfoca básicamente en

- a) Sustituir importaciones
- b) Crear empleo

Si nos regimos a estos dos puntos altamente importantes se justifica el proyecto sin ningún inconveniente. En el primer punto busca sustituir las importaciones, aspecto más que importante si se quiere dejar de lado la exportación de materia prima de muy buena calidad, claro para luego importar productos finales los cuales están elaborados con gran parte de colaboración de los ecuatorianos, porque estos productos son fueron producidos con materia prima producida dentro del país.

La transformación de la matriz productiva implica el paso de un patrón de especialización primario exportador y extractivista, a uno que privilegie la producción diversificada, ecoeficiente y con mayor valor agregado, así como los servicios basados en la economía del conocimiento y la biodiversidad

Este cambio, permitirá generar nuestra riqueza basados no solamente en la explotación de los recursos naturales, sino en la utilización de las capacidades y los conocimientos de la población. Al revolucionar el mercado ofreciendo a los clientes la oportunidad de degustar un tipo de ron diferente.

Al ser elaborado a base de frutas y especias se centra en dos aspectos que demandan mucha atención por parte de los ecuatorianos, el primero de ellos es la utilización de los conocimientos de la población, esto puede ser aplicado en la recolección de frutas y de igual manera la cosecha y selección de especias necesarias para la elaboración y comercialización del producto.

Este tipo de innovación corresponde a la introducción de un bien o de un servicio nuevo, significativamente mejorado en cuanto a sus características y en cuanto a su uso, este tipo de innovaciones apoya el cambio en la matriz productiva, introduciendo en el mercados estos productos que desplazarían a los existente con menores prestaciones y menor productividad, se produciría en palabras de Shumpeter "la destrucción creativa", sin duda alguna estos nuevos o mejorados productos han aumentado su "valor agregado"

Las empresas que operan y/o las que quieren invertir en Ecuador tienen un desafío: alinearse a la agenda del Gobierno Ecuatoriano. Dicha agenda implica algunos retos de construcción conjunta en pro del cambio de la matriz productiva del país que gira en torno a fortalecer la producción local, disminuyendo importaciones tanto de materias primas como de productos terminados. En círculos cercanos al Gobierno se dice que "es el momento de la inversión extranjera" pero a la hora de la

verdad las compañías pueden encontrar ciertas dificultades que las están llevando a embarcarse en el tan difundido “cambio de la matriz productiva”.

1.2. ANTECEDENTES

La historia de la región amazónica ecuatoriana, ha estado marcada a través de tres importantes factores, **1)** la influencia de la colonización, a través de las corrientes migratorias desde las distintas regiones del país, **2)** la evangelización traída desde Europa y, **3)** los Estados Unidos de Norte América por los misioneros católicos y evangelistas y la extraordinaria y rica cultura aborígen lo que ha dado como resultado el nacimiento del ser amazónico. (VALAREZO, 2002).

Gran parte de la cultura y tradiciones del Ecuador radica en la elaboración de bebidas netamente artesanales, la provincia de Pastaza es cuna del Puro Puyo esta es la bebida más conocida a nivel nacional y es el sello de la ciudad que los identifica. Tiene más de un siglo presente, su elaboración artesanal y su aroma a caña de azúcar con un aroma único en el país, le ha permitido tener gran reputación entre turistas nacionales y extranjeros.

Figura N° 1 Bebida tradicional de la provincia de Pastaza



Fuente: Riquezas del Ecuador

En cuanto a la provincia de pichincha no se conoce bebidas elaboradas artesanalmente, razón por la cual el presente proyecto tendrá gran aceptación debido a que a más de innovar, busca darle una bebida tradicional pero netamente artesanal a la provincia.

CAPÍTULO II

Análisis situacional.

2.1. Ambiente externo.

Son todos aquellos factores que influyen en la organización y que no pertenecen al sistema. Este entorno a su vez está dividido en 2 secciones que permiten analizar variables directas e indirectas conocidas como microambiente y macro ambiente; el óptimo funcionamiento de todas las empresas depende de la manera en la que se analicen y aprovechen estos aspectos para la supervivencia o crecimiento de la organización. (Rosas, 2011)

2.1.1. Factor Económico.

Afecta el poder de compra y el poder de gastos de los consumidores. Los países tienen diversos niveles de vida, distribución de ingreso de sus habitantes. Los países con economía de subsistencia ofrecen pocas oportunidades al mercado. (kmpanita-91, 2009)

2.1.1.1. Inflación.

(glosario de economia, 2013) La inflación es el aumento generalizado y sostenido de los bienes y servicios existentes en el mercado durante un periodo de tiempo,

generalmente un año. Cuando el nivel general de precios sube, cada unidad de moneda alcanza para comprar menos bienes y servicios. Para su cuantificación se usa el “índice de precios al consumo”

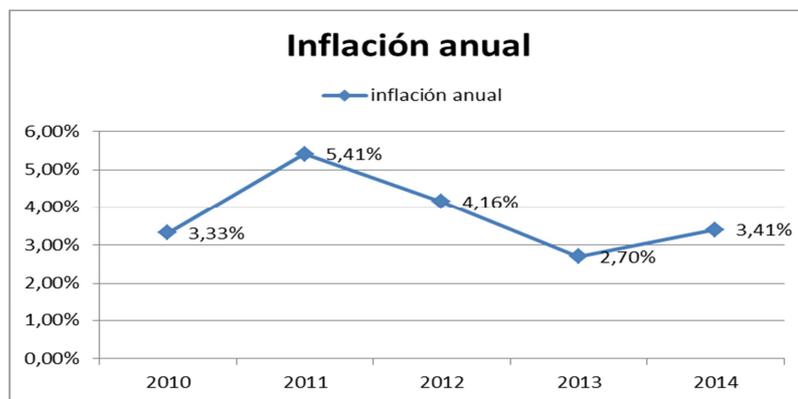
Tabla N° 1 Evolución de la inflación.

AÑO	EVOLUCION
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,41%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Figura N° 2 Evolución de la inflación.



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Análisis: La inflación en los últimos 2 años se ha mantenido de una manera moderada

esto representa una amenaza de nivel bajo porque la materia prima que se utiliza se obtiene de la tierra por lo tanto se lo puede sembrar y cosechar por cuenta propia, contribuyendo así al bajo costo en la elaboración del producto.

2.1.1.2. Tasa de interés.

(club planeta , 2012) Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Como en cualquier producto, se cumple la ley de la oferta y la demanda: mientras sea más fácil conseguir dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para prestar, la tasa será más alta.

- **Tasa de interés activa.**

(Troche, 2011) Es aquella que aplican los bancos a los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representara su ganancia en las operaciones crediticias.

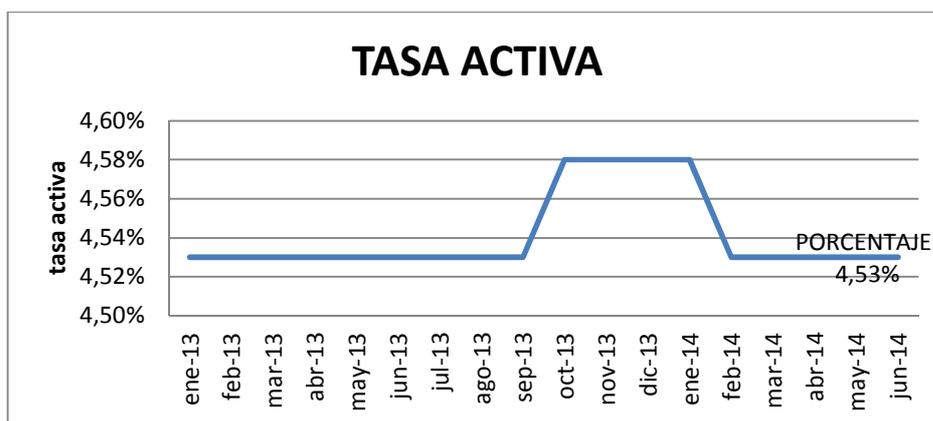
Tabla N° 2 Evolución de la tasa de interés activa.

MES Y AÑO	PORCENTAJE
ene-13	8,17
feb-13	8,17
mar-13	8,17
abr-13	8,17
may-13	8,17
jun-13	8,17
jul-13	8,17
ago-13	8,17
sep-13	8,17
oct-13	8,17
nov-13	8,17
dic-13	8,17
ene-14	8,17
feb-14	8,17
mar-14	8,17
abr-14	8,17
may-14	8,17
jun-14	8,17

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Figura N° 3 Tasa activa



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

- **Tasas pasivas.**

Serán las que la cooperativa deba pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.

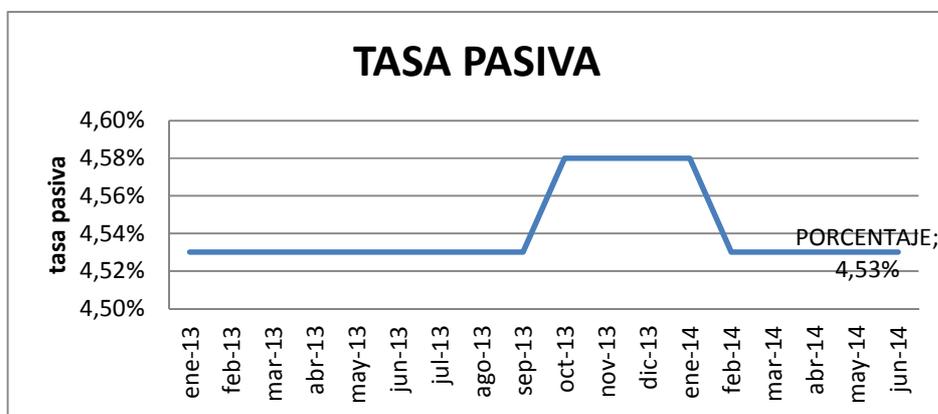
Tabla N° 3 Tasa Pasiva

MES Y AÑO	PORCENTAJE
ene-13	4,53%
feb-13	4,53%
mar-13	4,53%
abr-13	4,53%
may-13	4,53%
jun-13	4,53%
jul-13	4,53%
ago-13	4,53%
sep-13	4,53%
oct-13	4,58%
nov-13	4,58%
dic-13	4,58%
ene-14	4,58%
feb-14	4,53%
mar-14	4,53%
abr-14	4,53%
may-14	4,53%
jun-14	4,53%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Figura N° 4 Tasa Pasiva



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Analisis.

La tasa de interes no representa una amenaza para el presente proyecto debido a que la empresa "TI-RON" utilizara capital propio, es decir no dependerá del apoyo financiero de los bancos para comenzar con su actividad financiera, por lo tanto el porcentaje de tasa activa o pasiva es de poca relevancia para el proyecto.

2.1.1.3 PIB.

(PLANETA, 2013) El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.

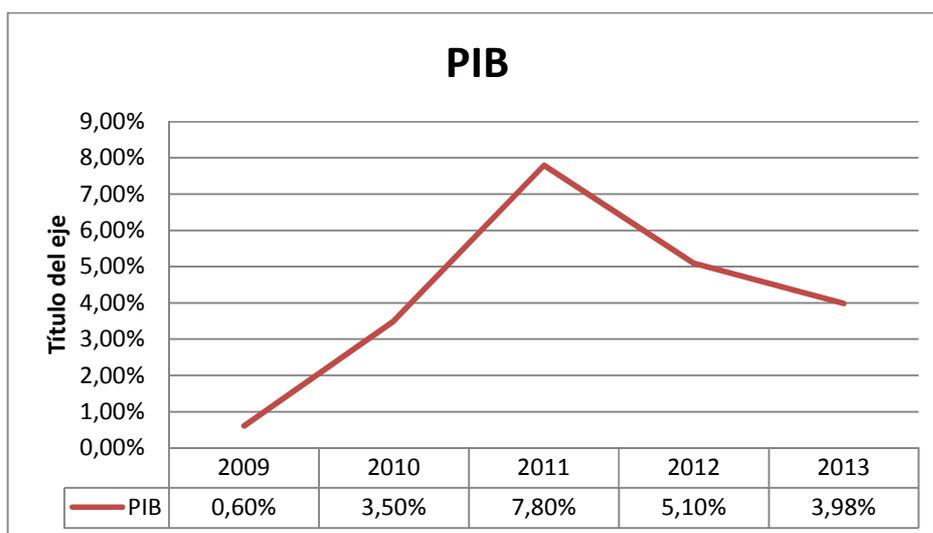
Tabla N° 4 PIB

PIB 2009-2013	
AÑO	PIB
2009	0,60%
2010	3,50%
2011	7,80%
2012	5,10%
2013	3,98%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Figura N° 5 PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Análisis: El PIB ha estado en constante crecimiento a partir del año 2009 hasta llegar al 2011, año en donde tuvo su máximo alcance con un 7.8% lo cual debió haberse mantenido y hasta aumentado pero al llegar al 2013 se incrementó únicamente en un 3.98%.

2.1.1.4 Balanza Comercial.

(ministerio de comercio, 2013)Es el registro de las importaciones y exportaciones de un país durante un período. El saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

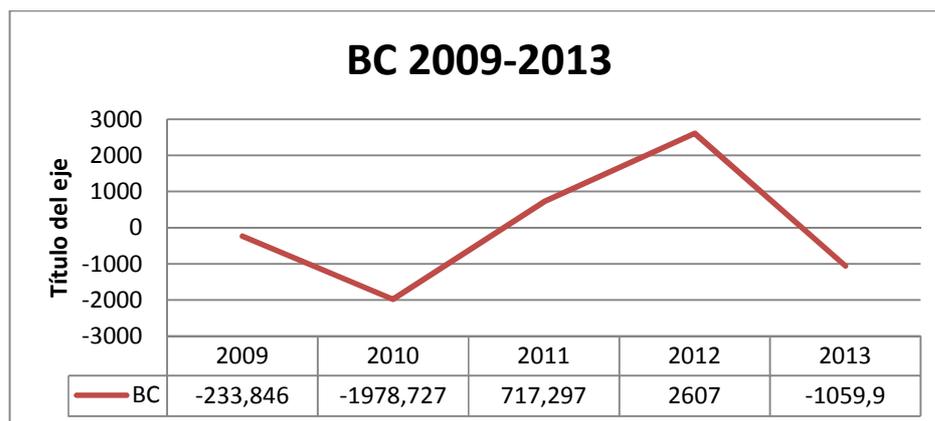
Tabla N° 5 BC

BC 2009-2013	
AÑO	BC
2009	-233,846
2010	-1978,727
2011	717,297
2012	2607
2013	-1059,9

Fuente: **Banco Central del Ecuador**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez Chalá**

Figura N° 6 BC



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Análisis: El gran problema del Ecuador siempre ha sido el importar en gran cantidad lo cual en el año 2011-2012 mejoró bastante hasta tener un resultado positivo, pero en el último año volvió a decaer hasta llegar a -1059.90 lo cual es perjudicial para la balanza comercial.

2.1.2. Factor social.

Las proporciones de los nutrientes del ron pueden variar según el tipo y la cantidad de la bebida, además de otros factores que puedan intervenir en la modificación de sus nutrientes. Recuerda que según la preparación del ron, pueden variar sus propiedades y características nutricionales.

Debido a que tiene un bajo nivel de sodio, el tomar el ron es beneficioso para quienes padecen hipertensión o tienen exceso de colesterol. Además de las bondades antes citadas la elaboración del proyecto generara fuentes de trabajo para muchas de las personas que habitan en el campo ya que este ron será elaborado a base de caña de azúcar y recolección de frutas, labor para la cual es indispensable contar con personal que resida en el campo y destaque por su alto grado de responsabilidad.

2.1.2.1 Población.

Conjunto de individuos que tienen las características (variables) que se quieren estudiar (Zanelly, 2010)

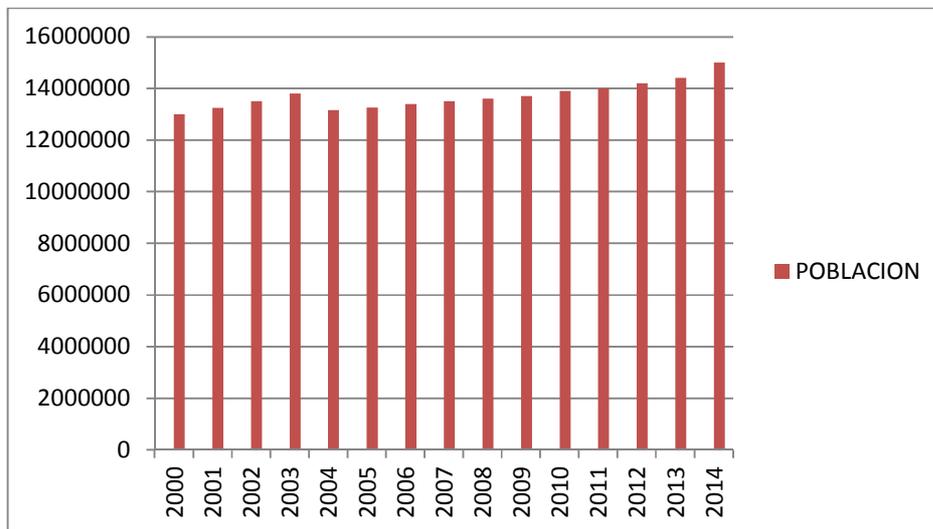
Tabla N° 6 Población

AÑOS	POBLACION
2000	13000000
2001	13240000
2002	13500000
2003	13800000
2004	13160000
2005	13265000
2006	13400000
2007	13500000
2008	13600000
2009	13700000
2010	13900000
2011	14000000
2012	14200000
2013	14400000
2014	15000000

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Figura N° 7 Población



Fuente: Ecuador en cifras

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Análisis: El crecimiento poblacional ha sido regular por lo tanto representa una oportunidad de carácter medio ya que podemos basarnos en un estudio estadístico basado en el índice de crecimiento poblacional registrado en los últimos años y así tener una clara idea de la población a la cual se ofrecerá el producto.

2.1.2.2 PEA

(Hansen, 2013) Llamase así a la parte de la población total que participa en la producción económica. En la práctica, para fines estadísticos, se contabiliza en la PEA a todas las personas mayores de una cierta edad (15 años, por ejemplo) que tienen Empleo o que, no teniéndolo, están buscándolo o a la espera de alguno. Ello excluye a los pensionados y jubilados, a las amas de casa, estudiantes y rentistas así como, por supuesto, a los menores de edad.

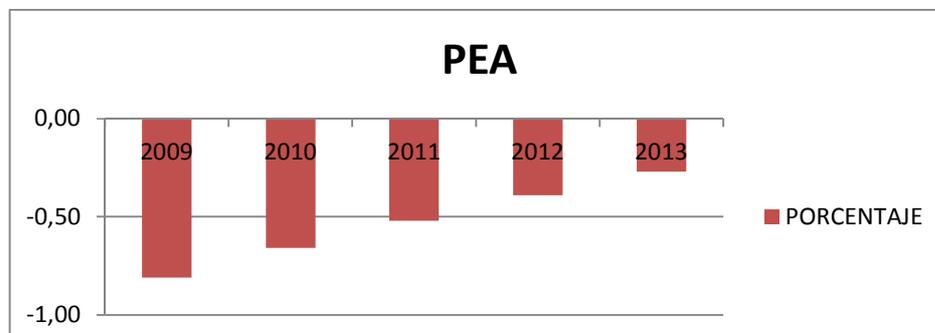
Tabla N° 7 PEA

AÑOS	PORCENTAJE
2009	23,90%
2010	29,20%
2011	30,80%
2012	29,10%
2013	36,80%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

FIGURA N° 7



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

2.1.2.3 Migración

(Silva, 2008) Se produce una migración cuando un grupo social, sea humano o animal, realiza un traslado de su lugar de origen a otro donde considere que mejorará su calidad de vida. Implica la fijación de una nueva vida, en un entorno social, político y económico diferente y, en el caso de los animales un hábitat distinto, que sea más propicio para la subsistencia de la especie.

