



**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA
PRODUCCIÓN**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN
DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS ARTESANALES CON
FINAS HIERBAS, UBICADA EN EL CANTON MEJIA,
PARROQUIA TAMBILLO, 2018.**

**Trabajo de Titulación previo la obtención del título de Tecnólogo en
Administración Industrial y de la Producción**

AUTOR: LOACHAMIN PALIZ ANDERSON VINICIO

**DIRECTOR: ING. EDUARDO EDMUNDO VÁSCONEZ
ROMERO.**

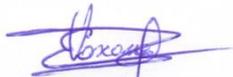
Quito, 2018



ACTA DE APROBACIÓN DEL PROYECTO DE GRADO

Quito, 11 de Mayo del 2018

El equipo asesor del trabajo de Titulación del Sr. LOACHAMIN PALIZ ANDERSON VINICIO de la carrera de Administración Industrial y de la Producción cuyo tema de investigación fue: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE QUESOS ARTESANALES CON FINAS HIERBAS, UBICADA EN EL CANTON MEJIA, PARROQUIA TAMBILLO, 2018; una vez considerados los objetivos del estudio, coherencia entre los temas y metodologías desarrolladas; adecuación de la redacción, sintaxis, ortografía y puntuación con las normas vigentes sobre la presentación del escrito, resuelve: APROBAR el Trabajo de Titulación de grado, certificando que cumple con todos los requisitos exigidos por la institución.



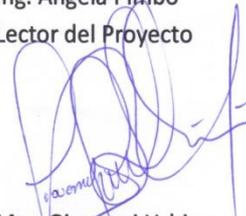
Ing. Eduardo Vasconez
Tutor del Proyecto



Dr. Patricio Guanopatin
Director de Escuela



Ing. Ángela Pimbo
Lector del Proyecto



Msc. Giovanni Urbina
Coordinador de Proyectos

CAMPUS 1 - MATRIZ	CAMPUS 2 - LOGROÑO	CAMPUS 3 - BRACAMOROS	CAMPUS 4 - BRASIL	CAMPUS 5 - YACUAMBÍ
Av. de la Prensa N45-268 y Logroño Teléfono: 2255460 / 2269900 E-mail: instituto@cordillera.edu.ec Pág. Web: www.cordillera.edu.ec Quito - Ecuador	Calle Logroño Oe 2-84 y Av. de la Prensa (esq.) Edif. Cordillera Telfs.: 2430443 / Fax: 2433649	Bracamoros N15 - 163 y Yacuambí (esq.) Telf.: 2262041	Av. Brasil N46-45 y Zamora Telf.: 2246036	Yacuambí Oe2-36 y Bracamoros. Telf: 2249994

DECLARATORIA

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



Loachamin Paliz Anderson Vinicio

CC: 1750410878

LICENCIA DE USO NO COMERCIAL

Yo, **Loachamin Paliz Anderson Vinicio** portador de la cédula de ciudadanía signada con el No. 1750410878 de conformidad con lo establecido en el Artículo 110 del Código de Economía Social de los Conocimientos, la Creatividad y la Innovación (INGENIOS) que dice: “En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos. Sin perjuicio de los derechos reconocidos en el párrafo precedente, el establecimiento podrá realizar un uso comercial de la obra previa autorización a los titulares y notificación a los autores en caso de que se traten de distintas personas. En cuyo caso corresponderá a los autores un porcentaje no inferior al cuarenta por ciento de los beneficios económicos resultantes de esta explotación. El mismo beneficio se aplicará a los autores que hayan transferido sus derechos a instituciones de educación superior o centros educativos.”, otorgo licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del proyecto denominado **Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de producción y comercialización de quesos artesanales con finas hierbas, ubicada en el cantón Mejía, parroquia Tambillo, 2018**. con fines académicos al Instituto Tecnológico Superior Cordillera.



Loachamin Paliz Anderson Vinicio

C.C: 1750410878

Quito, 11/mayo/2018

AGRADECIMIENTO

Agradezco al Instituto Tecnológico Superior Cordillera por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrificio voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo incondicional.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA	i
LICENCIA DE USO NO COMERCIAL	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN	xxii
CAPÍTULO I	1
1. Introducción.....	1
1.01. Justificación	1
1.02. Antecedentes.....	2
CAPÍTULO II	5
2. Análisis Situacional.....	5
2.01. Ambiente Externo	5
2.01.01. Factor Económico.....	5
2.01.01.01. Inflación.....	6
2.01.01.02. Inflación Sectorial	7
2.01.01.03. PIB Sectorial.....	7
2.01.01.04. PIB Nacional	8
2.01.01.05. Riesgo País	9

2.01.01.06. Tasa de Interés.....	10
2.01.01.04.01. Tasa Activa	10
2.01.01.04.02. Tasa Pasiva.....	11
2.01.02. Factor Social.....	12
2.01.02.01. Población Económicamente Activa	12
2.01.02.02. Empleo	13
2.01.02.03. Subempleo	14
2.01.03. Factor Político.	15
2.01.04. Factor Legal.....	15
2.01.04.01. Requisitos para Obtener de la Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE)	15
2.01.04.02. Requisitos para Obtener el Registro Único de Contribuyente	17
2.01.04.03. Requisitos para Obtener el Registro Sanitario	19
2.01.04.04. Requisitos para Obtener el Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).....	22
2.01.04.05. Requisitos para Obtener el Certificado de Artesano	25
2.01.05. Factor Ambiental.....	26
2.01.06. Factor Tecnológico.....	27
2.02. Entorno Local	27
2.02.01. Clientes.....	27
2.02.02. Clientes.....	27
2.02.03. Proveedores	28
2.02.04. Competidores	29
2.03. Matriz FODA.....	29
2.04. Propuesta Estratégica.....	30
2.04.01. Misión.....	30

2.04.02.	Visión	31
2.04.03.	Objetivos	31
2.04.03.01.	Objetivo General	32
2.04.03.02.	Objetivos Específicos	32
2.04.04.	Principios y Valores	32
2.04.04.01.	Principios	32
2.04.04.02.	Valores	34
2.04.05.	Gestión Administrativa	35
2.04.05.01.	Planificación	35
2.04.05.02.	Organización	35
2.04.05.02.01.	Organigrama	35
2.04.05.02.02.	Manual de Funciones	36
2.04.05.03.	Dirección	38
2.04.05.04.	Control	39
2.04.05.04.01.	Tarjeta de Control Kárdex	39
2.04.05.04.02.	Método Kanban o Tablero Visual	40
2.04.06.	Gestión Operativa	40
2.04.07.	Gestión Comercial	41
2.04.07.01.	Producto	42
2.04.07.02.	Precio	42
2.04.07.03.	Plaza	42
2.04.07.04.	Promoción	43
2.04.07.05.	Manual de Imagen Corporativa	46
CAPÍTULO III		59
3.	Estudio de Mercado	59

3.01. Análisis del Consumidor	59
3.01.01. Determinación de la Población y Muestra	59
3.01.01.01. Población.....	59
3.01.01.02. Muestra.....	60
3.01.02. Técnicas de Obtención de Información.....	61
3.01.02.01. Modelo de la Encuesta	62
3.02. Demanda.....	76
3.02.01. Demanda Histórica.....	76
3.02.02. Demanda Actual.....	76
3.02.03. Demanda Proyectada.....	78
3.03. Oferta	78
3.03.01. Oferta Histórica.....	79
3.03.02. Oferta Actual	79
3.03.03. Oferta Proyectada.....	79
3.04. Balance Oferta – Demanda.....	80
3.04.01. Balance Actual	80
3.04.02. Balance Proyectado	81
CAPÍTULO IV	82
4. Estudio Técnico.....	82
4.01. Tamaño del Proyecto.....	82
4.01.01. Capacidad Instalada.....	82
4.01.02. Capacidad Óptima.....	83
4.02. Localización.....	84
4.02.01. Macro-localización.....	84
4.02.02. Micro-localización	85

4.02.03. Localización Óptima	87
4.03. Ingeniería del Producto	88
4.03.01. Definición del Bien y / o Servicio	88
4.03.02. Distribución de Planta	89
4.03.02.01. Códigos de Cercanía	89
4.03.02.02. Factores del Proceso	90
4.03.02.03. Matriz Triangular	91
4.03.02.04. Distribución de Planta	92
4.03.02.05. Distribución de Planta	93
4.03.03. Políticas de las Buenas Prácticas de Manufactura.....	94
4.03.04. Proceso Productivo	95
4.03.04.01. Normas BPM aplicadas en los procesos del presente proyecto	97
4.03.04.02. Simbología del diagrama de procesos	100
4.03.05. Maquinarias y Equipos	100
CAPÍTULO V	103
5. Estudio Financiero	103
5.01. Ingresos Operacionales y no operacionales	103
5.01.01. Ingresos Operacionales	103
<i>Elaborado por: Anderson Loachamin</i>	<i>103</i>
5.01.02. Ingresos no Operacionales.....	104
5.02. Costos.....	104
5.02.01. Costos Directos.....	105
5.02.01.01. Materia Prima Directa (M.P.D.)	105
5.02.01.02. Mano de Obra Directa (M.O.D.)	106
5.02.02. Costos Indirectos	106

5.02.02.01. Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F.)	106
5.02.03. Gastos Administrativos	107
5.02.04. Gastos de Ventas	109
5.02.05. Costos Financieros	111
5.02.06. Costos Fijos y Variables.....	111
5.03. Inversiones.....	112
5.03.01. Inversión Fija.....	112
5.03.02. Activos Fijos	112
5.03.03. Activos Nominales	113
5.03.04. Capital de Trabajo	113
5.03.05. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos.....	114
5.03.06. Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización).....	114
5.03.07. Depreciaciones (Tabla de Depreciaciones).....	115
5.03.08. Estado de Situación Inicial	116
5.03.09. Estado de Resultados Proyectado (a cinco años)	117
5.03.010. Flujo de Caja Proyectado	117
5.04. Evaluación Financiera	118
5.04.01. Tasa de Descuento (TMAR)	119
5.04.02. Valor Actual Neto (VAN).....	119
5.04.03. Tasa Interna de Retorno (TIR)	120
5.04.04. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI).....	120
5.04.05. Relación Costo Beneficio (RBC).....	121
5.04.06. Punto de Equilibrio.....	122
5.04.07. Análisis de Índices Financieros.....	124
5.04.07.01. Rentabilidad del Patrimonio (ROE)	124

5.04.07.02. Rentabilidad del Activo (ROA).....	124
5.04.07.03. Rentabilidad de la Inversión (ROI)	125
CAPÍTULO VI.....	126
6. Análisis de Impactos	126
6.01. Impacto Ambiental.....	126
6.02. Impacto Económico	126
6.03. Impacto Productivo	127
6.04. Impacto Social	128
CAPÍTULO VII	129
7. Conclusiones y Recomendaciones	129
7.01. Conclusiones	129
7.02 Recomendaciones	130
Bibliografía	131
ANEXOS	139

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N. 1: Inflación Sectorial	7
Figura N. 2: PIB sector industrial	8
Figura N. 3: PIB Nacional	9
Figura N. 4: Población Económicamente Activa.....	13
Figura N. 5: Empleo.....	13
Figura N. 6: Subempleo	14
Figura N. 7: Organigrama	36
Figura N. 8: Manual de Funciones del Gerente General	37
Figura N. 9: Manual de Funciones del Jefe de Ventas	37
Figura N. 10: Manual de Funciones del Operario 1.....	38
Figura N. 11: Tarjeta de Control Kárdex	39
Figura N. 12: Cadena de Valor	41
Figura N. 13: Plaza	43
Figura N. 14: Facebook.....	44
Figura N. 15: WhatsApp	44
Figura N. 16: Tarjeta de presentación.....	45
Figura N. 17: Degustaciones del Producto	45
Figura N. 18: Manual de Funciones.....	46
Figura N. 19: Manual de Funciones.....	47
Figura N. 20: Manual de Funciones.....	47
Figura N. 21: Manual de Funciones.....	48
Figura N. 22: Manual de Funciones.....	48
Figura N. 23: Manual de Funciones.....	49
Figura N. 24: Manual de Funciones.....	49
Figura N. 25: Manual de Funciones.....	50
Figura N. 26: Manual de Funciones.....	50
Figura N. 27: Manual de Funciones.....	51
Figura N. 28: Manual de Funciones.....	51
Figura N. 29: Manual de Funciones.....	52
Figura N. 30: Manual de Funciones.....	52

Figura N. 31: Manual de Funciones	53
Figura N. 32: Manual de Funciones	53
Figura N. 33: Manual de Funciones	54
Figura N. 34: Manual de Funciones	54
Figura N. 35: Manual de Funciones	55
Figura N. 36: Manual de Funciones	55
Figura N. 37: Manual de Funciones	56
Figura N. 38: Manual de Funciones	56
Figura N. 39: Manual de Funciones	57
Figura N. 40: Manual de Funciones	57
Figura N. 41: Manual de Funciones	58
Figura N. 42: Género.....	64
Figura N. 43: Rango de edad.....	65
Figura N. 44: Pregunta 1	66
Figura N. 45: Pregunta 2	67
Figura N. 46: Pregunta 3	68
Figura N. 47: Pregunta 4	69
Figura N. 48: Pregunta 5	70
Figura N. 49: Pregunta 6	71
Figura N. 50: Pregunta 7	72
Figura N. 51: Pregunta 8	73
Figura N. 52: Pregunta 9	74
Figura N. 53: Pregunta 10	75
Figura N. 54: Mapa Provincial de Pichincha	85
Figura N. 55: Mapa del Sector de Tambillo.....	86
Figura N. 56: Matriz Triangular	91
Figura N. 57: Distribución de Planta.....	92
Figura N. 58: Distribución de Planta.....	93
Figura N. 59: Diagrama de Flujo	96
Figura N. 60: Simbología del diagrama de procesos	100

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1: Inflación	6
Tabla N. 2: Riesgo País.....	10
Tabla N. 3: Tasas de interés activas	11
Tabla N. 4: Tasas de interés pasivas	12
Tabla N. 5: Normas INEN en productos alimenticios procesados	20
Tabla N. 6 Organismos de inspección acreditados	22
Tabla N. 7 costo de registro recertificado	24
Tabla N. 8: Clientes	28
Tabla N. 9: Proveedores.....	28
Tabla N. 10: Competidores	29
Tabla N. 11: FODA.....	30
Tabla N. 12: Tablero Visual.....	40
Tabla N. 13: Población del Cantón Mejía.....	60
Tabla N. 14: Género.....	64
Tabla N. 15: Rango de edad.....	65
Tabla N. 16: Pregunta 1	66
Tabla N. 17: Pregunta 2	67
Tabla N. 18: Pregunta 3	68
Tabla N. 19: Pregunta 4	69
Tabla N. 20: Pregunta 5	70
Tabla N. 21: Pregunta 6	71
Tabla N. 22: Pregunta 7	72
Tabla N. 23: Pregunta 8	73
Tabla N. 24: Pregunta 9	74
Tabla N. 25: Pregunta 10	75
Tabla N. 26: Datos para Calcular la Demanda	76
Tabla N. 27: Resultados de la Encuesta.....	77
Tabla N. 28: Cálculo de la Demanda Actual en Quesos.....	77
Tabla N. 29: Cálculo de la Demanda Actual en Dólares	77

Tabla N. 30: Cálculo de la Demanda Proyectada	78
Tabla N. 31: Cálculo de la Oferta Actual.....	79
Tabla N. 32: Cálculo de la Oferta Proyectada.....	80
Tabla N. 33: Cálculo de la Demanda Insatisfecha Actual	80
Tabla N. 34: Cálculo de la Demanda Insatisfecha Proyectada	81
Tabla N. 35: Capacidad Instalada	83
Tabla N. 36: Capacidad Óptima.....	83
Tabla N. 37: Matriz de Localización.....	87
Tabla N. 38: Calificación Designada en la Matriz de Localización	88
Tabla N. 39: Razones de Cercanía	90
Tabla N. 40: Maquinaria	100
Tabla N. 41: Equipo	101
Tabla N. 42: Muebles de Producción.....	101
Tabla N. 43: Herramientas y Utensilios.....	101
Tabla N. 44: Equipo de Oficina	102
Tabla N. 45: Muebles de Oficina	102
Tabla N. 46: Ingresos Operacionales	103
Tabla N. 47: Ingresos Operacionales Proyectados.....	104
Tabla N. 48: Materia Prima Directa.....	105
Tabla N. 49: Mano de Obra Directa.....	106
Tabla N. 50: Costos Indirectos de Fabricación	107
Tabla N. 51: Gastos Administrativos del Personal	107
Tabla N. 52: Material de Aseo y Limpieza	108
Tabla N. 53: Suministros de Oficina.....	108
Tabla N. 54: Otros Gastos Administrativos	108
Tabla N. 55: Gastos Administrativos Proyectados	109
Tabla N. 56: Gastos de Ventas del Personal	109
Tabla N. 57: Gastos de Ventas.....	110
Tabla N. 58: Gastos de Ventas Proyectados	110
Tabla N. 59: Costos Fijos y Variables Proyectados.....	111
Tabla N. 60: Activos Fijos	112

Tabla N. 61: Activos Fijos	113
Tabla N. 62: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos	114
Tabla N. 63: Tabla de Amortización.....	115
Tabla N. 64: Cuadro de Depreciaciones	116
Tabla N. 65: Estado de Situación Inicial	116
Tabla N. 66: Estado de Resultados	117
Tabla N. 67: Flujo de Caja Proyectado	118
Tabla N. 68 Tasa de Descuento	119
Tabla N. 69: Valor Actual Neto.....	119
Tabla N. 70: Tasa Interna de Retorno	120
Tabla N. 71: Periodo de Recuperación	120
Tabla N. 72: Periodo de Recuperación	121
Tabla N. 73: Relación Costo Beneficio	122
Tabla N. 74: Punto de Equilibrio	122
Tabla N. 75: Rentabilidad del Patrimonio	124
Tabla N. 76: Rentabilidad del Activo	125
Tabla N. 77: Rentabilidad de la Inversión	125

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N. 1 Encuesta.....	139
Anexo N. 2 Formulario de solicitud para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....	141
Anexo N. 3 Formulario declarativo para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE).....	142
Anexo N. 4 Formulario para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC).....	143
Anexo N. 5 Solicitud de registro para la obtención del registro sanitario.	144
Anexo N. 6 Solicitud para la obtención de certificación de Buenas Prácticas de Manufactura. (BPM)	145
Anexo N. 7 Formulario para la obtención del Certificado de Artesano.....	146

RESUMEN EJECUTIVO

El queso desde la antigüedad ha formado parte de la alimentación de las personas, con el paso del tiempo los procesos de elaboración han ido cambiando y se puede degustar una gran variedad de quesos, pero este cambio no ha sido del todo positivo porque se agregan componentes que en ciertos casos no son beneficiosos para el organismo.

El objetivo fijado en este proyecto es ofrecer a los consumidores un producto adicional del que ellos están acostumbrados a adquirir en los mercados, un queso con finas hierbas no solo posee las vitaminas derivadas de la leche, sino también de las hierbas finas. Esto hace que sea una buena combinación sin dejar de lado su exquisito sabor y excelente compañía en ciertas comidas o bebidas.

Un estudio de mercado fue fundamental para conocer si el proyecto es factible y poder realizar una respectiva inversión, la técnica utilizada para obtener información verídica y necesaria de los consumidores fue la encuesta y de esta forma el proyecto resulta viable.

Se consideraba un resultado positivo al estudio de mercado el cual fue de la forma esperada porque se puede concebir una inversión, además la empresa de acuerdo al estudio está en una zona estratégica donde no existen inconvenientes en el acceso de los proveedores hacia la empresa y del producto al mercado. De acuerdo al crecimiento poblacional que tiene el sector donde se establecerá la empresa la mano de obra solicitada se encuentra dentro este sector.

En conclusión, el presente proyecto cuenta con el proceso necesario para ser aceptada su perspectiva, cada punto tratado ha sido de forma investigativa y detallada para lograr obtener resultados esperados, es importante mencionar que en el proyecto se aplicaron políticas y normas BPM en los diferentes procesos de elaboración lo cual ayuda a la credibilidad del producto.

ABSTRACT

The cheese since ancient times has been part of the food of people, with the passage of time the manufacturing processes have been changing and you can taste a variety of cheeses, but this change has not been entirely positive because components are added that in certain cases are not beneficial for the organism.

The objective set in this project is to offer consumers an additional product that they are accustomed to acquire in the markets, a cheese with fine herbs not only has the vitamins derived from milk, but also the fine herbs. This makes it a good combination without neglecting its exquisite taste and excellent company in certain foods or beverages.

A market study was fundamental to know if the project is feasible and to be able to make a respective investment, the technique used to obtain true and necessary information from the consumers was the survey and in this way the project is viable.

It was considered a positive result to the market study which was the expected way because an investment can be conceived; also the company according to the study is in a strategic area where there are no problems in the access of suppliers to the company and the product to the market. According to the population growth of the sector where the company will be established, the labor required is within this sector.

In conclusion, this project has the necessary process to be accepted its perspective, each point has been investigated and detailed to achieve expected

results, it is important to mention that the project applied BPM policies and standards in the different processes of elaboration which helps the credibility of the product.

INTRODUCCIÓN

Los quesos con finas hierbas son productos obtenidos por una producción artesanal, dejando de lado la producción industrial permite que el queso no tenga sustancias químicas que alteren el organismo ya que la duración de un queso de forma natural es de solo 4 semanas.

En la producción industrial de quesos utilizan maquinarias y herramientas las cuales dejan de lado la producción artesanal, es por esta razón que los procesos son diferentes al del queso tradicional, ya que agregan sustancias que permiten que el queso tenga una duración mayor al del queso artesanal.

Para poder realizar este presente proyecto se realizó una serie de análisis y estudios para conocer si es factible efectuar una inversión en este proyecto.

En el análisis situacional se estudió el entorno del mercado y la posibilidad de poder comercializar un producto. Dentro de este análisis se encuentra el Ambiente Externo, Entorno Local, Análisis Interno, Análisis FODA.

Ambiente Externo es todo lo que afecta para el desarrollo de una empresa, para facilitar su estudio se divide en: factor económico dentro de este se hizo un análisis la situación económica actual, tasa de empleo y desempleo, nivel de ingresos y la evolución de tasas de interés; factor social son los cambios que sufre la población a través del tiempo y afecta a la oferta y demanda de productos; factor legal es donde influye la situación política, leyes, permisos o autorizaciones; factor tecnológico es la maquinaria y herramientas de los avances científicos para mejorar los procesos de producción.

En el Entorno local están los clientes, proveedores y competidores. Los clientes es la parte fundamental de una empresa ya que son los principales consumidores del producto. Los proveedores dotan de materia prima para que la empresa pueda cumplir con sus clientes, por eso fue necesario hacer un estudio a los proveedores y conocer si cumplen con las exigencias de la empresa. Los competidores hacen que una empresa se mantenga en mejora continua, solo de esta forma se puede mantener en el mercado y que los clientes prefieran su producto. El Análisis FODA permite conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que la empresa tiene para lanzar su producto al mercado.

El Análisis Interno establece las características fundamentales de una organización y dentro de este están: Propuesta estratégica, Misión, Visión, Objetivos, Objetivo General, Objetivos Específicos, Principios y valores, Gestión administrativa, Gestión operativa, Gestión comercial, es decir, el estudio interno de la empresa.

En el Estudio de Mercado se analizó los resultados de la investigación de mercado y para poder realizar este análisis de mejor manera lo dividiremos en: Análisis del Consumidor donde se verificará la determinación de la población y muestra, las técnicas de obtención de información y análisis de la Información; Oferta en la cual se analizó la oferta histórica, Oferta Actual y Oferta proyectada; Demanda se realizó un análisis de demanda histórica, Demanda actual y Demanda proyectada; Balance oferta-demanda el cual abarca a balance Actual y Balance Proyectado.

Para ejecutar el Estudio Técnico se hizo un enfoque en: el Tamaño del Proyecto dentro del cual están la capacidad instalada y capacidad óptima; en la Localización donde se encuentra la macro, micro –localización y localización óptima; por último tenemos a la Ingeniería del Producto y dentro de este están la definición del Bien o Servicio, Distribución de planta, Proceso productivo, Maquinaria y Equipos.

Los ingresos operacionales y no operacionales pertenecen al estudio financiero y se dividen en: Costos dentro de este están, costo directo, costos indirectos, gastos administrativos, costo de ventas, costos financieros, costos fijos y variables; dentro de las Inversiones tenemos inversión fija, activos fijos, activos nominales (diferidos), capital de trabajo, fuentes de financiamiento y uso de fondos, amortización de financiamiento (tabla de amortización), depreciaciones (tabla de depreciación), estado de situación inicial, estado de resultados proyectado (a cinco años), flujo caja; la Evaluación abarca a la tasa de descuento, VAN, TIR, PRI (Período de recuperación de la inversión), RBC (Relación costo beneficio), Punto de equilibrio, Análisis de índices financieros.

Para conocer los impactos que tendrá la empresa se analizó al Impacto Ambiental que es la modificación del ser humano sobre la naturaleza; Impacto Económico el cual muestra la rentabilidad de la empresa; Impacto Productivo en este está la falta de calidad y los costos de producción; Impacto Social son los cambios de la sociedad a diversas situaciones.

Las conclusiones y recomendaciones se hicieron de acuerdo al análisis y estudio del desarrollo investigativo del presente proyecto.

CAPÍTULO I

1. Introducción

1.01. Justificación

La industria alimentaria en el Ecuador constituye una de las más importantes, ya que los alimentos son productos de consumo masivo y el cliente quiere siempre encontrar variedad, calidad y precios justos. Este sector ofrece a los consumidores un número ilimitado de alimentos pero no todos cuentan con un cuadro nutricional adecuado para los consumidores; así por ejemplo, algunos productos contienen demasiados colorantes y preservantes que ocasionan problemas en la salud. Por esto se debe tomar decisiones importantes con respecto a la nutrición que incidan en el mejoramiento de la salud de toda la población, en especial en niños y ancianos.

Se apoyará al Plan del Buen Vivir generando nuevas fuentes de empleo y cubriendo los objetivos que tiene este plan, de igual manera, apoyar al desarrollo de la matriz productiva con la implementación de una microempresa con procesos artesanales para un producto nutritivo y de calidad.

Mejorar continuamente los procesos de producción para incrementar los niveles de productividad sin sacrificar los beneficios del producto artesanal y de esta manera rescatar las costumbres o tradiciones de la elaboración de un queso con finas hierbas de manera artesanal.

La inseguridad alimentaria en el Ecuador empieza desde el hogar, actualmente en nuestro país el exceso de comidas rápidas o alimentos que contienen mucha sal, azúcar y preservantes químicos son los principales causantes de enfermedades como la diabetes, colesterol, hipertensión, etc.

De ahí parte la idea de elaborar un producto artesanal con un alto valor nutritivo y que pueda ser consumido por niños, jóvenes y adultos, quienes serán los beneficiarios directos de un producto rico en sabor y en nutrientes.

La importancia de este trabajo es que se va a desarrollar en base a los conocimientos adquiridos en los años de estudio realizados en el instituto, y va a aportar de manera positiva al sector donde estará establecida la microempresa, mejorando la economía y su desarrollo.

1.02. Antecedentes

Hace más de diez mil años antes de Cristo, el habitante de Europa y Oriente Medio ya había comprobado los beneficios de la ganadería y el domesticado de animales, entre ellos los uros, unos animales que ya se extinguieron en el 1627 y que eran similares a los toros. (Hernández, 2011, pág. s/p)

La trashumancia que los pastores tenían que realizar para alimentar a sus ganados, implicaba que éstos se alimentaran durante días a base de frutos del camino y del ordeño de sus animales. Dice la historia, que una de tantas veces los pastores decidieron conservar la leche sobrante con el fin de no desperdiciarla, y para ello utilizaron unos odres fabricados con los estómagos de los rumiantes. Para su sorpresa, el efecto del calor ambiental y el cuajo del estómago del animal convirtieron la líquida leche en una pasta blanquecina. (Hernández, 2011, pág. s/p)

“Uno de los pastores decidió probarla, y el resultado le agradó. Desechó el suero de la bolsa y luego estudió como producirla sistemáticamente, y así apareció el queso”. (Hernández, 2011, pág. s/p)

“A partir de entonces, los mercaderes comprobaron que aplicando sal y presión a la leche ésta era conservada por más tiempo, por lo que comenzaron a producir queso con la leche fresca que no se consumía”. (Hernández, 2011, pág. s/p)

“Con el paso del tiempo, gracias a la química, se han encontrado muchas otras sustancias (naturales o no) que reaccionan de la misma forma al entrar en contacto con la leche obteniendo queso como resultado final”. (Hernández, 2011, pág. s/p)

La historia del queso en Ecuador, nace muy temprano, cuando se ordeñaron las primeras vacas que llegaron con Sebastián de Benalcázar. Siendo el queso la forma más fácil de guardar la leche, darle consistencia sólida y en muchos casos aplicar el nuevo producto a muchas formas de la gastronomía nacional. Ya en la temprana colonia del Ecuador, apenas 10 años después de fundada la ciudad de Quito, ya se habla del queso. (Lasso, 2015, pág. 165)

Dentro de este hay algunos especializados:

El queso amasado es oriundo de uno de los lugares más ganaderos de la Sierra, los valles de la provincia del Carchi, en donde se encuentra la población de San Gabriel, allí es fácil encontrar el “queso amasado”. Nace del queso fresco, se le deja escurrir el suero, se sala con sal renada y luego se lo muele en molino de granos. Al molerlo se le da una consistencia granulosa que le concede especial estilo y sabor. Es muy popular en la mesa carchense y se lo mezcla especialmente con las deliciosas papas cholas, chauchas o con los recién cosechados y humeantes granos tiernos, todos platos típicos del norte ecuatoriano. (Lasso, 2015, pág. 166)

El queso manaba es oriundo de la provincia de Manabí, es un queso fresco y hoy se ha popularizado en todo el Ecuador. A la cuajada se la exprime en una bolsa de paño y se escurre el suero, se lo corta y en una “batea” de madera se lo amasa con sal, manual y ligeramente. Este queso enormemente popular tiene muchas combinaciones, ya sea con el choclo, el plátano verde, maduro y con granos tiernos y ensaladas. Con este queso se elabora el delicioso pan de yuca. De este queso manaba hay una especial versión, el “rallado”. Estando en fundado dentro de un paño, se aprieta y cubre totalmente de sal y se le deja reposar varios días para permitir su deshidratación. Sale duro y se lo ralla para sopas, ensaladas, pastas u otras aplicaciones culinarias. (Lasso, 2015, pág. 166)

El queso lojano de similar confección que el queso de San Gabriel, el lojano, es también amasado pero dado las diferencias climáticas, se lo come con yuca, plátano verde y maduro y se mezcla con gran cantidad de platos de la gastronomía del sur. Podríamos decir que es el queso que une las dos regiones Sierra y Costa. (Lasso, 2015, pág. 167)

El queso de hoja viene envuelto en la siempre verde hoja de achira, el queso jugoso y fresco al que después de reposar unos días, se lo pone en agua caliente y al desleírse forma pedazos, a los que se los aplana o hila y se lo envuelve en sí mismo. De sabor similar al “mozzarella” fue el queso típico de los viajeros, por su buena conservación en la hoja antes de que llegue el empaque plástico. (Lasso, 2015, pág. 168)

Gracias al descubrimiento del queso por nuestros antepasados, ahora se puede degustar de una gran variedad de quesos con diferentes procesos y procedencia, aportando con la gastronomía de diversas culturas en todo el mundo, además el queso es un complemento de varios platillos ecuatorianos como: locro de papa, bolones de verde, tigrillo, entre otros.