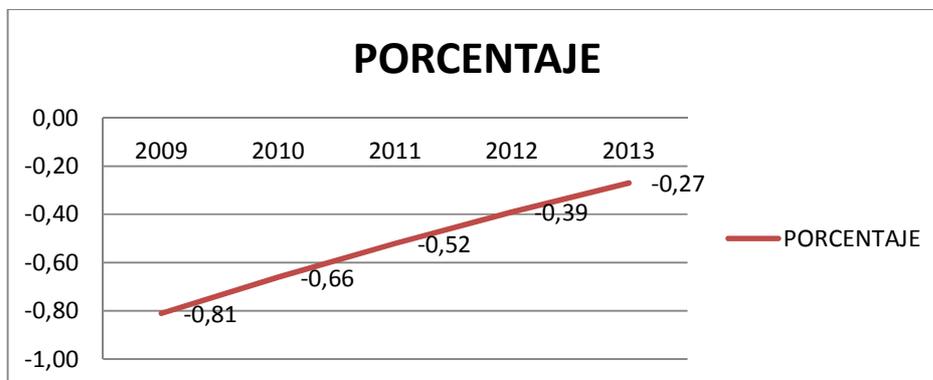
Tabla N° 8 Migración

AÑOS	PORCENTAJE
2009	-0,81
2010	-0,66
2011	-0,52
2012	-0,39
2013	-0,27

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

Figura N° 8 Migración



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez Chalá

2.1.3. Factor legal.

El presente proyecto será legalizado como ron artesanal, para la lo cual será sustentado por los siguientes artículos mencionados por la normativa legal.

2.1.3.1. LA JUNTA NACIONAL DEL ARTESANO.

La junta nacional del artesano es la institución rectora de la información, tabulación y calificación artesanal a nivel nacional que garantiza los derechos profesionales y socioeconómicos de los artesanos.

La calificación de artesanal es la certificación que concede a junta nacional de defensa del artesano a los maestros del taller o artesanos autónomos. VER ANEXO N°1

2.1.3.2. CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION

Considerando: “Que, el numeral 2 del Artículo 276 de la Constitución de la República establece que el régimen de desarrollo, tiene entre sus objetivos el de construir un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario y sostenible, basado en la distribución equitativa de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable;” VER ANEXO N° 2

2.1.3.3. LEY DE REGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

Capítulo I

NORMAS GENERALES

Art. 1.- Objeto del Impuesto.- Establéese el Impuesto a la Renta Global que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley.

Art. 2.- Concepto de Renta.- Para efectos de este impuesto se considera renta:

1. Los ingresos de fuente ecuatoriana obtenidos a título gratuito u oneroso, bien sea que provengan del trabajo, del capital o de ambas fuentes, consistentes en dinero, especies o servicios; y,
2. Los ingresos obtenidos en el exterior por personas naturales ecuatorianas domiciliadas en el país o por sociedades nacionales, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 94 de esta Ley.

Art. 3.- Sujeto Activo (Sustituido por el Art. 21 de la Ley 41, R.O. 206, 2-XII-97).- El sujeto activo de este impuesto es el Estado. Lo administrará a través del Servicio de Rentas Internas.

Art. 4.- Sujetos Pasivos.- (Segundo inciso agregado por el Art. 18 de la Ley 99-24, R.O. 181-S, 30-IV-99).-

Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.

Los sujetos pasivos obligados a llevar contabilidad, pagarán el impuesto a la renta en base de los resultados que arroje la misma.

Art. 5.- Ingresos de los cónyuges.- Los ingresos de la sociedad conyugal serán imputados a cada uno de los cónyuges en partes iguales, excepto los provenientes del trabajo, que serán atribuidos al cónyuge que los perciba. A este mismo régimen se sujetarán las sociedades de bienes determinados en el artículo 23 (38) de la Constitución Política de la República.

Art. 6.- Ingresos de los bienes sucesorios.- Los ingresos generados por bienes sucesorios indivisos, previa.

Exclusión de los gananciales del cónyuge sobreviviente, se computarán y liquidarán considerando a la Sucesión como una unidad económica independiente.

Art. 7.- Ejercicio Impositivo.- El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1o. de Enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1o. de Enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año. VER ANEXO N°3.

2.1.3.4. LEY DE COMPAÑIAS

TIPOS DE EMPRESAS SEGÚN LA LEY DE COMPAÑIAS Y RQUISITOS DE CONFORMACION

1. La Compañía en nombre colectivo;
2. La Compañía en comandita simple y dividida por acciones;
3. La Compañía de responsabilidad limitada;
4. La Compañía anónima; y,
5. La Compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas.

La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

REQUISITOS

Compañía en nombre colectivo:

- En esta compañía rige el principio de conocimiento y confianza entre los socios.
- No admite suscripción pública de capital.

- El contrato de compañía en nombre colectivo se celebra por escritura pública;
- La escritura pública de formación de la compañía será aprobada por un Juez delo Civil;
- La compañía se forma entre 2 o más personas;
- El nombre de la compañía debe ser una razón social que es la fórmula enunciativa de los nombre de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras “y compañía”.
- La Ley no señala para esta compañía un mínimo de capital fundacional;
- Los aportes de capital no están representadas por títulos negociables.
- Para la constitución de la compañía se pagará no menos del cincuenta por ciento del capital suscrito;
- Por las obligaciones sociales los socios responden en forma SOLIDARIA E ILIMITADA.
- No está sujeta a la superintendencia de compañías.

Compañía en comandita simple y dividida por acciones:

- La compañía tiene dos clases de socios y se contrae entre uno o varios socios solidarios e ilimitadamente responsables llamados socios comanditados y uno o más

socios suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. VER ANEXO N°4

2.1.3.5. PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

El Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV), ha sido la estructura medular de la ideología política y económica del gobierno actual. En un inicio se tituló “Plan Nacional de Desarrollo” y fue aplicado en el período 2007-2010. El segundo “Programa de Gobierno” (2009-2013) acuñó el término “Plan Nacional para el Buen Vivir”, que se usa hasta esta última edición.

El PNBV 2013-2017, representa una postura política definida y constituye la guía de gobierno que aplicará en los próximos cuatro años de mandato. Es el tercer plan a escala nacional y busca poder concretar todos los objetivos y metas que en él se plantean y de dar continuidad a aquellas actividades que se vienen desarrollando de los planes anteriores.

El Buen Vivir (Sumak Kawsay) como lo define el propio Plan es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. Este es el nuevo horizonte, que será la guía para mantener los cambios realizados y promover principalmente un nuevo giro hacia el cambio de la Matriz Energética y Productiva.

La idea es que el PNBV vaya más allá de las metas fijadas por las Naciones Unidas en los Objetivos del Milenio. De ahí que la atención mundial se centre en el país, ya que el ambicioso proyecto nacional busca ser un referente a nivel internacional.

VER ANEXO N°5

2.1.3.6. REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC)

Están obligadas a obtener R.U.C. todas las personas naturales que ejerzan algunas actividades económicas como: Empresas agropecuarias, industriales, mineras, turísticas, de transporte, comercio, de servicios, etc de su propiedad exclusiva.

También están los profesionales artesanos, comisionistas agentes y quienes ejerzan cualquier arte y oficio en forma autónoma.

VER ANEXO N° 6

2.1.3.7. LICENCIA METROPOLITANA DE FUNCIONAMIENTO

Es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo con su categoría. VER ANEXO N° 7

2.1.3.8. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Son necesarios los siguientes documentos:

- Informe de inspección
- Copia de la cedula de identidad del representante o copropietario
- Copia del RUC
- Copia de la patente municipal

2.1.3.9. PATENTE MUNICIPAL

Obligación:

Obtener el permiso de patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón así como los que ofrezcan cualquier actividad de orden económico.

Plazo hasta el 31 de enero de cada año, y tiene validez de un año.

Base legal

Ley de regimiento municipal art 381-386

Código municipal para el DMQ, ordenanza 001 art III 3 al III 46 (R.O. N° 226 del 31 del 31 de diciembre de 1997), (R.O. 234 del 29 de diciembre del 2000)

2.1.4. Factor Tecnológico.

La tecnología es el conjunto de saberes, conocimientos, experiencias, habilidades y técnicas a través de las cuales nosotros los seres humanos cambiamos, transformamos y utilizamos nuestro entorno con el objetivo de crear herramientas, máquinas, productos y servicios que satisfagan nuestras necesidades y deseos. Etimológicamente la palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica) y logos (conocimiento)

El origen de la tecnología data de la edad de piedra, cuando nuestros ancestros descubrieron la existencia en la naturaleza de una serie de piedras (sílex, cuarzo, obsidiana....) extraordinariamente duras las cuales podían moldear y afilar, este descubrimiento junto con la experiencia desarrollada para afilarlas, les permitió fabricar

los primeros cuchillos, hachas y herramientas de corte las cuales les facilitaba las labores de caza asegurándose una ración de comida diaria.

Con el ejemplo anterior hemos visto como el ser humano transformó su entorno seleccionando una piedra y modificándola para crear una herramienta mediante su habilidad y conocimiento, permitiéndole cazar animales de una manera más rápida y efectiva. La tecnología es el conjunto de saberes, conocimientos, experiencias, habilidades y técnicas a través de las cuales nosotros los seres humanos cambiamos, transformamos y utilizamos nuestro entorno con el objetivo de crear herramientas, máquinas, productos y servicios que satisfagan nuestras necesidades y deseos. Etimológicamente la palabra tecnología proviene del griego tekne (técnica) y logos (conocimiento)

El origen de la tecnología data de la edad de piedra, cuando nuestros ancestros descubrieron la existencia en la naturaleza de una serie de piedras (sílex, cuarzo, obsidiana....) extraordinariamente duras las cuales podían moldear y afilar, este descubrimiento junto con la experiencia desarrollada para afilarlas, les permitió fabricar los primeros cuchillos, hachas y herramientas de corte las cuales les facilitaba las labores de caza asegurándose una ración de comida diaria.

Con el ejemplo anterior hemos visto como el ser humano transformó su entorno seleccionando una piedra y modificándola para crear una herramienta mediante su habilidad y conocimiento, permitiéndole cazar animales de una manera más rápida y efectiva.

Llegar a este momento de desarrollo industrial requirió del avance y sistematización de la ciencia, pues se emplearon principios científicos y técnicos que hicieron posible la aparición de la máquina, que podía realizar el trabajo más rápida y eficientemente, es obvio que para un sector de la población este tipo de tecnología trajo zozobra y miedo al temer por sus trabajos, ya que la maquina requería para funcionar menos operarios, y aquí vemos uno de los principios sociales que nos llevan hasta hoy, pues la maquina nos proporciona la fuerza, la destreza y producción que un ser humano o un grupo le cuesta hacer, pero al mismo tiempo desplaza mano de obra, hay un sector desfavorecido frente a este hecho y otro que acumula mayor riqueza. Para que la maquina sustituyera al hombre hubo de encontrarse una cantidad de principios científicos que lo hicieron posible como la electricidad, la termodinámica y otros, y aunque en un principio es muy posible que las primeras máquinas no fueran muy pensadas en el principio que la sustentaba, sus futuras innovaciones si se basaron en él, un ejemplo clásico de esto fueron las primeras máquinas que aprovechaban el poder del vapor, sin embargo a medida que fue evolucionando la máquina se encontraron los principios que determinaban su acción y por eso fue madurando y cambiando con el pasar del tiempo.

La economía basada en el trabajo manual fue reemplazada por otra dominada por la industria y la manufactura. La Revolución comenzó con la mecanización de las industrias textiles y el desarrollo de los procesos del hierro. La expansión del comercio fue favorecida por la mejora de las rutas de transportes y posteriormente por el nacimiento del ferrocarril. Las innovaciones tecnológicas más importantes fueron la

máquina de vapor y la denominada Spinning Jenny, una potente máquina relacionada con la industria textil. Estas nuevas máquinas favorecieron enormes incrementos en la capacidad de producción. La producción y desarrollo de nuevos modelos de maquinaria en las dos primeras décadas del siglo XIX facilitó la manufactura en otras industrias e incrementó también su producción.

Así es que en la Revolución industrial se aumenta la cantidad de productos y se disminuye el tiempo en el que estos se realizan, dando paso a la producción en serie, ya que se simplifican tareas complejas en varias operaciones simples que pueda realizar cualquier obrero sin necesidad de que sea mano de obra cualificada, y de este modo bajar costos en producción y elevar la cantidad de unidades producidas bajo el mismo costo fijo. (8).

Esta etapa de la evolución de la tecnología está definida por el trabajo artesanal o hecho completamente a mano mediante herramientas muy simples, que sin embargo dan un gran salto en la evolución de la tecnología al refinarse las técnicas para realizar diversos productos. Es de anotar que todavía muchos pueblos subsisten gracias a esta forma de vida, y las técnicas que tienen pasan de generación a la otra conservando y manteniendo viva esta forma de vida.

La técnica requiere tanto destrezas manuales como intelectuales, frecuentemente el uso de herramientas y siempre de saberes muy variados. En los animales las técnicas son características de cada especie. En el ser humano, la técnica surge de su necesidad de modificar el medio y se caracteriza por ser transmisible, aunque no siempre es consciente o reflexiva. Cada individuo generalmente la aprende de otros (a veces la

inventa) y eventualmente la modifica. Es generalizada la creencia que sólo las personas son capaces de construir con la imaginación algo que luego pueden concretar en la realidad, pero algunos primates superiores, aparte del hombre, pueden fabricar herramientas. La técnica, a veces difícil de diferenciar de la tecnología, surge de la necesidad de transformar el entorno para adaptarlo mejor a sus necesidades.

Llegar a este momento de desarrollo industrial requirió del avance y sistematización de la ciencia, pues se emplearon principios científicos y técnicos que hicieron posible la aparición de la máquina, que podía realizar el trabajo más rápida y eficientemente, es obvio que para un sector de la población este tipo de tecnología trajo zozobra y miedo al temer por sus trabajos, ya que la máquina requería para funcionar menos operarios, y aquí vemos uno de los principios sociales que nos llevan hasta hoy, pues la máquina nos proporciona la fuerza, la destreza y producción que un ser humano o un grupo le cuesta hacer, pero al mismo tiempo desplaza mano de obra, hay un sector desfavorecido frente a este hecho y otro que acumula mayor riqueza. Para que la máquina sustituyera al hombre hubo de encontrarse una cantidad de principios científicos que lo hicieron posible como la electricidad, la termodinámica y otros, y aunque en un principio es muy posible que las primeras máquinas no fueran muy pensadas en el principio que la sustentaba, sus futuras innovaciones si se basaron en él, un ejemplo clásico de esto fueron las primeras máquinas que aprovechaban el poder del vapor, sin embargo a medida que fue evolucionando la máquina se encontraron los principios que determinaban su acción y por eso fue madurando y cambiando con el pasar del tiempo.

La economía basada en el trabajo manual fue reemplazada por otra dominada por la industria y la manufactura. La Revolución comenzó con la mecanización de las industrias textiles y el desarrollo de los procesos del hierro. La expansión del comercio fue favorecida por la mejora de las rutas de transportes y posteriormente por el nacimiento del ferrocarril. Las innovaciones tecnológicas más importantes fueron la máquina de vapor y la denominada Spinning Jenny, una potente máquina relacionada con la industria textil. Estas nuevas máquinas favorecieron enormes incrementos en la capacidad de producción. La producción y desarrollo de nuevos modelos de maquinaria en las dos primeras décadas del siglo XIX facilitó la manufactura en otras industrias e incrementó también su producción.

Así es que en la Revolución industrial se aumenta la cantidad de productos y se disminuye el tiempo en el que estos se realizan, dando paso a la producción en serie, ya que se simplifican tareas complejas en varias operaciones simples que pueda realizar cualquier obrero sin necesidad de que sea mano de obra cualificada, y de este modo bajar costos en producción y elevar la cantidad de unidades producidas bajo el mismo costo fijo.

El factor tecnológico representa una oportunidad de nivel alto ya que la empresa podrá contar maquinaria de la mejor calidad, aspecto que facilitara la elaboración del producto en un tiempo prudencial, claro sin dejar de lado la calidad y teniendo siempre muy en cuenta que el proyecto también necesita de la parte artesanal, es decir, siembra, cultivo y cosecha de las frutas que serán utilizadas en la preparación de la bebida, razón

por la cual ir de la mano la tecnología con la parte artesanal, es decir toda la mano de obra altamente calificada con la que contaremos.

2.2. Entorno local.

2.2.1. Clientes.

Cliente es la persona, empresa u organización que adquiere o compra de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

Los clientes potenciales para la empresa TI-RON son los habitantes mayores de 18 años del sector de Carapungo y sectores aledaños como Calderón, la Bota, etc. También se puede tomar en cuenta a las personas que no vivan exactamente en el sector sino que puedan conocer la calidad del producto ya que este se caracterizara también por amenizar todo tipo de reuniones sean en familia o con amigos y eso podemos encontrarlo en cualquier parte.

2.2.1.1. Poder de negociación con los clientes.

Debemos tener claro que los potenciales clientes de la empresa TI-RON es decir los habitantes de Carapungo y demás lugares aledaños claro mayores de 18 años, son la razón de ser, son quienes van a darle el prestigio y reconocimiento que la empresa como tal se merece. Por lo tanto se asegurara la fidelidad de los clientes ofreciendo: descuentos, promociones, premios, entre otros beneficios, demostrándoles así a los clientes que TI-RON es una empresa que se preocupa no solo por alcanzar altos rubros

en cuanto a utilidad sino que también se enfoca en complacer y satisfacer las cambiantes necesidades del cliente.

2.2.2. Proveedores.

Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. Todo negocio requiere de diversos elementos para poder operar. Los proveedores de una empresa son todos aquellos que le proporcionan a ésta los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación diaria.

Tabla N° 9 Proveedores

PROVEEDOR	MATERIA PRIMA
Ingenio Valdez	MELAZA
Santa María, Gran Aki	LEVADURA HIDRATADA
Santa María, Gran Aki	AZUCAR
Santa María, Gran Aki	AGUA DESTILADA

2.2.2.1. Poder de negociación con los proveedores.

TI-RON es una empresa que se caracterizara por brindar calidad en cada uno de los procesos, bienes y servicios generados dentro de la organización, razón por la cual se seleccionara a los proveedores más adecuados, claro después de realizar el respectivo análisis, en este deberá estar estipulado aspectos tales como: formas de pago, promociones y frecuencias de las mismas, descuento por compras al por mayor es decir se tomara en cuenta muchos aspectos antes de tomar una decisión

Análisis: Al contar con variedad de proveedores de los cuales se pueda seleccionar a los más indicados que proporcionen insumos de calidad para la empresa TI-RON representa una oportunidad de carácter alto considerando que los productos terminados obtenidos también serán de calidad.

2.2.3. Competencia.

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes.

2.2.3.1. Competencia indirecta

Son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado buscando satisfacer las mismas necesidades con productos sustitutos con productos diferentes a los ofrecidos por la empresa.

Análisis: Debido a que el producto es totalmente innovador la empresa no tendría competidores directos, claro que no pasaría lo mismo con los competidores indirectos debido a que hay más de una empresa que oferte productos similares, por lo cual este factor representa una oportunidad de carácter medio ya que la calidad será uno de los aspectos que caracterizará y colocará un paso delante de la competencia a la empresa TI-RON.

Productos sustitutos

Se considera un bien o producto sustitutivo de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos. Son aquellos bienes que cumplen una función similar o idéntica, y que por tanto pueden ser sustituidos entre sí obteniendo resultados similares. (arteaga, 2009)

CERVEZA

VODKA

WHISKI

TEQUILA

VINO

LICOR (LICORES)

2.3. Análisis interno.

2.3.1. Propuesta estratégica.

2.3.1.1. Misión.

La Empresa TI-RON está dedicada a la producción y comercialización de ron artesanal elaborado a base de frutas y especias ofreciendo así al público adulto la oportunidad de amenizar todo tipo de ocasiones especiales.

2.3.1.2. Visión.

Al ofrecer un producto de calidad la empresa TI-RON lograra posicionarse en el mercado en el lapso de un año, siendo reconocido así como

“EL RON DE LOS ECUATORIANOS”.

2.3.1.3. Objetivos

2.3.1.3.1. Objetivo General

2.3.1.3.2. Objetivo Específico

- Incrementar el volumen de ventas.
- Ser reconocidos a nivel nacional.
- Minimizar los costos y gastos.
- Maximizar las utilidades para los inversionistas.

2.3.1.4. Principios y/o valores

La empresa TI-RON establecerá principios y valores acorde a las necesidades organizacionales; esto facilitará el establecimiento de parámetros los cuales deberán ser cumplidos a cabalidad por cada uno de los integrantes de esta prestigiosa institución.

PRINCIPIOS

- **Liderazgo**

Los líderes juegan un papel sumamente importante tanto ya que ellos deben direccionar y orientar a todo el equipo, claro formando parte de esta labor y colaborando para llegar a cumplir los objetivos corporativos antes cumplidos.

- **Respaldo**

Contar con tecnología de punta, con personal profesional y experimentado con proveedores involucrados en nuestra actividad y así ofrecer confianza a nuestros clientes.

- **Trabajo en equipo**

Nos permite conformar un grupo sólido, trabajando pro objetivos comunes encaminados siempre a satisfacer las demandas de los clientes

- **Productividad**

Es el principio que permite que permite que cada vez mejoremos la condición de trabajo; a través de las productividad mostramos indicadores de gestión y resultados positivos dentro de la organización.

- **Competitividad**

Innovar constantemente es lo que le dará a la empresa TI-RON la oportunidad estar siempre dentro de la competencia ya que las necesidades del mercado cambian constantemente y la única manera de adoptar una posición competitiva es mediante la constante innovación.

VALORES

- **Honestidad**

Pilar fundamental dentro de nuestra vida, nos fortalece como personas de bien con grandes cualidades humanas, generamos confianza y respeto en los demás

- **Actitud**

Es la forma de comprometerse con la organización cuando tenemos una actitud positiva hacia los demás podemos desempeñar una mejor labor en cada una de nuestras tareas.

- **Lealtad**

Ser leales con la organización, nuestros compañeros, es decir con todas las personas que nos rodean. Este es uno de los valores que nos ayudara a asegurar un presente y futuro digno para la empresa TI-RON

2.3.2. Gestión administrativa

La gestión administrativa se define como el proceso mediante el cual el o los directivos desarrollan sus actividades a través del proceso administrativo. **IPODCE**

2.3.2.1. Planificación

La Planificación es la primera función de la administración, y consiste en determinar las metas u objetivos a cumplir. La planificación incluye seleccionar misiones y objetivos como las acciones para alcanzarlos; requiere tomar decisiones; es

decir, seleccionar entre diversos cursos de acción futuros. Así la planificación provee un enfoque racional para lograr objetivos preseleccionados.

Tabla N° 10 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Documentos legales (permisos BPMs, RUC, etc.)	x	X										
compra de equipo y maquinaria		X	x									
reclutamiento y selección del personal			x	x								
instalación de equipo y maquinaria			x	x	x							
reunión con los proveedores					x							
adquisición de materia prima					x	x	X	x	x	x	x	x
registro en inventarios de materia prima y equipos					x							
capacitación al personal						x						x
inicio de actividades												x
evaluación												x

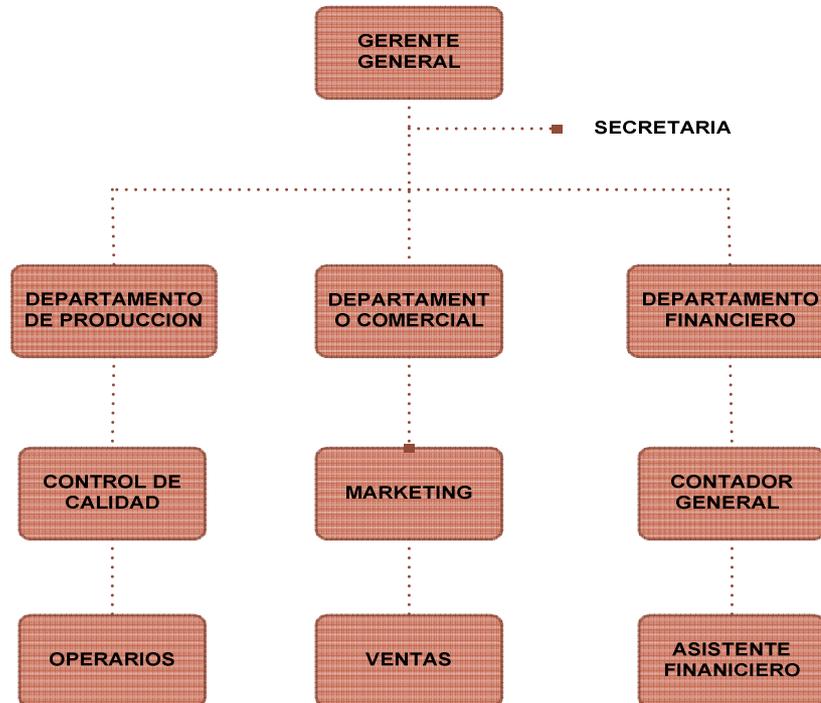
Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

2.3.2.2. Organización

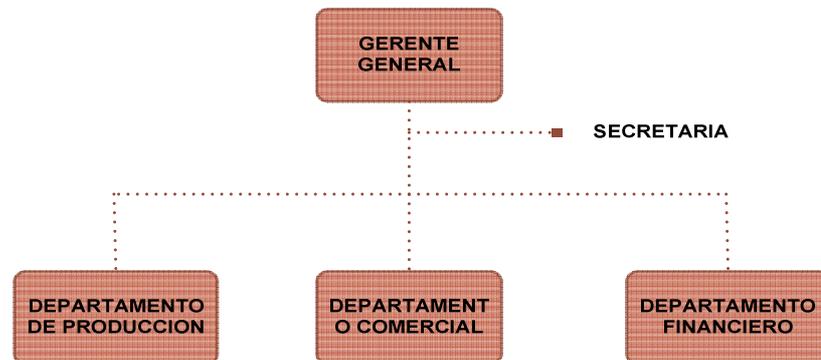
La estructura organizativa del trabajo que tenga una empresa influye directamente en la percepción que pueda tener un trabajador de sus condiciones laborales y en su rendimiento profesional.

Una estructura organizativa muy vertical, con una larga cadena de mando y tramos de control corto no favorece el trabajo en equipo, por el contrario las estructuras horizontales facilitan mejor el trabajo en equipo.

2.3.2.3. Organigrama estructural.



ORGANIGRAMA FUNCIONAL



- Gerente General

El gerente general será el encargado de velar por todas las funciones de mercado y ventas de la empresa. Representante de la alta dirección de la empresa por lo tanto

coordinará lograra coordinar y liderar funciones estratégicas y estudiar el proceso de elaboración y comercialización para en base a estos aplicar de manera correcta la toma de decisiones.

✓ **DEPARTAMENTO DE PRODUCCION**

Se encargara integralmente del proceso de elaboración del producto, El elaboración el cual no debe debe tener errores, para lo cual se implementará un extensivo y periódico control de calidad siguiendo parámetros preestablecidos por la alta dirección.

✓ **DEPARTAMENTO DE MARKETING**

Este departamento tendrá como objetivo principal dar a conocer el producto en los alrededores, es decir se encargara de la publicidad, obtención de clientes así como de proveedores, material pop, promociones, dar a conocer los nuevos productos que la empresa comercializara.

✓ **DEPARTAMENTO FINANCIERO**

Tal y como su nombre lo indica este departamento se encargará de financiar todos los proyectos de la empresa, de pagar sueldos, financiar futuros proyectos asignar presupuestos y manejar un estricto control de costos y gastos para que no se malgaste el dinero de la empresa en actividades innecesarias que ocasionarían un gasto innecesario para la empresa.

2.3.3.4. Dirección

El gerente general será quien esté a cargo de direccionar, guiar y tomar las riendas de la empresa TI-RON, de esta manera podrá también dar directrices específicas para alcanzar las metas y objetivos preestablecidos para todos y cada uno de los departamentos, entiéndase producción, comercialización y financiero.

2.3.3.5. Control

Para este tipo de acciones de control se establecerán indicadores en todos y cada uno de los procesos, de igual manera se manejara un modelo de mejora continua lo que nos permitirá controlar periódicamente el desempeño de cada uno de los trabajadores y por ende el cumplimiento de metas y objetivos de cada uno de los departamentos. En la empresa TI-RON estas actividades serán desempeñadas por una persona en cada uno de los departamentos para luego recopilar la información general y proceder a la toma de decisiones.

2.3.3. Gestión operativa

La gestión operativa de la empresa estará dada por el flujograma de producción

- 1. Colocar 20 l de agua en una caldera:** La palabra clave es **limpia**. La **mínima contaminación puede arruinar el ron**. Antes de empezar, asegúrate de que tengas los ingredientes más seguros y que el área en donde trabajarás esté desinfectada.
- 2. Disolver el azúcar y la melaza en los 20L de agua:** El azúcar se disolverá fácilmente pero la melaza es más difícil de disolver porque es pegajosa. Trata de

que el agua no hierva. Deja que se caliente hasta el momento en que comiencen a formarse burbujas y luego se debe apagar la hornilla.

3. **Enjuagar la solución y agregar levadura hidratada:** Es conveniente primero extraer aproximadamente 1 litro de la mezcla con un jarro y disolver la levadura en este. Luego, cuando se comience a formar espuma, agrégala al resto de la mezcla.
4. **Fermentar la solución a 25°C:** La levadura necesita calor para seguir transformando el azúcar en alcohol. Por eso, debes asegurarte de colocar el lavado en un lugar caliente o mantener el lugar caliente de forma artificial. La válvula de aire de la caldera va a permitir que se libere el dióxido de carbono sin permitir el ingreso del oxígeno. [1] La válvula de aire dejará de burbujear en aproximadamente 24 a 48 horas.
5. **Dejar reposar de 3 a 7 días la mezcla:** Para controlar cuándo este está listo, puedes usar un hidrómetro. Los hidrómetros miden la proporción de la densidad de un líquido con la densidad del agua. Mídela una vez por día desde el primer día en que termines de preparar el lavado. Extrae un poco del lavado y viértelo en un cilindro graduado o probeta. Coloca el hidrómetro de manera que flote en el cilindro, y mueve suavemente el cilindro para que cualquier burbuja que haya salga. Cuando obtengas la misma lectura en el hidrómetro tres días seguidos, tu lavado está listo para la destilación.
6. **Colocar la solución en un envase refrigerante:** Necesitas una fuente de agua para enfriar el vapor de alcohol. A medida que el vapor de alcohol se enfría, se

condensa formando el etanol líquido. Esto luego gotea desde el condensador y cae en el recipiente de recolección.

7. **Elevar la solución a un punto de ebullición:** Para el caso del ron, hervir lentamente es lo mejor; no hay necesidad de apurarnos. Comienza a hacer pasar el agua fría cuando la solución alcance una temperatura entre 50 a 60 °C (122 a 140 °F). La destilación de la solución habrá comenzado cuando gotas transparentes comiencen a salir de la boquilla y a caer en el recipiente de recolección.
8. **Agregar aditivos y saborizantes para mejorar la mezcla:** Prepara ron con especias agregándole canela, jengibre y clavos a la mezcla final y déjala en remojo con estas durante 1 a 2 semanas. Algunas personas le agregan una cantidad pequeña de azúcar caramelizada.

2.3.4. Gestión Comercial.

2.3.4.1. Producto

La empresa TI-RON se caracterizara por entregar un producto de calidad adecuado para amenizar cualquier tipo de reunión, ya que este tipo de ron no ha sido creado con el objetivo de embriagar a los consumidores y mucho menos causar algún tipo de efecto negativo en la salud de los mismos, más bien lo que se busca es posicionar en el mercado un producto que contenga las bondades de las frutas y que de igual manera logre satisfacer cierto tipo de necesidades que de una u otra manera se han vuelto tradicionales en nuestra cultura entiéndase para un brindis o tomándolo como un tipo de coctel, entre otros.

La motivación para consumir este nuevo tipo de ron recaerá principalmente en uno de los objetivos del gobierno actual, el cual habla de consumir lo nuestro, esto debido a que el ron es elaborado a base de frutas y especias, 2 componentes fáciles de conseguir dentro del país, de esta manera además de crear una cultura emprendedora, fuentes de trabajo y se aprovecha los recursos naturales del país.

2.3.4.2. Precio

El precio quizás es el elemento más importante de una estrategia comercial en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que este será en último término el que defina el nivel de ingresos.

Para el cálculo del precio del ron elaborado por la empresa TI-RON se procedió al cálculo de los costos de producción.

2.3.4.3. Plaza

La decisión de ubicar a la empresa TI-RON en el sector de Carapungo se debe a varios aspectos; principalmente a la cercanía con el mercado, los proveedores, seguridad, servicios básicos, vías de acceso.

- **Croquis de ubicación**



2.3.4.4. Promoción

Es el conjunto de actividades dirigidas a impulsar los productos de una empresa en el mercado.

- **Estrategias de promoción**

Este tipo de acciones son muy numerosas y pueden utilizarse singularmente o combinando entre ellas, proporcionan a corto plazo incrementos de ventas.

- **Estrategias dirigidas a los consumidores**

- ✓ **Descuentos.-** Se harán descuentos de hasta el 20% por la compra de 4 carteras en adelante en caso de consumidores minoritarios, en el caso de consumidores mayoritarios se aplicará otro tipo de descuento dependiendo de la cantidad y habitualidad de la compra.

También se otorgaran descuentos aquellas personas que lleven mayor cantidad de fundas plásticas al local.

- ✓ **Regalar artículos publicitarios.**- En fechas especiales como navidad, San Valentín, entre otros. Se obsequiaran monederos con el sello de TI-RON con esto ganamos mayor interés por parte de los consumidores además de hacer publicidad al momento de lanzar al mercado otro tipo de producto creado por la empresa recalcando siempre el compromiso de utilizar recursos naturales.

- ✓ **Concursos, promociones y buenas ofertas para los clientes más frecuentes**

Se buscara fidelizar a los clientes por medio de redes sociales tales como Facebook o Twitter.

Cada trimestre se realizara concursos en los cuales se sortearán obsequios a las personas que aporten ideas para la mejor utilización de los recursos naturales con los que actualmente contamos dentro del país.

2.3.4.4.1. Publicidad

(Thompson, 2008)La publicidad es una forma de comunicación impersonal y de largo alcance que es pagada por un patrocinador identificado para informar, persuadir o recordar a un grupo objetivo acerca de los productos, servicios, ideas u otros que promueve, con la finalidad de atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, seguidores u otros.

- ✓ Nombre de la empresa

TI-RON

- ✓ Logotipo de la empresa

Figura N° 9 Logotipo



Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

- ✓ Slogan de la Empresa

Atrévete a probar TI-RON, el ron de los ecuatorianos

- ✓ Tarjeta de presentación

Figura N° 10 Tarjeta de presentación



Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

✓ FLYER

Figura N° 11flyer



Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

2.4. Análisis FODA

❖ Ambiente Interno

Tabla N° 11 Fortalezas

AMBIENTE INTERNO			
FORTALEZAS			
DESCRIPCION	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
MISION	X		
VISION	X		
POLITICAS		X	
OBJETIVOS CORPORATIVOS	X		
GESTION ADMINISTRATIVA	X		
PLANIFICACION	X		
ORGANIZACIÓN	X		
DIRECCION	X		
CONTROL		X	
GESTION OPERATIVA		X	
GESTION COMERCIAL	X		

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 12 Debilidades

AMBIENTE INTERNO			
DEBILIDADES			
DESCRIPCION	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
DESCUENTO OFERTADO		X	
POLITICA DE COMUNICACIÓN PARTICIPANTE		X	
CALIDAD DEL PROCESO PRODUCTIVO	X		
TECNOLOGIA	X		
NO EXISTE UNA BASE DE DATOS HISTORICA DE LOS CLIENTES			X

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

❖ Ambiente Externo

Tabla N° 13 Oportunidades

AMBIENTE EXTERNO			
OPORTUNIDADES			
DESCRIPCION	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
TASAS DE INTERES		X	
PIB	X		
ASPECTO SOCIOCULTURAL		X	
POBLACION		X	
PEA	X		
ASPECTO TECNOLOGICO	X		
POLITICOS LEGALES		X	
CLIENTES	X		
PROVEEDORES		X	
COMPETENCIA	X		

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 14 Amenazas

AMBIENTE EXTERNO			
AMENAZAS			
DESCRIPCION	NIVEL		
	ALTO	MEDIO	BAJO
TASA DE INTERES	X		
BALANZA COMERCIAL		X	
TASA DE DESEMPLEO		X	
INFLACION		X	
MIGRACION		X	

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (EMPRENDEDORES, 2012)

3.1 Análisis del consumidor

(UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO, 2010) Toda decisión de compra requiere de una serie de pasos que realiza el comprador y no siempre las realiza de manera consciente. El proceso de decisión de compra se altera según el tipo de compra y consumidor, por ejemplo: las compras industriales o la compra impulsiva son muy diferentes. Para profundizar en el proceso de decisión de compra del consumidor, los investigadores deben plantearse las siguientes preguntas:

¿Cómo se encuentra constituido el mercado?

¿Cuál es la razón de la compra?

¿Cuál es el producto a comprar?

¿Cómo se realiza la operación de compraventa?

¿Cuándo se realiza la compra?

¿Dónde se realiza la compra?

3.1.1. Determinación de la población y muestra

El presente proyecto se desarrollara en el sector norte de la ciudad de quito en el barrio de Carapungo

3.1.1.1. Población

Llamamos población al número de habitantes que hay en un lugar determinado. Así, podemos hablar de la población de una ciudad, de un país, etc.

La población de la Tierra va aumentando continuamente.

Antiguamente aumentaba muy lentamente debido al hambre y a las grandes epidemias que hacían que hubiese muchas muertes y, por eso, aunque nacían también muchos, el aumento de la población era muy poco. (AJIMEN, 2003)

3.1.1.2. Muestra

La muestra es el grupo de individuos que realmente se estudiaran, es un subconjunto de la población, para que se puedan generalizar resultados obtenidos dicha muestra ha de ser representativa de la población. Para que sea representativa, se han de definir muy bien los criterios de inclusión y exclusión y sobre todo, se han de utilizar las técnicas de muestreo apropiadas. (TERESA, 2006)

Referencias

n= Muestra

N= Población

e= Margen de error = 5%

P= Probabilidad de éxito = 50%

Q= Probabilidad de fracaso = 50%

Z= Nivel de confianza = 95% = 1.96%

Fórmula:

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

$$n = \frac{1.96^2 * 0.50 * 0.50 * (50356)}{(0.05)^2 * (50356-1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = 385.12$$

$$n = 385$$

3.1.2. Técnicas de obtención de información

Las técnicas de recolección de información son todas las formas posibles de las que se vale el investigador para obtener la información necesaria en el proceso investigativo.