El queso es un excelente acompañante también para frutas y bebidas como distintos vinos. El queso a diferencia de la cuajada es semiduro tiene poca lactosa, más salado y para elaborarlo es necesario tener una buena cuajada, para su consumo en estado maduro es recomendable no comer su corteza.

Es importante tener en cuenta para la elaboración de quesos de calidad la leche debe ser recién ordeñada o proveniente de vacas de raza lechera, también es importante conocer si una vaca ha sido picada por un animal o ha pasado por una mastitis, o alguna otra enfermedad y ha sido inyectada, su leche no es apta para el consumo ni para la elaboración de ningún producto alimenticio.

CAPÍTULO II

2. Análisis Situacional

“El análisis situacional es el estudio del medio en que se desenvuelve la empresa en un determinado momento, tomando en cuenta los factores internos y externos mismos que influyen en cómo se proyecta la empresa en su entorno”.

(Avellaneda, 2015, pág. 6)

Se analizará el entorno en el que la empresa se va a desenvolver, teniendo en cuenta los factores que intervienen de manera positiva o negativa para poder tomar acciones correctivas necesarias.

2.01. Ambiente Externo

“El análisis del ambiente externo tiene por objeto estudiar las características del mercado cambiante, las cuales son de índole no controlable”. (Melchor, 2012, pág. 4)

El ambiente externo se puede definir como los factores que se encuentran a nivel macro y que pueden afectar a la empresa en su desarrollo y su funcionamiento hasta un punto muy complejo, estos factores pueden suponer ventajas y amenazas para la misma organización. (Navarrete, 2011, pág. s/p)

2.01.01. Factor Económico

“Los recursos económicos son los medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa”. (Merino, 2010, pág. s/p)

Estos recursos, por lo tanto, son necesarios para el desarrollo de las operaciones económicas, comerciales o industriales. Acceder a un recurso económico implica una inversión de dinero: lo importante para que la empresa sea rentable es que dicha inversión pueda ser recuperada con la utilización o la explotación del recurso. (Merino, 2010, pág. s/p)

2.01.01.01. Inflación

La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares. (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. s/p)

Tabla N. 1: Inflación

FECHA	VALOR
Octubre-31-2017	-0.10 %
Septiembre-30-2017	0.04 %
Agosto-31-2017	0.20 %
Julio-31-2017	0.18 %
Junio-30-2017	0.32 %
Mayo-31-2017	0.91 %
Abril-30-2017	0.86 %
Marzo-31-2017	0.42 %
Febrero-28-2017	0.29 %
Enero-31-2017	0.09 %
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	0.96 %
Octubre-31-2016	1.11 %

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

La inflación tiene un comportamiento decreciente llegando a una caída del 1.21%, lo cual representa un decrecimiento y es una amenaza porque no hay ingresos. Debido a la escasez de empleo no existe demanda en el mercado.

2.01.01.02. Inflación Sectorial

Incidencia en la Inflación de las Divisiones de Productos

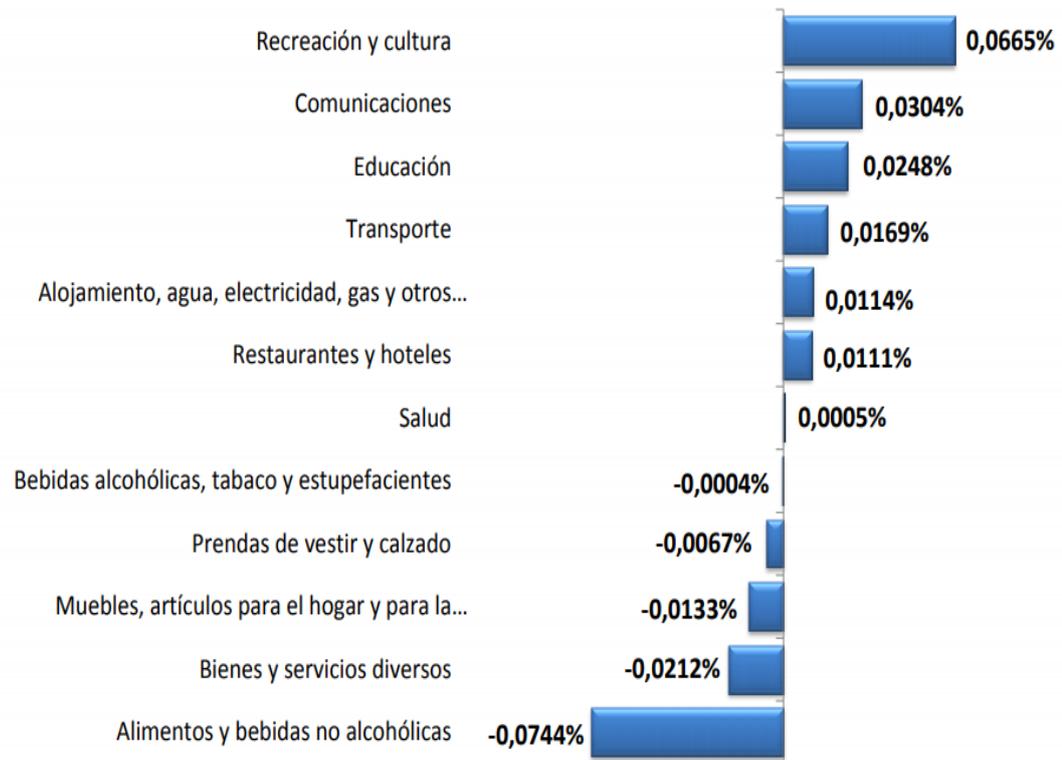


Figura N. 1: Inflación Sectorial

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

El sector alimenticio ha tenido un decrecimiento negativo para las industrias ecuatorianas, esto presenta una amenaza para la implementación de la empresa porque existen escasas de demanda en el mercado por la falta de empleo.

2.01.01.03. PIB Sectorial

El PIB Sectorial 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. (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. s/p)

El Sector Industrial del Ecuador

Producto Interno Bruto

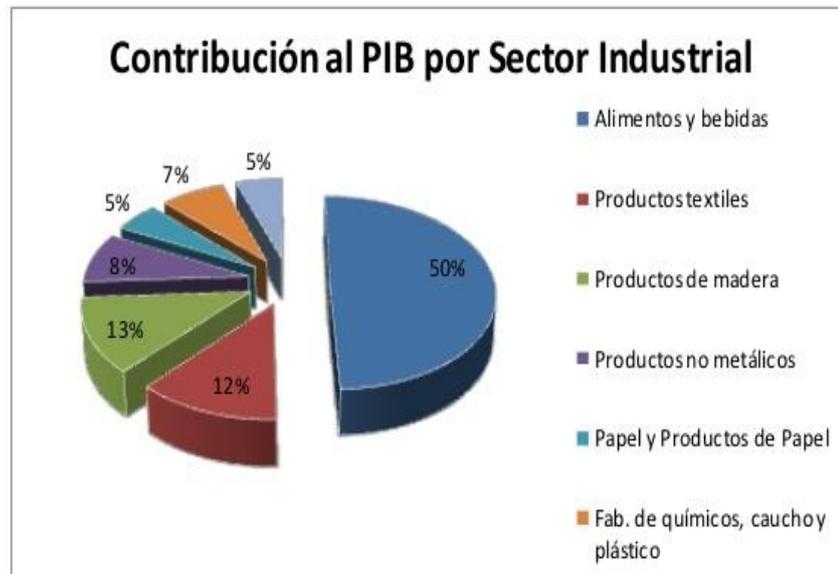


Figura N. 2: PIB sector industrial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Dentro del sector industrial es el más importante porque los alimentos cubren el 50% de la Industria Ecuatoriana, y representa una oportunidad para implementar una empresa productora de alimentos.

2.01.01.04. PIB Nacional

Producto interno bruto (PIB) es la suma de todos los bienes y servicios finales que produce un país o una economía, tanto si han sido elaborados por empresas nacionales o extranjeras dentro del territorio nacional, que se registran en un periodo determinado (generalmente un año). (Minier, 2012, pág. s/p)

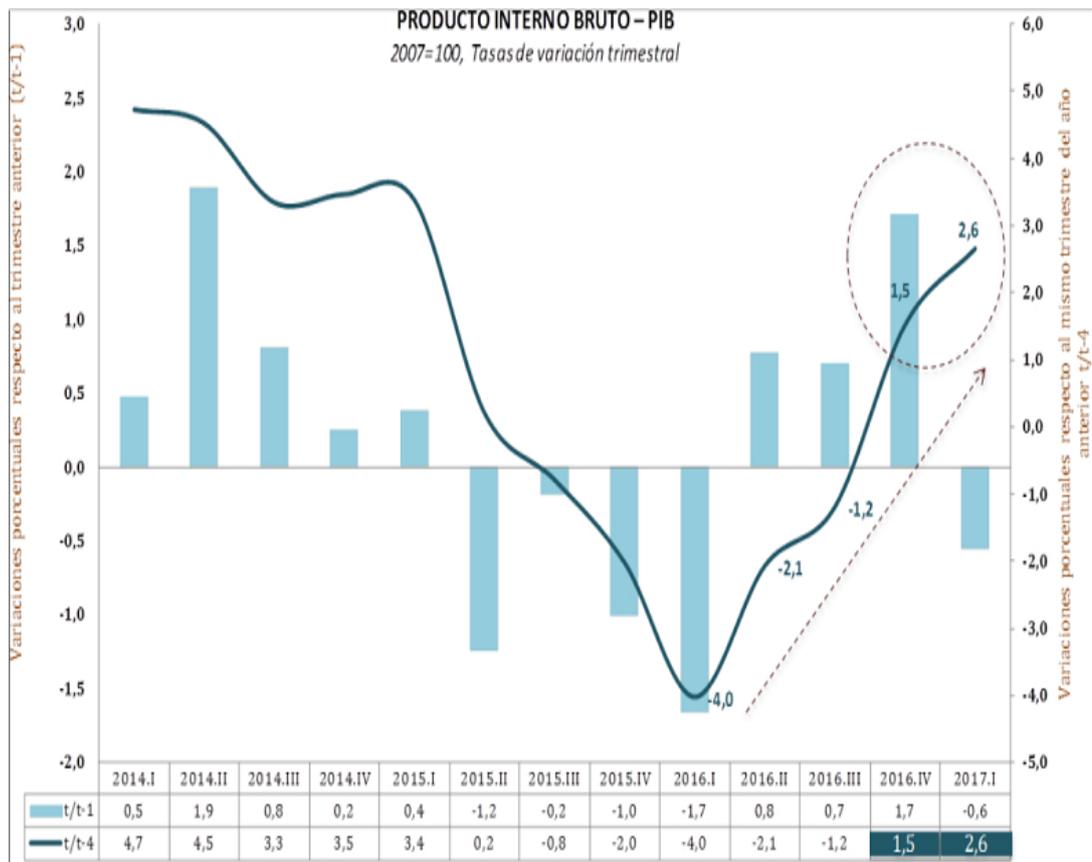


Figura N. 3: PIB Nacional

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador.

La tendencia del PIB hasta el primer trimestre del 2016 es decreciente y a partir del segundo trimestre del 2017 el comportamiento es creciente, hay una esperanza de mejora y eso representa una oportunidad para seguir creciendo.

2.01.01.05. Riesgo País

El riesgo país es un concepto económico que ha sido abordado académica y empíricamente mediante la aplicación de metodologías de la más variada índole: desde la utilización de índices de mercado como el índice EMBI de países emergentes de Chase-JPmorgan hasta sistemas que incorpora variables económicas, políticas y financieras. El Embi se define como un índice de bonos de mercados emergentes, el cual refleja el movimiento en los precios de sus títulos negociados en moneda extranjera. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos. (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. s/p)

Tabla N. 2: Riesgo País

FECHA	VALOR
Noviembre-19-2017	552.00
Noviembre-18-2017	552.00
Noviembre-17-2017	552.00
Noviembre-16-2017	557.00
Noviembre-15-2017	581.00
Noviembre-14-2017	560.00
Noviembre-13-2017	561.00
Noviembre-12-2017	562.00
Noviembre-11-2017	562.00
Noviembre-10-2017	562.00
Noviembre-09-2017	567.00
Noviembre-08-2017	560.00
Noviembre-07-2017	558.00

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

En el Ecuador el Riesgo es fluctuante y cambiante día a día, a pesar de que ha bajado el Riesgo País no hay la confianza de los inversionistas extranjeros, lo cual representa una amenaza para la Industria Ecuatoriana, por cuanto no existe inversión externa.

2.01.01.06. Tasa de Interés

En el ámbito de la economía y las finanzas, el concepto de interés hace referencia al costo que tiene un crédito o bien a la rentabilidad de los ahorros. Se trata de un término que, por lo tanto, permite describir al provecho, utilidad, valor o la ganancia de una determinada cosa o actividad. (Ribadeneira, 2014, Pág 2)

2.01.01.04.01. Tasa Activa

Tasa activa Son operaciones activas todas aquellas formas técnicas mediante las cuales los bancos utilizan o aplican los fondos recolectados y cuyos montos quedan expresados en los distintos rubros del activo de sus balances: fondos disponibles, colocaciones, inversiones, otras cuentas del activo. Se puede decir también que son operaciones activas todas aquellas formas técnicas por las cuales los bancos mantienen disponible, colocan o invierten los fondos provenientes de sus operaciones pasivas. La tasa activa, expresada generalmente en términos efectivos, se aplica a las colocaciones efectuadas por los bancos e instituciones financieras a sus clientes por créditos de corto mediano y largo plazo. (Chipana, 2013, pág. 9)

“La Tasa Activa Efectiva Referencial corresponde a la tasa activa efectiva referencial del segmento productivo corporativo”. (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. s/p)

Tabla N. 3: Tasas de interés activas

Tasas de Interés			
noviembre - 2017			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	7.34	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.84	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.41	Productivo PYMES	11.83
Comercial Ordinario	7.95	Comercial Ordinario	11.83
Comercial Prioritario Corporativo	7.79	Comercial Prioritario Corporativo	9.33
Comercial Prioritario Empresarial	9.84	Comercial Prioritario Empresarial	10.21
Comercial Prioritario PYMES	11.05	Comercial Prioritario PYMES	11.83

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Cuando el capital de la empresa es más alto, la tasa de interés es más baja, esto representa una amenaza para concebir un crédito para la implementación de la empresa, debido a que el crédito tendría una tasa de interés muy elevada.

2.01.01.04.02. Tasa Pasiva

Tasa pasiva Son operaciones pasivas todas aquellas formas técnicas u operaciones mediante las cuales las instituciones del sistema financiero capta fondos directamente de los depositantes o indirectamente a través de otras instituciones de crédito (redescuentos). La tasa pasiva corresponde básicamente a las captaciones que se efectúan del público a través de cuentas corrientes, depósitos a plazo, depósitos de ahorro, emisión de bonos y de certificados. (Chipana, 2013, pág. 11)

“La Tasa Pasiva Efectiva Referencial corresponde al promedio pondera por monto, de las tasas de interés efectivas pasivas remitidas por las entidades del sistema financiero nacional al Banco Central del Ecuador, para todos los rangos de plazos”. (Banco Central del Ecuador, 2017, pág. s/p)

Tabla N. 4: Tasas de interés pasivas

2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.91	Depósitos de Ahorro	1.13
Depósitos monetarios	0.87	Depósitos de Tarjetahabientes	1.17
Operaciones de Reporto	0.10		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.42	Plazo 121-180	4.85
Plazo 61-90	3.90	Plazo 181-360	5.37
Plazo 91-120	4.86	Plazo 361 y más	6.97

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Banco Central del Ecuador

Representa una oportunidad invertir en una empresa porque se puede ganar más dinero con la utilidad que genere la empresa, en lugar de un banco que los intereses son bajos.

2.01.02. Factor Social

Los factores sociales y culturales tienen una importancia decisiva en la explicación de la evolución del pensamiento, sin embargo, es necesario afirmar que ellos no actúan en bloque ni de modo unilateral e independientemente de los factores biológicos e individuales. Por tanto, es necesario diferenciar su accionar, pues, corrientemente, se le reduce a una única dimensión: la transmisión social y cultural. (Dongo, 2009, pág. 228)

2.01.02.01. Población Económicamente Activa

“Personas de 15 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia o aunque no trabajaron, tuvieron trabajo (empleados); y personas que no tenían empleo pero estaban disponibles para trabajar y buscan empleo (desempleados)”. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016, pág. 6)

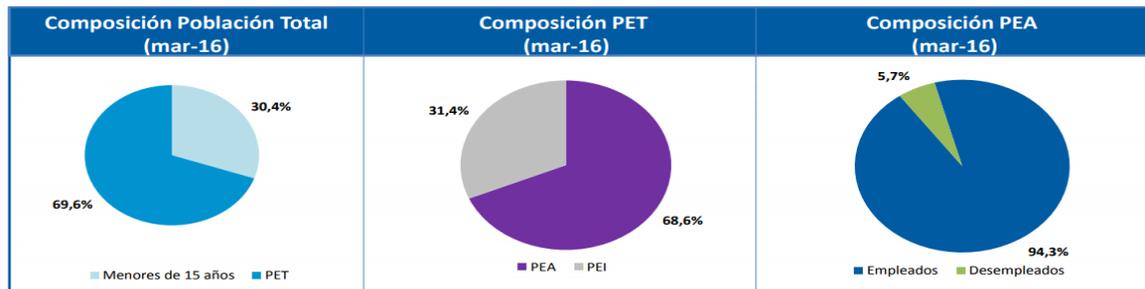


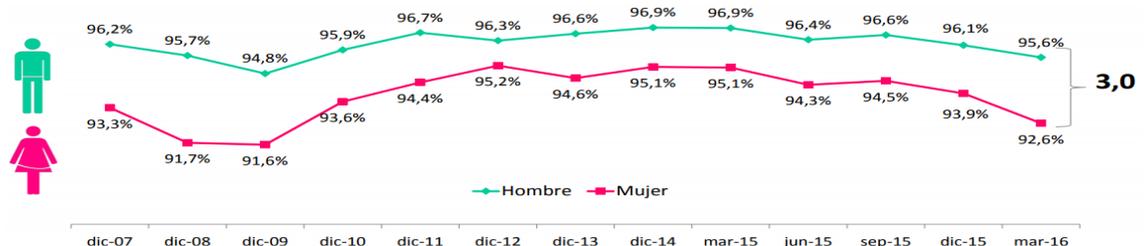
Figura N. 4: Población Económicamente Activa
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

La Población Económicamente Activa es un porcentaje bastante alto (69,6%) en consideración de la población total. Para la empresa es una oportunidad porque de acuerdo a la figura muchas personas tienen ingresos fijos y son posibles consumidores.

2.01.02.02. Empleo

Personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan igual o más de 40 horas a la semana, independientemente del deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. También forman parte de esta categoría, las personas con empleo que, durante la semana de referencia, perciben ingresos laborales iguales o superiores al salario mínimo, trabajan menos de 40 horas, pero no desean trabajar horas adicionales. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016, pág. 6)

Entre marzo 2015 y marzo 2016, la tasa de empleo global disminuye en **2,5** puntos porcentuales para las mujeres y disminuye en **1,3** puntos porcentuales para los hombres.



La tasa de Empleo global para las mujeres es **3,0** puntos porcentuales menor que la de los hombres. Esta diferencia **SI es estadísticamente significativa**.

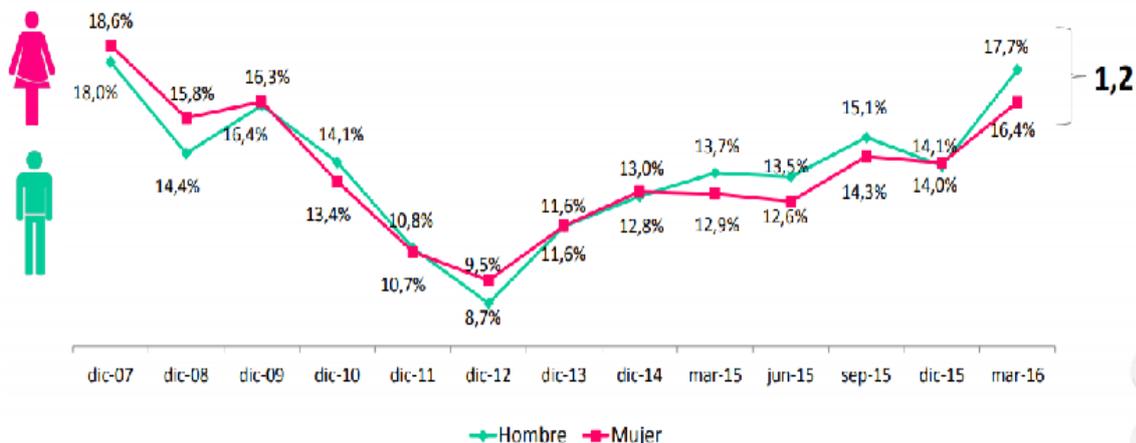
Figura N. 5: Empleo
Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

El empleo tanto para hombres y mujeres ha caído en diciembre 2015 ha sido 93.91% y en marzo 2016 96.5%, y a quien afecta más el desempleo es a la mujer, representa una amenaza porque no hay ingreso, lo cual hace que no tenga consumidores.

2.01.02.03. Subempleo

Personas con empleo que, durante la semana de referencia, percibieron ingresos inferiores al salario mínimo y/o trabajaron menos de la jornada legal y tienen el deseo y disponibilidad de trabajar horas adicionales. Es la sumatoria del subempleo por insuficiencia de tiempo de trabajo y por insuficiencia de ingresos. (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2016, pág. 6)

Entre marzo 2015 y marzo 2016, la tasa de subempleo aumenta en 4 puntos porcentuales para los hombres y aumenta en 3,5 puntos porcentuales en las mujeres.



La tasa de subempleo para los hombres es 1,2 puntos porcentuales menos que la de las mujeres. Esta diferencia es **NO es estadísticamente significativa**.

Figura N. 6: Subempleo

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Elaborado por: Instituto Nacional de Estadística y Censos

El Subempleo ha crecido para hombres y mujeres, esto representa una oportunidad para la empresa porque la población ecuatoriana busca generar ingresos a pesar de que en la actualidad no existen fuentes empleo.

2.01.03. Factor Político.

Está formado por las leyes, las agencias gubernamentales y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita. (Vásquez, 2015, pág. 5)

2.01.04. Factor Legal

Los factores legales tienden a tener gran influencia en el desarrollo de las negociaciones nacionales e internacionales ya que por medio de esta es donde se da a conocer el escenario en el cual se van a llevar a cabo y bajo que leyes y normas se deben realizar las negociación. (Hernandez, 2008, pág. s/p)

2.01.04.01. Requisitos para Obtener de la Licencia Única De Actividades Económicas (LUAE)

“La LICENCIA UNICA DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) es el documento habilitante indispensable para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito. El régimen administrativo para su obtención consta en la Ordenanza Metropolitana Nro. 308”. (Gallego, 2015, pág. s/p)

La LUAE integra los siguientes permisos y/o autorizaciones administrativas:

- Informe de Compatibilidad y Uso de Suelo (ICUS)
- Permiso Sanitario
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Rotulación (Identificación de la actividad económica)
- Permiso Ambiental
- Licencia Única Anual de Funcionamiento de las Actividades Turísticas
- Permiso Anual de Funcionamiento de la Intendencia General de Policía

El proceso para obtener la LUAE puede iniciarse a través de la página web del Municipio de Quito o con la presentación del formulario impreso lleno y firmado en cualquiera de sus Administraciones Zonales. Una vez otorgada tiene validez de un año calendario. (Gallego, 2015, pág. s/p)

Requisitos para su emisión (primera vez):

Generales:

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera).
- Certificado Ambiental (cuando se requiera).
- **Personas Jurídicas:** Copia de escritura de constitución de la empresa
- Copia del nombramiento del Representante Legal.
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Copia de estatutos y acuerdo ministerial (entidades sin fines de lucro).
- Copia de la Resolución emitida por la Dirección Metropolitana Financiera Tributaria, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro.
- Original de la declaración del 1.5 X mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.

Artesanos:

- Copia de la Calificación Artesanal.

- Copia Carné Artesanal vigente.

Requisitos para la renovación:

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas – LUAE.
- Copia de RUC actualizado.
- Copia de la Licencia Metropolitana del año inmediato anterior.

2.01.04.02. Requisitos para Obtener el Registro Único de

Contribuyentes (RUC)

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. (Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2017, pág. s/p)

“El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el Tipo de Contribuyente”. (Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2017, pág. s/p)

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. (Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2017, pág. s/p)

“Las actividades económicas asignadas a un contribuyente se determinan conforme el clasificador de actividades CIU (Clasificador Internacional Industrial Único)”. (Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2017, pág. s/p)

Requisitos:

Personas naturales

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Sociedades

- Formulario 01A y 01B
 - Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención
 - Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención
 - Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Procedimiento:

El contribuyente se acerca a cualquier ventanilla de atención al contribuyente del Servicio de Rentas Internas a nivel nacional portando los requisitos antes mencionados e inscribe el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Costo:

Sin costo directo para el contribuyente

Tiempo Estimado de Entrega:

5 minutos.

2.01.04.03. Requisitos para Obtener el Registro Sanitario

Pasos a seguir

- a) **Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva:** se debe adjuntar un documento en el que declare el cumplimiento de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN que aplica al producto, en el cual debe constar el nombre y firma del responsable técnico y el nombre del producto a registrar tal como consta en el formulario de solicitud. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

“Para realizar la consulta sobre las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN que aplican a su producto puede ingresar en la página web del Servicio Ecuatoriano de Normalización: <http://apps.inen.gob.ec/descarga/>”. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

“Se detalla algunas de las Normas INEN que pueden aplicar a los productos alimenticios procesados”: (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

Tabla N. 5: Normas INEN en productos alimenticios procesados

QUESOS

NTE INEN 0062:74	Quesos. Clasificación y designaciones
NTE INEN 0067:2011	1R Queso cheddar. Requisitos
NTE INEN 0068:2011	1R Queso Danbo. Requisitos
NTE INEN 0069:2011	1R Queso edam. Requisitos
NTE INEN 0078:2012	1R Queso gouda. Requisitos.
NTE INEN 0079:2012	1R Queso provolone. Requisitos
NTE INEN 0080:2012	1R Queso gruyere. Requisitos
NTE INEN 0081:2012	1R Queso romano. Requisitos
NTE INEN 0082:2011	1R Queso Mozzarella. Requisitos
NTE INEN 0083:74	Queso Gorgonzola. Requisitos
NTE INEN 0084:2013	1R Queso extra duro para rallar. Requisitos
NTE INEN 0085:2012	1R Queso Camembert. Requisitos
NTE INEN 0086:2013	1R Queso Ricota. Requisitos
NTE INEN 0087:2012	1R Queso Bel Paese. Requisitos
NTE INEN 0088:2011	1R Queso Cuartirolo. Requisitos
NTE INEN 0089:2012	1R Queso Port-Salut. Requisitos
NTE INEN 0090:2012	1R Queso pâtegrás. Requisitos
NTE INEN 1528:2012	1R Norma general para quesos frescos no madurados. Requisitos
NTE INEN 2600:2011	Norma general para el queso en salmuera. Requisitos
NTE INEN 2601:2011	Queso Cottage. Requisitos
NTE INEN 2607:2012	Queso andino madurado. Requisitos
NTE INEN 2610:2012	Queso Havarti. Requisitos
NTE INEN 2611:2012	Queso Tilsiter. Requisitos
NTE INEN 2612:2012	Queso Samsøe. Requisitos.
NTE INEN 2620:2012	Queso Andino Fresco. Requisitos.
NTE INEN 2613:2012	Norma General para Queso Fundido. Requisitos.
NTE INEN 2604:2012	Norma General para Quesos Madurados. Requisitos.
NTE INEN 2621:2012	Queso Semimadurado y Madurado de Cabra. Requisitos.
NTE INEN 2622:2012	Queso Fresco de Cabra. Requisitos.
NTE INEN 2584:2013	Norma General para Quesos de Suero y Quesos de Proteínas de Suero. Requisitos.
NTE INEN 2827:2013	Norma para el queso de crema (queso de nata, "cream cheese") (CODEX STAN 275-1973,MOD)
NTE INEN 2605:2012	Queso Brie. Requisitos
NTE INEN 2606:2012	Queso Coulommiers. Requisitos.

Fuente: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

Elaborado por: Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

b) Descripción general del proceso de elaboración del producto: se debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto, con una descripción de todas las etapas del proceso de fabricación del producto y debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico. Debe declarar, en los casos que aplique, el proceso de conservación: ej. Esterilización, pasteurización, escaldado, refrigeración, congelación, irradiación, etc. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

c) Diseño de la etiqueta o rótulo del producto: se debe adjuntar el proyecto de etiqueta, tal como será utilizado en la comercialización en el país, ajustado a los requisitos que exige el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022, y las Normas Técnicas Ecuatoriana NTE INEN 1334-1, NTE INEN 1334-2, NTE INEN 1334-3, sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano <http://apps.inen.gob.ec/download/> y Reglamento de Alimentos (D.E. 4114, R.O. 984, 22/07/1988) y el Reglamento Sanitario Sustitutivo de Etiquetado de Alimentos Procesados para el consumo humano (Acuerdo Ministerial 5103, R.O. 318, 25/08/2014). <http://www.controlsanitario.gob.ec/normativa-vigente/>. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

Cuando son varias presentaciones del mismo producto se aceptará una sola etiqueta con un documento adjunto en el que se especifique que se mantendrá la misma información técnica para todos los proyectos de etiqueta y solo cambiará la información correspondiente al contenido de envase. Situación similar se aceptará para marcas diferentes, un solo proyecto de etiqueta y el documento adjunto en el que explique que lo único que cambia es la marca. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

“La información declarada en la tabla nutricional y sistema gráfico de la etiqueta deberá estar sustentada en las especificaciones químicas, físico químicas, realizados al producto por parte de un laboratorio acreditado por SAE”. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

d) Declaración del tiempo de vida útil del producto: se debe adjuntar un documento en el cual se especifique el tiempo de vida útil del producto indicando las condiciones de conservación y almacenamiento del mismo con nombre y firma del responsable técnico. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

Esta declaración debe estar sustentada en la ficha de estabilidad del alimento procesado, la cual debe ser emitida por un laboratorio acreditado por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) (<http://www.acreditacion.gob.ec/>) o a su vez por el laboratorio de control de calidad del fabricante siempre que cuente con el certificado de BPM (Buenas Prácticas de Manufactura). El informe de resultados del estudio de estabilidad debe contener nombre, firma y cargo del técnico responsable del estudio. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

e) Especificaciones físicas y químicas del material del envase: se aceptará el documento emitido por el fabricante o distribuidor del envase dirigido al fabricante del alimento, en el mismo debe constar la naturaleza del material de envase/tapa e información que evidencie que es apto para su uso en contacto con alimentos para consumo humano. El documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable de calidad o responsable técnico de la fabricación o distribución del material de envase. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

f) Descripción del código del lote: debe adjuntar un documento en el cual conste el nombre del producto con la descripción del código de lote que el fabricante esté utilizando para identificar su producción, en el cual conste la descripción o interpretación de dicho código que permita establecer trazabilidad en el producto. En el documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

g) En caso de maquila, declaración del titular del registro sanitario: en el caso de maquila, se deberá adjuntar un documento en el que conste la siguiente información: el nombre o razón social del fabricante del producto y su número de identificación (cédula de identidad, cédula de identidad y ciudadanía, carné de refugiado, pasaporte o RUC.). (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

2.01.04.04. Requisitos para Obtener el Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

Procedimiento:

1. “Para iniciar el proceso de registro del certificado de BPM, el propietario/gerente o responsable técnico de la planta procesadora de alimentos, deberá seleccionar el Organismo de Inspección Acreditado registrado en la ARCSA”. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

Organismos de inspección acreditados, registrados en la ARCSA:

Tabla N. 6 Organismos de inspección acreditados

Organismos de inspección acreditados	Alcance acreditación
CALIVERIF CIA. LTDA.	Inspección Alimentos
DE LA TORRE ASESORÍA ALIMENTARIA AGDR CIA LTDA.	Inspección Alimentos
FOOD KNOWLEDGE	Inspección Alimentos
ICONTEC INTERNATIONAL S.A.	Inspección Alimentos
INSPECTORATE DEL ECUADOR S.A.	Inspección Alimentos
SGCEC DEL ECUADOR	Inspección Alimentos
SGS DEL ECUADOR	Inspección Alimentos
TRUST CONTROL INTERNATIONAL S.A. TCEE	Inspección Alimentos

Fuente: Ministerio de Salud Pública

Elaborado por: Ministerio de Salud Pública

2. “En el término de 5 días laborables antes de la inspección, deberá comunicar a la Agencia la fecha, hora y el inspector designado que realizará la auditoría en el establecimiento a certificar”. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

**REGISTRO DEL CERTIFICADO DE BUENAS PRÁCTICAS DE
MANUFACTURA (BPM)**

1. Revise el **Instructivo externo del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura.**
2. Llene la Solicitud para la Inspección para obtención del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura. (**formato de Registro de Certificado BPM**)

Adjunte los requisitos:

- Solicitud de registro de certificado de buenas prácticas para alimentos procesados.
- Copia del certificado emitido por el organismo de inspección acreditado.
- Copia del anexo, Listado de productos por tipo de alimento y por línea de producción certificada, validado con el organismo de inspección. Tomar en cuenta las líneas dispuestas en el **Instructivo externo del Certificado de Buenas Prácticas de Manufactura.**
- Copia del informe favorable de la inspección, con la declaración de la líneas y productos certificados.
- Copia del acta de inspección.
- Copia de la guía de verificación.
- Plan de trabajo para el cierre de no conformidades menores (cuando aplique).