Hace relación al proceso condiciones y lugar de recolección de datos, dependiendo de las distintas formas de investigación. (GOMEZ, 2011)

3.1.2.1. Encuesta

La encuesta es uno de los métodos más utilizados en la investigación de mercados porque permite obtener amplia información de fuentes primarias por ello es necesario que mercadólogos e investigadores de mercado conozcan cual es la definición de encuesta, pero desde distintas perspectivas para tener un panorama más completo de la misma. (THOMPSON, 2010).

Semanal_____ quincenal_____ mensual_____

3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la adquisición de una botella de 750ml de ron?

\$8-11_____ \$ 12-15_____ \$ 16-19 _____

4.- ¿Considera usted conveniente el consumo de ron artesanal en eventos sociales y/o familiares?

SI_____ NO_____

5.- ¿Qué busca usted al momento de consumir ron?

Precio_____ calidad_____ sabor_____

6.- ¿Está usted de acuerdo con los precios actuales del ron?

SI_____ NO_____

7.- ¿Qué tipo de sabor frutal le gustaría en este nuevo tipo de ron?

ovo_____ maracuyá_____ fresa_____ otro_____

8.- ¿Qué otro producto le gustaría que le ofrecieran?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.1.3. Análisis de la información

Resultado de la encuesta realizada a las personas de quito.

1.- ¿Considera usted oportuna la producción y comercialización de ron artesanal elaborado a base de frutas y especias en el sector de Carapungo?

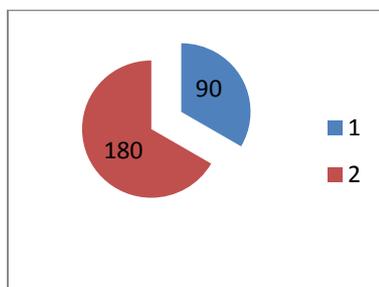
Tabla N° 15 pregunta N° 1

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	308	80%
NO	77	20%
TOTAL	385	100%

Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Figura N° 12 Pregunta N° 1



Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Análisis : Los datos que nos arroja la encuesta nos indica que un 80% de la población considera oportuna la producción y comercialización de ron artesanal elaborado a base

de frutas y especias en el sector de Carapungo mientras que el 18% no piensa de igual manera.

2.- ¿Con que frecuencia consume usted bebidas alcohólicas de moderación?

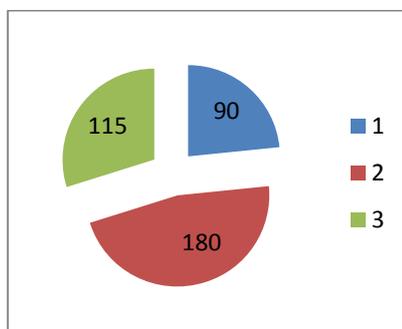
Tabla N° 16 pregunta N° 2

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANAL	90	23.38%
QUINCENAL	180	46.75%
MENSUAL	115	29.87%
TOTAL	385	100%

Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Figura N° 13 Pregunta N° 2



Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Análisis: Con la segunda pregunta lo que obtenemos como resultado es que la población consume bebidas alcohólicas de moderación quincenalmente en un 46.75% seguido por un 29.87% mensual y un 23.38% semanal.

3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la adquisición de una botella de 750ml de ron?

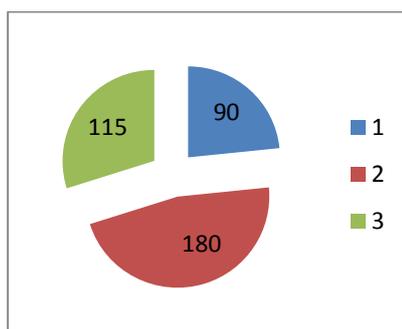
Tabla N° 17 pregunta N°3

CONCEPTO	FRECUENCIA	PROCENTAJE
8-11	190	28.57%
12-15	110	49.35%
16-19	85	22.08%
TOTAL	385	100%

Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Figura N° 14



Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Análisis: Según los datos obtenidos en la encuesta se puede llegar a la conclusión de que un 28.57% de la población estaría dispuesta a pagar entre 8 y 11 dólares por una botella de este nuevo tipo de ron, mientras que un 49.35% pagaría entre 12 y 15 dólares por el mismo y un 22.8% pagaría entre 16 y 19 dólares por este producto.

4.- ¿Considera usted conveniente el consumo de ron artesanal en eventos sociales y/o familiares?

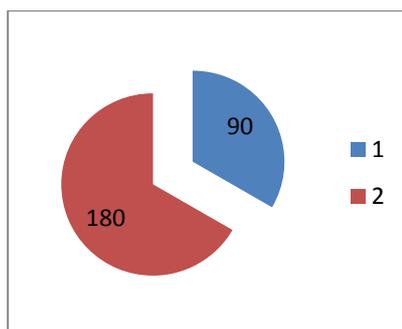
Tabla N° 18 pregunta N° 4

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	250	64.94%
NO	135	35.06%
TOTAL	385	100%

Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Figura N° 15



Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Análisis: La encuesta nos deja como resultado que un 64.94% de la población considera pertinente el consumo de bebidas alcohólicas de moderación en reuniones familiares o sociales razón por la cual el producto tendría la aceptación esperada.

5- ¿Qué busca usted al momento de consumir ron?

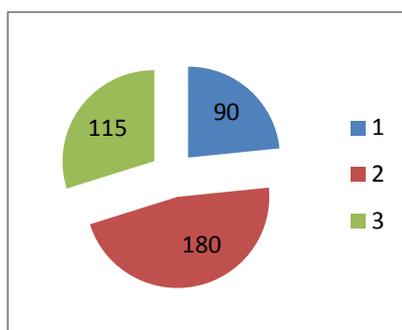
Tabla N° 19 pregunta N° 5

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRECIO	126	32.73%
CALIDAD	129	33.77%
SABOR	130	33.77%
TOTAL	385	100%

Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Figura N° 16



Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Análisis: Según los resultados obtenidos en las encuestas existe una equidad en cuanto a lo que prefieren las personas al momento de consumir bebidas alcohólicas de moderación; es decir buscan precio calidad y sabor en la misma bebida, esto se lo puede tomar como una ventaja ya que la TI-RON cumple con todos estos requisitos.

6.- ¿Está usted de acuerdo con los precios actuales del ron?

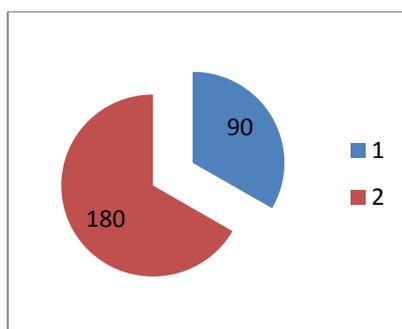
Tabla N° 20 pregunta N° 6

CONCEPTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	117	30.39%
NO	268	69.61%
TOTAL	385	100%

Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Figura N° 17



Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Análisis: Se puede notar una clara diferencia, debido a esto es de fácil deducción que un gran porcentaje de la población no le parece adecuado los precios de los distintos tipos de ron que se comercializan dentro del sector.

7.- ¿Qué tipo de sabor frutal le gustaría en este nuevo tipo de ron?

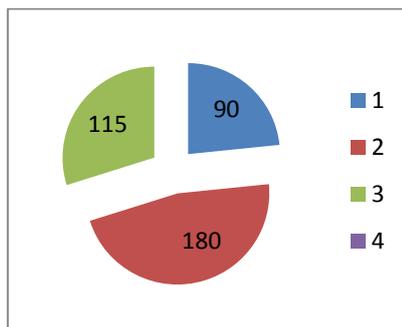
Tabla N° 21 pregunta N° 7

CONTENIDO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
OVO	130	33.75%
MARACUYA	90	23.38%
FRESA	110	28.57%
OTRO	55	14.29%
TOTAL	385	100%

Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Figura N° 18



Fuente: **Encuesta**

Elaborado por: **Juan Carlos Rodríguez**

Análisis: En el caso de que la empresa tenga la necesidad o la posibilidad de expandirse para producir y comercializar un nuevo sabor de ron artesanal, queda claro que la primera opción sería la de prepararlo utilizando el ovo como primera opción, seguido por la fresa y como última opción el maracuyá.

3.2. Oferta

Exposición pública que se hace de las mercaderías en solicitud de venta. Cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un periodo de tiempo determinado y a un precio dado. La cantidad ofrecida de un determinado producto depende de diferentes factores, siendo los más importantes: el precio de los demás bienes (en especial de los factores productivos utilizados y la tecnología disponible).

(LA GRAN ENCICLOPEDIA DE LA ECONOMIA , 2009)

3.2.1. Oferta Histórica

La oferta histórica está enfocada al número de unidades que adquieren las diferentes distribuidoras para la disposición de los clientes las cuales pueden ser tiendas o supermercados.

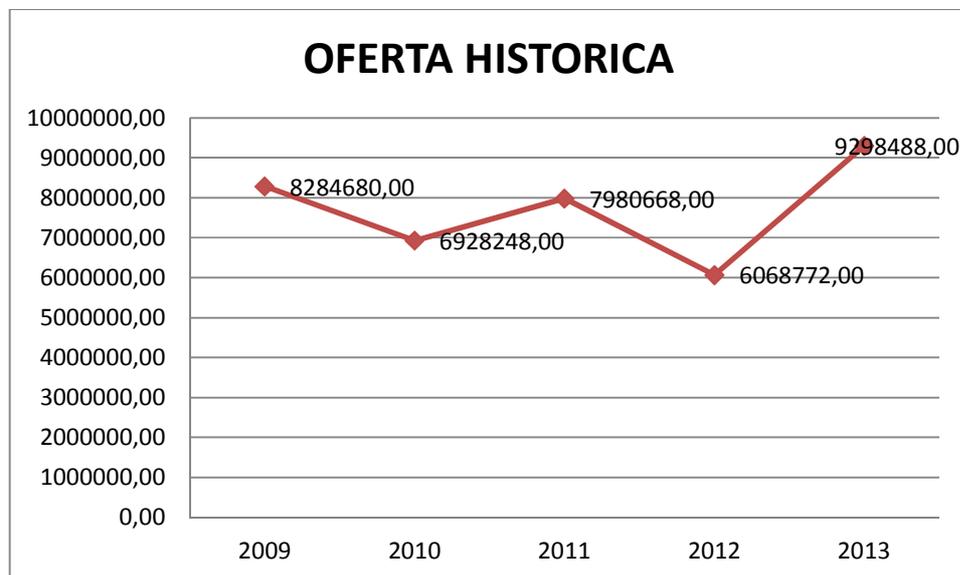
Tabla N° 22 Oferta Histórica

AÑO	OFERTA HISTORICA	\$
2010	690309	8284680.00
2011	577354	6928248.00
2012	665055	7980668.00
2013	505731	6068772.00
2014	774874	9298488.00

Fuente: Tobar Viviana (tesis)

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Figura N° 19 Oferta Histórica



Fuente: Tobar Viviana (tesis)

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Como se puede observar en el gráfico podemos decir que tiene una tendencia de crecimiento debido a que el ron está siendo consumido en gran cantidad, debido a que ofertan más para poder obtener una gran rentabilidad con la variedad de sabores.

3.2.2. Oferta Actual

La oferta actual según la investigación dio como resultado que está compuesta por fabricantes nacionales, importadores y distribuidores de diferentes países. Para el presente proyecto se ha tomado datos de las empresas nacionales.

AÑO	OFERTA ACTUAL	\$
2014	924874	11098488.00

3.2.3. Oferta Proyectada

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	DEMANDA DE ACEPTACION COMPRTENCIA	OFERTA PROYECTADA
2014	1742422,00	0,06	104545,32
2016	1799050,72	0,06	107943,04
2016	1857519,87	0,06	111451,19
2017	1917889,27	0,06	115073,36
2018	1980220,67	0,06	118813,24
2019	2044577,84	0,06	122674,67

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Figura N° 20 Oferta proyectada



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Análisis: Como se puede apreciar en el gráfico la oferta tiene una tendencia de crecimiento en el mercado nacional.

3.3. Productos Sustitutos

Un producto sustitutivo es aquel que satisface las mismas necesidades de los clientes que el producto que ofrece el sector o la industria. En una primera aproximación, estos productos procederían de la variedad existente en la propia industria. (PEARSON, 2010)

Para el presente proyecto se puede tomar como productos sustitutos a otros tipos de bebidas alcohólicas tales como: el wiski, ron (de tipo normal y no artesanal), cocteles, etc.

3.4. Demanda

Desde la teoría económica la demanda señala la cantidad de bienes o servicios que un consumidor estaría dispuesto a adquirir a un determinado precio. Por lo tanto esta implica una relación inversa entre cantidades y precios a mayor precio, menor será la cantidad demandada. (BARCO, 2009)

3.4.1. Demanda Histórica

Tabla N° 23 Demanda Histórica

AÑO	DEMANDA HISTORICA	\$
2009	517731	6212772.00
2010	433016	5196192.00
2011	498791	5985492.00
2012	379298	4551756.00
2013	581156	6973866.00

Fuente: INEC

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Figura N° 21 Demanda Histórica



Fuente: INEC

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Análisis: Como se puede dar en cuenta en el gráfico que en la ciudad de Quito la demanda de vino no tiene una estabilidad porque en el año del 2012 tuvo una baja, pero en el año 2013 crece significativamente con lo que podemos decir que la población está comprando más ron que los años anteriores.

3.4.2. Demanda Actual

Tabla N° 24 Demanda Actual

AÑO	DEMANDA ACTUAL	\$
2015	593165	7117872.00

Fuente: INEC

Como nos indica la tabla la demanda de ron actual en el país es de 593165 de unidades con una obtención de \$7117872.00 en dólares.

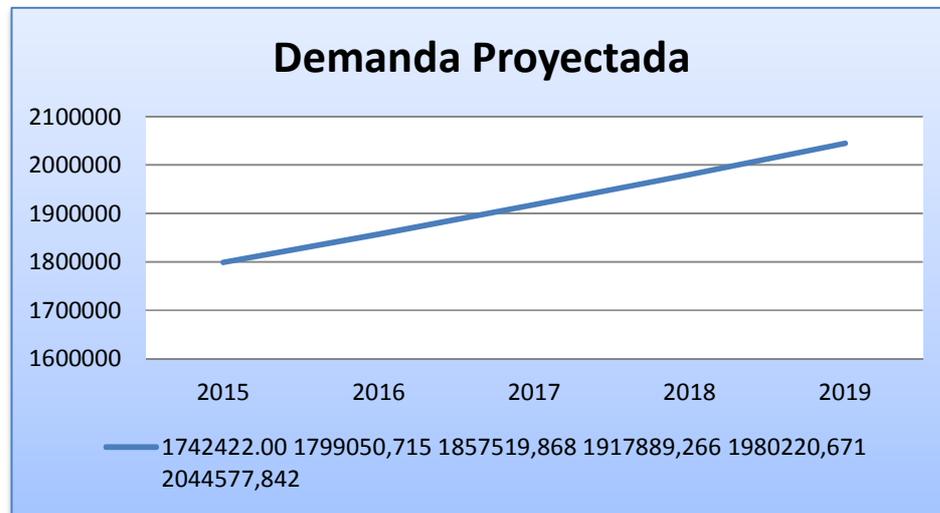
3.4.3. Demanda Proyectada

Tabla N° 25 Demanda proyectada

AÑO	DEMANA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	DEMANDA PROYECTADA
2014	1742422.00	1	1742422.00
2015	1742422,00	1,0325	1799050,72
2016	1799050,72	1,0325	1857519,87
2017	1857519,87	1,0325	1917889,27
2018	1917889,27	1,0325	1980220,67
2019	1980220,67	1,0325	2044577,84

Fuente: Estudio de mercado

Figura N° 22 Demanda Proyectada



Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Análisis: Con el cálculo de la demanda proyectada nos podemos dar cuenta que tiene una tendencia de crecimiento en la ciudad de Quito mientras transcurran los años, con esto podemos darnos cuenta esto es una oportunidad para los nuevos productores y comercializadores de ron.

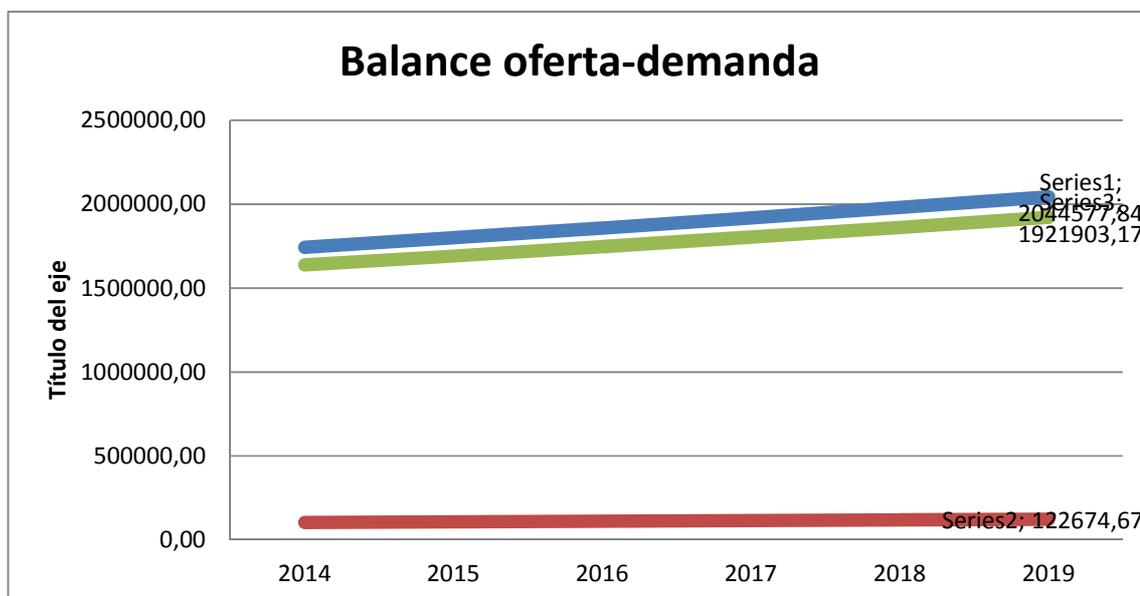
3.5. Balance OFERTA-DEMANDA

Tabla N° 26 Balance oferta-demanda

AÑOS	D.PROYECTADA	O.PROYECTADA	D.INSATISFECHA
2014	1742422,00	104545,32	1637876,68
2015	1799050,72	107943,04	1691107,68
2016	1857519,87	111451,19	1746068,68
2017	1917889,27	115073,36	1802815,91
2018	1980220,67	118813,24	1861407,43
2019	2044577,84	122674,67	1921903,17

Fuente: Estudio de mercado

Figura N° 23 Balance oferta-demanda



Fuente: Estudio de mercado

Análisis: El cuadro nos indica la relación que existe entre la demanda y la oferta con lo que podemos decir que mientras mayor sea la demanda mayor será la oferta para poder cubrir el mercado, el precio también tiene una tendencia de crecimiento.

CAPITULO IV

Estudio de Técnico.

Sirve para hacer un análisis del estudio técnico de un bien o la prestación de un servicio: incluye aspectos como: materias primas, mano de obra, maquinaria necesaria, plan de manufactura, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizara la empresa y costos de inversión y operación. (EMPRENDEDOR , 2010)

4.1. Tamaño del proyecto

4.1.1. Capacidad instalada

En el presente proyecto se tiene una instalación la cual cuenta con un galpón, esta instalación se encuentra ubicada en la Parroquia de Calderón.

Análisis de la capacidad instalada

En el siguiente cuadro se muestra la cantidad de materia prima que se utilizara para la elaboración de 650 botellas de ron artesanal, en una presentación de 750ml.

Tabla N° 27 Análisis de la capacidad instalada

MATERIA PRIMA	COSTO UNITARIO	LIBRAS /LITROS	COSTO TOTAL
Melaza	0.75	894 libras	670,50
Azúcar	0.60	894 libras	536,40
Agua destilada	0.85	845 litros	718,25
Levadura hidratada	2.5	244 libras	610,00

Fuente: Estudio de mercado

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Capacidad de diseño

Capacidad de diseño es la cantidad de productos que una empresa desearía producir bajo condiciones normales y para lo cual fue diseñado el sistema. (NAFINSA, 2004)

Producción real

La producción real es aquella que el total que se obtiene cuando los recursos de producción son utilizados al máximo.

Capacidad Efectiva

Es la capacidad que puede suministrar una planta y/o unidad de generación en condiciones normales de operación, medida en la frontera comercial. (gecelca, 2004)

Utilización

Es el porcentaje de capacidad de diseño alcanzado. (López, 2004)

Eficiencia

En términos generales, la palabra eficiencia hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos. (Thompson, Promonegocios.net, 2012)

En la siguiente figura se indica la capacidad de diseño que tiene la infraestructura así como la utilización y la eficiencia en la producción.

Capacidad Instalada

5 días

8 horas

22 botellas diarias, 650 botellas mensuales capacidad de producción

Tabla N° 28 Capacidad Instalada

CAPACIDAD DE DISEÑO	700
PRODUCCIÓN REAL	650
CAPACIDAD EFECTIVA	580
UTILIZACION	98%
EFICIENCIA	89%

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

4.1.2. Capacidad Óptima

AREAS	LONGITUD
Área de contabilidad	5m x 4,5m
Área de recepción de materia prima y selección	8m x 6m
Área de lavado	4m x 5m
Área de embotellado y empacado	5m x 4m
Producción	5m x 15m
Bodega de añejamiento y almacenamiento	8.5mx8m
Área de manejo de residuos	4m x 6m
Baño	2m x 2,5m

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

4.2. Localización

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos; es decir en donde se obtenga la mayor ganancia, si es una empresa privada, o el mismo costo unitario si se trata de un proyecto social. (Tomás, 2010)

4.2.1. Macro

Tiene por objeto determinar el territorio en el cual el proyecto tendrá influencia con el medio, describiendo las características, ventajas y desventajas. (HERNANDEZ, 2012) Se hace referencia a la ubicación macro en donde se va a llevar a cabo nuestro proyecto.

Tabla N° 29 Macro localización

PAÍS	ECUADOR
PROVINCIA	PICHNCHA
CANTON	QUITO
PARROQUIA	CALDERON

Fuente: Estudio Técnico

4.2.2. Micro-localización

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (Dios, 2004)

Figura N° 24 Micro localización



Fuente: Estudio Técnico

4.2.3. Localización Óptima

Matriz de factores relevantes

Tabla N° 30 Matriz de factores relevantes (Sector Carapungo)

Factores	Ponderación	Lugar	
		Calificación	Total
Costo de renta	0,10	9	0.90
Cercanía a los proveedores	0,25	10	2.50
Vías de acceso	0,15	9	1.35
Infraestructura	0,15	8	1.20
Seguridad	0,10	10	1
Medio de transporte	0,10	8	0,80
Mano de obra	0,10	10	1
Estacionamiento	0,05	9	0,45
Total	1,00	73,00	9.20

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 31 Matriz de factores relevantes (Sector Carcelén)

Factores	Ponderación	Lugar	
		Calificación	Total
Costo de renta	0,17	7	1.19
Cercanía a los proveedores	0,18	9	1.62
Vías de acceso	0,10	5	0.50
Infraestructura	0,12	7	0.84
Seguridad	0,08	7	0.56
Medio de transporte	0,12	9	1.08
Mano de obra	0,11	8	0.68
Estacionamiento	0,12	6	0,72
Total	1,00	58,00	7.19

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 32 Matriz de factores relevantes (Sector la Bota)

Factores	Ponderación	Lugar	
		Calificación	Total
Costo de renta	0,06	9	0.54
Cercanía a los proveedores	0,15	6	0.9
Vías de acceso	0,17	7	1.53
Infraestructura	0,17	5	0.85
Seguridad	0,10	5	0.5
Medio de transporte	0,15	7	1.08
Mano de obra	0,11	7	1.05
Estacionamiento	0,09	5	0,45
Total	1,00	51,00	6.9

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

4.3. Ingeniería del producto

4.3.1. Definición del bien o del servicio

El ron es un tipo de licor alcohólico destilado, obtenido del jugo o de la melaza de la caña de azúcar. Usualmente es un sub-producto de la fabricación del azúcar e incluye a los tipos claros ligeros, típicos de la República Dominicana, Cuba y Puerto Rico, y los rones más pesados y de más sabor como los de Jamaica. (M, 2010)

4.3.2. Distribución de la planta

Tabla N° 33 Códigos de cercanía

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

Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 34 Factores del proceso

1	Por proceso
2	Por gestión administrativa
3	Ruido
4	Precaución
5	Higiene

Fuente: Estudio Técnico

Matriz Triangular

Figura N° 25 Matriz Triangular

Area de contabilidad	O2	U5								
Area de recepción de materia prima y selección	A1	I1	X3							
Area de lavado	U4	I1	A1	O2	U5					
Area de embotellado y empaçado	E1	I1	O4	O4	A1	X5				
Producción	E2	A1	O4	E1	A1	U5	I5			
Bodega de añejamiento y almacenamiento	X4	U4	O4	X5	U5	U4	U5			
Area de manejo de residuos										
Baño	O5	X5								

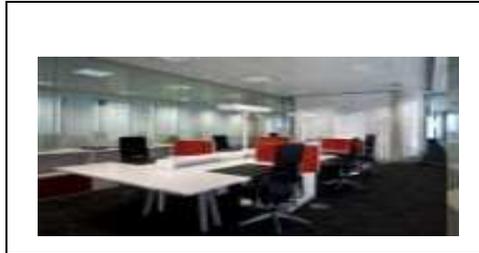
Fuente: Estudio Técnico

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Área de Contabilidad

5m

4.5m



Área de recepción de materia prima y selección

8m

6m



Área de lavado

4m

5m



Área de embotellado y empackado

5m

4m



Producción

5m

15m



Bodega de añejamiento y almacenamiento

8.5m

8



Área de manejo de residuos

4m

6



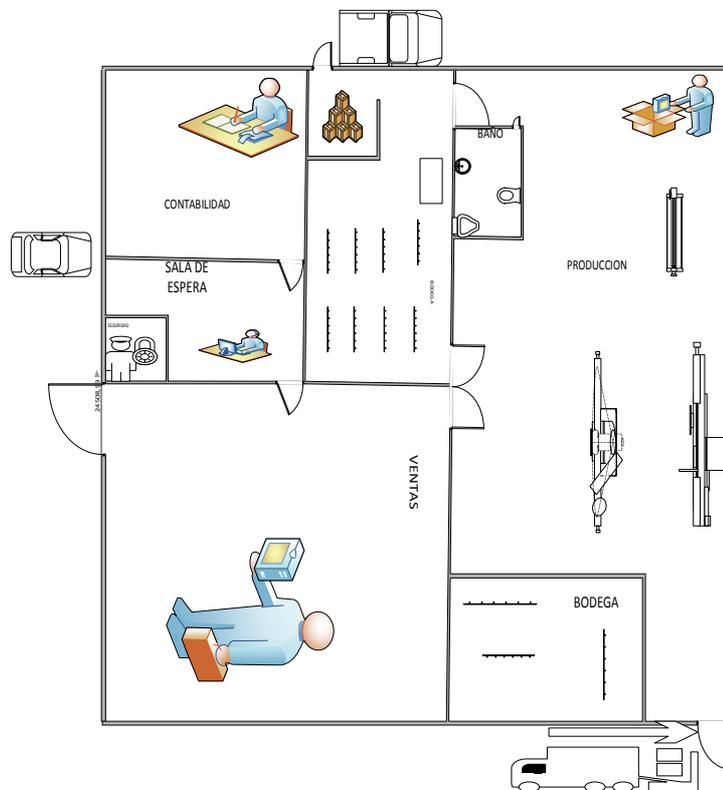
Baño

2m

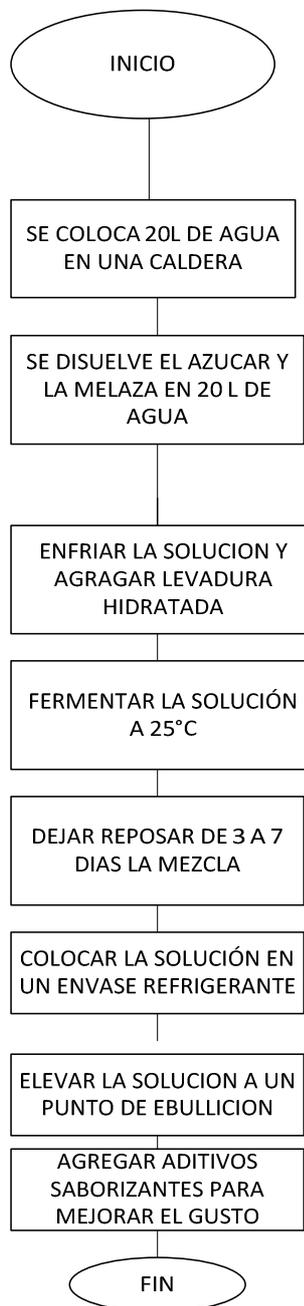
2.5m



Plano



4.3.3. Proceso productivo



4.3.4. Maquinaria

4.3.5. Equipo

La maquinaria y herramientas que la empresa necesitará para la elaboración del ron, deberán cumplir con estándares que permitan obtener un producto terminado de óptima calidad.

Para lo que se necesitan los siguientes equipos:

Tabla N° 35 Maquinaria y Equipo

Descripción	cantidad	Costos		
		C. Unitario	Costo total	Total bruto
Activos fijos				
Infraestructura	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00	
Vehículo	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	
total				\$ 32.000,00
Maquinaria y Equipos				
Lavadora	1	\$ 800,00	\$ 800,00	
Prensadora	1	\$ 300,50	\$ 300,50	
Barriles de madera	3	\$ 110,00	\$ 330,00	
Fermentadores	4	\$ 1.120,20	\$ 4.480,80	
Filtros	2	\$ 350,00	\$ 700,00	
Embotelladora	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
Alcoholímetros	3	\$ 10,00	\$ 30,00	
Total maquinaria y equipos				\$ 7.641,30

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Fuente: Estudio Técnico

CAPITULO V

Estudio financiero.

Consisten en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad

5.1. Ingresos operacionales y no operacionales

Los ingresos operacionales son los que se relacionan directamente a la razón de ser del negocio. Si un ingreso no corresponde al objeto social de la empresa, se lo considera un Ingreso no operacional, al no ser propio del giro del negocio.

Para poder realizar el cálculo de los ingresos operacionales, es necesario identificar los 3 costos fundamentales que se requieren para su cálculo:

MOD (Mano de obra directa)

MPD (Materia prima directa)

CIF (Costos Indirectos de fabricación)

Tabla N° 36 Mano de obra directa

MOD(MANO DE OBRA DIRECTA)						
CONCEPTO	sueldo	13er sueldo	14 sueldo	fondos de reserva	total mensual	total anual
trabajador 1	450,00	37,50	28,33	37,50	553,33	6640
trabajador 2	370,00	30,83	28,33	30,83	460,00	5520
Total	820,00	68,33	56,67	68,33	1013,33	12160,00

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

M.P.D. Materia prima directa

La materia prima directa son todos aquellos materiales usados para la elaboración del producto final.

Tabla N° 37 Materia Prima Directa

MPD(MATERIA PRIMA DIRECTA)					
CONCEPTO	MEDIDA	PRODUCCION MENSUAL	COSTO UNITARIO	COST MENSUAL	COST ANUAL
MELAZA	LIBRA	650	0,75	487,5	5850
AZUCAR	LIBRA	650	0,6	390	4680
AGUA DESTILADA	LITRO	650	0,85	552,5	6630
LEVADURA HIDRATADA	LIBRA	650	2,5	1625	19500
TOTAL			4,7	3055	36660

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

CIF (COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN)

Los Costos indirectos de fabricación son todos los asociados con la fabricación, excepto la mano de obra y la materia prima, incluyendo suministros, impuestos, mantenimientos y materia o mano de obra que no está relacionada directamente con la elaboración del producto, pero que es parte esencial para ello.

Tabla N° 38 SERVICIOS BÁSICOS

concepto	SERVICIOS BASICOS		PRODUCCION	ADMINISTRACIÓN	VENTAS
	costo mensual	costo anual	70% anual	20% anual	10% Anual
agua	21,00	252,00	176,40	50,40	25,20
Luz	68,00	816,00	571,20	163,20	81,60
teléfono	30,00	360,00	252,00	72,00	36,00
internet	70,00	840,00	588,00	168,00	84,00
Total	189,00	2268,00	1587,60	453,60	226,80

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 39 MATERIALES DE SEGURIDAD

MATERIALES DE SEGURIDAD				
CONCEPTO	COSTO	CANTIDAD	COST MENSUAL	COSTO ANUAL
botas	10,00	3	30,00	360,00
guantes	0,05	3	0,15	1,80
cofia	0,15	3	0,45	5,40
mascarilla	0,10	3	0,30	3,60
mandil	6,50	3	19,50	234,00
total	16,80		50,40	604,80

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 40 MATERIALES DE ENVASADO

MATERIALES DE ENVASADO				
CONCEPTO	COSTO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Etiquetas	0,06	650	39,00	468,00
Aluminio	0,04	650	26,00	312,00
Envases	0,08	650	52,00	624,00
Total	0,18	1950	117,00	1404,00

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 41 COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

CIF(COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN)				
CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO
Servicios básicos	189,00	2268	650	0
materiales de seguridad	50,40	604,8	650	0
envasado	117,00	1404	650	0,55
TOTAL	356,40	4276,80		0,55

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 42 COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	
CONCEPTO	COSTO UNITARIO
MOD (mano de obra directa)	1,56
MPD(materia prima directa)	4,70
CIF(costos indirectos de fabricación)	0,55
CUP	6,81

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Calculo de ingresos operacionales

Una vez que se han determinado los tres principales costos, se realiza el respectivo cálculo de los ingresos operacionales tomando en consideración una utilidad del 60%.

Tabla N° 43 INGRESOS OPERACIONALES

INGRESOS OPERACIONALES	
CONCEPTO	VALOR
costo de producción unitario	6,81
Utilidad (85%)	5,79
P.V.P	12,59
producción mensual	650,00
ingresos mensuales	8185,76
ingresos anuales	98229,08

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Posteriormente se procederá a proyectar en el tiempo de duración estándar del proyecto que es de 5 años tomando en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del sector, la cual asciende a 1.0098.

Tabla N° 44 INGRESOS OPERACIONALES PROYECTADOS

INGRESOS PROYECTADOS			
AÑO	INGRESO ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO	INGRESOS PROYECTADOS
año base 2014	98229,08	1	98229,08
2015	98229,08	1,0098	99191,72
2016	99191,72	1,0098	100163,80
2017	100163,80	1,0098	101145,41
2018	101145,41	1,0098	102136,63
2019	102136,63	1,0098	103137,57

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Calculo de ingresos no operacionales

El presente proyecto no genera ninguna tipo de ingreso No Operacional, ya que la empresa se dedica a una sola actividad comercial y no posee actividades ajenas al giro del negocio.

5.2. Costos

Los costos son los valores que se desembolsan para realizar la elaboración del producto. Se clasifican en costos directos y costos indirectos. (URBINA, 2006)

5.2.1. Costo directo

Se definen como aquellos que tienen relación directa con el giro del negocio.

Tabla N° 45 Costos Directos

COSTO DIRECTO	
MPD(materia prima directa	36660,00
MOD(mano de obra directa	12160,00
TOTAL	48820,00

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

5.2.2. Costos Indirectos

Tabla N° 46 COSTOS INDIRECTOS

COSTO INDIRECTO	
servicios básicos	2268,00
material de seguridad	604,80
envasado	1404,00
TOTAL	4276,80

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

5.2.3. Gastos Administrativos

Representa los gastos devengados en el período incurridos para el desenvolvimiento administrativo de la entidad.

Tabla N° 47 Gastos de Personal

GASTOS DE PERSONAL							
CONCEPTO	CANTIDAD	SUELDO MEN	DECIMO TER	DECIMO CUA	FONDOS DE RE	TOTAL MEN	TOTAL ANU
Gerente general	1	500,00	41,67	28,33	41,67	611,67	7340,00
Contador	1	350,00	29,17	28,33	29,17	436,67	5240,00
Vendedor	1	350,00	29,17	28,33	29,17	436,67	5240,00
TOTAL		1200,00	100,00	85,00	100,00	1485,00	17820,00

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 48 Gastos de aseo y limpieza

MATERIAL DE ASEO Y LIMPIEZA			
Descripción	cantidad anual	costo unitaria	costo anual
trapeador	2,00	1,25	15,00
ambiental	4,00	1,00	12,00
cloro	4,00	0,75	9,00
escoba	2,00	1,25	15,00
desinfectante	4,00	0,80	9,60
recogedor	2,00	1,00	12,00
TOTAL		6,05	72,60

Tabla N° 49 Suministros de oficina

Descripción	cantidad anual	costo unitaria	costo semestral
Resma de papel	4	\$ 4,00	\$ 16,00
Block de facturas	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Lápices	16	\$ 0,50	\$ 8,00
Bolígrafos	32	\$ 0,50	\$ 16,00
Grapas	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Clips	2	\$ 1,00	\$ 2,00
TOTAL		\$ 17,00	\$ 84,00

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 50 OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS

OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	COSTO MENSU	COSTO ANUAL
Servicios Básicos	75,60	907,20
Arriendo	200,00	2400,00
TOTAL	275,60	3307,20

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

5.2.4. Costo de ventas

Tabla N° 51 COSTO DE VENTAS

DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
SERVICIOS BASICOS	226,80	2721,60
TARJETAS DE PRESENTACION	7,00	84,00
FLYER	7,50	90,00
PUBLICIDAD	75,00	900,00
MATERIAL POP	200,00	2400,00
TOTAL	516,30	3097,80

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Proyección de Costos y Gastos

Se realiza la proyección de costos y gastos, para los 5 años, que es el tiempo de duración estándar del proyecto.

Tabla N° 52 PROYECCION DE COSTOS DE PRODUCCION

PROYECCION DE LOS COSTOS DE PRODUCCION								
CONCEPTO	2014 AÑO BASE	INFLACION 3,27	2015	2016	2017	2018	2019	
MOD	12160,00	1,0327	12557,63	12968,27	13392,33	13830,26	14282,51	
MPD	36660,00	1,0327	37858,78	39096,76	40375,23	41695,50	43058,94	
CIF	4276,80	1,0327	4416,65	4561,08	4710,22	4864,25	5023,31	
TOTAL	53096,80		54833,07	56626,11	58477,78	60390,00	62364,76	

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 53 PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

PROYECCION DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS							
CONCEPTO	2014 AÑO BASE	INFLACION 3,27	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS DE PERSO	17820,00	1,0327	18402,71	19004,48	19625,93	20267,70	20930,45
MAT DE LIMPIEZA	72,60	1,0327	74,97	77,43	79,96	82,57	85,27
SUMINISTROS DE O	84,00	1,0327	86,75	89,58	92,51	95,54	98,66
OTROS GASTOS AD	3307,20	1,0327	3415,35	3527,03	3642,36	3761,47	3884,47
TOTAL	21283,80		21979,78	22698,52	23440,76	24207,27	24998,85

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

Tabla N° 54 PROYECCION DE GASTOS DE VENTAS

PROYECCION DE LOS COSTOS DE VENTAS							
CONCEPTO	2014 AÑO BASE	INFLACION 3,27	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos de ventas	3097,80	1,0327	3199,10	3303,71	3411,74	3523,30	3638,52
TOTAL	3097,80		3199,10	3303,71	3411,74	3523,30	3638,52

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

5.2.5. Costos Financieros

Son los intereses que se deben pagar debido a los capitales obtenidos en préstamo.