3. Entregar la solicitud en la Secretaría General en Planta Central o Coordinación Zonal más cercana (**conozca aquí las direcciones**).
4. Se revisará y analizará que la documentación esté completa y correcta, en caso de existir alguna observación se notificará al usuario.
5. Una vez revisada la información, se generará la orden de pago correspondiente a los derechos de certificación, de acuerdo a la categorización de la planta o establecimiento:

Tabla N. 7 costo de registro recertificado

CATEGORÍA	COSTO DE REGISTRO /RECERTIFICACIÓN
Industria	5SBU
Mediana Industria	4SBU
Pequeña Industria	3SBU
Microempresa	2SBU
Artesanos	1SBU

Fuente: Ministerio de Salud Pública

Elaborado por: Ministerio de Salud Pública

Nota: la orden de pago tiene una vigencia de 10 días laborables, una vez transcurrido este periodo de tiempo el trámite se dará realizar nuevamente su solicitud.

6. El usuario debe realizar el depósito o transferencia bancaria en una de las siguientes cuentas, a nombre de la ARCSA; Banco del Pacífico: Corriente N° 7693184, Banco de Fomento: Corriente N° 3001108015 (código sub-línea: 130113).
7. El usuario envía el comprobante de depósito o transferencia y la orden de pago al correo **facturacion@controlsanitario.gob.ec** para la respectiva validación en término de 3 días laborables donde será emitida la factura, misma que es enviada al correo del usuario.

8. Una vez validado el pago, se enviará al usuario y al analista la factura por el valor acreditado.
9. El analista después de verificar la factura, registrará el certificado de Buenas Prácticas de Manufactura en el sistema de Permisos de funcionamiento Inscripción de alimentos procesados y Control Posterior.
10. El analista comunicará al usuario vía Quipux, el código único generado por la Agencia.

Cualquier cambio de las condiciones en la que fue certificada la planta procesadora de alimentos, deberá ser notificado de inmediato por sus representantes a la ARCOSA, quien dispondrá la inspección a que haya lugar, y la ampliación o cambio del certificado de buenas prácticas de manufactura. Si en cualquier etapa del proceso de inspección con fines de certificación del cumplimiento o verificación del mantenimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura, se encuentra que el informe emitido por los organismos de inspección acreditados no corresponde a las evidencias encontradas, la ARCOSA notificará de inmediato al SAE para las acciones a las que haya lugar. (Agencia Nacional de Regulación, 2014, pág. s/p)

2.01.04.05. Requisitos para Obtener el Certificado de Artesano

“**La Ley de defensa del Artesano** señala que los artesanos son aquellos que practican una actividad eminentemente artesanal con predominio de actividad manual, dirigida personalmente por el artesano con un máximo de 15 operarios y 5 aprendices”. (Tapia, 2017, pág. s/p)

Requisitos para calificación artesanal

- Solicitud de certificación de Artesano Calificado que se obtiene en la JNDA o en las Juntas Provinciales y Cantonales.
- Copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación.
- Copia de la última calificación (según el caso).
- Requisitos para certificar el taller

- En el proceso, el solicitante también debe obtener la calificación de taller artesana. El interesado debe presentar:
 - Copia cédula identidad.
 - Copia certificado de votación (hasta 65 años).
 - Foto carné actualizada a color.
 - Tipo de sangre.
 - Solicitud adquirida en la JNDA, Juntas Provinciales y Cantonales.

“Luego se inspeccionará el taller para determinar si cumple con lo que determina la ley y se extenderá la calificación de taller artesanal”. (Tapia, 2017, pág. s/p)

2.01.05. Factor Ambiental

El ambiente y los seres vivos están en una mutua relación: el ambiente influye sobre los seres vivos y éstos influyen sobre el ambiente y sobre otros seres vivos. La forma en que ambos se influyen o condicionan se ha llegado a denominar como factores o condicionantes ambientales o ecológicos. La influencia del ambiente sobre los seres vivos es la suma de todos y cada uno de los factores ambientales. Estos factores determinan las adaptaciones, la gran variedad de especies de plantas y animales, y la distribución de los seres vivos sobre la Tierra. (Carvajal, 2014, pág. s/p)

El impacto ambiental debido a la elaboración del producto es mínima y representa una oportunidad porque los desechos obtenidos pueden ser utilizados para la elaboración de otro producto, o también para alimentar animales de crianza, lo cual va a generar un ingreso operacional útil para la empresa.

2.01.06. Factor Tecnológico

“Un recurso tecnológico es un medio que se vale de la tecnología para cumplir con su propósito. Los recursos tecnológicos pueden ser tangibles (como una computadora, una impresora u otra máquina) o intangibles (un sistema, una aplicación virtual)”. (Merino, 2010, pág. s/p)

“Los recursos tecnológicos ayudan a desarrollar las operaciones cotidianas de la empresa, desde la producción hasta la comercialización, pasando por las comunicaciones internas y externas y cualquier otra faceta”. (Merino, 2010, pág. s/p)

La tecnología se presenta como una oportunidad para la comercialización del producto mediante redes sociales se puede promocionar, y también se puede conseguir maquinarias y herramientas para mejorar el sistema de producción.

2.02. Entorno Local

“Son los factores externos a la empresa que tienen influencia significativa en su estrategia empresarial, con los que interacciona y sobre las que puede influir, pero no controlar”. (Luis, 2010, pág. 11)

2.02.01. 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. (Thompson, 2009, pág. s/p)

2.02.02. 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. (Thompson, 2009, pág. s/p)

Tabla N. 8: Clientes

Distribuidores	Descripción
Mercado de Machachi	Machachi central
Tía	Machachi, Calle Amazonas junto al Banco del Pichincha.
Clientes	Descripción
Posada del Chagra	Diagonal al Estadio el Chan

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Existen mercados en los cuales se puede ingresar el producto y llegar a los clientes, por lo cual, se presenta una oportunidad para la empresa y así obtener utilidad y generar empleo para aportar al desarrollo económico del sector.

2.02.03. Proveedores

“Proveedor es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin”. (Merino, 2010, pág. s/p)

Tabla N. 9: Proveedores

Denominación	Descripción	Insumos
Asociación Ganadera de Tambillo.	Tambillo, Sector “El Belén”	Proveen de leche
Empresa Eléctrica Agua Potable CNT	Av. Pablo Guarderas, Machachi Tambillo, Parque Central	Abastecen de energía eléctrica Abastecen de agua a la empresa
Fabrica Paraíso	Av. Troncal de la Sierra, Machachi Tambillo	Proveedores de línea telefónica e internet
Pika	San Luis	Proveen de envolturas para el producto
Agricultores del Cantón Mejía	Machachi	Proveen canecas para la logística del producto
Bodega Tambo Real	Tambillo	Proveedores de hiervas finas como materia prima Proveedores del cuajo para el proceso del queso.

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Los proveedores son una oportunidad favorable para la empresa porque se ubican cerca, lo cual no hace imposible la logística de los pedidos de la empresa, evitando retrasos en la producción y en la entrega del producto al cliente

2.02.04. Competidores

Son aquellos conjuntos de empresas que ofrecen productos iguales y comercializan los mismos que una determinada empresa. Pero la competencia no se limita al caso de las empresas que compiten con la nuestra directamente (con los mismos productos). También se considera competencia a las empresas que ofrecen productos que pueden sustituir a los nuestros. Evalúa el posicionamiento de los productos para saber el lugar que ocupa el producto en el mercado de acuerdo al estilo de marketing. (Arias, 2010, pág. s/p)

Tabla N. 10: Competidores

Denominación	Descripción	Factor Diferenciador
Alphina	Av. Troncal Junto al Café de la Vaca	Maduración
El Ordeño	Panamericana Sur, Machachi	Proceso
Zuuu	Panamericana Sur, Machachai – Aloasí.	Calidad
El Serranito	Av. Panamericana Sur, Tambillo	Sabor

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Los competidores presentan una amenaza porque se encuentran establecidos en el mercado, por su antigüedad y variedad de productos, por lo cual, será difícil llegar a los consumidores.

2.03. Matriz FODA

La matriz de análisis dafo o foda, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz dafo en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y

oportunidades. La matriz de análisis dafo permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinosa, 2013, pág. s/p)

La Matriz FODA se utilizará para analizar oportunidades y amenazas que se presenten, y de esta manera poder tomar las acciones necesarias para el desarrollo del proyecto.

Tabla N. 11: FODA

Oportunidades	Amenazas
- PIB Sectorial	- Inflación
- PIB Nacional	- Inflación Sectorial
- Tasa Pasiva	- Riesgo País
- Población Económicamente Activa	- Tasa Activa
- Subempleo	- Empleo
- Factor Ambiental	- Competidores
- Factor Tecnológico	
- Clientes	
- Proveedores	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

2.04. Propuesta Estratégica

Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación. (Lozano, 2002, pág. s/p)

2.04.01. Misión

La **misión** es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. (Thompson, 2006, pág. s/p)

La misión de la empresa es realizada de acuerdo a los propósitos que se van a llevar a cabo, siendo estos escritos de manera objetiva tomando en cuenta los entornos a los que abarca el proyecto.

“Somos una empresa productora y comercializadora de quesos elaborados de forma artesanal, cumpliendo con la calidad y exigencias de los clientes del Cantón Mejía, manteniendo la responsabilidad social con el medio ambiente y aportando al desarrollo del sector”.

2.04.02. Visión

“La Visión es la capacidad de ver más allá, en tiempo y espacio, y por encima de los demás, significa visualizar, ver con los ojos de la imaginación, en términos del resultado final que se pretende alcanzar”. (Amaya, 2003, pág. s/p)

Es el camino a largo o corto plazo donde la empresa quiere llegar, es decir la aspiración que tiene y debe cumplir con el apoyo de los miembros de la organización.

“Llegar al año 2022, como líderes en la elaboración de quesos artesanales, y satisfacer la demanda de los clientes, sin dejar de lado las especificaciones de calidad y el compromiso con el medio ambiente”.

2.04.03. Objetivos

Los objetivos constituyen el conjunto de actividades internas de la organización para alcanzar sus fines, estos objetivos se convierten así en fines menores que se debe lograr para alcanzar el fin máximo, los objetivos constituyen los resultados concretos que deben ser obtenidos (eficacia) por cada uno de los elementos de la organización, los cuales deben hacerlo con economía de recursos (eficiencia). (Cuevas, 2010, pág. s/p)

Los objetivos son las metas que la empresa debe cumplir garantizando su desarrollo y el de sus colaboradores, sin dejar de lado el desarrollo de la comunidad.

2.04.03.01. Objetivo General

“Obtener un lugar en el mercado del sector donde la empresa estará ubicada para comercializar los quesos artesanales con finas hierbas a un precio competitivo para obtener clientes y rentabilidad”.

2.04.03.02. Objetivos Específicos

- Establecer estrategias que permitan el ingreso del producto al mercado y posteriormente posesionarse.
- Establecer un control de calidad necesario para que los productos lleguen en buen estado a los clientes.
- Mantener una mejora continua e innovar el producto de acuerdo a los requerimientos de los clientes sin dejar de lado la calidad.
- Controlar la logística del producto para que las entregas a los clientes sean a tiempo y de manera satisfactoria.
- Definir roles y funciones de los miembros de la empresa para el buen cumplimiento de las metas propuestas.

2.04.04. Principios y Valores

2.04.04.01. Principios

“La cultura y los principios corporativos vienen a ser el método por el cual se comunican y se hacen realidad los valores, los propósitos, las metas y los objetivos”. (Jimenez, 2017, pág. 3)

“Son el conjunto de creencias y valores que guían e inspiran la vida de una organización”. (Jimenez, 2017, pág. 3)

Son leyes establecidas por la empresa para una mejor convivencia y evitar problemas o accidentes por parte de los miembros de la organización y que se puedan acatar a estas leyes para un mejor desarrollo organizacional.

Bienestar del Desarrollo Humano

Velar por la seguridad física, social y emocional de los miembros de la organización, y promover su desarrollo organizacional mediante capacitaciones.

Responsabilidad Social

La empresa se compromete a no dañar el medio ambiente y aportar al crecimiento económico de la comunidad en la que se encuentra.

Innovación

Mejorar los procesos sin dejar de lado la producción artesanal y mantener la calidad para satisfacer a los clientes.

Calidad

Mantener una mejora continua del producto para que la empresa se mantenga en ventaja competitiva dentro del mercado para que los clientes prefieran este producto.

Servicio

Destacarse en los servicios de logística para que los clientes queden satisfechos y prefieran el producto que la empresa ofrece.

2.04.04.02. Valores

“Son elementos de la cultura empresarial, propios de cada compañía, dadas las características competitivas, las condiciones de su entorno, su competencia y la expectativa de los clientes y propietarios”. (Mejía, 2015, pág. 1)

Los miembros de la empresa deben sentirse identificados con los valores establecidos y cumplirlos para un mejor ambiente laboral y exista compañerismo, para que así se puedan cumplir las metas establecidas por la empresa.

Puntualidad

La empresa demostrará su puntualidad con los clientes al momento de entregar el producto y con los empleados al momento de pagar su sueldo.

Respeto

El respeto es muy importante dentro de una empresa porque genera un buen ambiente laboral para que se desempeñen los trabajadores

Responsabilidad

La responsabilidad con el ambiente por parte de la empresa es no causar contaminación y la Responsabilidad Social con los trabajadores dotando de equipos y herramientas necesarias para el cumplimiento de metas.

Honestidad

Se basa en el respeto de a la propiedad de la empresa por parte de sus trabajadores y también con sus compañeros y de esta manera podremos obtener una buena convivencia.

Creatividad

Apoyar la creatividad de los trabajadores tomando en cuenta sus propuestas para mejorar los procesos del producto o su calidad.

2.04.05. Gestión Administrativa

Fayol define el acto de administrar como planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar. Las funciones administrativas engloban los elementos de la administración. Estos mismos elementos constituyen el proceso administrativo que pueden ser encontrados en cualquier área de la empresa, es decir, que cada cual desempeña actividades de planeación, organización, etc. como actividades administrativas esenciales. (Cáceres, 2011, pág. s/p)

2.04.05.01. Planificación

La planificación es la que establece las bases para definir las metas correctas y después elegir los medios necesarios para alcanzarlas, es además un instrumento para afrontar la inseguridad, por cuanto, en ocasiones suceden imprevistos que por la vía de la planificación se pueden cubrir, en alguna proporción. (Medina, 2016, pág. 9)

2.04.05.02. Organización

“Es un conjunto de cargos cuyas reglas y normas de comportamiento, deben sujetarse a todos sus miembros y así, valerse el medio que permite a una empresa alcanzar determinados objetivos”. (Atiaja, 2015, pág. 3)

La organización empresarial se basa en la distribución correcta de funciones en los trabajadores, de esta manera se puede obtener un empoderamiento y resultados favorables para la empresa.

2.04.05.02.01. Organigrama

Un organigrama es un esquema de la organización de una empresa, entidad o de una actividad. El término también se utiliza para nombrar a la representación gráfica de las operaciones que se realizan en el marco de un proceso industrial o informático. (Chumo, 2016, pág. 3)

En el organigrama está detallado de manera gráfica como se encuentra constituidas las áreas desde los altos funcionarios hasta los operarios de la empresa.

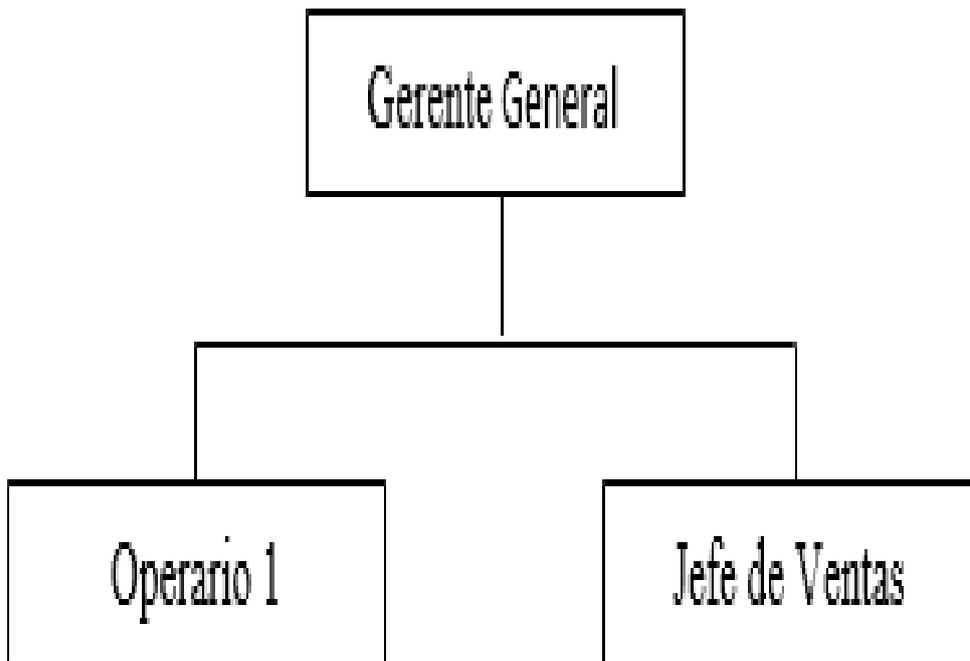


Figura N. 7: Organigrama
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

2.04.05.02.02. Manual de Funciones

Es un instrumento o herramienta de trabajo que contiene el conjunto de normas y tareas que desarrolla cada funcionario en sus actividades cotidianas y será elaborado técnicamente basados en los respectivos procedimientos, sistemas, normas y que resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las rutinas o labores cotidianas, sin interferir en las capacidades intelectuales, ni en la autonomía propia e independencia mental o profesional de cada uno de los trabajadores u operarios de una empresa ya que estos podrán tomar las decisiones más acertadas apoyados por las directrices de los superiores, y estableciendo con claridad la responsabilidad, las obligaciones que cada uno de los cargos conlleva, sus requisitos, perfiles, incluyendo informes de labores que deben ser elaborados por lo menos anualmente dentro de los cuales se indique cualitativa y cuantitativamente en resumen las labores realizadas en el período. (Puentes, 2015, pág. s/p)

Gerente General
<p>Referencias del Cargo</p> <p>Planificar, coordinar, dirigir y controlar actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la empresa.</p>
<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Capacidad de análisis ➤ Capacidad de negociación ➤ Gestión de proyectos ➤ Toma de decisiones ➤ Trabajo en equipo
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Liderar la gestión estratégica. ➤ Definir políticas generales de administración. ➤ Dirigir y controlar el desempeño de las áreas. ➤ Ser el representante de la empresa. ➤ Desarrollar y mantener relaciones político-diplomáticas con autoridades y reguladores (Ministerios, Contraloría, etc.). ➤ Velar por el respeto de las normativas y reglamentos vigentes. ➤ Actuar en coherencia con los valores organizacionales.

Figura N. 8: Manual de Funciones del Gerente General
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

Jefe de Ventas
<p>Referencias del Cargo</p> <p>Elaboración de estrategias comerciales. Marketing. Desarrollo y ejecución de nuevos proyectos comerciales. Atención a Clientes. Conocimientos básicos en el área contable.</p>
<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Trabajo bajo presión ➤ Actitud de líder ➤ Iniciativa propia ➤ Auto control ➤ Proactivo ➤ Responsable ➤ Dinámico ➤ Honrado
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas en función del plan estratégico organizacional. ➤ Reclutamiento, selección y entrenamiento del personal de ventas. ➤ Coordinar los planes de trabajo de los vendedores semanal, mensual y anual. ➤ Medición y Evaluación del desempeño del personal de venta. ➤ Analizar los problemas para aumentar la eficiencia de la operación y proponer soluciones rentables para la Empresa. ➤ Análisis del volumen de venta, costos y utilidades. ➤ Verificar los nuevos productos del mercado para comercializar y darle al público un buen beneficio. ➤ Conocer las necesidades de diferentes tipos de clientes. ➤ Impulsar la apertura a nuevos mercados y cuentas. ➤ Elaborar y ejercer el presupuesto semestral de la Empresa.

Figura N. 9: Manual de Funciones del Jefe de Ventas
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

Operario 1
<p>Referencias del Cargo</p> <p>El operario controla y realiza los procesos de recepción, manipulación, transformación y elaboración del producto, respetando en todo momento las normas de calidad, de medio ambiente, seguridad, sanitarias y BPM.</p>
<p>Competencias</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Trabajo en equipo➤ Trabajo bajo presión➤ Honrado➤ Puntual➤ Respeto hacia los compañeros y jefes de área
<p>Funciones</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Recibe el plan de fabricación, con las anotaciones de los ingredientes que se utilizarán, los parámetros que tiene que controlar (ej.: temperatura a la que se tiene que llevar a cabo el proceso, parámetros de calidad, medio ambiente, etc.), inspecciones a realizar y la documentación a registrar.➤ Recibe las materias primas e ingredientes, realizando el respectivo control.➤ Realiza las operaciones de transformación y elaboración establecidas por el plan de fabricación del producto➤ Prepara y acondiciona el espacio de trabajo aplicando las medidas establecidas por la empresa (ej.: de seguridad, higiene y protección medioambiental necesarias para evitar riesgos de contaminación de productos, accidentes laborales y contaminación ambiental).➤ Mantiene la maquinaria y los utensilios en las condiciones idóneas que garanticen la higiene de los equipos.➤ Realiza los procesos de mantenimiento, limpieza, desinfección y acondicionamiento, establecidos en el plan de trabajo.➤ Registra, identifica y segrega el producto que no cumpla con la conformidad de la empresa.➤ Realiza el almacenamiento del producto en condiciones adecuadas para asegurar su conservación.➤ Realiza el registro adecuado sobre la salida del producto al cliente.

Figura N. 10: Manual de Funciones del Operario 1

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

2.04.05.03. Dirección

“La dirección también es la actividad que consiste en orientar las acciones de una empresa, una organización o una persona hacia un determinado fin”. (Gardey, 2010, pág. s/p)

Para la dirección de la empresa se debe tomar un liderazgo democrático, porque se necesita de la participación de todos los que forman la empresa para hacerla crecer, el líder debe ser una persona que genere la participación del grupo, para que los colaboradores estén dispuestos a trabajar en equipo y se sientan en un buen ambiente laboral para llegar a las metas fijadas.

2.04.05.04. Control

“Consiste en una verificación para comprobar si todas las cosas ocurren de conformidad con el plan adoptado, las instrucciones transmitidas y los principios establecidos”. (Díaz, 2017, pág. 3)

2.04.05.04.01. Tarjeta de Control Kárdex

KÁRDEX				
Artículo:			Existencia Mínima:	
Método:			Existencia Máxima:	
Fecha	Detalle	Entradas	Salidas	Existencias
D M A		Cant/V Unitario/V Total	Cant/V Unitario/V Total	Cant/V Unitario/V Total

Figura N. 11: Tarjeta de Control Kárdex

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

La tarjeta Kárdex será utilizada para mantener un orden con las existencias de la empresa, también para controlar las entradas y salidas de materia prima y del producto terminado.

2.04.05.04.02. Método Kanban o Tablero Visual

Tabla N. 12: Tablero Visual

Pendientes	En Proceso	Terminadas

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

El Método Kanban se utiliza para tener un control en las tareas de la empresa y evitar la acumulación de las mismas, para que los trabajadores mantengan un ritmo sostenible y no tener retrasos o confusiones al momento de la recepción de materia prima o entregar el producto terminado.

2.04.06. Gestión Operativa

La gestión operativa es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (Correa, 2012, pág. s/p)

La gestión operativa es donde se designan los recursos y fuerzas necesarias para el cumplimiento de los objetivos, se designa a ciertas áreas que los necesitan, para identificarlas de realiza una cadena de valor.

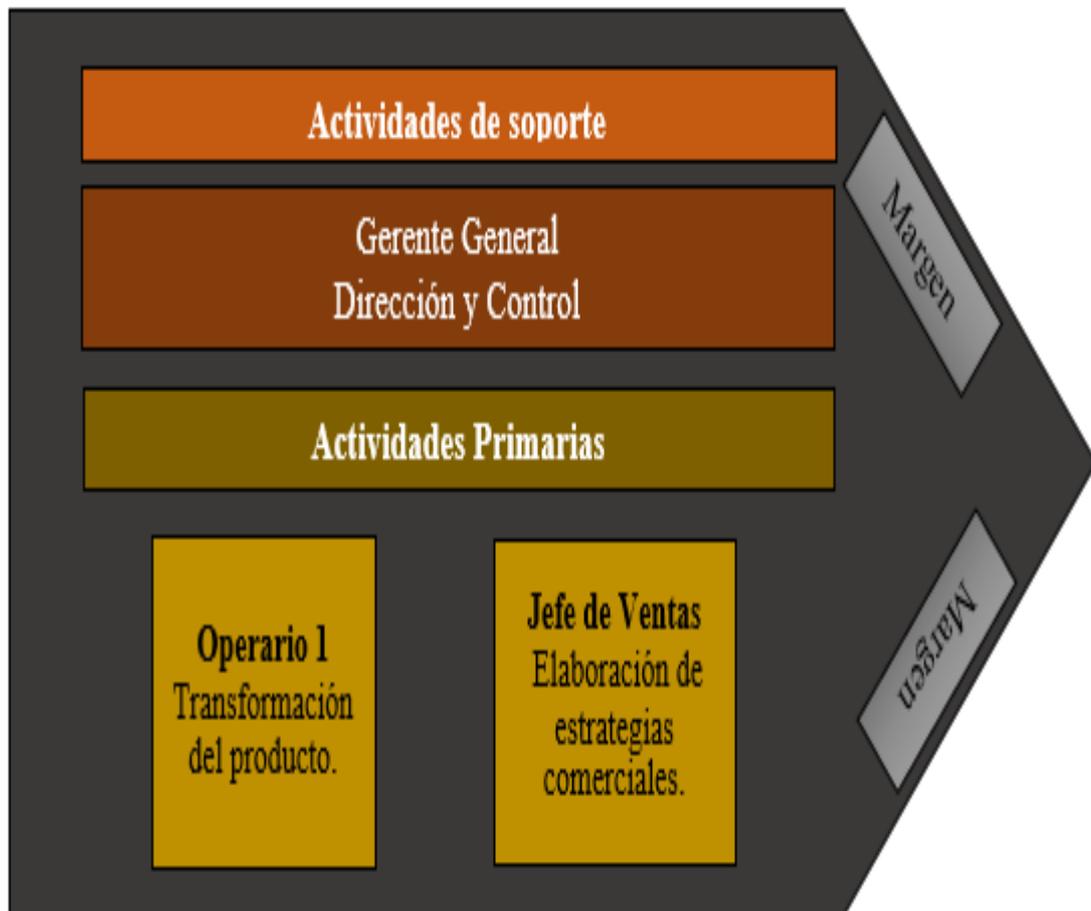


Figura N. 12: Cadena de Valor
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

2.04.07. Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (Ramirez, 2017, pág. 2)

Se encarga del producto, precio, plaza y promoción, y dentro de ellos tenemos logística que se encarga de distribución del producto y la satisfacción del cliente.

2.04.07.01. Producto

El marketing establece que un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos, etc.). El producto no material, por su parte, se denomina servicio. Por ejemplo: una computadora (ordenador) y un módem son productos; la conexión a Internet es un servicio. (Gardey, 2009, pág. s/p)

“Sabor semi salado, consistencia delicada, aroma sutil a hierbas finas, color crema, forma redonda con niveles bajos de grasa que garantizan el bienestar del consumidor”.

2.04.07.02. Precio

Los precios garantizan que los recursos se repartan de manera eficiente y que se pueda alcanzar un equilibrio de mercado. Si aumenta la demanda de un bien o disminuye la oferta, no habrá suficiente oferta del bien para cubrir toda la demanda, por lo que el precio subirá. De esta manera, la demanda se reducirá y volverá a haber un equilibrio de mercado. (Sevilla, 2017, pág. s/p)

La empresa va a fijar el precio de su producto mediante un estudio de mercado y financiero, y también tomando en cuenta cotizaciones realizadas a la competencia para llegar al cliente de manera sutil.

2.04.07.03. Plaza

La Distribución Comercial relaciona la producción con el consumo. Su objetivo es poner el producto a disposición del consumidor final o del comprador en la cantidad demandada, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo, presentando el producto de forma atractiva, que estimule a comprarlo. Además, implica también llevar a cabo una serie de actividades de información, promoción y presentación del producto en el punto de venta a fin de estimular su adquisición. Todo ello debe hacerse a un costo razonable, que el consumidor o comprador esté dispuesto a pagar. (Vargas, 2015, pág. s/p)

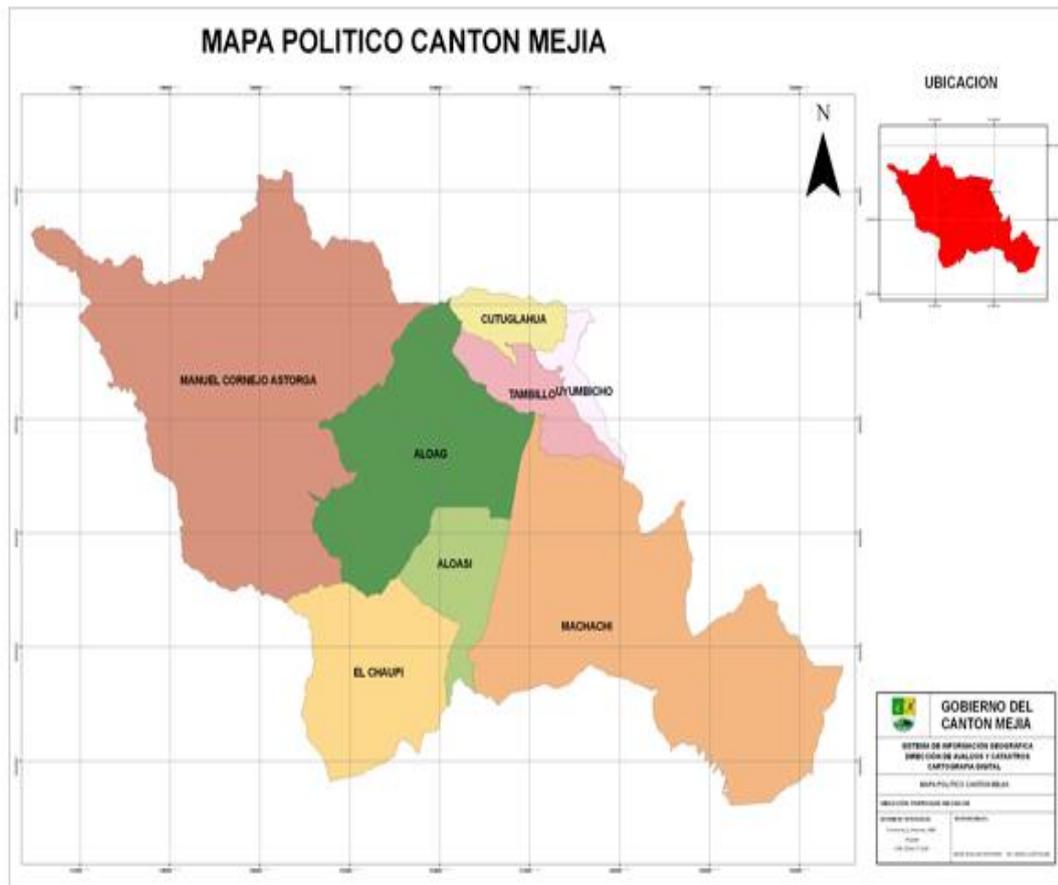


Figura N. 13: Plaza
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

La plaza que se eligió para la distribución comercial de este producto es por la inexistencia de un queso con finas hierbas, además no existiría un inconveniente con la logística del producto porque la empresa se ubica a pocos kilómetros.

2.04.07.04. Promoción

“La promoción es el conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan”.

(Thompson, 2005, pág. s/p)

Para la promoción se hará uso de la tecnología, porque es un gran aliado y de esta manera se podrá hacer conocer la empresa a nivel nacional, pero también se utilizarán métodos que se detallan a continuación.

➤ Facebook



Figura N. 14: Facebook
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

➤ WhatsApp

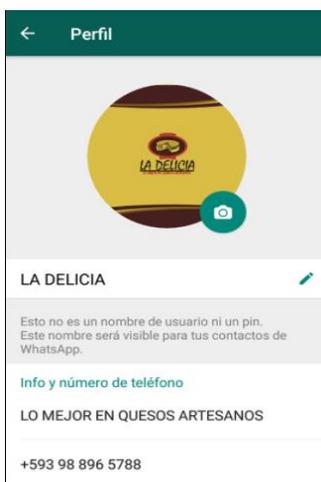


Figura N. 15: WhatsApp
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

➤ Tarjetas de presentación



Figura N. 16: Tarjeta de presentación
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

➤ Degustaciones del producto



Figura N. 17: Degustaciones del Producto
Fuente: Recetas Comidas
Elaborado por: Recetas Comidas

2.04.07.05. Manual de Imagen Corporativa

Un manual de identidad corporativa, es un documento en el que se definen las normas que se deben seguir para incluir el logotipo de una marca, así como los distintos elementos visuales que la conforman, en todo tipo de soportes (tanto virtuales, como impresos). (Alba, 2016, pág. s/p)

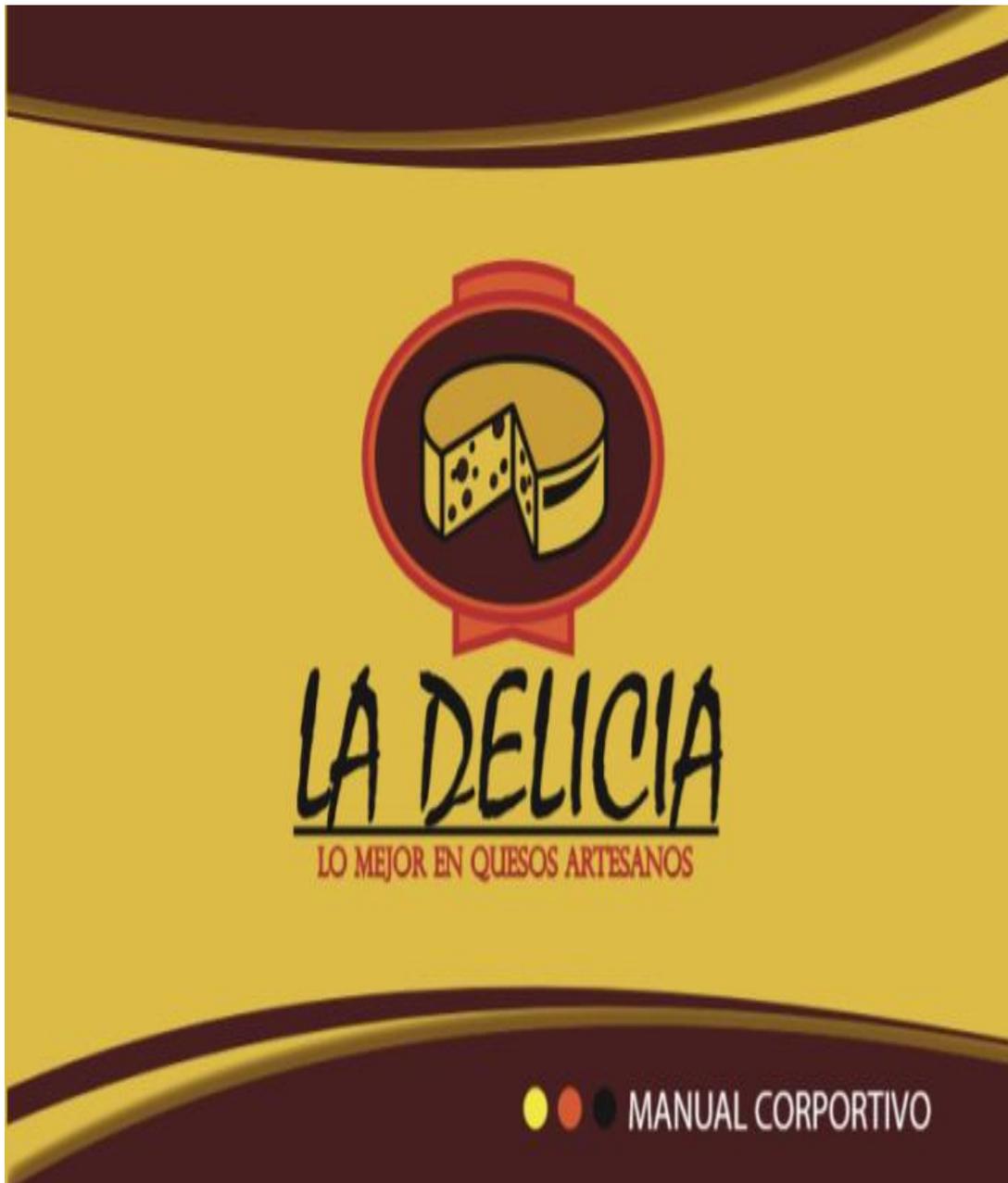


Figura N. 18: Manual Corporativo
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

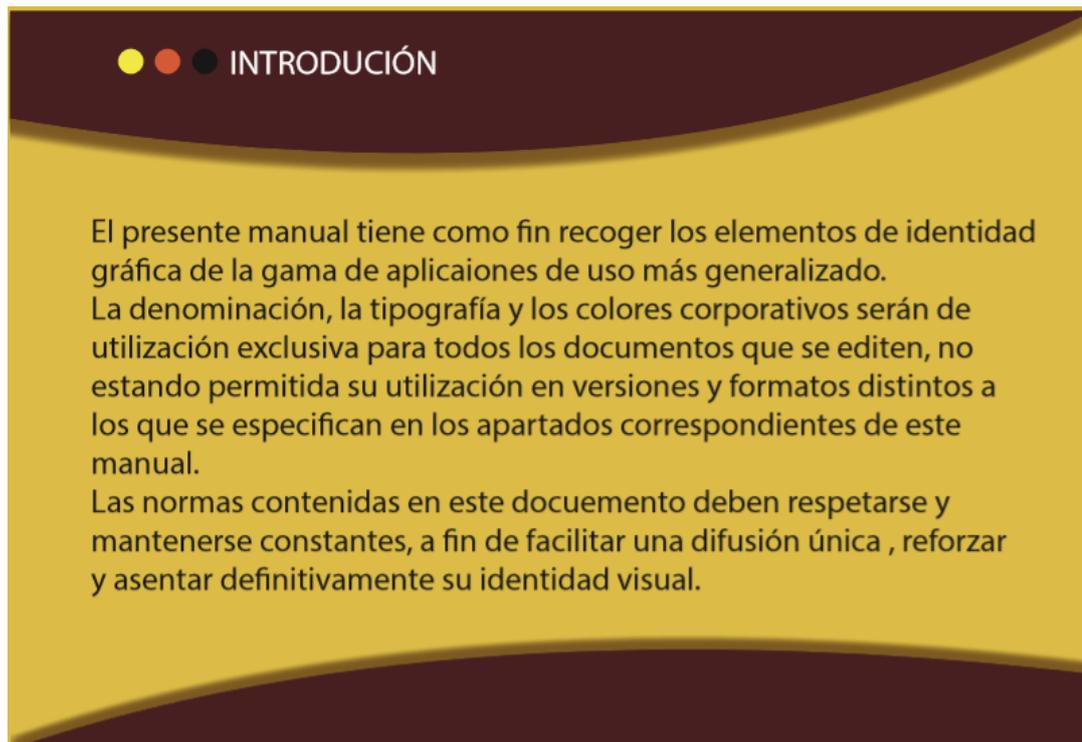


Figura N. 19: Introducción
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 20: Brief de la Empresa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

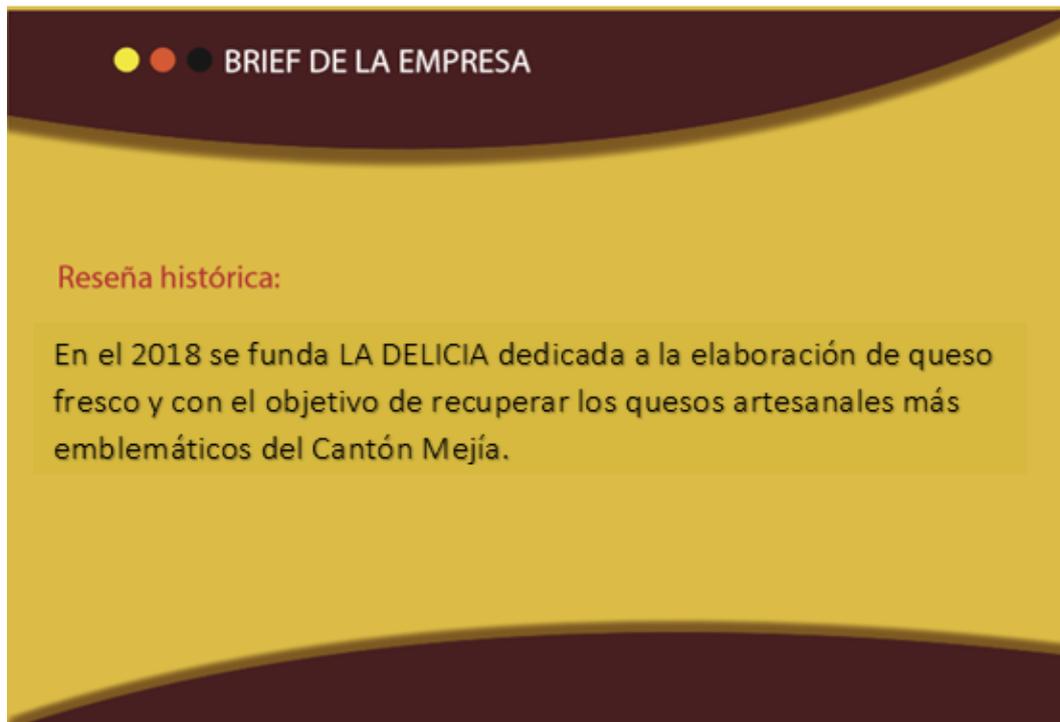


Figura N. 21: Brief de la Empresa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 22: Zona de protección del Logotipo
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 23: Tamaño máximo y mínimo
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 24: Brief de la Empresa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 25: Transparencia máximo y mínima
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

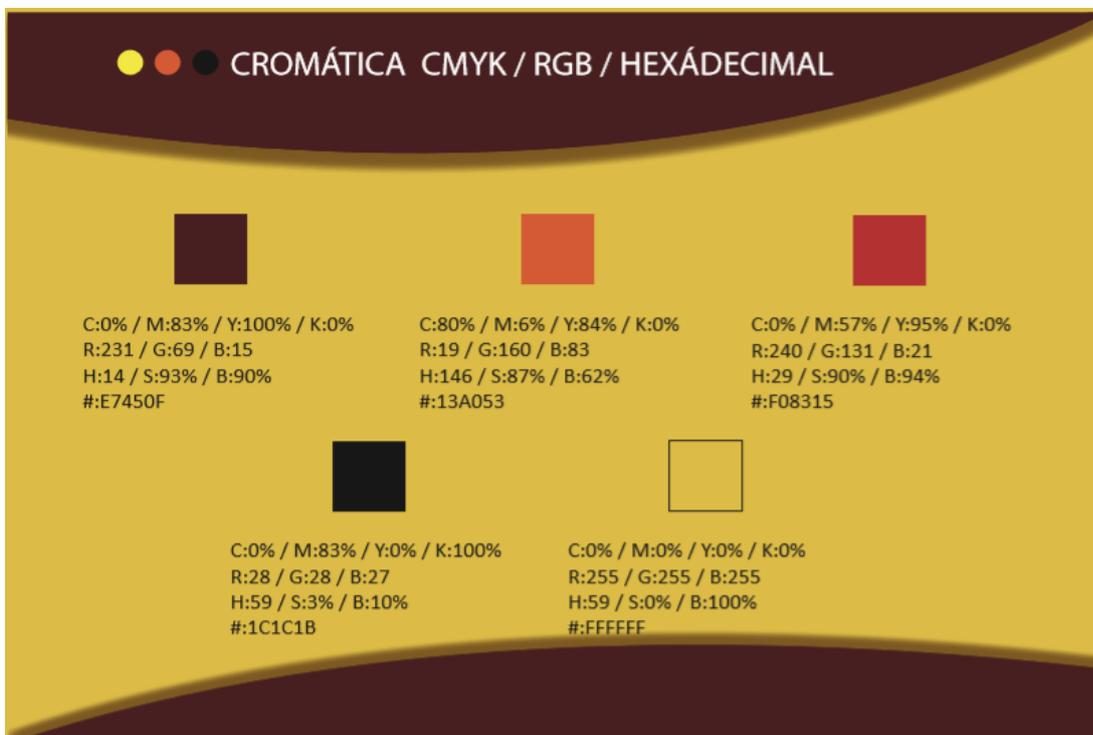


Figura N. 26: Cromática CMYK/ RGB/ HEXÁDECIMAL
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 27: Aplicación General del Logotipo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 28: Aplicación del Logotipo

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 29: Aplicación de forma disposiciones correctas

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 30: Aplicación de forma disposiciones incorrectas

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 31: Tipografía corporativa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 32: Tipografía corporativa
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

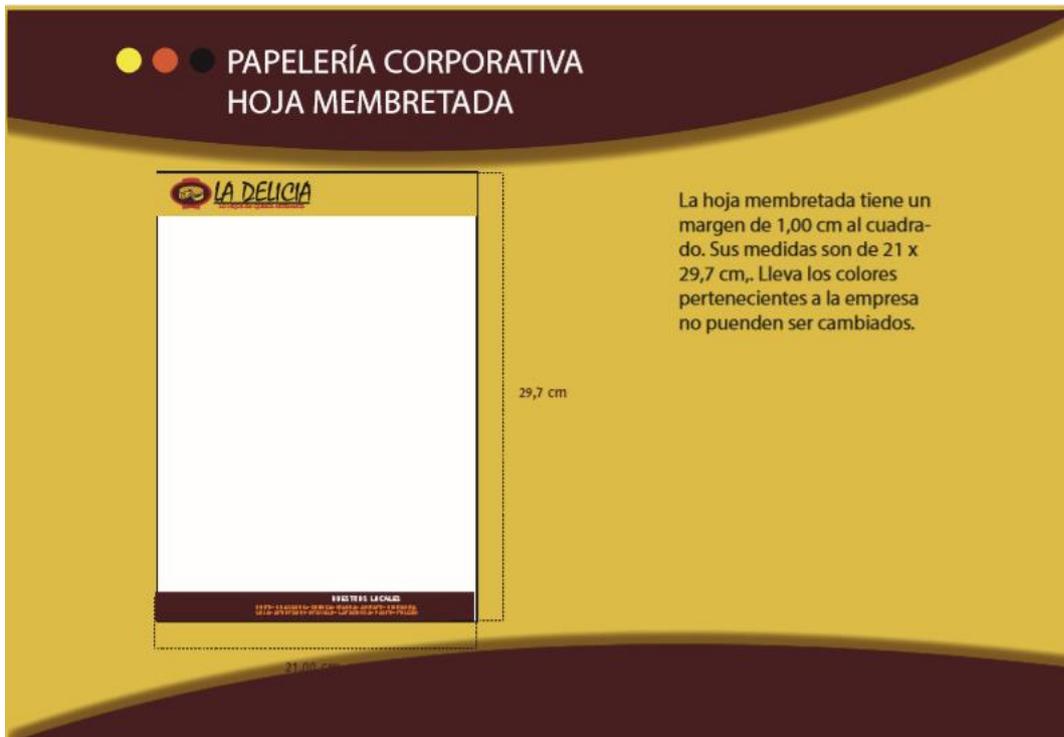


Figura N. 33: Papelería corporativa (hoja membretada)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 34: Papelería corporativa (carpeta)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 35: Papelería corporativa (tarjeta de presentación)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 36: Papelería corporativa (sobre tipo oficio)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

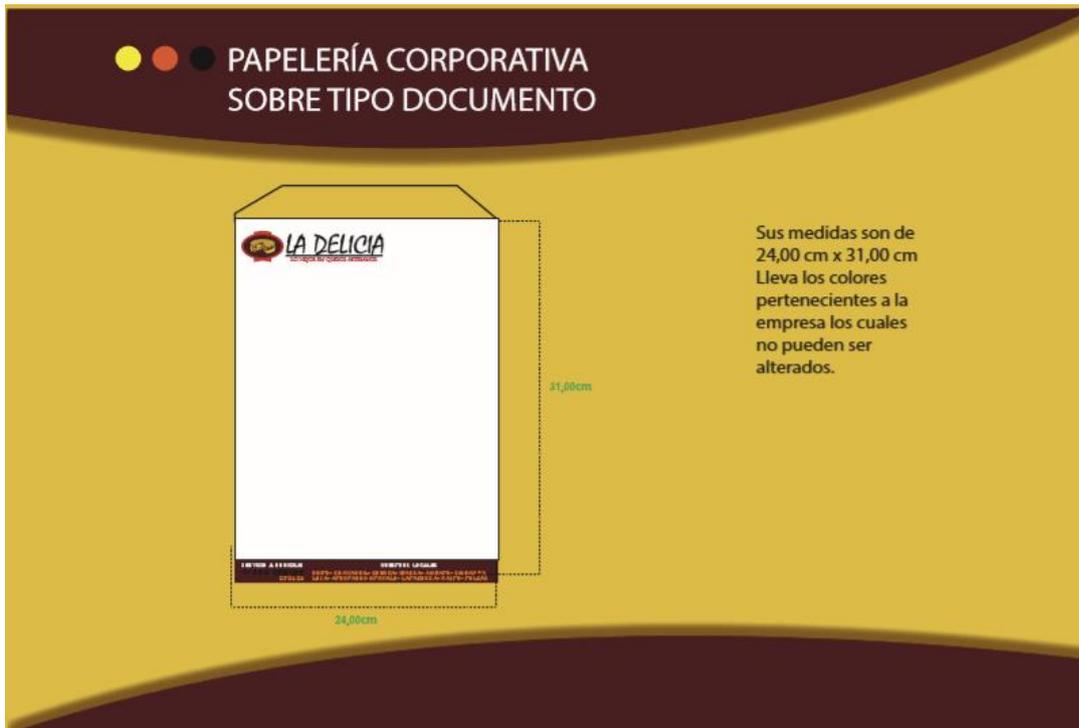


Figura N. 37: Papelería corporativa (sobre tipo documento)

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

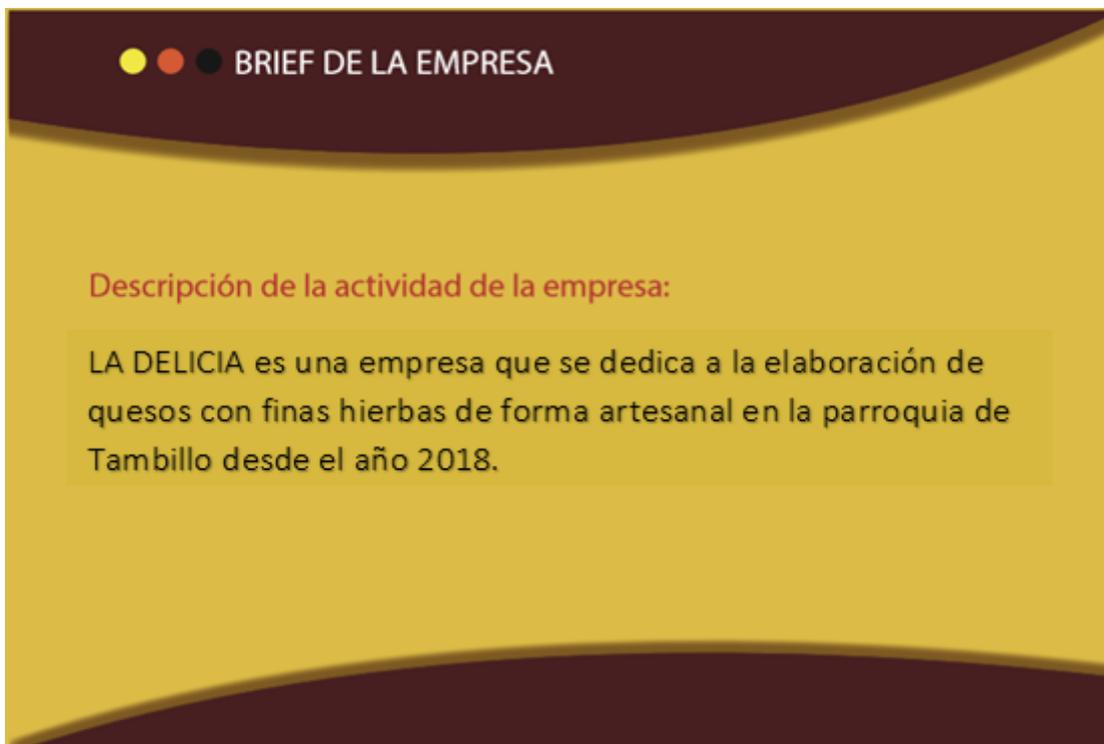


Figura N. 38: Brief de la Empresa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 39: Descripción visual de la marca
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 40: Papelería corporativa (factura)
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

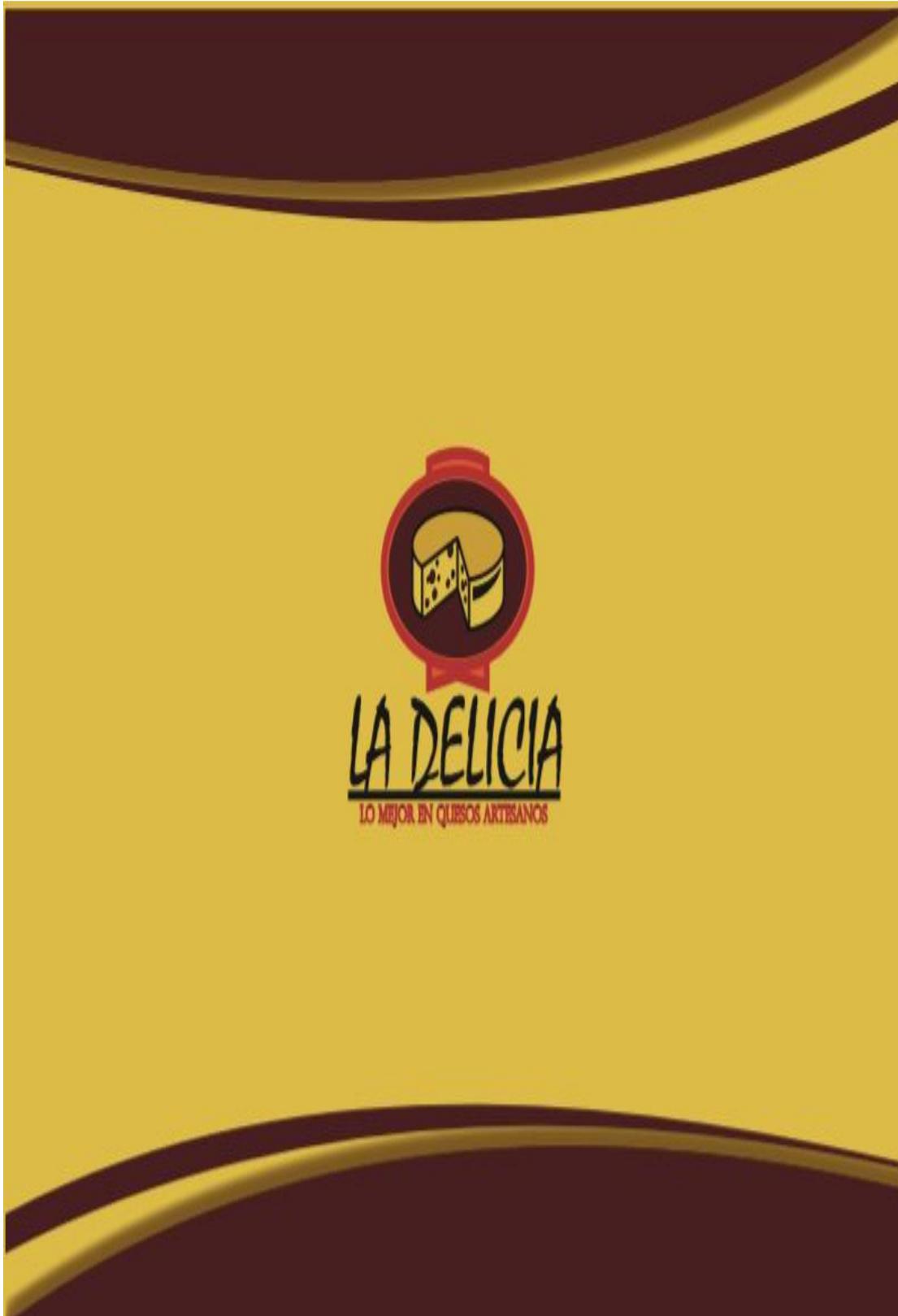


Figura N. 41: Manual de Imagen corporativa

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

3.01. Análisis del Consumidor

El consumidor debe ser analizado por el empresario y administrador, tener en cuenta sus comportamientos, el proceso de toma de decisiones y la forma en que decide gastar su presupuesto. Si las actividades de marketing de la empresa están en función del cliente, o del consumidor, la empresa debe investigar qué y cuanto compra, cómo y dónde hace sus compras, cuándo y por qué y con qué frecuencia, así como el uso que dan a sus productos y los niveles de satisfacción que les proporciona la compra. (Solarte, 2010, pág. 2)

Al analizar al consumidor se puede entender las exigencias que tiene al momento de adquirir un producto, y de esta manera se podría mejorar los procesos de producción para cumplir con las especificaciones del cliente y mantenerlo satisfecho.

3.01.01. Determinación de la Población y Muestra

3.01.01.01. Población

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado. Cuando se vaya a llevar a cabo alguna investigación debe de tenerse en cuenta algunas características esenciales al seleccionarse la población bajo estudio. (Wigodski, 2010, pág. s/p)

La población es el total de personas que existen en un lugar determinado, desde tiempos antiguos la población ha sido parte fundamental para la economía del sector y el país en el que se encuentra asentada.

Tabla N. 13: Población del Cantón Mejía

Mujeres	41.552
----------------	---------------

Hombres	39.783
----------------	---------------

Total	81.335
--------------	---------------

*Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos
Elaborado por: Anderson Loachamin*

3.01.01.02. Muestra

El muestreo es indispensable para el investigador ya que es imposible entrevistar a todos los miembros de una población debido a problemas de tiempo, recursos y esfuerzo. Al seleccionar una muestra lo que se hace es estudiar una parte o un subconjunto de la población, pero que la misma sea lo suficientemente representativa de ésta para que luego pueda generalizarse con seguridad de ellas a la población. (Wigodski, 2010, pág. s/p)

La muestra es solo una parte de la población que se escoge para poder realizar diversos estudios como es el de estudio de mercado para conocer el nivel de aceptación que una microempresa puede tener en el sector.

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error máximo admisible (5%)

p= Probabilidad de éxito (50%)

q= Probabilidad de fracaso (50%)

z= Distribución normal en estadística cuando el NC=95%

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

$$n = \frac{81335 * (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}{(81335 - 1)(0.05)^2 + (0.50) * (0.50) * (1.96)^2}$$

$$n = 382$$

3.01.02. Técnicas de Obtención de Información

“Son procedimientos especiales utilizados para obtener y evaluar las evidencias necesarias, suficientes y competentes que le permitan formar un juicio profesional y objetivo, que facilite la calificación de los hallazgos detectados en la materia examinada”. (Solis, 2016, pág. 3)

Son herramientas con fines investigativos que brindan una gran información sobre algún tema específico, algunas de las técnicas de obtención de información son:

- **Investigación Cuantitativa:** maneja con datos numéricos utilizando la estadística, para establecer con exactitud el comportamiento de una población.
- **Investigación Cualitativa:** es la descripción detallada de ciertos eventos, personas, creencias, pensamientos y sucesos que se pueden observar. Para recolectar este tipo de información se puede utilizar instrumentos como: la entrevista, videos de eventos particulares, testimonios, fotografías, historias de vida y documentales.

Se realizan con el propósito de obtener información necesaria para cumplir con las metas fijadas para una investigación, la técnica que se utilizará para la obtención de información en este proyecto es la encuesta.

3.01.02.01. Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

Objetivo: El presente trabajo académico busca conocer los criterios de la población con respecto a un nuevo producto (quesos con finas hierbas).

Instructivo: Marque o señale con una “X” una sola opción de respuesta.

Género

Masculino

Femenino

Rango de edad

De 12 a 17 años

De 18 a 23 años

De 23 años en adelante

Cuestionario

1.- ¿Consumes usted quesos?

sí

no

2.- ¿Con qué frecuencia consumes quesos?