5.2.6. Costos Fijos y Variables

5.2.6.1. Costos Fijos

En la siguiente tabla se muestra el total de los costos fijos obtenidos mediante la suma de los gastos administrativos más los gastos de venta.

Tabla N° 55 COSTOS FIJOS

CONCEPTO	2014 AÑO BASE	INFLACION 3,27	2015	2016	2017	2018	2019
Gastos Administrativos	33513,80	1,0327	34609,70	35741,44	36910,18	38117,15	39363,58
Gastos de ventas	3097,80	1,0327	3199,10	3303,71	3411,74	3523,30	3638,52
TOTAL	36611,60		37808,80	39045,15	40321,92	41640,45	43002,09

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

5.2.6.2. Costos Variables

El costo variable hace referencia a los costos de producción que varían dependiendo del nivel de producción. A continuación se indica el total de Mano de Obra Directa, Materia Prima Directa y Costos Indirectos de Fabricación, así como el costo de fabricación total y unitaria en la producción de 650 botellas de 750 ml. Mensuales.

Tabla N° 56 Costos Variables

COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	
CONCEPTO	COSTO UNITARIO
MOD (mano de obra directa)	1,56
MPD(materia prima directa)	4,70
CIF(costos indirectos de fabricación)	0,55
CUP	6,81

Elaborador por: Juan Carlos Rodríguez

5.3.Inversiones.

La inversión es el capital inicial, o los recursos necesarios que se colocan en un proyecto o iniciativa empresarial con el fin de dar inicio a sus actividades, con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que genere ganancia.

5.3.1. Inversión Fija

La inversión fija es el conjunto de recursos tangibles y no tangibles necesarios para la realización del proyecto, Se llama fija porque el proyecto no puede desprenderse fácilmente de él sin que se perjudique la empresa. Estos recursos tienen una vida útil mayor a un año y se deprecian, estos recursos son maquinaria, equipos muebles, vehículos, edificio, entre otros.

5.3.1.1. Activos Fijos

El activo fijo es el conjunto de bienes que son propiedad de la empresa. Es llamado fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasiona problemas a sus actividades productivas. (URBINA, EVALUACION DE PROYECTOS , 2006)

5.3.1.2. Activos Nominales (diferidos)

Es el conjunto de bienes intangibles de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento. Son aquellas inversiones que son utilizadas para la documentación de los requisitos de constitución, permisos de funcionamientos.

5.3.2. Capital de Trabajo

Se refiere al capital del trabajo, desde el punto de vista contable, como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante; desde el punto de vista práctico, es el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido), con que hay que contar para que empiece a funcionar la empresa. El Capital de Trabajo es el monto económico con el cual las empresas cubren la brecha existente entre el arranque de las operaciones y el inicio de la captación de las ganancias que éstas generan. (URBINA, EVALUACION DE PROYECTOS , 2006)

Tabla N° 57 Inversiones

INVERSIONES			
CONCEPTO	USO DE FONDO	RECURSO PROPIO	RECURSO FINANCIERO
Activos Fijos			
Vehículo	12000,00	6500,00	5500,00
Maquinaria y Equipo	7641,30	4000,00	3641,30
Equipo de oficina	250,00	0,00	250,00
Equipo de computación	750,00	0,00	750,00
Muebles y enseres	1000,00		1000,00
Total Activos Fijos	21641,30	10500,00	11141,30
Activos Diferidos			
Gasto de constitución	650,00	650,00	0,00
Total Activos Diferidos	650,00	650,00	0,00
Capital de trabajo			
Costo de producción	4424,73	4424,73	0,00
Gasto Administrativos	1773,65	1773,65	0,00
Gasto de ventas	516,30	516,30	0,00
Total Capital de trabajo	6714,68	6714,68	0,00
Total de Inversión	29005,98	17864,68	11141,30
Participación	100%	62%	38%

Análisis: La inversión total será de \$ 30718.48, de la cual el 64% provendrá de recurso propio mientras que el 36% sobrante correspondiente a la suma de \$ 11141.30 será financiado mediante un préstamo, mismo que se deberá cancelar en el plazo de 2 años en periodos de 6 meses manejando una tasa de interés del 10.21%.

5.3.3. Fuente de financiamiento y uso de fondos

Se considera que una empresa está financiada cuando ha pedido capital en préstamo para satisfacer sus necesidades económicas.

5.3.4. Amortización de financiamiento (tabla de amortización)

El termino amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. Se aplica a los activos diferidos o intangibles, indica la cantidad de dinero que se ha recuperado de la inversión inicial con el paso de los años.

Tabla N° 58 Tabla de amortización del préstamo

monto	11141,30
Interés	1021%
plazo	2 años
periodos	4

TABLA DE AMORTIZACION DEL PRESTAMO						
AÑOS	PERIODO	CAPITAL (MONTO)	INTERÉS	CUOTA DE PAGO	CAPITAL PAG	SALDO
2014 (base)	0	11141,30				11141,30
2015	1	11141,30	568,76	2785,33	3354,09	7787,21
	2	7787,21	397,54	2785,33	3182,86	4604,35
2016	3	4604,35	235,05	2785,33	3020,38	1583,97
	4	1583,97	80,86	2785,33	2866,19	0,00
		cuota de pago	2785,33			

Tabla N° 59 Amortización del diferido

CONCEPTO	VALOR	VIDA UTIL DEL PRO	2015	2016	2017	2018	2019
Gasto de constitución	650,00	5	130	130	130	130	130
TOTAL AMORTIZACIÓN DEL DIFERIDO			130	130	130	130	130

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

5.3.5. Depreciaciones (tabla de depreciación)

Tabla N° 60 TABLA DE DEPRECIACIÓN

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL DEL PRODUCTO	2015	2016	2017	2018	2019
Vehículo	12000,00	5	2400	2400	2400	2400	2400
Maquinaria y Equipo	7641,30	5	1528,26	1528,26	1528,26	1528,26	1528,26
Equipo de oficina	250,00	5	50	50	50	50	50
Muebles y Enseres	1000,00	5	200	200	200	200	200
Equipo de computación	750,00	3	250	250	150		
TOTAL DE DEPRECIACIONES			4428,26	4428,26	4328,26	4178,26	4178,26

5.3.6. Estado de situación inicial

Tabla N° 61 Estado de situación inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
CAJA-BANCOS	0,00	CUENTAS POR PAGAR	0
INVENTARIO	0,00	DOCUMENTOS POR PAGAR	0
TOTAL ACTIVO COR	0,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	0
ACTIVO NO CORR		PASIVO LARGO PLAZO	
TERRENO	0,00	PRESTAMOS L/P	11141,30
CONSTRUCCIÓN	0,00	TOTAL PASIVO LARGO PLAZO	11141,30
VEHÍCULO	12000,00	TOTAL PASIVO	11141,30
MAQUIN Y EQUIPO	7641,30		
MUEBLES Y ENSERE	1000,00	CAPITAL CONTABLE	
EQUIPO DE OFICINA	250,00	CAPITAL	11150,00
EQUIPO DE COMP	750,00	TOTAL CAPITAL CONTABLE	11150,00
TOTAL ACTIVO FIJO	21641,30		
OTROS ACTIVOS			
GASTOS DE CONST	650,00		
TOTAL OTROS ACTI	650,00		
TOTAL ACTIVOS	22291,30	TOTAL PASIVO Y CAPITAL CON	22291,30

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

5.3.7. Estado de resultados proyectado (5 años)

El estado de resultados proyectados es la base para calcular los flujos netos de efectivo y la utilidad neta que son el beneficio real de la operación de la planta, con los cuales se realiza la evaluación financiera.

Tabla N° 62 Estado de resultados proyectado

EMPRESA TI-RON S.A.						
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
DEL 2015-2019						
DESCRIPCION	2014(AÑO B)	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	98229,08	99191,72	100163,80	101145,41	102136,63	103137,57
(-) costo de producción	53096,80	53617,15	54142,60	54673,19	55208,99	55750,04
(-) gastos administrativos	21283,80	21492,38	21703,01	21915,70	22130,47	22347,35
(-) gastos de ventas	3097,80	3128,16	3158,81	3189,77	3221,03	3252,60
(-) depreciaciones	4428,26	4471,66	4515,48	4559,73	4604,42	4649,54
(-) amortización del diferido	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
(=) Utilidad Bruta	16192,42	16352,38	16513,91	16677,02	16841,73	17008,05
(+,-) otros ingresos o gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional	16192,42	16352,38	16513,91	16677,02	16841,73	17008,05
(-) 15% participación de trabajo	2428,86	2452,67	2477,09	2501,36	2526,26	2551,02
(=) Utilidad antes de impuesto	13763,56	13899,71	14036,82	14175,66	14315,47	14457,03
(-) 22% impuesto a la renta	3027,98	3057,66	3087,62	3117,88	3148,44	3179,29
(=) UTILIDAD NETA	10735,57	10842,06	10949,20	11057,78	11167,03	11277,74

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

5.3.8. Flujo de Caja

Permite determinar los fondos disponibles de efectivo que permiten cubrir el costo del proyecto, razón por la cual el flujo de caja es de gran relevancia en la valoración financiera.

EMPRESA TI-RON S.A.						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
DEL 2015-2019						
DESCRIPCION	2014 (AÑO B)	2015	2016	2017	2018	2019
Ventas	0,00	99191,72	100163,80	101145,40	102136,63	103137,57
(-) costo de producción	0,00	53617,15	54142,60	54673,20	55208,99	55750,04
(-) gastos administrativos	0,00	21492,38	21703,01	21915,69	22130,47	22347,35
(-) gastos de ventas	0,00	3128,16	3158,82	3189,77	3221,03	3252,60
(-) depreciaciones	0,00	4471,66	4515,48	4559,73	4604,42	4649,54
(-) amortización del diferido	0,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
(= Utilidad Bruta	0,00	16352,37	16513,90	16677,01	16841,72	17008,04
(+,-) otros ingresos o gastos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(= Utilidad Operacional	0,00	16352,37	16513,90	16677,01	16841,72	17008,04
(-) 15% participación de terceros	0,00	2452,86	2477,08	2501,55	2526,26	2551,21
(= Utilidad antes de impuestos	0,00	13899,51	14036,81	14175,46	14315,46	14456,83
(-) 22% impuesto a la renta	0,00	3057,89	3088,10	3118,60	3149,40	3180,50
(= UTILIDAD NETA	0,00	10841,62	10948,71	11056,86	11166,06	11276,33
(+) Depreciaciones	0,00	4471,66	4515,48	4559,73	4604,42	4649,54
(+) amortización del diferido	0,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
(-) amortización de la deuda	0,00	6536,95	5886,56	0,00	0,00	0,00
(-) compra de activo fijo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) inversión	22291,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) capital de trabajo	6714,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Deuda	11141,30	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Depósito de la garantía	1000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) valor de desecho	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(= FLUJO DE CAJA	-16864,68	8906,33	9707,63	15746,59	15900,48	16055,87

5.4. Evaluación

La evaluación financiera de proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad del proyecto. (Orozco, 2014)

5.4.1. Tasa de descuento

Al referirse a la tasa de descuento asegura que esta es la suma de la tasa activa del sector empresarial o del sector pymes, más la tasa pasiva que publica el banco central del Ecuador. (Guevara, 2014)

Tabla N° 63 Tasa de descuento

TMAR O TASA DE DESCUENTO	
CONCEPTO	PORCENTAJE
tasa activa	10,21%
(+) tasa pasiva	4,98%
TMAR	15,19%

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

5.4.2. VAN (valor actual neto)

El valor presente neto, o valor actual neto: “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial”. (pág. 221). Esto equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Baca Urbina, 2006)

Tabla N° 64 VAN (valor actual neto)

CALCULO DEL VAN			
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUAL
2014(base)	-16864,68	1	-16864,68
2015	8906,33	0,868130914	7731,86
2016	9707,64	0,753651284	7316,17
2017	15746,59	0,654267978	10302,49
2018	15900,48	0,567990258	9031,32
2019	16055,88	0,493089902	7916,99
VAN			25434,15

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Flujo actualizado= flujo de efectivo (1+TMAR) ^ (-) periodo

Análisis: El cálculo del valor actual neto del proyecto es de \$25434.15 de una inversión de \$29005.98 por lo que el indicador es aceptable.

5.4.3. TIR (tasa interna de retorno)

Tabla N° 65 VAN POSITIVO

CALCULO DEL VAN POSITIVO			
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUAL
2014(base)	-16864,68	1	-16864,68
2015	8906,33	0,67	5937,56
2016	9707,64	0,67	6471,76
2017	15746,59	0,67	10497,73
2018	15900,48	0,67	10600,32
2019	16055,88	0,67	10703,92
VAN POSITIVO			27346,60

Tabla N° 66 VAN NEGATIVO

CALCULO DEL VAN NEGATIVO			
AÑO	FLUJO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO ACTUAL
2014(base)	-16864,68	1,00	-16864,68
2015	8906,33	1,75	15586,08
2016	9707,64	0,33	3169,84
2017	15746,59	0,19	2938,14
2018	15900,48	0,11	1695,34
2019	16055,88	0,06	978,24
VAN NEGATIVO			7502,96

$TIR = (VAN+) / (VAN+ (+) VAN-) (X) (DIFERENCIA ENTRE TASAS) (+) (TASA DE VAN+)$.

$$TIR = (25434 / (25434.15 + 7502.96) \times (0.25) + 0.5)$$

$$TIR = 69.62\%$$

Análisis: Los resultados obtenidos arrojan una TIR del 69.62% lo cual significa que el proyecto es rentable de acuerdo con los criterios de decisión.

5.4.4. Periodo de recuperación de la inversión

Tabla N° 67 Periodo de recuperación de la inversión

AÑOS	FLUJOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
2015	7731,86	7731,86
2016	7316,17	15048,03
2017	10302,49	
2018	9031,32	
2019	7916,99	
inversión inicial	17846,68	
último flujo	10302,49	
por recuperar	7544,19	
P.R (años)	0,732268683	
	2,73	

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

5.4.5. RBC (Relación costo beneficio)

Mide la relación entre los costos y los beneficios asociados a un proyecto, tomando la sumatoria de los flujos actualizados para el total que se ha invertido, de esta manera permite determinar la ganancia que el inversionista obtiene por cada dólar que ha invertido.

Tabla N° 68 Relación Costo beneficio

AÑOS	SUMA DE LOS FLUJOS ACTUALIZADOS
2015	7731,86
2016	7316,17
2017	10302,49
2018	9031,32
2019	7916,99
TOTAL	42298,84
R C/B	2,51

Análisis: Se puede observar que por cada dólar que se invierte en el proyecto se obtiene \$1.51 de ganancia lo cual es un excelente indicador de rentabilidad del proyecto.

5.4.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel punto de actividad (volumen de ventas) en donde los ingresos son iguales a los costos es decir es el punto de actividad en donde no existe ni utilidad ni pérdida. (Arturo, 2012)

Punto de equilibrio en dólares

Para obtener el punto de equilibrio en dólares se utilizará la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio}}}$$

Tabla N° 69 Punto de equilibrio en dólares

PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES					
PROYECCION DE LOS COSTOS ANUALES					
CONCEPTO	2015	2016	2017	2018	2019
COSTOS FIJOS					
AMORTIZ DEL DIFERIDO	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
GASTOS DE PERSONAL	18402,71	19004,48	19625,93	20267,70	20930,45
SERVICIOS BÁSICOS	936,87	967,50	999,14	1031,81	1065,55
OTROS GASTOS	3415,35	3448,82	3482,61	3516,74	3551,21
TOTAL COSTOS FIJOS	22884,92	23633,26	24406,07	25204,15	26028,32
COSTOS VARIABLES					
MPD	37858,78	39096,76	40375,23	41695,50	43058,94
MOD	12557,63	12968,27	13392,33	13830,26	14282,51
CIF	4416,65	4561,08	4710,22	4864,25	5023,31
GASTOS DE VTA	3199,10	3303,71	3411,74	3523,30	3638,52
TOTAL COSTO VENTA	58032,16	59929,82	61889,52	63913,31	66003,27
VENTAS	99191,72	100163,80	101145,41	102136,63	103137,57
PUNTO DE EQUILIBRIO	57212,31	59083,15	61015,17	63010,37	65070,81

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Punto de equilibrio en unidades

Para obtener las unidades que se debe vender, se procederá a aplicar la siguiente fórmula

$$E = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

Tabla N° 70 Punto de equilibrio en unidades

COSTOS FIJOS	22884,92
COSTO VARI	7,44
UNI	
PRECIO	12,59

$$P.E (=) \frac{22884,92}{5,15}$$

P.E.= 4444 UNIDADES

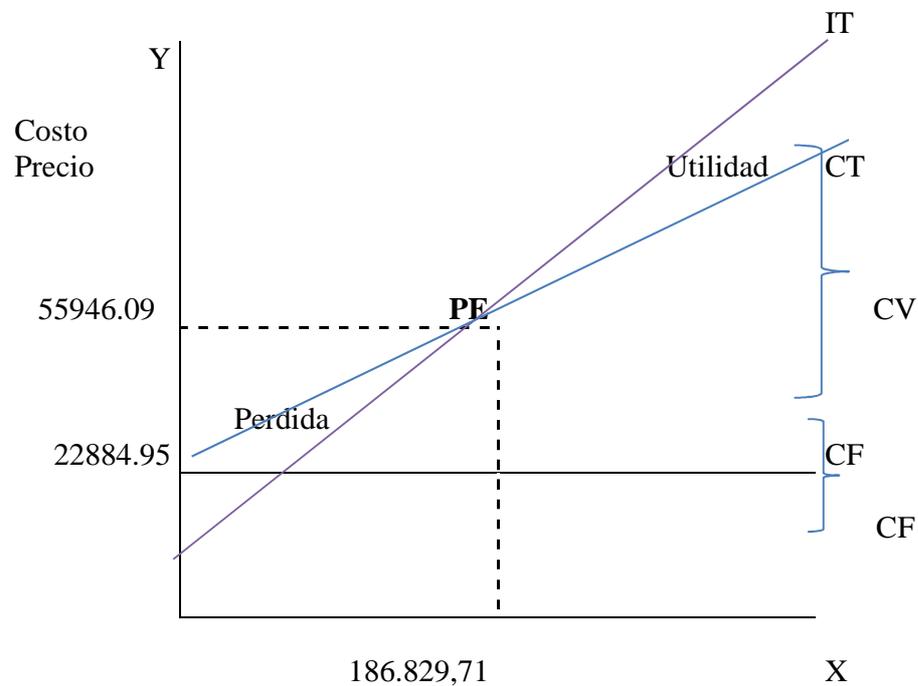
Tabla N° 71 Demostración

DEMOSTRACIÓN	
VENTAS	55946,09
(-) COSTO VARIABLES	33061,17
(=) MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	22884,92
(-) COSTOS FIJOS	22884,92
(=)UTILIDAD OPERACIONAL	0,00

Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

Análisis: Como se puede notar, al multiplicar las unidades por el precio, se obtiene el valor de las ventas, que al restar de su costo variable, nos da el margen de contribución que es igual a los costos fijos, llegando a establecer el punto de equilibrio.