Diario

Mensual

Semanal

Anual

3.- ¿En qué presentaciones adquiere usualmente usted el queso?

200gr

300gr

4.- ¿Usted tiene un queso o marca de su preferencia?

Si no

5.- ¿Si se lanzaría al mercado un queso con finas hierbas, estaría usted dispuesto a consumir?

Si no

6.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este queso?

\$2.00 - \$3.00 \$3.50 - \$5.00

7.- ¿En qué lugar usted preferiría adquirir el producto?

Supermercados Tiendas Mercados

8.- ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un queso?

Precio Calidad Marco

9.- ¿Qué propuesta de innovación podría generar para una micropyme de quesos?

Sabor Aroma Forma

10.- ¿Está usted de acuerdo con la implantación de una micropyme de producción y comercialización de quesos artesanales?

Sí no

3.01.03. Análisis de la Información

Datos Generales

Género

Tabla N. 14: Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	240	62.8%
Masculino	142	37.2%
Total	382	100.0%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

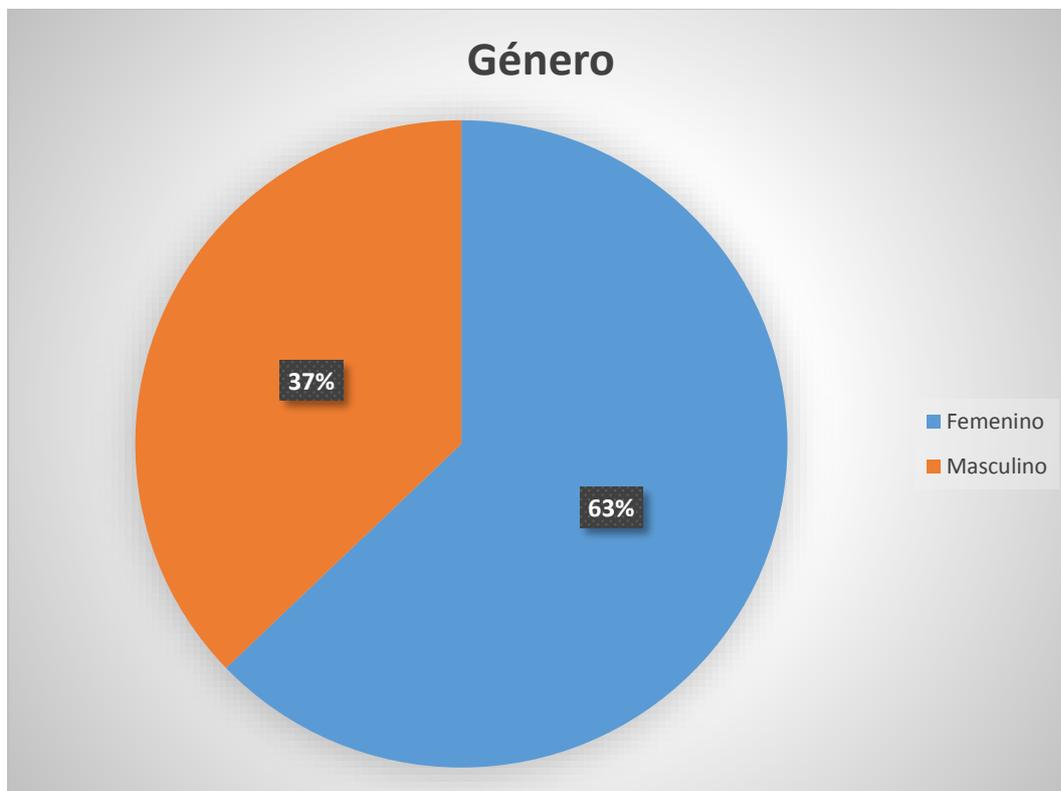


Figura N. 42: Género

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: De los datos obtenidos de la primera pregunta, se desprende que el 37.2% de la muestra es de género masculino, y el restante 62.8% corresponde al género femenino.

Rango de Edad

Tabla N. 15: Rango de edad

ETAPA	EDAD	HABITANTES	PORCENTAJES
Adolescencia	13 - 17 años	216	56.54%
Adultez	18 - 23 años	130	34.03%
Tercera Edad	24 en adelante	36	9.42%
TOTAL		382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

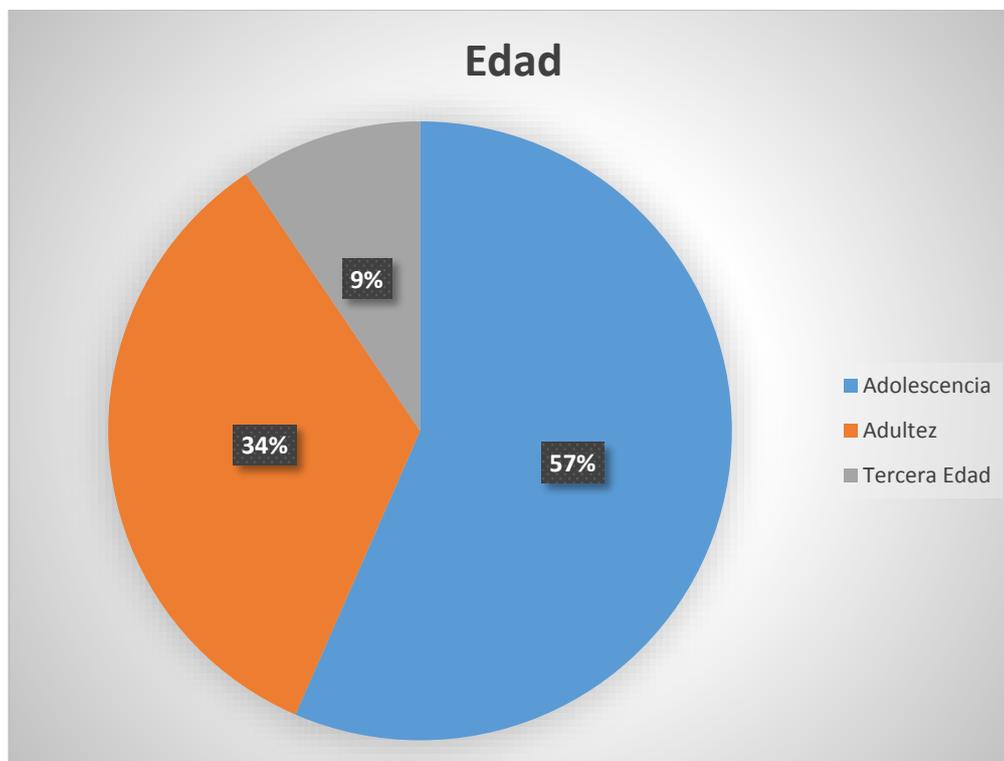


Figura N. 43: Rango de edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: De los datos recopilados de esta pregunta podemos verificar que el 56.54% de la muestra corresponde al rango de edad de los adolescentes, seguido por las personas adultas con un 34.03%, y un 9.42% de personas de la tercera edad.

CUESTIONARIO

Pregunta 1 ¿Consume usted quesos?

Tabla N. 16: Pregunta 1

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	328	86%
NO	54	14%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

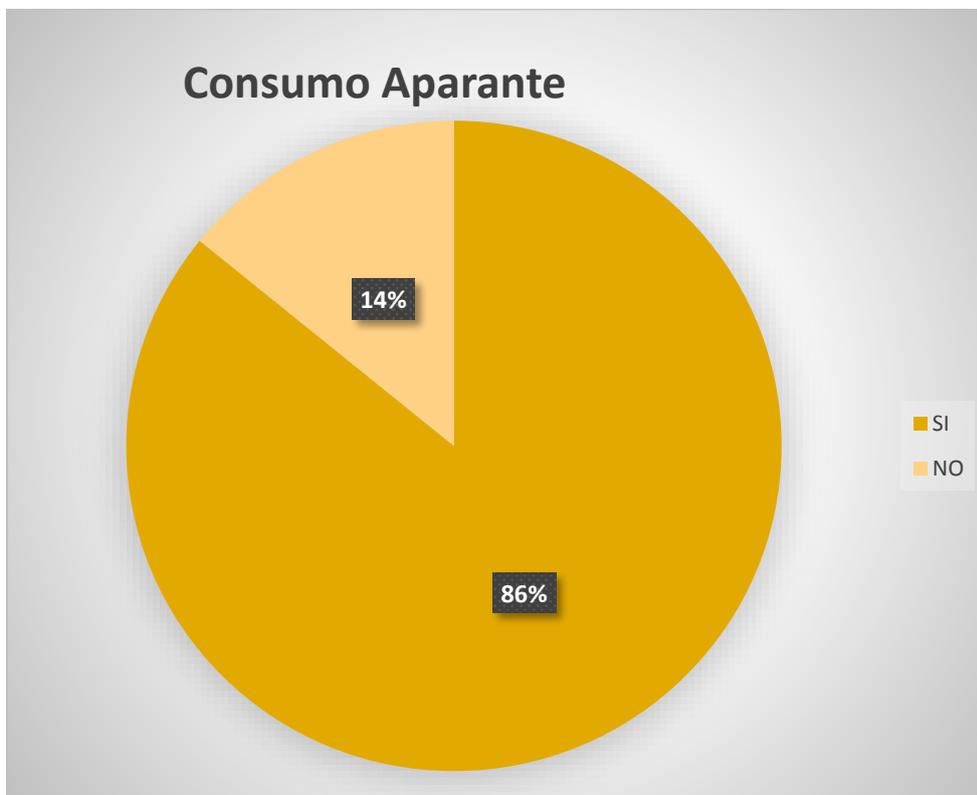


Figura N. 44: Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: De los datos obtenidos de la pregunta, se desprende que el 86% de la muestra está de acuerdo con la creación de la empresa, sin embargo cabe señalar que un 14% no acepta la idea, el mismo que es un porcentaje pequeño.

Pregunta 2 ¿Con qué frecuencia consume quesos?

Tabla N. 17: Pregunta 2

Periodo	Frecuencia	Porcentaje
Diario	213	55.76%
Semanal	145	37.96%
Mensual	16	4.19%
Anual	8	2.09%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

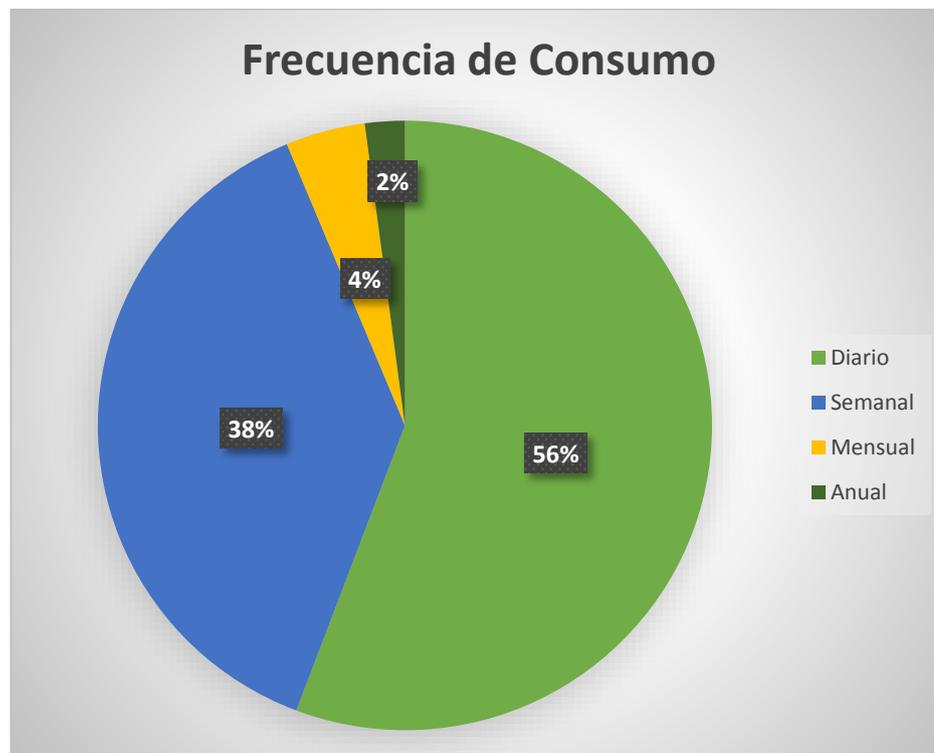


Figura N. 45: Pregunta 2

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: El consumo de quesos diario tiene un porcentaje de 55.76%, seguido por un 37.96 se consume semanal, un 4.19% de consumo mensual y un 2.09 de consumo anual.

Pregunta 3 ¿En qué presentaciones adquiere usualmente usted el queso?

Tabla N. 18: Pregunta 3

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Empaque de 250 gr	162	42.41%
Empaque de 300 gr	220	57.59%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

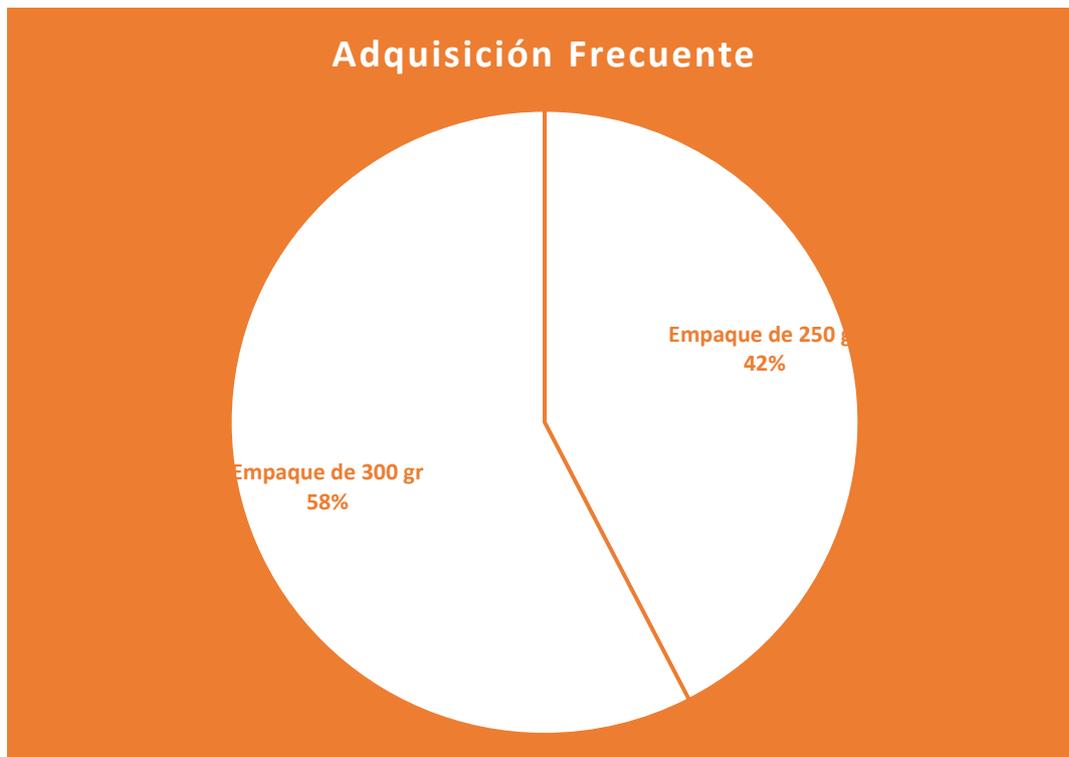


Figura N. 46: Pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: Según los datos recopilados por esta pregunta, dice que un 57.59% de personas prefiere adquirir el queso de 300gr, y un 42.41% prefiere adquirir en 200gr.

Pregunta 4 ¿Usted tiene un queso o marca de su preferencia?

Tabla N. 19: Pregunta 4

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
SI	230	60.21%
NO	152	39.79%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

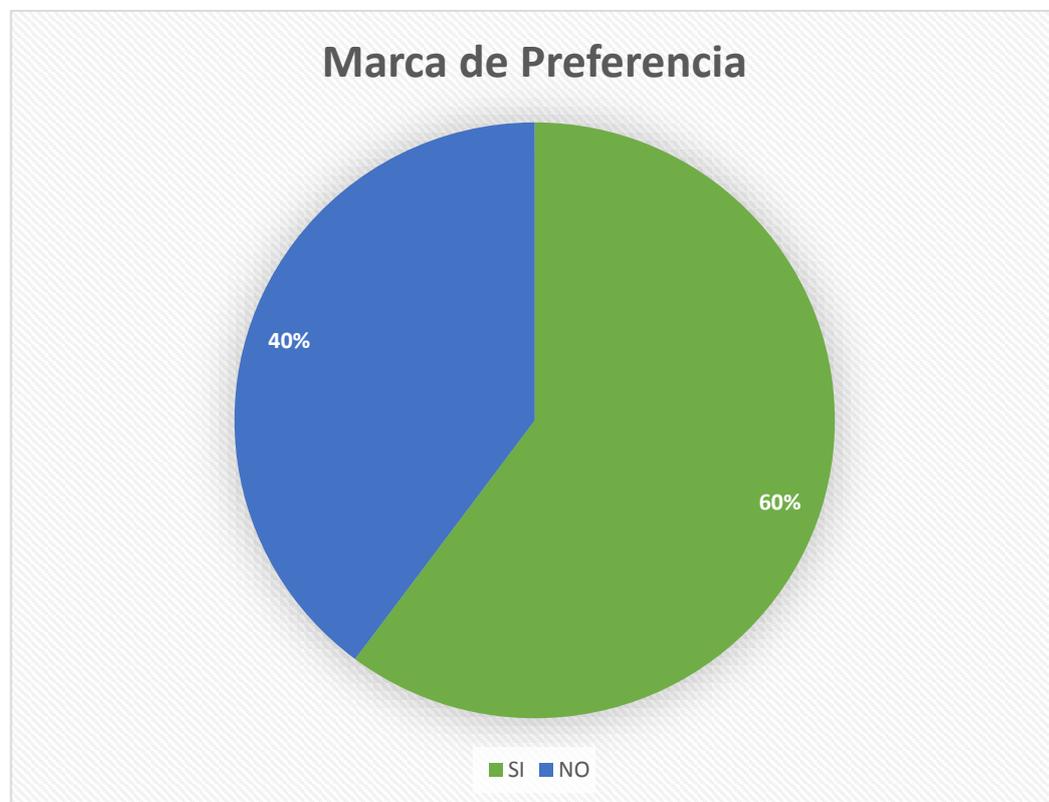


Figura N. 47: Pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: El resultado de personas que tienen una marca de preferencia de quesos es de un 60.21%, y un 39.79% no tiene una marca de preferencia al momento de adquirir un queso artesanal.

Pregunta 5 ¿Si se lanzaría al mercado un queso con finas hierbas, estaría usted dispuesto a consumir?

Tabla N. 20: Pregunta 5

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	375	98.17%
NO	7	1.83%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin



Figura N. 48: Pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: Un 98.17% de personas preferiría adquirir un queso que tenga una forma diferente al del queso tradicional y un 1.83% de personas lo prefiere de la forma tradicional.

Pregunta 6 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este queso?

Tabla N. 21: Pregunta 6

Rangos	Frecuencia	Porcentaje
De \$2.00 - \$3.00	244	63.87%
De \$3.50 - \$5.00	138	36.13%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

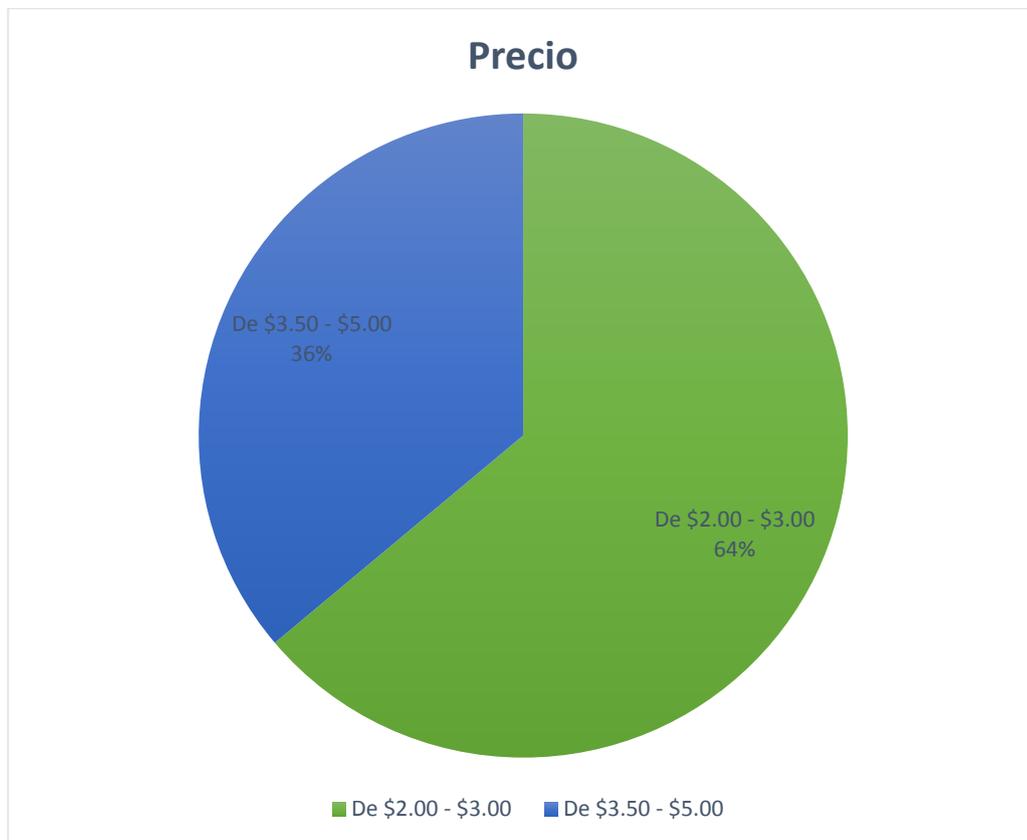


Figura N. 49: Pregunta 6

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: El 63.87% de personas encuestadas prefieren pagar de \$2.00 - \$3.00 y un 36.13 de personas encuestadas prefieren adquirir el queso en un rango de precio de \$3.50 - \$5.00.

Pregunta 7 ¿En qué lugar usted preferiría adquirir el producto?

Tabla N. 22: Pregunta 7

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	210	54.97%
Mercados	45	11.78%
Tiendas	127	33.25%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

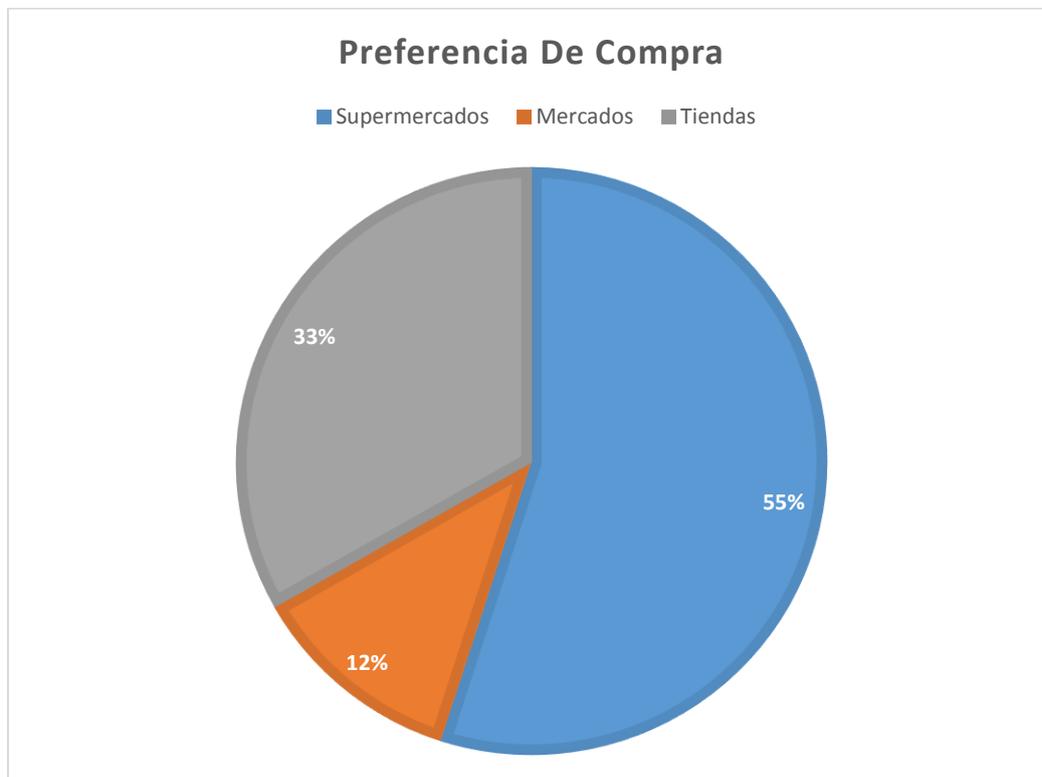


Figura N. 50: Pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos el 54,97% de los encuestados prefiere conseguir el queso artesanal en el supermercado, un 11,78% prefiere en mercados y un 33,25% en tiendas.

Pregunta 8 ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un queso?

Tabla N. 23: Pregunta 8

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Precio	104	27.23%
Marca	50	13.09%
Calidad	228	59.69%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

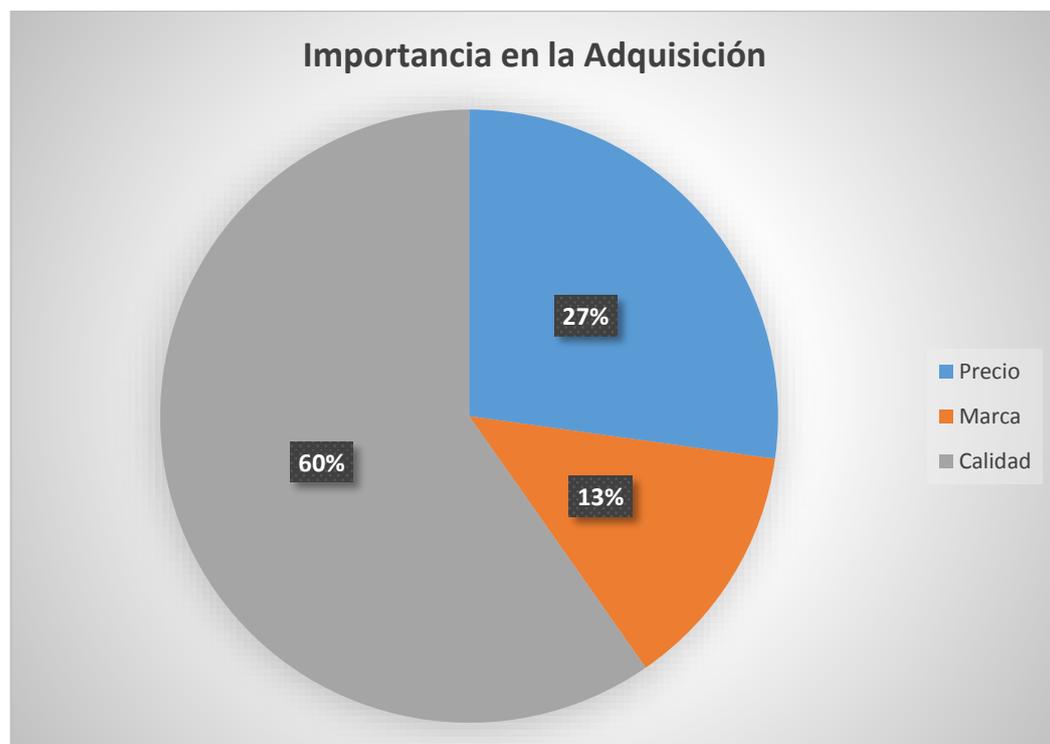


Figura N. 51: Pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: El 59.69% de personas prefiere la calidad al momento de adquirir un producto, un 27.23% de personas prefiere el precio y un 13.09% de personas prefiere adquirir de acuerdo a la marca de queso.

Pregunta 9 ¿Qué propuesta de innovación podría generar para una micropyme de quesos?

Tabla N. 24: Pregunta 9

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	320	83.77%
Forma	40	10.47%
Aroma	22	5.76%
Total	382	100.00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

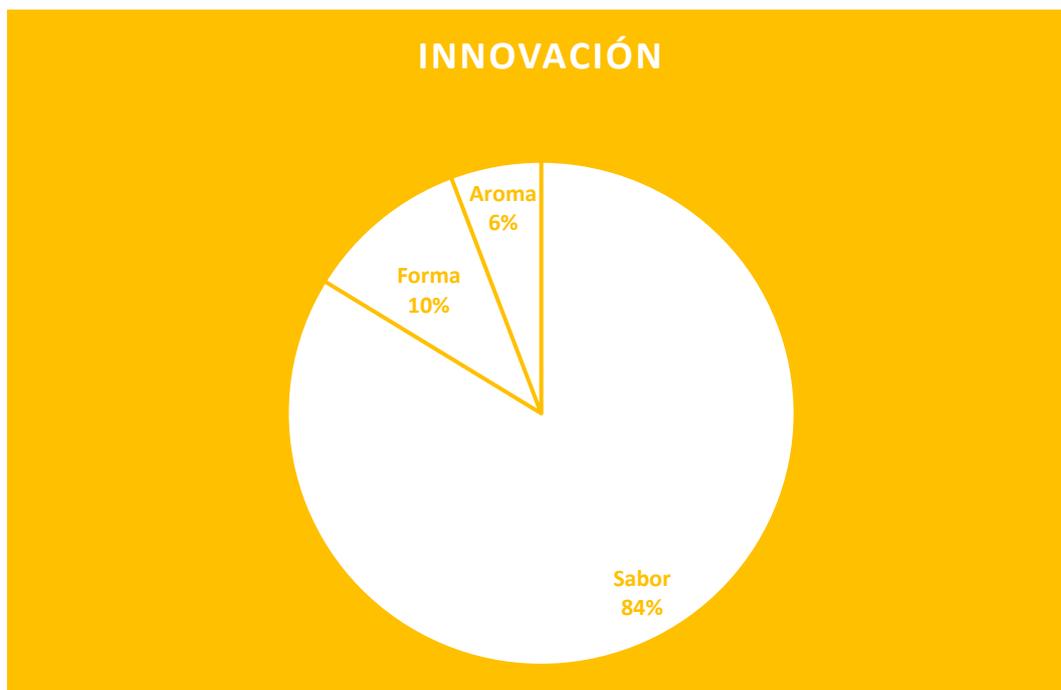


Figura N. 52: Pregunta 9

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos un 83.77% de personas mejorarían el sabor del queso, un 10.47% de personas mejorarían la forma y un 5.76% mejoraría el aroma del queso.

Pregunta 10 ¿Está usted de acuerdo con la implementación de una microempresa de producción y comercialización de quesos artesanales?

Tabla N. 25: Pregunta 10

Aceptación	Frecuencia	Porcentaje
SI	364	95%
NO	18	5%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

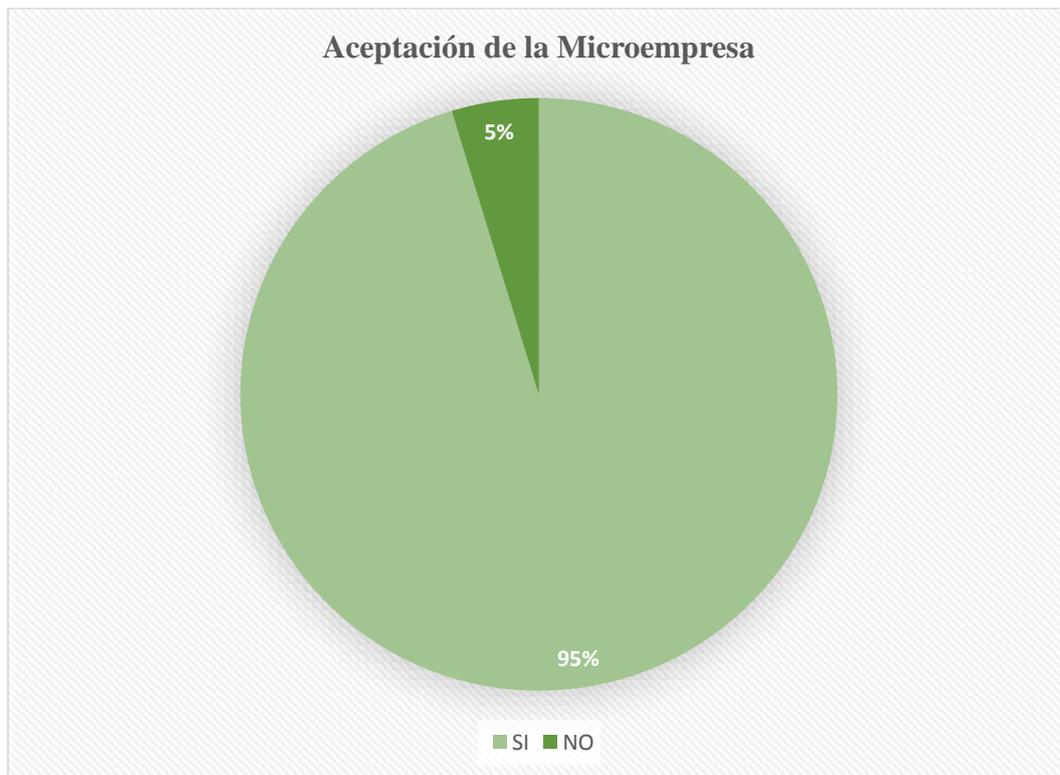


Figura N. 53: Pregunta 10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos por la encuesta, el 95% de las personas encuestadas están de acuerdo con la implementación de la microempresa.

3.02. Demanda

La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). (Panez, 2016, pág. 2)

La Demanda son todos los bienes y servicios que los consumidores desean adquirir en el mercado en un determinado tiempo.

3.02.01. Demanda Histórica

Se analiza el comportamiento que tuvo el cliente al adquirir el producto o servicio con anterioridad, es decir conocer la acogida que tuvo el producto o servicio con anterioridad.

3.02.02. Demanda Actual

Para conocer la Demanda Actual se debe analizar el porcentaje de aceptación del producto o servicio por parte de las personas encuestadas, donde también se puede conocer el precio que estarían dispuestos a pagar por el producto o servicio.

Datos para calcular la Demanda Actual

Tabla N. 26: Datos para Calcular la Demanda

Demanda actual	
Datos	
Población	81.335
Total, de encuestas	382
Porcentaje de aceptación	98,17%
Porcentaje de frecuencia	55,76%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Resultados de la Encuesta

Tabla N. 27: Resultados de la Encuesta

ACEPTACIÓN					
Población	*	Porcentaje de Aceptación mayor	=	Aceptación de personas	
81.335	*	98,17%	=	79.847	
FRECUENCIA					
Aceptación	*	Porcentaje de frecuencia	*	Tiempo	Frecuencia de compra
79.847	*	55.76%		2	= 2.315.167
PRECIO PROMEDIO					
Rango de precios					Precio promedio
2		3 5	/	2	= \$2.50

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Cálculo de la Demanda Actual

Tabla N. 28: Cálculo de la Demanda Actual en Quesos

DEMANDA ACTUAL				
Frecuencia de compra	*	1 año	=	Demanda actual
2.315.167	*	360	=	833.460.120

Fuente: Resultados de La Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 29: Cálculo de la Demanda Actual en Dólares

DEMANDA ACTUAL				
Frecuencia de compra	*	Precio promedio	=	Demanda actual
2.315.167	*	\$2.50	=	\$5.787.918

Fuente: Resultados de La Encuesta

Elaborado por: Anderson Loachamin

3.02.03. Demanda Proyectada

La Demanda Proyectada nos permite conocer valores a futuro, para poder realizar este análisis se debe calcular la demanda actual por la tasa de crecimiento y de esta manera se puede conocer la proyección de la Demanda.

Cálculo de la Demanda Proyectada

Tabla N. 30: Cálculo de la Demanda Proyectada

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL	DEMANDA PROYECTADA
2018	\$5.787.918,13	Año Base	\$5.787.918,13
2019	\$5.787.918,13	1,56%	\$6.112.041,55
2020	\$6.112.041,55	1,56%	\$6.454.315,87
2021	\$6.454.315,87	1,56%	\$6.815.757,56
2022	\$6.815.757,56	1,56%	\$7.197.439,98

*Fuente: Resultados de La Demanda Actual por la Tasa de Crecimiento Poblacional
Elaborado por: Anderson Loachamin*

3.03. Oferta

Para la economía, la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. Realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos. (Gardey, 2009, pág. s/p)

Son los productos o servicios que se ponen a consideración de los consumidores en el mercado y los precios son dispuestos por los vendedores.

3.03.01. Oferta Histórica

Son los productos o servicios que se ofertaron en años anteriores, que sirve para conocer el consumo y la aceptación que aún tiene en el mercado ese producto o servicio.

3.03.02. Oferta Actual

La Oferta Actual se realiza para conocer la oportunidad que tiene el producto o servicio para llegar al cliente ante la competencia, para realizar el análisis de la oferta actual debemos saber el nivel de aceptación que tiene la competencia y en base a la demanda proyectada.

Cálculo de la Oferta Actual

Tabla N. 31: Cálculo de la Oferta Actual

OFERTA ACTUAL

Año	Demanda	Porcentaje de	Oferta
	Actual	competencia	
2018	\$5.787.918	86%	\$4.977.609,59

*Fuente: Resultados de La Demanda Actual por el porcentaje de competencia
Elaborado por: Anderson Loachamin*

3.03.03. Oferta Proyectada

El análisis de la oferta proyectada permite conocer una estimación a unos 5 años del producto o servicio que se quiere vender tomando en cuenta el porcentaje de aceptación que tiene la competencia referente a la encuesta realizada con anterioridad.

Cálculo de la Oferta Proyectada

Tabla N. 32: Cálculo de la Oferta Proyectada

OFERTA PROYECTADA

Año	Demanda Proyectada	Porcentaje de competencia	Oferta Proyectada
2019	\$5.787.918,13	86%	\$4.977.609,59
2020	\$6.112.041,55	86%	\$5.256.355,73
2021	\$6.454.315,87	86%	\$5.550.711,65
2022	\$6.815.757,56	86%	\$5.861.551,5
2023	\$7.197.439,98	86%	\$6.189.798,39

Fuente: Resultados de La Demanda Proyectada por el porcentaje de competencia
Elaborado por: Anderson Loachamin

3.04. Balance Oferta – Demanda

3.04.01. Balance Actual

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la Demanda es mayor que la Oferta. (Vásquez L. , 2011, pág. s/p)

La demanda insatisfecha se produce cuando no hay oferta en el mercado o cuando no se ha podido acceder al producto, es posible también acceder al producto pero no encontrarse satisfecho con el mismo.

Cálculo de la Demanda Insatisfecha Actual

Tabla N. 33: Cálculo de la Demanda Insatisfecha Actual

DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

Año	Demanda Actual	Oferta Actual	Demanda Insatisfecha Actual
2018	\$5.787.918,13	\$4.977.609,59	\$810.308,54

Fuente: Resultados de La Demanda Actual menos la Oferta Actual
Elaborado por: Anderson Loachamin

3.04.02. Balance Proyectado

Luego de haber obtenido la demanda y la oferta se debe establecer la demanda insatisfecha en el mercado, este análisis se obtiene de los resultados de la Demanda Proyectada menos la Oferta Proyectada.

Cálculo de la Demanda Insatisfecha Proyectada

Tabla N. 34: Cálculo de la Demanda Insatisfecha Proyectada

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2018	\$5.787.918,13	\$4.977.609,59	\$810.308,54
2019	\$6.112.041,55	\$5.256.355,73	\$855.685,82
2020	\$6.454.315,87	\$5.550.711,65	\$903.604,22
2021	\$6.815.757,56	\$5.861.551,5	\$954.206,06
2022	\$7.197.439,98	\$6.189.798,39	\$1.007.641,60

*Fuente: Resultados de La Demanda Actual menos la Oferta Proyectada
Elaborado por: Anderson Loachamin*

CAPÍTULO IV

4. Estudio Técnico

4.01. Tamaño del Proyecto

4.01.01. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos, etc. Es importante señalar que el hecho de estar cerca de la capacidad instalada no significa necesariamente que todos los recursos están cerca de su capacidad máxima. En realidad no puede ser un equipo, por ejemplo, se utiliza casi 100% y otros equipos en las mismas etapas o de otro tipo del proceso de producción, que se utilizan muy por debajo de su capacidad. Objetivo de gestión es tratar de evitar este tipo de situaciones utilizando, el outsourcing en áreas donde hay exceso de utilización de los recursos o contratar/dar a los demás en áreas donde hay subutilización. (Nunes, 2015, pág. s/p)

CAPACIDAD INSTALADA: Este concepto se usa en el contexto de la Economía y las finanzas públicas. Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas. Se puede medir en cantidad de Bienes y servicios producidos por unidad de Tiempo. (Aguilar, 2012, pág. 6)

Es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. El estudio de la capacidad es fundamental para la gestión empresarial en cuanto permite analizar el grado de uso que se hace de cada uno de los recursos en la organización y así tener oportunidad de optimizarlos. (Reyes, 2014, pág. s/p)

La Capacidad Instalada dentro de mi proyecto de tesis se aplica para la obtención de la infraestructura, recursos humanos, equipos y maquinarias, y para la implementación de los procesos de producción y tenerlos bajo control de acuerdo a

los tiempos de producción y el debido control de calidad para de esta manera poder satisfacer a los clientes.

Tabla N. 35: Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	
Producción Diaria de Quesos	165
Producción Mensual de Quesos	3630
Producción Anual de Quesos	43560

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

4.01.02. Capacidad Óptima

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto. (Rojas, 2007, pág. s/p)

La solución óptima en cuanto a tamaño es aquella que dé lugar al resultado económico más favorable para el proyecto en conjunto. Es por eso que si se tiene distintas alternativas de tamaño para el proyecto, cada tamaño obliga a una formulación y evaluación completa del mismo, que permita conocer los indicadores que habrán de ayudar en la decisión final. (Rojas, 2007, pág. s/p)

La decisión final depende del punto de vista con que se mire el problema. Al inversionista privado le interesa maximizar la cuantía total de las actividades; es decir, su tamaño óptimo es el que corresponde al mayor valor presente neto. Al gobierno o entidades que busquen con el proyecto solucionar un problema de la comunidad, les interesa que el costo unitario de la producción del bien o de la prestación de servicio sea mínimo; si el precio de venta es el mismo, el tamaño que lo logra es el mismo que maximiza el cociente ventas a costos. (Rojas, 2007, pág. s/p)

La Capacidad Óptima dentro de mi proyecto de tesis se aplica para determinar el tamaño de la planta, los recursos humanos necesarios, materiales y los procesos productivos necesarios para optimizar tiempo y recursos.

Tabla N. 36: Capacidad Óptima

CAPACIDAD ÓPTIMA

Producción Diaria de Quesos	150
Producción Mensual de Quesos	3300
Producción Anual de Quesos	39600

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin*

4.02. Localización

La localización es otro tema del estudio técnico de proyecto. El estudio de la localización consiste en identificar y analizar las variables denominadas fuerzas locacionales con el fin de buscar la localización en que la resultante de estas fuerzas produzca la máxima ganancia o el mínimo costo unitario. (Sarmiento, 2011, pág. s/p)

4.02.01. Macro-localización

Macro localización es la localización general del proyecto, es decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio, la localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. Así mismo consiste en la ubicación de la empresa en el país, en el espacio rural y urbano de alguna región. (Solorzano, 2013, pág. s/p)

“Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo”. (Salgado, 2013, pág. s/p)

La Macro localización dentro de mi proyecto de tesis se aplica para comparar alternativas entre zonas del país, se debe considerar los siguientes factores:

- **Disponibilidad y Costos de los Insumos:** la empresa se manejará con órdenes de compra emitidas por el departamento de producción, y cuando ya esté la materia

La Micro localización dentro de mi proyecto de tesis se aplica para analizar los factores que intervienen en:

- **Vías de Acceso:** las vías de acceso donde estará ubicada la empresa están en buenas condiciones ya que no están alejadas de la civilización.
- **Transporte de Mano de Obra y Materia Prima:** el acceso de los trabajadores a la empresa no es complicado, ya que se contratará personas del sector para que su acceso sea fácil. El Transporte de materia prima es accesible ya que la empresa cuenta con camiones para recolectar la materia prima en todo el sector alrededor a la empresa y cuenta con vías en buenas condiciones
- **Servicios Básicos:** electricidad y agua potable son servicios que hay en el sector donde se ubicará la empresa, por lo cual, no habrá problema en obtenerlos.

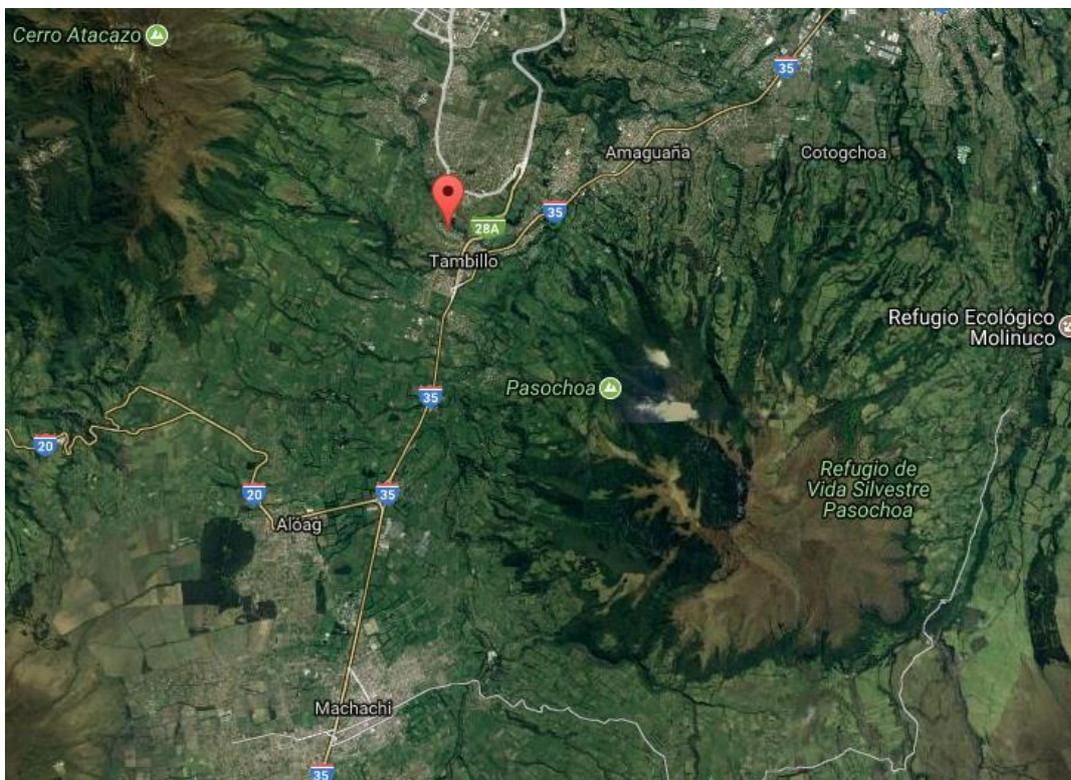


Figura N. 55: Mapa del Sector de Tambillo
Fuente: Dices.net (Directorio Cartográfico)
Elaborado por: Dices.net (Directorio Cartográfico)

4.02.03. Localización Óptima

“Persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas, etc.”. (Castillo, 2015, pág. 2)

“Contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)”. (Ramos, 2016, pág. 8)

Realizados los estudios de macro y micro localización, se ha llegado a la conclusión de que el mejor sector para asentar la empresa es en “Tambillo” por las facilidades que existen para acceder a la empresa y para obtener la materia prima, talento humano y apoyar a la economía del sector.

Tabla N. 37: Matriz de Localización

Factores Relevantes	Peso Asignado	Calificación	Ponderación
Ubicación estratégica	20%	4	0,8
Proveedores	10%	5	0,5
Infraestructura	25%	5	1,25
Servicios Básicos	20%	5	1
Vías de Acceso	15%	4	0,6
Seguridad	10%	4	0,4
Total	100%		4,55

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 38: Calificación Designada en la Matriz de Localización

Calificación	Del 1 al 5
Excelente	5
Muy Bueno	4
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

4.03. Ingeniería del Producto

“Ingeniería de producto se refiere al proceso de diseño y desarrollo de un equipo, sistema o aparato de forma tal que se obtiene un elemento apto para su comercialización mediante algún proceso de fabricación”. (Amado, 2014, pág. 2)

La ingeniería de producto incluye el diseño, desarrollo, selección de materiales, y transición desde la etapa de prototipo hasta la fabricación del producto. El interés del gerente de ventas o de mercadotecnia probablemente se centre en las necesidades de los consumidores y su propósito, aumentar las ventas de productos mediante su fácil disponibilidad y precios competitivos. Además, los gerentes de ventas quizá quieran ofrecer una amplia línea de productos sin tomar en cuenta los costos y los problemas de ingeniería, producción, transportación y almacenamiento. (Amado, 2014, pág 6)

La ingeniería de producto se hace para conocer los procesos que se pueden implementar al elaborar un producto terminado, para optimizar recurso, tiempo y que sea de buena calidad para poder satisfacer a los clientes.

4.03.01. Definición del Bien y / o Servicio

Empresa “La Delicia” ofrecerá a todos sus clientes y consumidores Quesos con Finas Hierbas, elaborados de forma artesanal con un alto valor nutritivo y que pueda ser consumido por niños, jóvenes y adultos, quienes se beneficiarán de un producto rico en sabor y en nutrientes.

La característica principal del producto es que su elaboración es de forma artesanal y como ingrediente adicional se integrará finas hierbas para mejorar su sabor y aroma, manteniendo la calidad y exigencia de los clientes, porque este producto no contiene ningún colorante o preservante que cause un efecto nocivo en el organismo.

4.03.02. Distribución de Planta

La distribución de planta es un concepto relacionado con la disposición de las máquinas, los departamentos, las estaciones de trabajo, las áreas de almacenamiento, los pasillos y los espacios comunes dentro de una instalación productiva propuesta o ya existente. La finalidad fundamental de la distribución en planta consiste en organizar estos elementos de manera que se asegure la fluidez del flujo de trabajo, materiales, personas e información a través del sistema productivo. Características de una adecuada Distribución de Planta: Minimizar los costes de manipulación de materiales. Utilizar el espacio eficientemente. Utilizar la mano de obra eficientemente. Eliminar los cuellos de botella. Facilitar la comunicación y la interacción entre los propios trabajadores, con los supervisores y con los clientes. Reducir la duración del ciclo de fabricación o del tiempo de servicio al cliente. Eliminar los movimientos inútiles o redundantes. Facilitar la entrada, salida y ubicación de los materiales, productos o personas. Incorporar medidas de seguridad. Promover las actividades de mantenimiento necesarias. Proporcionar un control visual de las operaciones o actividades. Proporcionar la flexibilidad necesaria para adaptarse a las condiciones cambiantes. (Marthell, 2012, pág. 2)

La distribución de planta se realiza de acuerdo a la necesidad de cercanía que se necesita para eliminar cuellos de botella y no interferir en la elaboración de un producto, se realiza de acuerdo a códigos y factores de cercanía.

4.03.02.01. Códigos de Cercanía

La distribución en planta deba realizarse teniendo en cuenta factores cualitativos. En dichos casos, la técnica comúnmente aplicada es la desarrollada por Muther y Wheeler denominada SLP (Systematic Layout Planning). En ella las prioridades de cercanía entre departamentos se asimilan a un código de letras, siguiendo una escala que decrece con el orden de las cinco vocales: A (absolutamente necesaria), E (especialmente importante), I (Importante), O (importancia ordinaria) y U (no importante); la in-deseabilidad se representa por la letra X. (SlideShare, 2011, pág. 3)

Los códigos de cercanía establecen la relación de cercanía que tienen las diferentes áreas de la empresa, tiene como fin dar una adecuada distribución y designación de la infraestructura.

Tabla N. 39: Razones de Cercanía

A	Absolutamente necesario que este cerca
E	Especialmente necesario que esté cerca
I	Importante que este cerca
O	Cercanía Ordinaria
U	Cercanía Indiferente
X	Cercanía Indispensable

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin*

4.03.02.02. Factores del Proceso

Define las razones del porqué del grado de cercanía de un área con otra.

Tabla 38: Código de Cercanía

Código de Cercanía	
1	Por procesos
2	Por gestión administrativa
3	Necesidad
4	Ruido
5	Higiene
6	Seguridad

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin*

4.03.02.03. Matriz Triangular

“El método está basado en el conocimiento de todas las actividades a desarrollar en un proceso de fabricación, en su vinculación o grado de proximidad que deben tener y los espacios necesarios para desarrollar cada actividad”. (Molina, 2012, pág. 2)

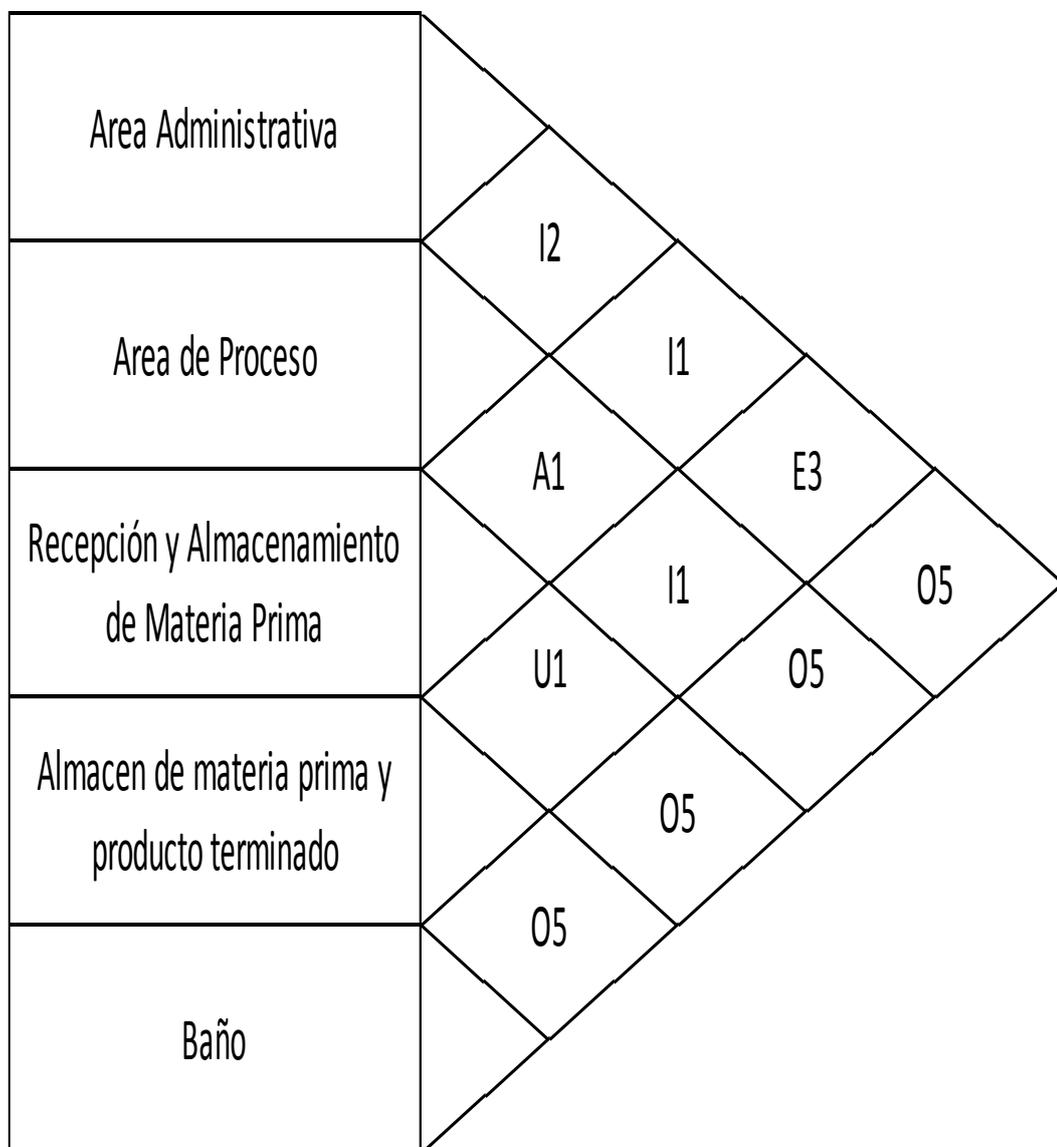


Figura N. 56: Matriz Triangular
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

4.03.02.04. Distribución de Planta

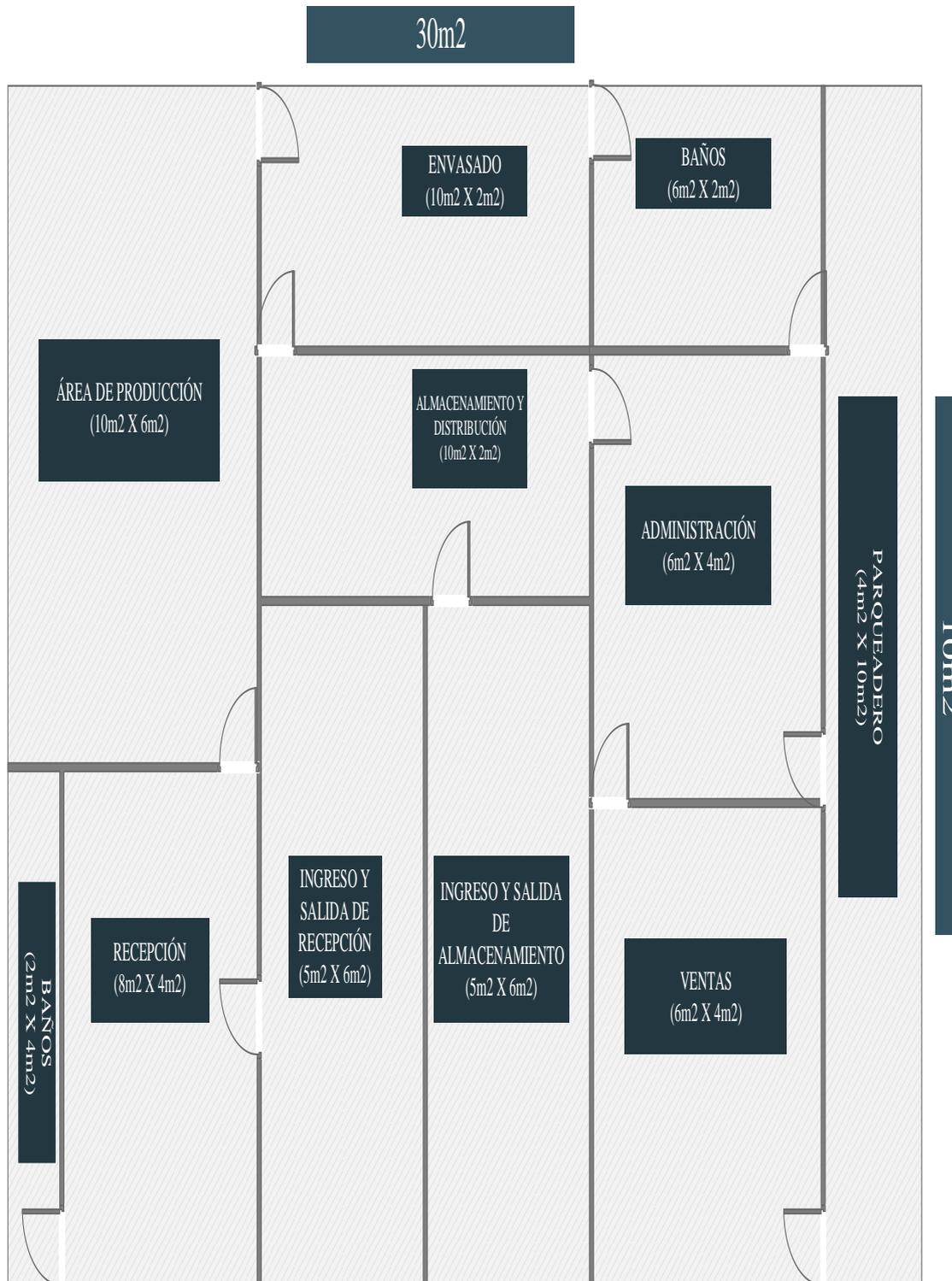


Figura N. 57: Distribución de Planta

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

4.03.02.05. Distribución de Planta

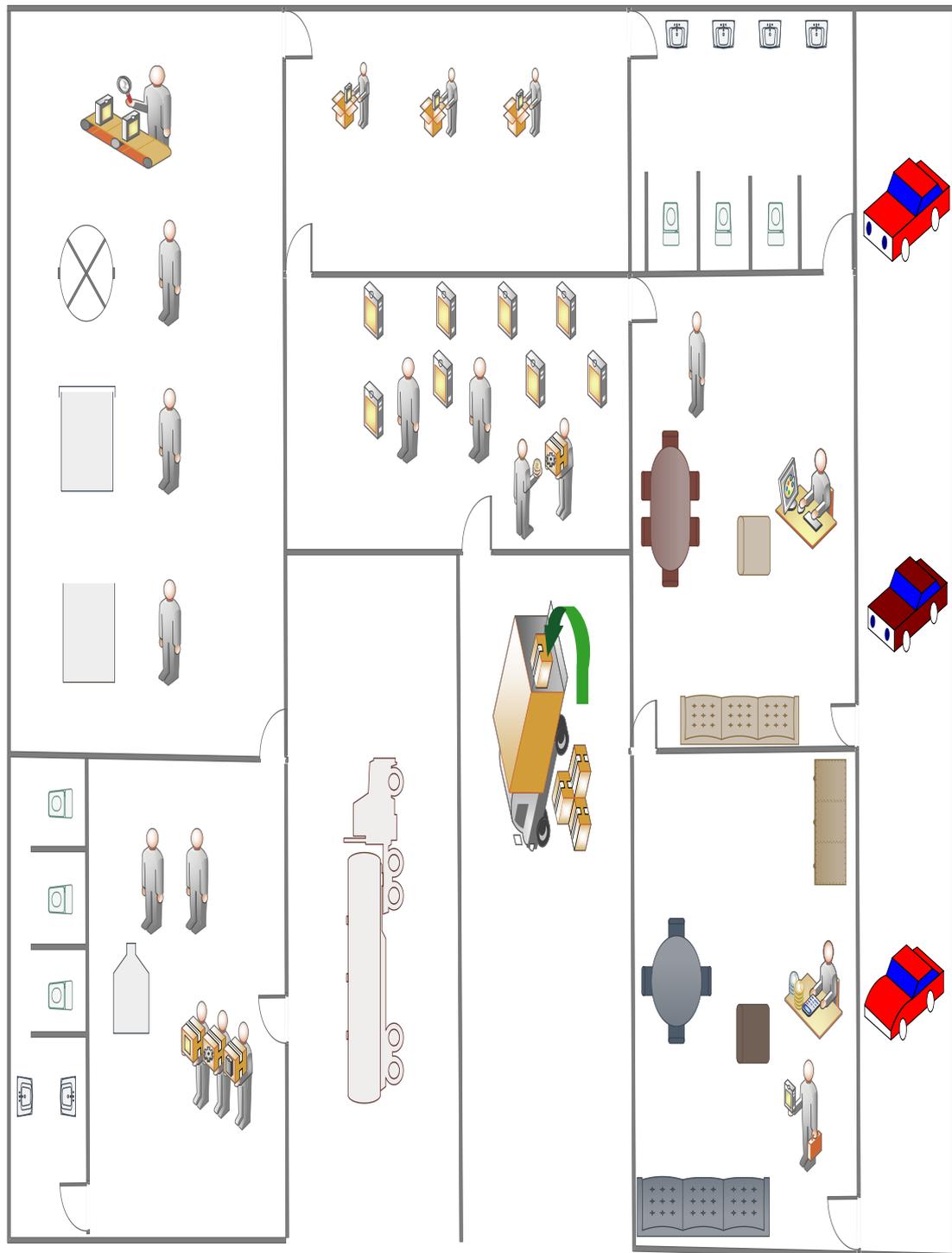


Figura N. 58: Distribución de Planta
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

4.03.03. Políticas de las Buenas Prácticas de Manufactura

Los establecimientos que realicen actividades de elaboración, envasado, almacenamiento y distribución de alimentos para consumo humano deben cumplir con normas de vigilancia y control sanitario, dentro de las cuales se encuentran las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que son los principios básicos y prácticas generales de higiene que garantizan que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas para disminuir los riesgos inherentes a la producción. (Miniterio de Salud Pública, 2002, pág. s/p)

El Ministerio de Salud Pública, a través de la Dirección Nacional de Vigilancia y Control Sanitario, es la única entidad que emite Certificados de Operación sobre el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Manufactura en plantas procesadoras de alimentos con base a las disposiciones establecidas en el Decreto Ejecutivo 3253 del Registro Oficial 696 del 4 de Noviembre del 2002. Para la inspección y verificación de las mismas se cuenta con organismos acreditados por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE). (Miniterio de Salud Pública, 2002, pág. s/p)

El Certificado de Operación tiene vigencia de tres años a partir de la fecha de concesión. Este documento será de forma progresiva requisito obligatorio para la emisión del permiso de funcionamiento anual y adicionalmente será válido para las empresas que deseen obtener el Registro Sanitario de sus grupos de alimentos por línea de procesamiento a través del Certificado de Operación sobre la utilización de las Buenas Prácticas de Manufactura. Una vez obtenido el Certificado de Operación, las industrias están sujetas a controles de cumplimiento de la normativa. Los costos de inspección y emisión del certificado se establecen de acuerdo a la categorización de la planta procesadora de alimentos. (Miniterio de Salud Pública, 2002, pág. s/p)

“Aquellas empresas que han obtenido certificaciones privadas con fines comerciales deben presentar su solicitud de certificación en BPM al Ministerio de Salud Pública para que este otorgue el certificado oficial una vez cumplida la legislación sanitaria vigente”. (Miniterio de Salud Pública, 2002, pág. s/n)

Los objetivos de las normas BPM es establecer condiciones sanitarias e higiénicas, también cumplir con los requisitos para los procesos de elaboración, producción, envasado, empaçado, transporte y comercialización de los productos alimenticios.