Figura N° 26 Punto de equilibrio



Elaborado por: Juan Carlos Rodríguez

5.4.7. Análisis de índices financieros

Estas técnicas no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo y no se relacionan de forma directa con el análisis de la rentabilidad económica, sino con la evaluación financiera de la empresa. (Baca Urbina D. , 2006)

Razones de apalancamiento

Mide el grado o la forma en que los activos de la empresa han sido financiados considerando tanto el endeudamiento con terceros como la contribución de los propietarios.

Razones de endeudamiento

Mide el grado o la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por medio de deuda

Razón de endeudamiento= $\text{Pasivo Total/Activo Total}$

Razón de endeudamiento= $11141,30/22291,30$

Razón de Endeudamiento= 0,50

Análisis: El grado de endeudamiento total del activo con deuda es de 0.5 el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

Razón de apalancamiento externo

Mide la relación entre el uso del endeudamiento como forma de financiamiento y el uso de los fondos de los propietarios.

Razón de apalancamiento Externo= $\text{pasivo total/capital contable total}$

Razón de apalancamiento Externo= $11141,30/ 11150,00=0.99$

Análisis. La relación entre el endeudamiento y los fondos propios es del 0.99%, el cual se encuentra dentro de los parámetros normales.

Razón de apalancamiento interno

Representa cuantos dólares han sido aportados al financiamiento de la inversión por parte de los propietarios, por cada dólar tomado de terceros.

Razón de apalancamiento interno: capital contable total/pasivo total

Razón de apalancamiento interno: $11150/11141.30 = 1.05$

Análisis. Por cada dólar tomado de terceros, los propietarios han puesto 1.05 dólares.

Razón de actividad o de Gerencia

Miden la efectividad de la actividad empresarial. Las razones de actividad a calcular son: rotación del activo fijo, y del activo total.

Rotación del activo fijo

Este indicador mide la relación existente entre el monto de los ingresos y el de la inversión en activos fijos.

Rotación del activo fijo= ventas/activo fijo

Rotación del activo fijo= $98229,08 / 21641,30 = 4.53$

Análisis. La rotación del proyecto es de 4.53; lo que indicaría que la empresa está generando ingresos equivalentes a 4.53 veces, es decir, casi 4 veces la inversión en activos fijos.

Rotación del activo total

Mide la relación entre el monto de los ingresos y la relación total.

Rotación del activo total= ventas/activo total

Rotación del activo total=98229,08/22291,30=4.41

Análisis. La rotación del proyecto indica que la empresa genera ingresos equivalentes a 4 veces la inversión del activo total.

Razones de rentabilidad

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades a partir de los recursos disponibles.

Margen de utilidad neta

Este indicador mide el porcentaje que les da a los propietarios

Margen de utilidad neta= utilidad neta/ ventas

Margen de utilidad neta= 10735.57/ 98229.08=0.11

Análisis: El porcentaje que les da a los propietarios por operar dentro de la empresa es del 11%

Rendimiento sobre activos ROA

Este indicador indica el rendimiento que se obtiene sobre la inversión.

ROA= utilidad neta/total activos

$$\text{ROA} = 10735.57 / 22291.3 = 0.48$$

Análisis: El rendimiento que obtiene la empresa sobre los activos es del 48% lo que indica que el activo genera una buena rentabilidad.

Rendimiento sobre patrimonio o capital contable ROE

Mide la rentabilidad que se obtiene sobre el patrimonio de la empresa.

ROE= Utilidad Neta/ Capital Contable

$$\text{ROE} = 10735.57 / 11150,00 = 0.96$$

Análisis: La rentabilidad sobre el capital contable o el patrimonio es del 96% lo que quiere decir que el capital contable crecerá.

Rendimiento sobre la inversión ROI

Mide la rentabilidad que tiene la empresa sobre la inversión.

ROI= Utilidad Neta/inversión

$$\text{ROI} = 10735.57 / 29005.98 = 0.37$$

La rentabilidad sobre la inversión es del 37% lo cual indica que está dentro de los parámetros establecidos.

CAPITULO VI

Análisis de impactos

6.1. Impacto Ambiental

Al elaborar ron se generan residuos que afectan al medio ambiente para lo cual la empresa debe realizar el tratamiento necesario antes de que los desechos generados ocasionen problemas.

En el proceso productivo para la elaboración de ron existen varios factores que pueden alterar el medio ambiente entre los factores antes nombrados de mayor impacto están: las grandes cantidades de consumo de agua y el ruido.

El consumo de agua se genera en varios aspectos, en el caso de la elaboración de ron el agua suele ser usada inclusive como materia prima para diluir la graduación alcohólica del productos además del aseo de toda la maquinaria e instalaciones ya que se debe cumplir con ciertas normas de calidad entre las cuales se encuentra estipulado mantener limpia el área de trabajo en todo momento.

El ruido interviene en fases cruciales en la elaboración de ron; como por ejemplo en la relación de materia prima, al igual que en el proceso de aseo de ciertos tipos de maquinaria.

A continuación se detalla las fases del proceso en las cuales se produce ruido.

- Recepción de materia prima
- Destilado
- Embotellado
- Lavado

Posibles soluciones

- Adquirir ventiladores aislantes de ruido
- Contar con un área específicamente dedicada a la recepción de materia prima, de preferencia alejado, para que así no cause mayores molestias a la ciudadanía.

Áreas en las cuales se genera un mayor consumo de agua

- Bodega
- Lavado
- Embotellado

Solución

- Implementar llaves de cerrado automático
- Utilizar productos de aseo amables con el medio ambiente

- Controlar que los grifos no goteen.

6.2. Impacto Económico

La economía en Ecuador está en constante crecimiento en los últimos años, teniendo así una estabilidad económica que no se ve afectada por la crisis.

Con la crisis económica mundial generada en el 2009 las empresas productoras de bebidas alcohólicas sufrieron un declive en cuanto a sus ingresos por justas razones y teniendo en cuenta que no son productos de necesidades básicas. A partir del año 2011 el panorama fue cambiando ya que la economía nuevamente estaba en un nivel estable razón por la cual la población podía consumir estos productos.

No es secreto para nadie que las mayores fuentes de ingresos dentro del Ecuador es la exportación de materia prima y petróleo. Ahora con el nuevo plan de la matriz productiva que tiene como objetivo explotar las materias primas, creando productos innovadores logrando tener fuentes de empleo para el crecimiento económico, para la disminución de la pobreza.

Los factores económicos beneficiados con la implementación del proyecto son las fuentes de trabajo y alcanzar un valor bastante representativo en cuanto a PIB y así lograr convertirnos en un país desarrollado.

6.3. Impacto Productivo

El gobierno ecuatoriano ha expresado el deseo de realizar un cambio en la matriz productiva, el estado quiere suscitar la inversión en el país, para eso se ha analizado cada factor que influye en el cambio de la matriz productiva, así como tiene puntos bajos, también tiene factores buenos, hay puntos en los que se debe mejorar y otros factores que hay que mantener. En los últimos años se ha presentado una estabilidad política, económica entre otros factores importantes y es el momento para realizar un cambio, el gobierno ha realizado proyectos, ha cedido incentivos y es claro que se tiene la planificación y visión hacia dónde quiere llegar, es factible el cambio de la matriz productiva en el Ecuador, pues se cuenta con recursos necesarios, mejor preparación educativa, mayor producción agrícola, un nivel de desempleo que ha bajado en los últimos años.

Uno de los objetivos del llevar a cabo el proyecto es ayudar al cambio que pretende realizar el gobierno de fortalecer el sector agroindustrial, ofreciendo una diversidad de producción en el país, lo que implica generar nuevas industrias y generar otro tipo de negocios, cumpliendo con los estándares de calidad necesarios para que el producto sea aceptado por la sociedad y que sea eje de selección por el mercado ecuatoriano, reemplazando los productos de importación por uno producido en el país, con el proyecto colaboramos con esta nueva era de cambio.

Uno de los puntos favorables con el que cuenta la matriz productiva es que se enfoca en la agricultura llegando a incentivar a las diferentes provincias del país a realizar la producción a gran escala.

6.4. Impacto Social

El realizar nuestro proyecto puede llevar a grandes aspectos sociales, los cuales se tiene que tomar muy en cuenta, estos pueden ser positivos como negativos porque nuestro producto puede causar:

- El consumo excesivo de alcohol llegando a perder el control y conciencia
- Problemas familiares a causa del licor
- Enfermedades por el excesivo consumo de nuestro producto

Pero como tiene aspectos negativos, también tiene aspectos positivos, al realizar nuestro proyecto lograremos la creación de nuevas fuentes de trabajo, con esto la mejora económicamente en las familias, logrando la reducción de la pobreza en el país.

Satisfacer las necesidades de las personas teniendo en cuenta que el consumo moderado de vino es bueno para la salud ya que las frutas con las que se a realizado tiene diferentes beneficios medicinales.

El objetivo es la mejora de nivel de vida de los ecuatorianos, y colaborar para que el Ecuador sea un país de desarrollo exportador de productos terminados y de calidad.

CAPITULO VII

Conclusiones y recomendaciones

7.1. Conclusiones

- Realizado todo el estudio financiero se concluye que el VAN es de 25434.15 esto quiere decir que el proyecto es viable ya que es positivo, TIR= 69.62% que es mayor a TMAR=15.19% quiere decir que el proyecto es rentable.
- La fermentación en barriles de madera es muy importante debido que mientras más tiempo se realice esto, el ron tendrá mayor degustación al paladar, esto lo aprecian los grandes consumidores.
- El alza a los aranceles es una ayuda porque así seguirá disminuyendo las importaciones se puede hacer que esos clientes consuman nuestro producto y seguir atrayendo más clientes.
- Se ha decidido optar en poner la empresa en la parroquia de Calderón por la cercanía de los proveedores que tienen la mayor producción de azúcar y melaza, esta materia prima cuenta con estándares de calidad porque son exportadoras.

- Al realizar todo el estudio se puede decir que la empresa cuenta con la infraestructura adecuada con la maquinaria para poder cubrir lo que demanda El Distrito Metropolitano de Quito.
- Al contar con equipos de tecnología de punta se puede decir que tenemos una ventaja frente a nuestros competidores y podemos producir en mayor cantidad.
- La implementación del proyecto aumenta la oferta de ron de calidad en el mercado nacional, el proyecto contribuye al cambio de la matriz productiva creando fuentes de empleos para la disminución de la pobreza en el país.
- Se debe potenciar la venta de ron artesanal por sus beneficios medicinales ya que es una fuente de vitamina A, C y complejo B, ayuda a purificar la sangre, reconstruye y fortifica el nervio óptico.

7.2. Recomendaciones

- Se recomienda contratar a personas con conocimientos en Buenas Prácticas de Manufactura para realizar capacitación de a nuestros obreros, también realizar un manual de manejo de las maquinarias para prevenir algún accidente en el trabajo.
- Entregar a los obreros lo que sea necesario para la producción de ron y así cumplir los requisitos sanitarios de producción.
- Tener otros proveedores para prevenir algún problema que surja con nuestros proveedores principales, también tener seguimiento a nuestro producto para ver la actitud de nuestros clientes

- Tener una buena comunicación entre la alta gerencia y los obreros, para que no exista inconveniente dentro de la organización, llevando un adecuado reglamento.
- Realizar una retroalimentación de los procedimientos que se realizan en el proceso de elaboración de ron, con el fin de mitigar tiempos, reducir costos y mejorar constantemente la calidad del producto, para así cumplir con las expectativas del cliente.
- Poner en práctica el proyecto de producción y comercialización a base de Ron artesanal en el distrito metropolitano de Quito teniendo en cuenta la que rentabilidad en el mercado es muy buena, y que la inversión es recuperable en muy poco tiempo, según los estudios realizados.

7.3. Bibliografía.

ministerio de comercio. (02 de 06 de 2013). *proecuador*. Recuperado el 14 de 06 de 2014, de balanza comercial: <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>

AJIMEN. (2003). *LA POBLACION: ELIMINACION Y DSITRIBUCION* . QUITO.

arteaga. (2009).

Arturo, K. (04 de Abril de 2012). *Crece negocios*. Obtenido de El punto de equilibrio: <http://www.crecenegocios.com/el-punto-de-equilibrio/>

Baca Urbina, D. (2006). *Desarrollo de proyectos*. México: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.

Baca Urbina, M. (2006). *Evaluación de proyectos*. Quito: Mc Graw-Hill Ineramericana Editores.

BARCO, A. R. (2009). *ESTRATEGIAS DE PRODUCCION Y VENTAS* .

club planeta . (25 de 08 de 2012). *economia.com*. Recuperado el 14 de 06 de 2014, de http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm

Copyright. (2008). *definicion.de*. Recuperado el 14 de 06 de 2014, de población: <http://definicion.de/poblacion/>

Dios, J. d. (12 de enero de 2004). *macro y microlocalizacion* . Obtenido de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>

EMPRENDEDOR . (2010). *PLAN DE NEGOCIOS* . Obtenido de <http://empreendedor.unitec.edu/pnegocios/principal.htm>

EMPRENDEDORES. (2012). *EMPRENDEDORES*.

gecelca. (2004). *glosario de terminos*. Arroba+Media Studio. Obtenido de Arroba+Media Studio

glosario de economia. (12 de 05 de 2013). *debitoor*. Recuperado el 14 de 06 de 2014, de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-inflacion>

GOMEZ, J. (05 de 2011). *BLOGSPOT.COM*. Obtenido de <http://jorgegomez90.blogspot.com/2011/05/tecnicas-de-recoleccion-de-informacion.html>

Guevara, J. (16 de mayo de 2014). *Desarrollo de proyectos*. Quito, Ecuador.

Hansen, L. P. (2013). *eco-finanzas*. Recuperado el 14 de 06 de 2014, de Diccionario Economía - Administración - Finanzas - Marketing: http://www.eco-finanzas.com/diccionario/P/POBLACION_ECONOMICAMENTE_ACTIVIA.htm

HERNANDEZ, R. A. (ENERO de 2012). *BLOG*. Obtenido de MACRO Y MICROLOCALIZACION .

kmpanita-91. (19 de 02 de 2009). *negocios economia y finanzas* . Obtenido de http://es.slideshare.net/kmpanita_91/definiciones-1047150

LA GRAN ENCICLOPEDIA DE LA ECONOMIA . (2009). *ECONOMIA48.COM*.

Obtenido de <http://www.economia48.com/spa/d/oferta/oferta.htm>

López, M. W. (febrero de 2004). *uprl*. Obtenido de www.uprh.edu/wlopez/GEOP3005/La%20capacidad.ppt

M, J. E. (2010). *Tradición en las antillas*. Obtenido de <http://www.jmarcano.com/mipais/economia/ron.html>

NAFINSA. (2004). *NACIONAL FINANCIERA* . Obtenido de file:///C:/Users/MSI%20CX61/Downloads/produccion1_3.pdf

Orozco, J. d. (2014). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constantes.htm>

PEARSON. (2010). *FUNDAMENTOS DE MARKETING* .

PLANETA, C. (12 de 08 de 2013). *ECONOMIA.COM*. Recuperado el 14 de 06 de 2014, de PRODUCTO INTERNO BRUTO: http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

Rosas, V. I. (30 de 11 de 2011). *GestioPolis* . Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/ambiente-externo-de-las-organizaciones-empresariales.htm>

Silva, I. Z. (2008). *definiciones*. Recuperado el 14 de 06 de 2014, de <http://definicion.de/migracion/>

TERESA, I. I. (2006). *ELABORACION Y PRESENTACION DE UN PROYECTO DE INVESTIGACION*.

THOMPSON, I. (SEPTIEMBRE de 2010). *PROMONEGOCIOS.NET*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Thompson, I. (10 de 2008). *promonegocios.net*.

Thompson, I. (2012). *Promonegocios.net*. Obtenido de <http://www.promonegocios.net/administracion/definicion-eficiencia.html>

Tomás, U. d. (2010). *Repositorios*. Obtenido de [http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20\(Segundo%20Momento\)/localizacin_del_proyecto.html](http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20(Segundo%20Momento)/localizacin_del_proyecto.html)

Troche, C. M. (11 de 10 de 2011). *blogspot*. Recuperado el 04 de 06 de 2014, de Tasas Activas y Pasivas: <http://activasypasivasbcb.blogspot.com/2011/10/definicion-de-tasas-activas-y-pasivas.html>

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO. (s.f.).

UNIVERSIDAD INTERAMERICANA PARA EL DESARROLLO. (05 de 2010). *UNID*. Obtenido de

http://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md1/ejec/ME/AC/S01/AC01_Lectura.pdf

f

URBINA, B. (2006). *EVALUACION DE IMPACTOS*. MEXICO: Mc Graw-Hill
Ineramericana Editores.

URBINA, B. (2006). *EVALUACION DE PROYECTOS* . QUITO: Mc Graw-Hill
Ineramericana Editores.

URBINA, B. (2006). *EVALUACION DE PROYECTOS* . QUITO: Mc Graw-Hill
Ineramericana Editores.

VALAREZO, S. J. (08 de 2002). *MITOS, LEYENDAS, TRADICIONES Y FAUNA DE LA SELVA ECUATORIANA*. Obtenido de <https://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/11041/La%20selva%20los%20pueblos%20su%20historia.pdf?sequence=1>

Zanelly, D. G. (03 de 04 de 2010). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/Prymer/poblacin-y-muestra-3631173>

7.4. Anexos

Anexo 1

BENEFICIOS

La Ley de Defensa del Artesano concede a los Artesanos Calificados los siguientes beneficios:

LABORALES

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

SOCIALES

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar
- No pago de fondos de reserva

TRIBUTARIOS

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal

Anexo 2

CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES

TITULO 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, eco-eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Anexos 3

LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO

(Ley No. 56)

Notas:

- La Ley de Racionalización Tributaria (Ley 99-41, R.O. 321-S, 18-XI-99) introduce importantes reformas a esta Ley, mismas que entrarán en vigencia a partir del 1 de enero del año 2.000, razón por la cual no se han incorporado aún.

- La Ley 41 (R.O. 206, 2-XII-97) dispuso que en todos los artículos de esta Ley donde diga "Dirección General de Rentas" o "Director General de Rentas", dirá "Servicio de Rentas Internas" o "Director General del Servicio de Rentas Internas", en su caso.

CONGRESO NACIONAL

EL PLENARIO DE LAS COMISIONES LEGISLATIVAS

Considerando:

Que los ingresos del Estado mantienen una alta dependencia de los recursos petroleros del país, los que han sufrido una apreciable disminución en los últimos años, lo cual hace necesario fortalecer el sistema de imposición interna;

Que es necesario definir en el país un sistema de determinación de utilidades de tipo real en virtud del cual se corrijan las distorsiones que hoy se producen, tanto en la medición de la utilidad comercial, como en la determinación de la base sometida al impuesto a la renta, el cual debe gravar únicamente las utilidades reales obtenidas por los contribuyentes;

Que el sistema impositivo debe coadyuvar en el propósito de alcanzar una eficiente asignación de los recursos que garantice la equidad del sistema y que debe lograr el máximo efecto de neutralidad económica, evitando distorsiones en la selección de los consumidores, en las decisiones de organización de los contribuyentes y en las estructuras de financiamiento de las empresas;

Que es necesario racionalizar y limitar la actual proliferación de incentivos y exenciones que generan distorsiones en la progresividad de las tarifas y trato discriminatorio y que se debe propender al establecimiento de un impuesto progresivo único que, consultando la real capacidad de pago de los contribuyentes, garantice que quienes reciben menores ingresos estén sometidos a una menor tributación que aquellos que reciben mayores ingresos;

Que la normativa del impuesto a la renta requiere de una revisión total, donde se integren en un solo cuerpo las disposiciones que lo regulan, se unifique el tratamiento de los diferentes tipos de contribuyentes y de orígenes de la renta, de tal suerte que para los contribuyentes resulte fácil su conocimiento y su cumplimiento;

Que para el tratamiento de los impuestos indirectos es necesario ajustar las normas a las pautas de una correcta técnica tributaria, adecuar los instrumentos a las variaciones de los precios y asegurar un destino de la recaudación acorde con una correcta gestión presupuestaria, y que es necesaria una simplificación significativa de los gravámenes que afectan a la sociedad ecuatoriana, eliminando aquellos que generan una escasa recaudación y un alto costo administrativo;

Anexos 4

LEY DE COMPAÑÍAS, CODIFICACION.