Las Buenas Prácticas de Manufactura son medidas de prevención e higiene en el manejo, transformación, elaboración y almacenamiento de suministros para el consumo humano, de esta manera se puede garantizar que los alimentos sean fabricados en condiciones sanitarias e higiénicas para disminuir riesgos o peligros de inocuidad alimentaria.

4.03.04. Proceso Productivo

El proceso productivo es una representación del proceso y la transformación de la materia prima o insumos en producto terminado para satisfacer las necesidades, los procesos están orientados a la optimización de costos de producción y eliminación de cuellos de botella.

El concepto de proceso productivo designa a aquella serie de operaciones que se llevan a cabo y que son ampliamente necesarias para concretar la producción de un bien o de un servicio.

Cabe destacarse entonces que las mencionadas operaciones, acciones, se suceden de una manera, dinámica, planeada y consecutiva y por supuesto producen una transformación sustancial en las sustancias o materias primas utilizadas, es decir, los insumos que entran en juego para producir tal o cual producto sufrirán una modificación para formar ese producto y para más luego colocarlo en el mercado que corresponda para ser comercializado.

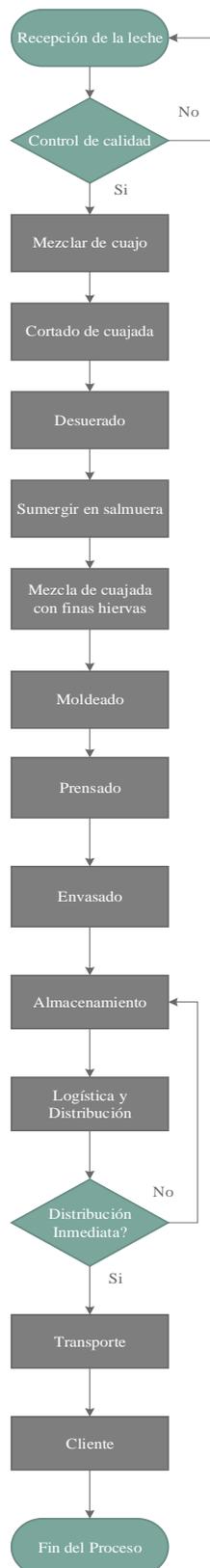


Figura N. 59: Diagrama de Flujo
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

4.03.04.01. Normas BPM aplicadas en los procesos del presente

proyecto

- **Recepción de la leche:** La empresa va a proveer al personal los EPP adecuados para la recepción de la leche como: mandiles, mascarillas, gorros, guantes, botas. Es importante saber que no se debe comer, beber o fumar durante la recepción de la leche.
- **Control de Calidad:** Para realizar el control de calidad de la leche es necesario que el personal lleve puesto los EPP adecuados, adicional el termómetro con el que se realiza este control debe estar desinfectado para evitar contaminación de la leche.
- **Mezcla de Cuajo:** Para realizar la mezcla del cuajo con la leche y lograr una coagulación la leche debe estar a una temperatura de 37/39°C, por lo cual el personal a cargo de esta área debe llevar mandil, gorra, guantes y mascarilla para evitar una accidente por la temperatura de la leche.
- **Cortada de Cuajo:** La Herramienta necesaria para este proceso es una cortadora adaptada a la necesidad de la persona que va a realizar este trabajo y así evitar algún tipo de accidente, es necesario que la persona tenga puesta guantes de cuero hasta la altura de los codos para evitar quemaduras en los brazos, el uso de mascarilla, gorra y mandil es necesario.

-
- **Desuerado:** En este proceso se utiliza un cedazo y el personal debe usar guantes de caucho para tener una mejor movilidad, porque el suero no está expuesto a temperaturas elevadas, también es necesario el uso de mascarilla, mandil y gorro para evitar contaminaciones en la cuajada.
 - **Sumergir en Salmuera:** Luego de hacer desuerado la cuajada se la sumerge en salmuera para que tenga sabor semi salado necesario, después de un tiempo determinado se vuelve a utilizar el cedazo para separar la cuajada de la sal muera, para este proceso de igual manera se utiliza los guantes de caucho, mascarilla, mandil y el gorro.
 - **Mezcla de Cuajada con Finas hierbas:** Al realizar este proceso el personal debe tener los adecuados EPP para la manipulación de las cuajada y las finas hierbas, como son: guantes quirúrgicos para realizar la mezcla, gorro, mandil y la mascarilla.
 - **Moldeado:** Para manipular la mezcla de cuajada con finas hierbas y colocar en los moldes es necesario el uso de guantes quirúrgicos, mandil, gorra y la mascarilla.
 - **Prensado:** De igual manera que en el procesos de moldeado del queso se deben utilizar los EPP adecuados como mandil, gorra, mascarilla y guantes quirúrgicos.

- **Envasado:** Los EPP necesarios para realizar el envasado son los mismos que en el moldeado y prensado que son los guantes quirúrgicos, mandil, gorro y mascarillas.

- **Almacenamiento:** Para el almacenamiento es necesario saber que no se deben almacenar la materia prima con el producto terminado, el queso debe ser almacenado en una ambiente de 2° a 7°C para mantener su frescura. Los alimentos no deben permanecer en temperaturas altas, porque mientras más aumenta la temperatura aumenta el número de reproducción de microbios. La leche para hacer quesos debe ser almacenada de 6° a 8°c para mantenerla fresca al momento de utilizarle.

- **Logística y Distribución:** Para el transporte de los quesos a los distribuidores o directamente a los clientes, el carro de transporte debe tener un sistema de temperatura de 2° a 7°C para mantener fresco el queso, desde la entrega del queso manteniéndolo a la temperatura adecuada su duración máxima es de 4 semanas.

Es necesario brindar al personal capacitaciones sobre el buen uso de los EPP y la manipulación de la materia prima, también capacitar sobre riesgos y accidentes que pueden existir en el ambiente de trabajo y la importancia de usar los EPP para evitar lesiones graves.

4.03.04.02. Simbología del diagrama de procesos

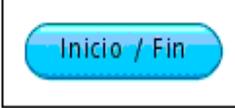
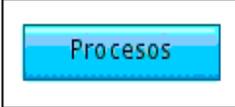
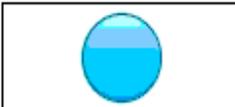
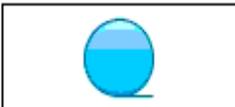
	Inicio o fin del programa
	Pasos, procesos o líneas de instrucción de programa de computo
	Operaciones de entrada y salida
	Toma de decisiones y Ramificación
	Conector para unir el flujo a otra parte del diagrama
	Cinta magnética
	Disco magnético

Figura N. 60: Simbología del diagrama de procesos

Fuente: Imágenes de Google

Elaborado por: Imágenes de Google

4.03.05. Maquinarias y Equipos

Tabla N. 40: Maquinaria

Máquina	Descripción	N° de máquinas	Valor Unitario	Valor Total
Prensadora	Presiona el queso para sacar el suero restante y dar forma con el molde, la marca de la máquina es MAGNABOSCO. Tiene una capacidad para moldear 25 quesos.	1	\$600	\$600
Tanque de leche	Se coloca la leche para luego de estar a cierta temperatura añadir el cuajo. Abarca hasta 100 litros de leche.	1	\$700	\$700
Total		2	\$13.000	\$13.000

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 41: Equipo

Equipo	Descripción	N° de equipos	Valor Unitario	Valor Total
Cuarto Frío (Bodega de materia prima - almacenamiento de producto terminado).	Con la temperatura adecuada mantiene en buen estado a la materia prima, también ayuda el almacenamiento del producto terminado antes de ser comercializado.	2	\$500	\$1.000
Total		2	\$500	\$1.000

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 42: Muebles de Producción

Muebles de Producción	Descripción	N° de muebles de producción	Valor Unitario	Valor total
Mesa de Acero Inoxidable	Es la mesa de trabajo donde se realiza la mezcla de cuajo con las finas hierbas para luego pasar al prensado. Su perímetro es de acuerdo al que el cliente solicita.	2	\$350	\$ 700
Total		2		\$ 700

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 43: Herramientas y Utensilios

Herramientas y Utensilios	Descripción	N° de herramientas y utensilios	Valor Unitario	Valor Total
Cortadora	Corta la cuajada del queso para que se libere el suero.	2	\$40	\$80
Moldes	Se coloca la cuajada dentro del molde para dar forma al queso.	25	\$15	\$375
Pala	Sirve para remover la cuajada de queso y que libere el suero, también para sacar el cuajo y colocarlo en el molde	3	\$7	\$21
Cedazo	Se utiliza para separar la cuajada del suero, también para separar la cuajada de la salmuera	2	\$3	\$6
Tarros	Se utiliza para el transporte de leche de los proveedores hacia la empresa manteniéndola fresca. Cada tarro transporta hasta 20 litros de leche.	5	\$45	\$225
Total		35	\$70	\$707

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 44: Equipo de Oficina

Equipo de Oficina	Descripción	N° de equipos de oficina	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	Necesaria para mantener un control adecuado en las áreas de trabajo. La marca utilizada sería Samsung.	3	\$500	\$1.500
Impresora	Imprimir documentos importantes para la empresa. La marca a utilizar sería Lexmark.	3	\$150	\$450
Teléfono	Importante para mantener contacto con los proveedores y clientes para entrega y recepción de materia prima y producto terminado.	3	\$15	\$45
Total		12	\$665	\$1.995

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 45: Muebles de Oficina

Muebles de Oficina	Descripción	N° de equipos de oficina	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	Necesario para mantener documentación y para asentar la computadora	3	\$90	\$270
Silla de Escritorio	Brinda comodidad a la persona que está sentada frente al escritorio realizando su trabajo en la computadora o atendiendo algún cliente.	3	\$30	\$90
Archivador	Mantiene los documentos importantes de la empresa en su respectivo orden, ya que al momento de realizar auditorías se debe tener respaldos archivados.	3	\$85	\$255
Sillón de Oficina	Para una adecuada atención al cliente en caso de que tenga que esperar por algún miembro del departamento de administración o ventas	2	\$70	\$140
Mesa de Reuniones	Es necesario para mantener reuniones con los proveedores, clientes o con los miembros de las distintas áreas de la empresa.	1	\$150	\$150
Sillas de mesa de Reuniones	Para mayor comodidad en las reuniones planificadas.	6	\$20	\$120
Sillas de atención al cliente	Para atender al cliente de manera amable y que se acomode frente a los escritorios.	6	\$20	\$120
Total		24	\$465	\$1.145

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El objetivo del estudio financiero es determinar el valor de los recursos económicos necesarios para ejecutar el proyecto, también los costos totales de la operación del proceso productivo y el valor de los ingresos que se espera recibir en los periodos de vida útil.

5.01. Ingresos Operacionales y no operacionales

5.01.01. Ingresos Operacionales

Tabla N. 46: Ingresos Operacionales

Ingresos Operacionales

Concepto	Valor
CUF	\$1,73
Utilidad	
44%	\$0,76
PVP	\$2,49
Producción	
mensual	\$3.300,00
Ingreso	
Mensual	\$8.220,91
Ingreso	
Anual	\$98.650,96

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Los ingresos operacionales son aquellos que son producto de la actividad económica de la empresa, es decir su razón social, la cual se refiere la venta de quesos artesanales con finas hierbas.

Tabla N. 47: Ingresos Operacionales Proyectados

Ingresos Operacionales Proyectados			
Año	Ingreso Actual	Tasa de crecimiento	Ingreso Proyectado
2018	\$98.650,96	Año base	\$98.650,96
2019	\$98.650,96	1,026	\$101.215,89
2020	\$101.215,89	1,026	\$103.847,50
2021	\$103.847,50	1,026	\$106.547,54
2022	\$106.547,54	1,026	\$109.317,77

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.01.02. Ingresos no Operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos que no son producto de la actividad económica principal de la empresa o de su razón social.

El presente proyecto no cuenta con ingresos no operacionales, ya que su ingreso es por la actividad principal de la empresa que es la comercialización de quesos artesanales con finas hierbas.

5.02. Costos

Es una parte del sistema contable general que permite conocer cuánto cuesta producir un artículo, podría decirse que es un subsistema del sistema general cuyo ámbito de aplicación está definido, lógicamente para las empresas industriales; sin embargo en su contexto teórico posibilita ser aplicable para cualquier otro tipo de empresas u organizaciones, es decir su marco conceptual permite adquirir los criterios válidos en sector agrícolas, pecuarios, alimentos e inclusive identificar el costo de un servicio o actividad. (Castaño, 2009, pág. 3)

La contabilidad de costos es una herramienta que nos ayuda a conocer el valor que se va a desembolsar para iniciar con la actividad económica de la empresa y a su vez con la elaboración del producto, se clasifica en costos directos e indirectos.

5.02.01. Costos Directos

Los Costos Directos son el capital que se invierte en la Materia Prima Directa y en la Mano de obra directa para la elaboración del producto, los cuales se detallan a continuación.

5.02.01.01. Materia Prima Directa (M.P.D.)

“Es el primer elemento del costo y comprende los materiales que guardan una relación directa con el producto terminado bien sea por su clara identificación, por la fácil asignación a este o lo relevante de su valor”. (Castaño, 2009, pág. 11)

La Materia prima son un grupo de elementos que forman parte de manera directa para la elaboración del producto en este caso para la elaboración de quesos artesanales con finas hierbas.

Tabla N. 48: Materia Prima Directa

Materia prima directa

Materia prima	Cantidad (U)	Valor Unitario	Valor total
Leche	75	\$0,4	\$30
Cuajo	1	\$0,35	\$0,35
Finas Hierbas	1	\$0,75	\$0,75
Sal	1	\$0,13	\$0,13
Total			\$31,23

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.02.01.02. Mano de Obra Directa (M.O.D.)

“Mano de obra directa: es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa”. (Ayala, 2011, pág. s/p)

La Mano de Obra Directa es la que se emplea directamente en el proceso para la elaboración de un producto terminado, como son los operarios.

Tabla N. 49: Mano de Obra Directa

Mano de obra Directa (MOD)

Trabajador	Sueldo Mensual	Aporte IESS Patronal	Fondo de Reserva	Horas extras	1°3 sueldo	1°4 sueldo	Vacaciones	Total mensual	Total anual
Operario 1	\$386	\$43,039	\$32,17		\$32,17	\$32,17	\$16,08	\$541,62	\$6.499,47
Total								\$541,62	\$6.499,47

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.02.02. Costos Indirectos

Los Costos Indirectos son todos los que no intervienen de forma directa en la elaboración de un producto, pero aportan en su transformación, estos son los Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F).

5.02.02.01. Costos Indirectos de Fabricación (C.I.F.)

Son todos aquellos costos que no se relacionan directamente con la manufactura, pero contribuyen y forman parte del costo de producción: mano de obra indirecta, materiales indirectos, calefacción, luz y energía para la fábrica, mantenimiento del edificio y equipo de fábrica, seguro, prestaciones sociales, incentivos, tiempo ocioso son ejemplos de costos indirectos de fabricación. (Toro, 2011, pág. s/p)

Los Costos Indirectos de Fabricación son todos los costos que intervienen en la elaboración de un producto a excepción de la Materia Prima Directa y la Mano de Obra Directa, estos pueden ser suministros, servicios básicos, mantenimiento, entre otros.

Tabla N. 50: Costos Indirectos de Fabricación

Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

Detalle	Por Unidad
Servicios básicos	\$0,0134
MPI	\$0,0180
Etiqueta	
Empaquetado	\$0,02
Total	\$0,0514

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.02.03. Gastos Administrativos

Son los desembolsos ocasionados por el departamento administrativo de la empresa como remuneraciones (salarios, prestaciones sociales, aportes parafiscales, auxilios de transportes, horas extras y otros.) al personal de administración (gerente, subgerente, contador, contador auxiliar, secretarias, mensajero, vigilantes, personal de mantenimiento, jefe de personal.), servicios públicos, depreciaciones, pólizas de seguros, etc. (Castaño, 2009, pág, 7)

Los Gastos Administrativos son aquellos contraídos directamente por el departamento de administración y sus áreas, estos gastos no tienen ninguna relación con el departamento de ventas o de producción.

Tabla N. 51: Gastos Administrativos del Personal

Gastos Administrativos del Personal

Concepto	Aporte IESS		Fondo de reserva	1°3	1°4	Vacaciones	Total	Total
	Mensual	Patronal		Sueldo	Sueldo		Mensual	Anual
Gerente	\$404	\$45,05	\$33,67	\$33,67	\$32,167	\$16,83	\$565,38	\$6.784,552

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 52: Material de Aseo y Limpieza
Material de Aseo y Limpieza

Concepto	Valor
Escoba	\$3,00
Recogedor	\$1,00
Trapeador	\$3,00
Desinfectante	\$2,00
Ambiental	\$2,00
Total	\$11,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 53: Suministros de Oficina

Suministros de Oficina

Concepto	Valor
Resmas de papel	\$5,00
Factureros	\$4,00
Lápices	\$3,00
Bolígrafos	\$3,00
Borradores	\$2,50
Grapas	\$1,50
Clips	\$1,00
Total	\$19,00

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 54: Otros Gastos Administrativos

Otros Gastos Administrativos

Concepto	Gasto	
	Mensual	anual
Servicio		
Básicos	\$28,8	\$345,6

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 55: Gastos Administrativos Proyectados

Gastos Administrativos Proyectados

Concepto	Inflación	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
G Personal	1,0019	\$6.784,552	\$6.797,44265	\$6.810,35779	\$6.823,29747	\$6.836,26173
M Aseo	1,0019	\$132	\$132,2508	\$132,502077	\$132,75383	\$133,006063
Suministro	1,0019	\$228	\$228,4332	\$228,867223	\$229,302071	\$229,737745
Otros G	1,0019	\$345,6	\$346,25664	\$346,914528	\$347,573665	\$348,234055
Total G. Adm.		\$7.490,152	\$7.504,38329	\$7.518,64162	\$7.532,92704	\$7.547,2396

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.02.04. Gastos de Ventas

Erogaciones originadas en el departamento de ventas como pagos y causaciones (salarios, prestaciones sociales, aportes parafiscales, comisiones, auxilio de transportes, horas extras, recargos etc.) al personal de ventas (gerente, secretarias, vendedores, vigilantes, personal de mantenimiento, etc.) publicidad, servicios públicos, arriendo, depreciaciones, impuestos municipales, fletes y otros. (Castaño, 2009, pág. 7)

Los Gastos de Ventas representan todos los gastos relacionados con la comercialización del producto al proveedor o al cliente de forma directa, y con la publicidad para la acogida del producto.

Tabla N. 56: Gastos de Ventas del Personal

Gastos de Ventas del Personal

Concepto	Aporte		Fondo				Comisión	Total Mensual	Total Anual
	Mensual	Personal	de IESS	1°3 reserva	1°4 Sueldo	Vacaciones Sueldo			
Jefe de Ventas	\$396	\$44,154	\$33	\$33	\$32,17	\$16,5		\$554,82	\$6.657,84

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 57: Gastos de Ventas

Gastos de Ventas

Concepto	Valor
Servicios	
básicos	\$28,8
Gigantografías	\$40
Tarjetas de	
Presentación	\$20
Publicidad	\$30
Material Pop	
Total	\$118,8

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin*

Tabla N. 58: Gastos de Ventas Proyectados

Gastos de Ventas Proyectados

Concepto	Inflación	Años				
		2018	2019	2020	2021	2022
Servicios básicos	1,0019	\$345,60	\$346,26	\$346,91	\$347,57	\$348,23
Gigantografías	1,0019	\$40,00	\$40,08	\$40,15	\$40,23	\$40,30
Tarjetas de						
Presentación	1,0019	\$20,00	\$20,04	\$20,08	\$20,11	\$20,15
Publicidad	1,0019	\$30,00	\$30,06	\$30,11	\$30,17	\$30,23
Sueldos	1,0019	\$6.657,85	\$6.670,50	\$6.683,17	\$6.695,87	\$6.708,59
Total		\$7.093,45	\$7.106,93	\$7.120,43	\$7.133,96	\$7.147,51

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin*

5.02.05. Costos Financieros

Son intereses que la empresa debe pagar por el crédito generado para cubrir una parte del capital que se va a invertir para la creación de la microempresa, en la tabla de amortización del crédito se muestra los intereses a pagar.

5.02.06. Costos Fijos y Variables

➤ **“Costos Fijos**, son los que se comportan independiente del nivel o volumen de producción, y permanecen fijos en el corto plazo”. (Castaño, 2009, pág. 13)

Los Costos Fijos son los que la empresa debe pagar de manera fija sin importar que el tamaño de la producción se mayor o menor.

➤ **“Costos Variables**, su comportamiento es directamente proporcional al volumen de producción”. (Castaño, 2009, pág, 13)

Los Costos Variables son los que tienen una variación de acuerdo al volumen de las ventas o al nivel de la actividad.

Tabla N. 59: Costos Fijos y Variables Proyectados

Costos Fijos y Variables Proyectados					
Concepto	Años				
	2018	2019	2020	2021	2022
Costos Fijos					
Depreciación	\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.534,23	\$1.534,23
Gastos administrativos	\$7490,152	\$7.504,38329	\$7.518,64162	\$7.532,927	\$7.547,2396
Total Costos Fijos	\$9474,382	\$9.488,61329	\$9.502,87162	\$9.067,157	\$9.081,4696
Costos Variables					
MPD	\$205.086,32	\$205.475,98	\$205.866,384	\$206.257,53	\$206.649,42
MOD	\$6.499,47	\$6.511,81699	\$6.524,18944	\$6.536,5854	\$6.549,0049
CIF	\$2.035,3125	\$2.039,17959	\$2.043,05403	\$2.046,9358	\$2.050,825
Gastos de Ventas	\$7.093,45	\$7.106,93	\$7.120,43	\$7.133,96	\$7.147,51
Total Costos Variables	\$220.714,54	\$221.133,90	\$221.554,06	\$221.975,01	\$222.396,76
Total Costos	\$230.188,93	\$230.622,52	\$231.056,93	\$231.042,17	\$231.478,23

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03. Inversiones

“Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable”. (Merino, 2009, pág. s/p)

La inversión es el dinero que se recupera a corto o largo plazo por la comercialización de los productos, lo cual invertir es importante para la iniciación de una empresa ya que después se recupera la inversión.

5.03.01. Inversión Fija

La inversión fija es el dinero de los activos fijos que sirve para la construcción de la empresa y para la elaboración de los productos.

5.03.02. Activos Fijos

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido. (Flores, 2012, pág. 2)

Lo Activos Fijos son los bienes inmuebles como la maquinaria, equipo de oficina, etc., es decir son los bienes que se utilizan de forma continua durante la operación de la empresa y elaboración de productos.

Tabla N. 60: Activos Fijos

Activos Fijos	
Descripción	Valores
Maquinarias	\$13.000,00
Equipos	\$1.495,00
Muebles y Enseres	\$2.552,00
Equipos de Computación	\$1.500,00
Total	\$18.547

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03.03. Activos Nominales

Son bienes intangibles como servicios o derechos necesarios para poner en marcha el proyecto, estos pueden ser la obtención del ruc, permiso de funcionamiento de bomberos, Planos para la construcción de la planta autorizados por el Municipio del Cantón Mejía, entre otros.

5.03.04. Capital de Trabajo

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año". (T., 2009, pág. s/p)

El Capital de Trabajo es importante porque cubre los costos de producción, los gastos administrativos y de ventas, es por eso que está proyectado a tres meses en caso de que exista una demanda baja del producto en el presente proyecto.

Tabla N. 61: Activos Fijos

CAPITAL DE TRABAJO

Descripción	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Sueldos Personal	\$1.661,82	\$1.661,82	\$3.323,64
Servicios Básicos	\$147,00	\$147,00	\$294,00
Materia Prima Directa	\$5.496,48	\$5.496,48	\$10.992,96
CIF	\$169,61	\$169,61	\$339,22
TOTAL	\$7.474,91	\$7.474,91	\$14.949,82

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03.05. Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Son herramientas que se utilizan para salvaguardar la empresa de una incorrecta utilización de sus recursos e impedir riesgos por falta de liquidez y uso de fondos los cuales presentarían una no conformidad.

Tabla N. 62: Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Fuentes de Financiamiento y Uso de Fondos

Descripción	Valores	Capital Propio	Capital Financiado
Maquinarias	\$13.000,00	\$6.500,00	\$6.500,00
Equipos	\$1.495,00	\$1.495,00	
Muebles y Enseres	\$2.552,00	\$1.276,00	\$1.276,00
Equipos de Computación	\$1.500,00	\$1.500,00	
Capital de trabajo	\$14.949,82	\$12.677,38	\$2272,44
TOTAL	\$33.496,82	\$23.448,38	\$10.048,44
INVERSIÓN TOTAL			\$33.496,82
CAPITAL PROPIO	70%		\$23.447,77
CAPITAL FINANCIADO	30%		\$10.049,05
TOTAL	100%		\$33.496,82

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03.06. Amortización de Financiamiento (Tabla de Amortización)

Es una tabla donde se realiza el cálculo mensual de los pagos que se deben cubrir por el crédito generado, y también se calculan los intereses, el presente

proyecto cuenta con un crédito el cual está detallado de manera gráfica en la siguiente tabla.

Tabla N. 63: Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN

Inversion	:	100%	\$33.496,82		
Cap. Propio	:	70%	\$23.447,77		
Financiamiento	:	30%	\$10.049,05		
Plazo	:		24	MESES	
Interes	:		16%	0,67%	
Pagos	:			MENSUAL	
Periodo	Saldo	Interes	Cuota Fija	Capital	Saldo Insoluto
0	\$10.049,05	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$10.049,05
1	\$10.049,05	\$66,99	\$454,53	\$387,54	\$9.661,51
2	\$9.661,51	\$64,41	\$454,53	\$390,12	\$9.271,39
3	\$9.271,39	\$61,81	\$454,53	\$392,72	\$8.878,67
4	\$8.878,67	\$59,19	\$454,53	\$395,34	\$8.483,33
5	\$8.483,33	\$56,56	\$454,53	\$397,97	\$8.085,36
6	\$8.085,36	\$53,90	\$454,53	\$400,63	\$7.684,73
7	\$7.684,73	\$51,23	\$454,53	\$403,30	\$7.281,43
8	\$7.281,43	\$48,54	\$454,53	\$405,99	\$6.875,44
9	\$6.875,44	\$45,84	\$454,53	\$408,69	\$6.466,75
10	\$6.466,75	\$43,11	\$454,53	\$411,42	\$6.055,33
11	\$6.055,33	\$40,37	\$454,53	\$414,16	\$5.641,17
12	\$5.641,17	\$37,61	\$454,53	\$416,92	\$5.224,25
13	\$5.224,25	\$34,83	\$454,53	\$419,70	\$4.804,55
14	\$4.804,55	\$32,03	\$454,53	\$422,50	\$4.382,05
15	\$4.382,05	\$29,21	\$454,53	\$425,32	\$3.956,73
16	\$3.956,73	\$26,38	\$454,53	\$428,15	\$3.528,58
17	\$3.528,58	\$23,52	\$454,53	\$431,01	\$3.097,57
18	\$3.097,57	\$20,65	\$454,53	\$433,88	\$2.663,69
19	\$2.663,69	\$17,76	\$454,53	\$436,77	\$2.226,92
20	\$2.226,92	\$14,85	\$454,53	\$439,68	\$1.787,24
21	\$1.787,24	\$11,91	\$454,53	\$442,62	\$1.344,62
22	\$1.344,62	\$8,96	\$454,53	\$445,57	\$899,05
23	\$899,05	\$5,99	\$454,53	\$448,54	\$450,52
24	\$450,52	\$3,00	\$453,52	\$450,52	\$0,00

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03.07. Depreciaciones (Tabla de Depreciaciones)

La depreciación es la pérdida de valor que tienen los bienes por el paso del tiempo y por su uso.

Tabla N. 64: Cuadro de Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACIONES

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinarias	\$13.000,00	10	\$1.170,00	\$1.170,00	\$1.170,00	\$1.170,00	\$1.170,00
Equipos	\$1.495,00	10	\$134,55	\$134,55	\$134,55	\$134,55	\$134,55
Muebles y Enseres	\$2.552,00	10	\$229,68	\$229,68	\$229,68	\$229,68	\$229,68
Equipos de Computación	\$1.500,00	3	\$450,00	\$450,00	\$450,00		
TOTAL	\$18.547,00		\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.534,23	\$1.534,23

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03.08. Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado”. (Tovar, 2011, pág. s/p)

A continuación en el estado de situación inicial se detallan los activos, pasivos y patrimonio que tiene la empresa en el presente proyecto.