Codificación No. 000. RO/ 312 de 5 de Noviembre de 1999.

H. CONGRESO NACIONAL LA COMISION LEGISLATIVA Y CODIFICACION

En ejercicio de la facultad que le confiere el numeral 2 del artículo 139 de la Constitución Política de la República.

Resuelve:

EXPEDIR LA SIGUIENTE CODIFICACION DE LA LEY DE COMPAÑÍAS

SECCION I DISPOSICIONES GENERALES

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de Noviembre de 1999.

CONCORD:

* CODIGO CIVIL: Arts. 4, 12, 39, 585, 675, 721, 860, 1481, 1482, 1483, 1622, 1661, 1730, 1735, 1833, 1883, 1967, 1974, 1984, 2308, 2401.

* CODIGO DE COMERCIO: Arts. 5, 22, 140, 409, 601.

* CODIGO PENAL: Arts. 9.

* CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR: Arts. 23 (Inc. 19).

* LEY DE COOPERATIVAS, CODIFICACION: Arts. 1.

LINK:

Anexo 5

3. La planificación nacional

Dentro de los aspectos esenciales que configuran el nuevo pacto social ecuatoriano, se pueden identificar cinco ejes fundamentales: a) la instauración de un Estado constitucional de derechos y justicia; b) una profunda transformación institucional; c) la configuración de un sistema económico social y solidario; d) la estructuración de una organización territorial que procura eliminar las asimetrías locales; y e) la recuperación de la noción de soberanía popular, económica, territorial, alimentaria, energética, y en las relaciones internacionales.

"El Plan Nacional representa un tremendo esfuerzo de rescate de la autoridad estatal, a partir del desarrollo de sus capacidades de planificación y coordinación de un proyecto integrado de desarrollo nacional. La integración de aspectos económicos y sociales -en el marco de una propuesta de acumulación, distribución y redistribución-, me parece innovadora y un reto importante para Ecuador."

Sonia Flórez, investigadora social FGV-EIAPE

3. La planificación nacional

3.1. Disposiciones constitucionales

La Constitución de 2008 forma parte del nuevo constitucionalismo latinoamericano que se inicia con las Constituciones de Colombia, Venezuela y Bolivia, y que surge como respuesta a la necesidad de *garantizar los derechos de las personas frente a poderes públicos o privados* que en la época contemporánea se han vuelto homogeneizadores y que responden a una lógica liberal-burguesa de poder. De este modo, el nuevo constitucionalismo latinoamericano apunta a cimentar las bases de lo que Ferrajoli denomina *democracia sustancial*, basada en la garantía de los derechos fundamentales, en contraposición a la noción de *democracia formal* que centra su preocupación en la protección de *derechos de carácter patrimonial* (Ferrajoli, 2001: 35).

En ese contexto, la Constitución de Montecristi, a través del establecimiento de nuevos principios, la garantía de nuevos derechos para la ciudadanía, la configuración de una nueva estructura estatal y el establecimiento de un nuevo modelo de desarrollo, constituye una alternativa a esa visión individualista, excluyente, que nos arrebató las nociones de interés público y de acción colectiva.

Dentro de los aspectos esenciales que configuran este nuevo pacto social ecuatoriano, se pueden identificar cinco ejes fundamentales: a) la instauración de un Estado constitucional de derechos y justicia; b) una profunda transformación institucional; c) la configuración de un sistema económico social y solidario; d) la estructuración de una organización territorial que procura eliminar las asimetrías locales; y e) la recuperación de la noción de soberanía popular, económica, territorial, alimentaria, energética, y en las relaciones internacionales.

Estado constitucional de derechos y justicia

El artículo 1 de la Constitución de la República, al configurar al Ecuador como un Estado de derechos, pretende *colocar al ser humano en el centro de todo el actuar del Estado*. En ese sentido, la garantía de los derechos adquiere una importancia fundamental, pues se convierte en el deber primordial del quehacer estatal.

De ahí que se establezca en el artículo 11, numeral 3, que: "el más alto deber del Estado consiste en respetar y hacer respetar los derechos garantizados en la Constitución".

Así, y sin perjuicio del principio de igualdad jerárquica de los derechos, el nuevo orden constitucional da un mayor desarrollo a los derechos sociales y los relaciona a la noción andino-amazónica de Sumak Kawsay o Buen Vivir (Grijalva, 2011). Como consecuencia, una de las responsabilidades de las personas consiste en la obligación de *promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular*, lo que da cuenta de la primacía de lo colectivo sobre lo individual (Constitución de la República del Ecuador, 2008: art. 83).

Lo anterior, a modo de ejemplo, se evidencia en el tratamiento de la comunicación, que "en esta Constitución deja de ser vista como una cuestión instrumental y regida por las reglas del mercado [...] [Se] reconoce el derecho a la comunicación como parte de los derechos del Buen Vivir, es decir, como algo necesario para tener una vida digna entendida de forma integral" (Acosta, 2010: 161).

Otra de las rupturas paradigmáticas que marca la definición del Estado como un Estado de derechos, es el desarrollo de las garantías jurisdiccionales, lo que implica que su ejercicio debe garantizarse a cualquier persona, grupo de personas, comunidad, pueblo o nacionalidad y otorga la competencia a cualquier juez ordinario para el conocimiento de dichas acciones. En ese contexto, el rol de los jueces dentro de la nueva definición constitucional adquiere una gran importancia, pues "asumen un papel activo y esencial en el proceso de creación del derecho vigente y se convierten en realizadores materiales de los valores y principios constitucionales" (Montaña, 2011: 83).

En definitiva, esta noción de Estado de derechos coloca en el eje de su justificación a los derechos y garantías de las personas lo que constituye, por una parte, un límite tanto para el poder público legalmente constituido, como para los poderes fácticos y, por otra parte, una garantía política y jurídica a los derechos individuales, sociales y culturales.

Transformación institucional

La consagración del Ecuador como un Estado de derechos trae aparejada la necesidad de

Anexo 6

Como primer paso, para identificar a los ciudadanos frente a la Administración Tributaria, se implementó el Registro Único de Contribuyentes (RUC), cuya función es registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar información a la Administración Tributaria. El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos. El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente. El RUC registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIIU (Clasificador Internacional Industrial Único).

A continuación podrá encontrar la base de datos del Registro Único de Contribuyentes de personas naturales y sociedades con fecha de corte 10 de marzo de 2015, la misma que se encuentra detallada por provincias. Los archivos publicados se encuentran en formato: Txt. Para abrir los archivos en formato Txt, se deberá utilizar Excel 2007 o versiones superiores.

Fecha	No. de Comprobante de venta (sea de su venta o de su compra)	Concepto	Subtotal	IVA	Total
15/12/2009	001-001-1234567	Compra gaseosas	100,00	12,00	112,00
02/01/2010	001-001-6581269	Compra de frutas	50,00	-	50,00
01/02/2010	001-001-0000026	Venta de mercadería	150,00	18,00	168,00

NOVENO DIGITO DEL RUC	IVA			IMPUESTO A LA RENTA
	MENSUAL	SEMESTRAL		
		Primer Semestre	Segundo Semestre	
1	10 del mes siguiente	10 de julio	10 de enero	10 de marzo
2	12 del mes siguiente	12 de julio	12 de enero	12 de marzo
3	14 del mes siguiente	14 de julio	14 de enero	14 de marzo
4	16 del mes siguiente	16 de julio	16 de enero	16 de marzo
5	18 del mes siguiente	18 de julio	18 de enero	18 de marzo
6	20 del mes siguiente	20 de julio	20 de enero	20 de marzo
7	22 del mes siguiente	22 de julio	22 de enero	22 de marzo
8	24 del mes siguiente	24 de julio	24 de enero	24 de marzo
9	26 del mes siguiente	26 de julio	26 de enero	26 de marzo
0	28 del mes siguiente	28 de julio	28 de enero	28 de marzo

Anexo 7

SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS



TIPO DE PROCEDIMIENTO:		Emisión LUAE	Cambio de Actividad Económica
		Renovación LUAE	Cambio de Propietario
		Inclusión Autorización Administrativa	Cambio de dirección del establecimiento

Denominación o Nombre Comercial: _____ Patente actual No. _____
 RUC No. _____ Fecha inicio actividad económica: dd/mm/aaaa Establecimiento No. _____
 Predio No. _____ Licencia Única de Funcionamiento No. _____ Establecimiento: Principal
 Establecimiento: Sucursal

ACTIVIDAD ECONÓMICA: _____

PERSONA NATURAL Nombres y Apellidos: _____ C.C. / Pasaporte: _____ Obligada a llevar contabilidad: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> PARA ARTESANOS CALIFICADOS: Acuerdo Ministerial No. _____ Calificación Artesanal No. _____ Fecha de expedición: dd/mm/aaaa	PERSONA JURÍDICA Razón Social: _____ Nombres y Apellidos del Repr. Legal: _____ No. C.I. o Pasaporte Representante Legal: _____ Fecha de nombramiento del representante legal: dd/mm/aaaa No. Resolución Super Intendencia de Compañías/Bancos (Si aplica): _____ Fecha Constitución: dd/mm/aaaa Fecha Resolución: dd/mm/aaaa Capital suscrito: dd/mm/aaaa
--	--

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

BOMBEROS (Factores riesgo) Área del local (m ²): _____ Nro. Personas que trabajan: _____ Material que utiliza o almacena: _____ Nro. Personas ocasionales: _____ <input type="checkbox"/> Madera, papel, ropa, similares <input type="checkbox"/> Materias Comburentes y Peróxidos orgánicos <input type="checkbox"/> Materiales y objetos explosivos <input type="checkbox"/> Materias Tóxicas y Materias Infecciosas <input type="checkbox"/> Líquidos o gases inflamables <input type="checkbox"/> Materiales radiactivos y/o Materias corrosivas <input type="checkbox"/> Productos almacenados en palets de madera o cartón corrugado <input type="checkbox"/> Otros artículos combustibles almacenados o utilizados en la fabricación <input type="checkbox"/> GLP (Cilindro de gas) No. de 15kg _____ No. de 30kg _____ Total cilindros _____	AMBIENTE Registro Ambiental No. _____ <input type="checkbox"/> Agricultura: Superficie cultivada _____ m ² <input type="checkbox"/> Producción animal: Especie _____ cantidad _____ <input type="checkbox"/> Faenamiento de aves de corral: Especie _____ cantidad _____ <input type="checkbox"/> Explotación de minas y canteras <input type="checkbox"/> Manufacturas / Servicios Especializados <input type="checkbox"/> Industria <input type="checkbox"/> Servicios <input type="checkbox"/> Comercio al por mayor <input type="checkbox"/> Comercio al por menor Ingresos totales de la Declaración impositiva anual realizada al SRT: <input type="checkbox"/> Menor a 520.000 USD <input type="checkbox"/> Mayor a 520.000 USD
--	---

TURISMO

<input type="checkbox"/> Agencias de viaje <input type="checkbox"/> Casinos y Salas de juego <input type="checkbox"/> Transporte Turístico <input type="checkbox"/> Intermediación <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Recreación, diversión y esparcimiento <input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas <input type="checkbox"/> Registro Turístico No.: _____ Categoría Turística: _____ Tipo: _____	SALUD (Competencias A.M. 719 / R.O. 182 / 06-01-2006) <input type="checkbox"/> Salas de cine <input type="checkbox"/> Clubes deportivos privados <input type="checkbox"/> Salones de juegos electrónicos <input type="checkbox"/> Plazas de toros <input type="checkbox"/> Salones de billa y billares <input type="checkbox"/> Recolección de Basura <input type="checkbox"/> Estadios o Coliseos
---	---

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)
 (Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento).

LEYENDA Largo _____ Ancho _____ Altura sobre el nivel de la acera _____ Tipo de material _____	Ubicación del rótulo _____ Local _____ Tamaño de la fachada _____ m ² <input type="checkbox"/> Propio <input type="checkbox"/> Arrendado Adosado a la fachada frontal _____ m ² Adosado a la pared medianera _____ m ² Adosado a la pared lateral _____ m ²
--	---

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Parroquia _____ Calle principal _____ Número _____ Calle secundaria _____

Edificio _____ Piso _____ Oficina / Departamento _____ Sector o Referencia para ubicación _____

Teléfono 1 _____ Teléfono 2 _____ e-mail _____ Horario de su preferencia para visita de inspecciones _____

* DECLARACIÓN JURADA / PETICIÓN DE INSPECCIÓN DECLARO BAJO JURAMENTO, que la información consignada es verídica y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que: (i) cumplo con la Ordenanza 300 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE; (ii) cumplo con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito licenciamiento; y, que constan determinadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 (en materia de compatibilidad y uso de suelo); 2 (en materia de sanidad); 3 (en materia de seguridad y prevención de incendios); 4 (en materia de publicidad exterior "rótulo"); 5 (en materia ambiental, para los casos en que no sea necesaria la Licencia Ambiental); y, 6 (en materia de turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico). Brindaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjuntaré información específica.	CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO Grafique con las mejores referencias posibles la ubicación del establecimiento, identifique calles, avenidas, edificios, etc.
---	--

Yo, _____ portador(a) del documento de identificación No. _____ por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) tengo conocimiento: (1) que la LUAE se entiende otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en que hubiere incurrido en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y, (2) que la LUAE podrá ser extinguida en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la LUAE podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.
 Nota. La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.

FRIMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL _____ FIRMA RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL) _____
 C.C. / PASAPORTE _____ FECHA dd/mm/aaaa _____ NOMBRE RESPONSABLE (SERVIDOR MUNICIPAL) _____

Formulario gratuito * El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genere el Procedimiento Administrativo Simplificado, caso contrario para los Procedimientos Administrativos Ordinarios y Especializados se deberá cumplir con los requisitos de información establecidos en el Procedimiento Administrativo Simplificado. Página 1/3

Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de ron artesanal ubicado en la parroquia de Calderón, barrio Carapungo

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.



El formulario se puede llenar directamente en Acrobat Reader o con letra imprenta y sin borrones cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

TIPO DE PROCEDIMIENTO:

Este registro genera el tipo de acciones administrativas que correspondan a efecto de iniciar el trámite respectivo.

Emisión LUAE:	En caso de que el administrado solicita por primera vez la LUAE.
Renovación LUAE:	A partir del segundo año de haber obtenido la LUAE y ya tiene asignado un número de LUAE.
Inclusión Autorización Administrativa:	En el caso en que luego de haber obtenido su LUAE, requiere que se incluya una nueva autorización administrativa de los ámbitos que contempla la LUAE.
Cambio de Actividad Económica:	En caso de variación de actividad económica que implica la generación de una nueva LUAE.
Cambio de Propietario:	En caso de cambio de propietario de la actividad económica, esto implica la generación de una nueva LUAE.
Cambio de dirección del establecimiento:	Cambio de dirección del negocio, lo que implica la generación de una nueva LUAE.

INFORMACIÓN GENERAL:

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso de emisión o renovación de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Patente, Inspecciones de Bomberos, Ambiente, Turismo, Salud y/o Rotulación.

Denominación o Nombre Comercial:	Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro.
Patente actual No.:	En caso de que el establecimiento para el que se solicita la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento ya cuente con un Registro de Patente, favor completar este campo.
RUC No.:	Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del SRL.
Fecha inicio actividad económica:	Si cuenta con el RUC, registrar la fecha ahí descrita, caso contrario la fecha en que inició su actividad económica.
Establecimiento No.:	Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el No. de establecimiento descrito en el RUC.
Predio No.:	Este campo debe ser completado con información del predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado.
Licencia Única de Funcionamiento No.:	El número de la LUAE del año inmediato anterior.
Establecimiento Principal o Sucursal:	Para el caso de contar con varios establecimientos, identificar claramente con una X en el casillero correspondiente si esta solicitud pertenece al local principal o a una sucursal. Recuerde que solo puede tener un local principal y varios sucursales.
Actividad Económica:	Registre la descripción de la actividad económica principal que se realiza en este establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.

TIPO DE CONTRIBUYENTE

En esta sección se diferenciará a las personas naturales, artesanas y jurídicas u obligadas a llevar contabilidad.

PERSONA NATURAL:	
Nombres y Apellidos:	Escribir nombres y apellidos completos del propietario del negocio.
Cédula de ciudadanía o Pasaporte:	Anotar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del Pasaporte.
Obligado a llevar contabilidad:	Llenar este campo de acuerdo al dato que consta en el RUC.
ARTESANOS:	
Acuerdo Ministerial No.:	Registrar el número de acuerdo ministerial que consta en su calificación de artesano.
Calificación Artesanal No.:	Registrar el número del carné de la Calificación Artesanal.
Fecha de Emancipación:	Indicar el día, mes y año que fue calificado como artesano calificado.
PERSONA JURÍDICA:	
Razón Social:	Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía.
Nombres y Apellidos Representante Legal:	Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal.
No. C.I. o Pasaporte Representante Legal:	Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal.
Fecha nombramiento Representante Legal:	Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal.
No. de Resolución S.I.C. / S.I.B.:	En el caso en que aplique, registrar el número de Resolución de la Superintendencia de Compañías o Bancos.
Fecha de Constitución:	Indicar el día, mes y año de la constitución del negocio.
Fecha de Resolución:	Indicar el día, mes y año de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
Capital Suscrito:	Registrar el capital que consta en las escrituras de constitución.

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Esta sección determina parámetros de categorización de los diferentes componentes de la LUAE con el fin de definir un esquema de inspecciones.

BOMBEROS:

Área del local (m²):	En este campo, registre en números claros las dimensiones del establecimiento en metros cuadrados.
Número de personas que trabajan:	En este campo, registre el número de trabajadores.
Número de personas ocasionales:	En este campo, registre el número de personas estimadas para capacidad de aforo del local.
Material que utiliza:	En este campo deberá completar información sobre tipo de material que utiliza o almacena para poder cumplir con su actividad económica, marcando con una X en la casilla que corresponda y completar con la información solicitada en el caso de GLP.
GLP	Registrar el número de cilindros de 15kg y 30kg y en el total de cilindros la suma de los dos campos.

AMBIENTE:

Registro Ambiental No.:	Ejemplo: 2500 R-AZ VC este dato debe ser tomado del certificado o autorización ambiental otorgada por la Secretaría de Ambiente.
Para la información adicional de ambiente:	Señalar en el casillero que corresponda según la actividad que realiza y completar con la información solicitada, junto a las actividades que lo requieran. Señalar de acuerdo al valor referencial (520.000 USD) los ingresos totales de la declaración impositiva anual realizada al SRI, del año inmediatamente anterior al momento de realizar la solicitud de la LUAE.

TURISMO:

En esta sección de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada, correspondiente al ámbito dentro del cual ejerce la actividad económica. En concordancia al Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juegos.

SALUD:

En esta sección de ser el caso, deberá registrar el ámbito específico dentro del cual ejerce la actividad económica y que son de competencia del M.D.M.Q. En concordancia al Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en casinos y salas de juegos.

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN):

Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de ron artesanal ubicado en la parroquia de Calderón, barrio Carapungo