Tabla N. 65: Estado de Situación Inicial

Empresa "LA DELICIA S.A."			
Estado de Situación Inicial			
Al 31 de Diciembre Del 2018			
Activos corrientes		Pasivos	
Caja/bancos	\$14.949,82	Préstamo	\$10.049,05
Activos Fijos	\$18.547,00		
Maquinarias	\$13.000,00	Patrimonio	\$23.447,78
Equipos	\$1.495,00		
Muebles y Enseres	\$2.552,00		
Equipos de Computación	\$1.500,00		
Total Activos	\$33.496,82	Patrimonio +Pasivo	\$33.496,82

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03.09. Estado de Resultados Projectado (a cinco años)

El estado de resultados o conocido también como estado de pérdidas y ganancias, en el cual se detallan ingresos y egresos que tiene una empresa, en un periodo concluyente (un año), así se conocerá la utilidad que se obtendrá en el periodo.

Tabla N. 66: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Descripción	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
VENTAS	\$98.650,96	\$101.215,89	\$103.847,50	\$106.547,54	\$109.317,77
(-) Costo de Producción	\$68.507,61	\$68.637,78	\$68.768,19	\$68.898,85	\$69.029,76
(=) Utilidad Bruta en Ventas	\$30.143,35	\$32.578,11	\$35.079,31	\$37.648,69	\$40.288,02
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	\$7.490,15	\$7.504,38	\$7.518,64	\$7.532,93	\$7.547,24
Gastos de Ventas	\$7.093,45	\$7.106,93	\$7.120,43	\$7.133,96	\$7.147,51
Gastos Financieras	\$629,56	\$229,11	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Depreciaciones	\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.534,23	\$1.534,23
(=) Utilidad Operacional	\$12.945,96	\$15.753,47	\$18.456,01	\$21.447,57	\$24.059,03
(+) Otros Ingresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(-) Otros Egresos	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	\$12.945,96	\$15.753,47	\$18.456,01	\$21.447,57	\$24.059,03
(-) 15 % Participación Laboral	\$1.941,89	\$2.363,02	\$2.768,40	\$3.217,14	\$3.608,86
(=) Utilidad Antes de I.R.	\$11.004,07	\$13.390,45	\$15.687,61	\$18.230,44	\$20.450,18
(-) Impuesto a la Renta	\$0,00	\$106,01	\$287,74	\$547,63	\$813,99
(=) Utilidad Neta	\$11.004,07	\$13.284,44	\$15.399,87	\$17.682,81	\$19.636,19

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.03.010. Flujo de Caja Projectado

Es un informe financiero en el cual se detallan los flujos de ingresos y egresos que tiene la empresa en un periodo determinado. En el presente proyecto se detalla el mencionado informe proyectado a 5 años.

Tabla N. 67: Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Año	Año	Año	Año	Año
	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS	98.650,96	101.215,89	103.847,50	106.547,54	109.317,77
(-) Costo de Producción	68.507,61	68.637,78	68.768,19	68.898,85	69.029,76
(=) Utilidad Bruta en Ventas	30.143,35	32.578,11	35.079,31	37.648,69	40.288,02
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	7.490,15	7.504,38	7.518,64	7.532,93	7.547,24
Gastos de Ventas	7.093,45	7.106,93	7.120,43	7.133,96	7.147,51
Gastos Financieras	629,56	229,11	0,00	0,00	0,00
Depreciaciones	1.984,23	1.984,23	1.984,23	1.534,23	1.534,23
(=) Utilidad Operacional	12.945,96	15.753,47	18.456,01	21.447,57	24.059,03
(+) Otros Ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Otros Egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad A.P.E.I.	12.945,96	15.753,47	18.456,01	21.447,57	24.059,03
(-) 15 % Participación Laboral	\$1.941,89	\$2.363,02	\$2.768,40	\$3.217,14	\$3.608,86
(=) Utilidad Antes de I.R.	\$11.004,07	\$13.390,45	\$15.687,61	\$18.230,44	\$20.450,18
(-) Impuesto a la Renta	\$0,00	\$106,01	\$287,74	\$547,63	\$813,99
(=) Utilidad Neta	\$11.004,07	\$13.284,44	\$15.399,87	\$17.682,81	\$19.636,19
(+) Depreciaciones	\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.984,23	\$1.534,23	\$1.534,23
(+) Amortizaciones	\$5.454,36	\$5.453,35			
(=) EXCEDENTE OPERACIONAL	\$18.442,66	\$20.722,02	\$17.384,10	\$19.217,04	\$21.170,42

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.04. Evaluación Financiera

Al concluir el estado financiero, se procederá a realizar la evaluación financiera para conocer si el proyecto que se está realizando es factible basándose en determinados indicadores financieros.

5.04.01. Tasa de Descuento (TMAR)

La tasa de descuento es la suma de la tasa activa más la tasa pasiva.

Tabla N. 68 Tasa de Descuento

TMAR	
Concepto	Porcentaje
Tasa Activa	10,21%
Tasa Pasiva	5,55%
TMAR	15,76%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.04.02. Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero que determina la viabilidad del proyecto, y este es el resultado de restar el total de flujos reducidos a la inversión inicial, y la inversión se debe realizar si el resultado es positivo.

Tabla N. 69: Valor Actual Neto

FLUJOS NETOS DE EFECTIVO						
Descripción	Año 0	2018	2019	2020	2021	2022
Inversión						
Total	\$-33.496,82			\$-1.500,00		\$9.273,50
Excedente Operacional		\$18.442,66	\$20.722,02	\$17.384,10	\$19.217,04	\$21.170,42
FLUJOS DE EFECTIVO	\$-33.496,82	\$18.442,66	\$20.722,02	\$15.884,10	\$19.217,04	\$30.443,92
 VAN =	 - P	 + FNE 1	 + FNE 2	 + FNE 3	 + FNE 4	 + FNE 5
		$(1+i)^1$	$(1+i)^2$	$(1+i)^3$	$(1+i)^4$	$(1+i)^5$
 VAN =	 \$-33.496,82	 + \$18.442,66	 + \$20.722,02	 + \$15.884,10	 + \$19.217,04	 + \$30.443,92
		1,115436	1,24419747	1,387822649	1,548027345	1,726725429
 VAN =	 \$-33.496,82	 + \$16.534,03	 + \$16.654,93	 + \$11.445,34	 + \$12.413,89	 + \$17.631,01
 VAN =	 \$-33.496,82	 + \$74.679,20				
 VAN =	 \$41.182,38					
 VAN =	 \$71.212,91					

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.04.03. Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno es la tasa de interés o rentabilidad de una inversión, es decir el porcentaje de pérdida o ganancia que tendrá la inversión para las cantidades que continúan dentro del proyecto.

Tabla N. 70: Tasa Interna de Retorno

TIR	
Inversión	\$-33.496,82
2018	\$18.442,66
2019	\$20.722,02
2020	\$15.884,10
2021	\$19.217,04
2022	\$30.443,92
TIR	50,99%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.04.04. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

El periodo de recuperación determina el tiempo, en el que se recupera la inversión esto puede ser en años, meses y días.

Tabla N. 71: Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION					
Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE Actualizado	Acumulado
0	\$-33.496,82	\$-33.496,82	1,00	\$-33.496,82	\$-33.496,82
1	\$18.442,66	\$-15.054,16	0,90	\$16.534,03	\$-16.962,79
2	\$20.722,02	\$5.667,85	0,80	\$16.654,93	\$-307,86
3	\$15.884,10	\$21.551,95	0,72	\$11.445,34	\$11.137,48
4	\$19.217,04	\$40.768,99	0,65	\$12.413,89	\$23.551,36
5	\$30.443,92	\$71.212,91	0,58	\$17.631,01	\$41.182,38

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Tabla N. 72: Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACION A			PERIODO DE RECUPERACION A		
VALORES CORRIENTE			VALORES ACTUALIZADOS		
	Inversión a			Inversión a	
	Ingresos	Recuperar		Ingresos	Recuperar
AÑO 2	\$15.884,10	\$5.667,85	AÑO 3	\$11.445,34	\$-307,86
1 mes	\$1.323,67	\$6.991,53	1 mes	\$953,78	\$645,92
2 mes	\$1.323,67	\$8.315,20	2 mes	\$953,78	\$1.599,69
3 mes	\$1.323,67	\$9.638,88	3 mes	\$953,78	\$2.553,47
4 mes	\$1.323,67	\$10.962,55	4 mes	\$953,78	\$3.507,25
5 mes	\$1.323,67	\$12.286,23	5 mes	\$953,78	\$4.461,03
6 mes	\$1.323,67	\$13.609,90	6 mes	\$953,78	\$5.414,81
7 mes	\$1.323,67	\$14.933,58	7 mes	\$953,78	\$6.368,59
8 mes	\$1.323,67	\$16.257,25	8 mes	\$953,78	\$7.322,36
9 mes	\$1.323,67	\$17.580,93	9 mes	\$953,78	\$8.276,14
10 mes	\$1.323,67	\$18.904,60	10 mes	\$953,78	\$9.229,92
11 mes	\$1.323,67	\$20.228,28	11 mes	\$953,78	\$10.183,70
12 mes	\$1.323,67	\$21.551,95	12 mes	\$953,78	\$11.137,48
PERIODO DE RECUPERACIÓN:		2 AÑO Y 4 MESES	PRVC		
PERIODO DE RECUPERACIÓN:		3 AÑOS Y 10 MESES	PRVA		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

5.04.05. Relación Costo Beneficio (RBC)

La Relación Costo Beneficio determina la ganancia que el representante del proyecto obtiene por cada dólar invertido, el resultado es de la suma de los flujos actualizados para el total invertido.

Tabla N. 73: Relación Costo Beneficio

RCB=	Ingresos Actualizados	
	Costos Actualizados	
RCB=	\$ 519.579,66	
	\$ 417.896,47	
RCB=	\$ 1,24	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

De acuerdo al análisis realizado, por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene una ganancia de \$1,24 ctvs.

5.04.06. Punto de Equilibrio

Tabla N. 74: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
P.E. =	CF		
	p - Cvu		
Costos Fijos:	Valor		
Gastos Administrativos	\$7.490,15		
Gastos de Ventas	\$7.093,45		
Gastos Financieros	\$858,67		
TOTAL COSTOS FIJOS	\$15.442,27		
Costo Variable unitario	\$1,87		
Precio	\$2,84		
PE =	CF		
	p - Cvu		
PE =	\$15.442,27		
	\$ 2,49 - \$1,73		
PE =	\$15.442,27	=	\$20.286,85 u
	\$0,76		
ESTADO DE RESULTADOS			
VENTAS	\$50.538,33		
(-) Costo Variable	\$35.096,06		
(=) Margen Contribución	\$15.442,27		
(-) Costo Fijos	\$15.442,27		
(=) Utilidad Operacional	-		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

“Se denomina Punto de Equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir es igual al Costo Total y por ende no hay utilidad ni pérdida”. (Jumbo, 2012, pág. s/p)

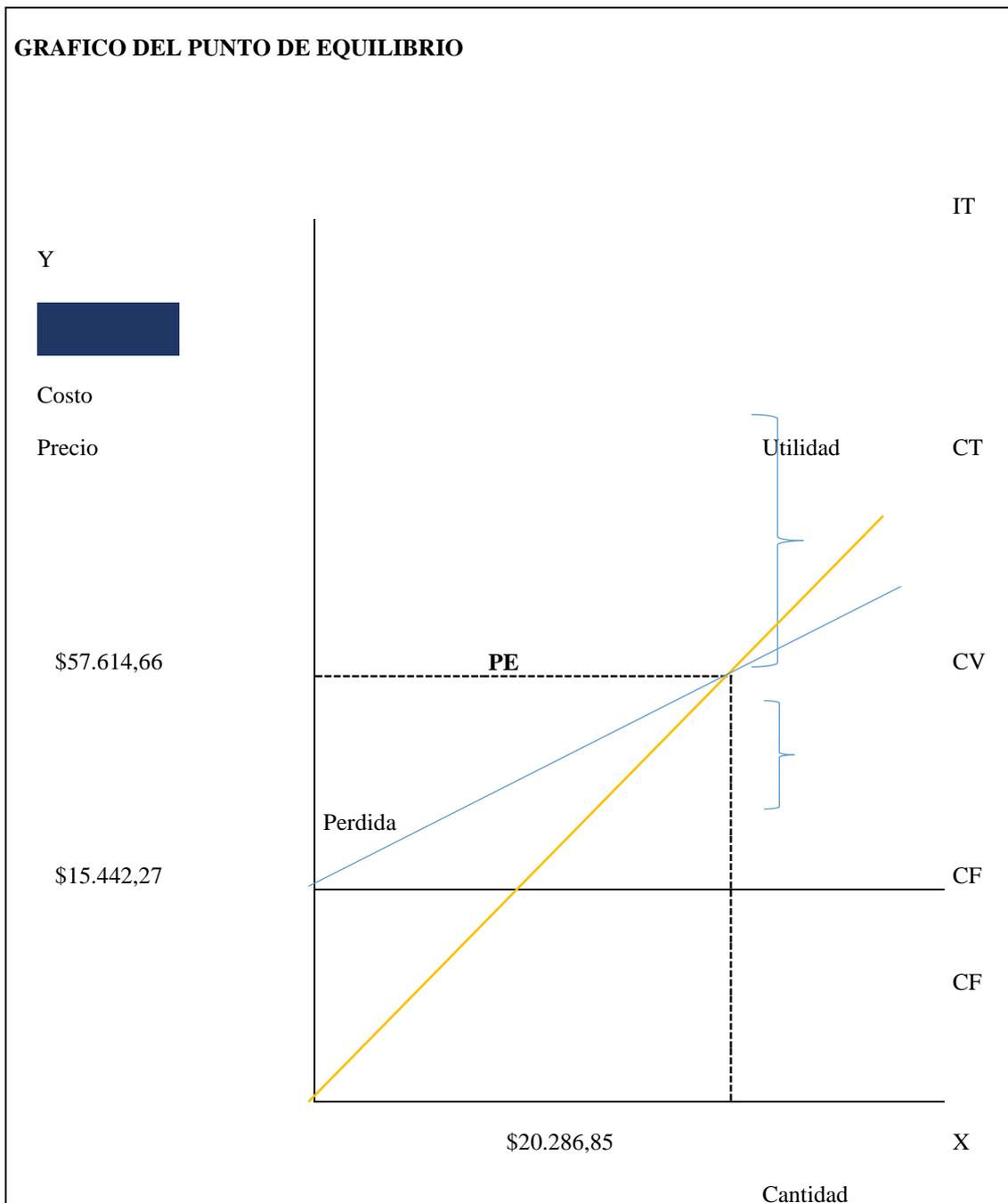


Figura 61: Punto de Equilibrio
Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin

5.04.07. Análisis de Índices Financieros

El análisis financiero es la relación que se establece entre estados financieros y así poder facilitar su análisis, a continuación se detallan los índices más importantes para el análisis financiero del proyecto.

5.04.07.01. Rentabilidad del Patrimonio (ROE)

Permite determinar la tasa de crecimiento de las ganancias que tiene la empresa.

Tabla N. 75: Rentabilidad del Patrimonio

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{\$11.004,07}{\$23.447,78}$$

$$\text{R.O.E} = 0,47$$

*Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Anderson Loachamin*

Análisis:

La rentabilidad sobre el patrimonio es de un 47 %, esto significa que el patrimonio aumentara sus ingresos en los años futuros.

5.04.07.02. Rentabilidad del Activo (ROA)

Nos muestra el retorno operativo por cada dólar invertido en la empresa.

Tabla N. 76: Rentabilidad del Activo

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{\$11.004,07}{\$33.496,82}$$

$$\text{R.O.A} = \$0,33$$

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis:

La rentabilidad sobre el activo es de 33 % sobre cada dólar invertido en la empresa lo que significa que el activo genera una buena rentabilidad.

5.04.07.03. Rentabilidad de la Inversión (ROI)

Permite determinar la rentabilidad de la inversión realizada para la realización del presente proyecto.

Tabla N. 77: Rentabilidad de la Inversión

ROI=	Ventas	x	Utilidad Operacional
	Activo		Ventas
ROI=	<u>\$98.650,96</u>	x	<u>\$12.945,96</u>
	\$33.496,82		\$98.650,96
ROI=	\$2,95	x	\$0,13
ROI=	\$0,39		

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Anderson Loachamin

Análisis:

La rentabilidad sobre la inversión es de 39% esto permite que se encuentre dentro de los parámetros establecidos.

CAPÍTULO VI

6. Análisis de Impactos

6.01. Impacto Ambiental

“El impacto ambiental es el efecto causado por una actividad humana sobre el medio ambiente. La ecología, que estudia la relación entre los seres vivos y su ambiente, se encarga de medir dicho impacto y de tratar de minimizarlo”. (Merino, 2010, pág. s/p)

La producción de quesos artesanales no presenta una contaminación alta, por lo cual, se puede tener un manejo adecuado de los residuos del suero de queso y demás desechos que no generarán problemas ambientales.

El suero del queso tiene fuentes de alimento para animales como el cerdo, por lo cual, se puede dar el suero de leche a empresas que se dediquen a la crianza porcina y así evitar la contaminación de ríos.

6.02. Impacto Económico

La implementación de la empresa genera un crecimiento económico para el sector donde se establece, porque brinda fuentes de empleo para las personas que

viven en el sector, generándoles ingresos para sus familias. También genera ingresos favorables para el inversionista.

El Impacto Económico que genera “La Delicia” contribuye al desarrollo de la comunidad mejorando la calidad de vida de sus habitantes, también contribuye a la matriz productiva ya que en nuestro país son pocas las empresas que mantienen la producción artesanal para elaborar quesos, y no existen empresas que produzcan quesos con finas hierbas.

En la parte comercial, se ha plasmado lograr una expansión a nivel de la Provincia, logrando obtener una buena posición en el mercado ofreciendo un queso de calidad y ser los pioneros en la elaboración de quesos con finas hierbas, para establecer una expansión futura a nivel nacional.

6.03. Impacto Productivo

Actualmente se ha destacado en el Plan del Buen Vivir, el cambio de la matriz productiva donde las microempresas puedan dar valor agregado a sus productos y puedan comercializarlos en el país en mercados donde es imposible su acceso, y de esta manera dejar de lado las importaciones y dar prioridad al producto ecuatoriano.

En el transcurso de los años la economía del país ha ido creciendo, esto se debe al incremento de las exportaciones, a las constantes capacitaciones del talento humano y a la producción tecnológica.

Con el desarrollo y ejecución del presente proyecto se aporta al cambio de la Matriz Productiva, porque se utiliza recursos propios de nuestro país para la elaboración del producto, a diferencia de otras empresas que importan su materia prima, así lograremos que el país produzca materia prima y también productos terminados cumpliendo con las exigencias de los consumidores y estándares de calidad. Brindando crecimiento personal y laboral hacia los colaboradores.

6.04. Impacto Social

Con la implementación del proyecto se genera nuevas oportunidades para mejorar la calidad de vida, debido a que sus ingresos son beneficiosos para el inversionista y sus colaboradores, es necesario mencionar a los proveedores y clientes que son parte fundamental de la empresa.

Es fundamental el crecimiento de la empresa, generar fuentes de empleo y de esta manera poder contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que viven en el sector y de sus familias.

El presente proyecto tiene Responsabilidad Social con los procesos productivos porque ofrece productos de calidad cumpliendo con exigencias de las BPM, tiene responsabilidad con el ambiente es por eso que el residuo generado por la elaboración del producto no será arrojado a ríos sino a otras empresas dedicadas a crianzas de animales, y la responsabilidad con los colaboradores dotándoles de los EPP adecuados para que no existan accidentes y velar por su seguridad.

CAPÍTULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.01. Conclusiones

- De acuerdo al estudio realizado en el presente proyecto se determinó que la producción de quesos artesanales con finas hierbas da una nueva opción de consumo a los clientes ya que su producción tradicional no contiene químicos que alteren el organismo.
- Con el análisis situacional se determinó el ambiente interno y externo donde se va a implementar la empresa, con el análisis FODA se pudo determinar que las oportunidades son mayores que las amenazas.
- El estudio de mercado permitió conocer la oferta, demanda y el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto, también se estudió a los competidores por lo cual se determinó que representa un reto ingresar el producto al mercado.
- En la localización óptima se pudo determinar que el mejor lugar para el asentamiento de la empresa es en Tambillo, por el fácil acceso para obtener la materia prima y la distribución del producto, además existe una demanda favorable de quesos artesanales.
- Dentro del aspecto financiero se solicitó un crédito de 10.049,05, para aumentar al capital propio que cuenta con 23.447,77 dólares y de esta manera obtener la

inversión que será de 33.496,82 dólares.

- En el Ecuador durante años se han elaborado productos a base de leche, pero con la industrialización se han dejado de lado procesos tradicionales, también se ha optado por importar materia prima, es por eso que para la elaboración de quesos artesanales con finas hierbas se va a aprovechar los recursos naturales de nuestro país y rescatar la producción artesanal sin dejar de lado la calidad y exigencias de las BPM.
- Al analizar los impactos ambientales, económicos, productivos y sociales, se estableció que la creación de la empresa no presenta un problema para la sociedad, sino un aporte importante para el desarrollo de la matriz productiva.

7.02 Recomendaciones

- La empresa de producción y comercialización de quesos artesanales con finas hierbas cuenta con normativas legales y una estructura organizacional, donde las personas que formen parte de la empresa deben identificarse con la misión visión y objetivos, también debe cumplir las políticas y reglamentos de la empresa, de esta manera se obtiene una mejora continua y un buen ambiente laboral.
- Promover alianzas estratégicas con varios proveedores para que la materia prima especialmente la leche sea pura, y así evitar inconvenientes en la producción de quesos.
- Mantener una mejora continua en el producto sin dejar de lado la calidad y exigencias de los clientes, de esta manera el producto seguirá formando parte del mercado competitivo.
- Cuando la empresa se haya establecido e inicie sus actividades se deben realizar evaluaciones financieras de forma periódica.

Bibliografía

Agencia Nacional de Regulación, C. y. (Noviembre de 2014).

<http://www.controlsanitario.gob.ec>. Obtenido de
http://www.controlsanitario.gob.ec: http://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/11/ie-d.1.1.-ali-01-a1_requisitos_rs_alimentos_nacionales.pdf

Aguilar, L. A. (19 de Abril de 2012). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare:

<https://es.slideshare.net/luiisalbertoo-laga/capacidad-de-planta>

Alba, T. (22 de Febrero de 2016). <https://xn--diseocreativo-lkb.com/>. Obtenido de

<https://xn--diseocreativo-lkb.com/>: <https://xn--diseocreativo-lkb.com/que-es-un-manual-de-identidad-corporativa/>

Amado, Y. (21 de Febrero de 2014). <https://prezi.com>. Obtenido de

<https://prezi.com>: <https://prezi.com/hip3waefcfl/disenio-e-ingenieria-del-producto/>

Amaya, W. C. (11 de Marzo de 2003). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/concepto-de-vision/>

Angel B.Jumbo J. (2012).

<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com>. Obtenido de
<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com>:
<http://lacontabilidaddecostosenlavirtualidad.blogspot.com/2012/10/el-punto-de-equilibrio.html>

Arias, J. (27 de 06 de 2010). *Blogger*. Obtenido de Blogger:

<http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>

Atiaja, M. I. (11 de Abril de 2015). <https://prezi.com>. Obtenido de <https://prezi.com>:

<https://prezi.com/3cmwsxpzgbx6/la-organizacion-en-forma-global/>

Avellaneda, L. (17 de Septiembre de 2015). *Prezi*. Obtenido de Prezi:

<https://prezi.com/6-mjuwkjg3qc/analisis-situacional-entorno-interno-entorno-del-cliente/>

- Ayala, A. (03 de Mayo de 2011). <https://es.scribd.com>. Obtenido de <https://es.scribd.com: https://es.scribd.com/doc/54551232/Diferencia-Entre-Mano-de-Obra-Directa-e-Indirecta>
- Banco Central del Ecuador. (31 de 10 de 2017). <https://contenido.bce.fin.ec>. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec>: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Cáceres, D. I. (30 de Marzo de 2011). <http://gestion-admtiva.blogspot.com/>. Obtenido de <http://gestion-admtiva.blogspot.com/>: <http://gestion-admtiva.blogspot.com/>
- Carvajal, S. (02 de 04 de 2014). <http://1aeducacionambiental.blogspot.com/>. Obtenido de <http://1aeducacionambiental.blogspot.com/>: <http://1aeducacionambiental.blogspot.com/>
- Castaño, O. J. (2009). *CONTABILIDAD DE COSTOS*. Modulo: Costos y presupuesto, UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA, Bogotá. Obtenido de https://cfsbusiness.files.wordpress.com/2012/08/unad_costos_y_presupuesto_2009.pdf
- Castillo, D. (20 de Junio de 2015). <https://prezi.com>. Obtenido de <https://prezi.com>: <https://prezi.com/8ex0fdijp152/localizacion-optima-del-proyecto/>
- Chipana, J. (14 de Noviembre de 2013). <https://es.slideshare.net/>. Obtenido de <https://es.slideshare.net/>: https://es.slideshare.net/juanchipana10/05-tasas-presentacion-final?qid=0b0fc1a6-7284-4b15-9afa-11c8cf77966d&v=&b=&from_search=12
- Chumo, E. (29 de Enero de 2016). https://prezi.com/btw1yif_mfbw. Obtenido de https://prezi.com/btw1yif_mfbw: https://prezi.com/btw1yif_mfbw/organigramas/
- Correa, C. T. (05 de Diciembre de 2012). <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com>. Obtenido de <http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com>

<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com>:

<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>

Cuevas, J. C. (29 de Noviembre de 2010). <http://psicologiayempresa.com/>. Obtenido de <http://psicologiayempresa.com/>: <http://psicologiayempresa.com/los-objetivos-de-las-organizaciones.html>

Díaz, L. A. (13 de Julio de 2017). <https://prezi.com>. Obtenido de <https://prezi.com>: https://prezi.com/bgaqfkgnf_r0/proceso-administrativo/

Dongo, A. (2009). SIGNIFICADO DE LOS FACTORES SOCIALES Y CULTURALES. *Revista IIPSI*, 228.

Espinosa, R. (29 de 07 de 2013). <http://robertoepinosa.es>. Obtenido de <http://robertoepinosa.es>: <http://robertoepinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>

Flores, Y. (05 de Octubre de 2012). <https://prezi.com>. Obtenido de <https://prezi.com>: <https://prezi.com/vwwweooh3wgx/activo-fijo/>

Gallego, A. P. (13 de Noviembre de 2015). <http://www.pbplaw.com>. Obtenido de <http://www.pbplaw.com>: <http://www.pbplaw.com/que-es-luae/>

Gardey, J. P. (2009). *definicion.de*. Obtenido de *definicion.de*: <https://definicion.de/producto/>

Gardey, J. P. (2009). <https://definicion.de/oferta/>. Obtenido de <https://definicion.de/oferta/>: <https://definicion.de/oferta/>

Gardey, J. P. (2010). *definicion.de*. Obtenido de *definicion.de*: <https://definicion.de/direccion/>

Hernández, A. L. (6 de Noviembre de 2011). queaprendemoshoy.com. Obtenido de queaprendemoshoy.com: <http://queaprendemoshoy.com/el-origen-del-queso/>

Hernandez, P. (18 de Noviembre de 2008). *Blogger*. Obtenido de *Blogger*: <http://factoreslegales.blogspot.com/>

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2016).

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Presentacion%20Empleo_0316.pdf

Jimenez, B. (2017). *academia.edu*. Obtenido de academia.edu:

http://www.academia.edu/6694345/PRINCIPIOS_CORPORATIVOS

Lasso, R. (2015). *LA LECHE DEL ECUADOR-Historia de la lechería ecuatoriana*.

Quito: Centro de la Industria Láctea en el Ecuador.

Lozano, A. (20 de Septiembre de 2002). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/la-planificacion-estrategica/>

Luis, J. (01 de 11 de 2010). <https://es.slideshare.net>. Obtenido de

<https://es.slideshare.net>: <https://es.slideshare.net/folista/el-entorno-de-la-empresa>

Marthell, M. G. (04 de Noviembre de 2012). <https://es.slideshare.net>. Obtenido de

<https://es.slideshare.net>:
<https://es.slideshare.net/MariaGpeRdzMarthell/distribucin-de-planta-15020464>

Medina, O. (08 de Julio de 2016). <https://es.slideshare.net/>. Obtenido de

<https://es.slideshare.net/>: <https://es.slideshare.net/ofeliadelvalle/la-planificacin-empresarial>

Mejía, C. A. (14 de Octubre de 2015). <https://collellca.wordpress.com>. Obtenido de

<https://collellca.wordpress.com>:
<https://collellca.wordpress.com/category/cultura-organizacional/>

Melchor, Y. M. (27 de Octubre de 2012). *SlideShare*. Obtenido de SlideShare:

<https://es.slideshare.net/itzamelchorh/analisis-situacional-de-la-orgnizacin>

Merino, J. P. (2009). <https://definicion.de>. Obtenido de <https://definicion.de>:

<https://definicion.de/inversion/>

- Merino, J. P. (2010). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de:
<https://definicion.de/impacto-ambiental/>
- Merino, J. P. (2010). *https://definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de>:
<https://definicion.de/recursos-economicos/>
- Minier, F. (02 de Septiembre de 2012).
<http://econiaparatodosyalgomas.blogspot.com>. Obtenido de
<http://econiaparatodosyalgomas.blogspot.com>:
<http://econiaparatodosyalgomas.blogspot.com/2012/09/producto-interno-bruto.html>
- Ministerio de Salud Pública. (2002). V. Obtenido de <http://instituciones.msp.gob.ec>:
http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/sistema_inocuidad_alimentos/boletin_buenas_prcticas_de_manufactura.pdf
- Molina, E. (07 de Octubre de 2012). <https://prezi.com/>. Obtenido de
<https://prezi.com/>: <https://prezi.com/5vxcqmxk8pfg/metodo-de-muther/>
- Navarrete, D. M. (30 de Mayo de 2011). *gestiopolis*. Obtenido de gestiopolis:
<https://www.gestiopolis.com/el-ambiente-externo-de-las-organizaciones-como-gestionarlo/>
- Nunes, P. (30 de Diciembre de 2015). <http://knoow.net>. Obtenido de
<http://knoow.net>: <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>
- Panez, D. C. (17 de Octubre de 2016). *Scribd*. Obtenido de Scribd:
<https://es.scribd.com/document/327815014/Demanda>
- Puentes, L. (14 de Mayo de 2015). <http://temafacilitar.blogspot.com>. Obtenido de
<http://temafacilitar.blogspot.com>:
<http://temafacilitar.blogspot.com/2015/05/manual-de-funciones.html>
- Ramirez, A. G. (09 de Enero de 2017). *Prezi*. Obtenido de Prezi:
<https://prezi.com/be17jljiauob/gestion-comercial/>

- Ramos, E. (08 de Abril de 2016). *Prezi*. Obtenido de Prezi:
<https://prezi.com/4c66syyooav4/localizacion-optima-del-proyecto/>
- Reyes, J. V. (25 de Abril de 2014). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/document/220185523/CAPACIDAD-PRODUCTIVA>
- Ribadeneira, H. (17 de Enero de 2014). *Prezi*. Obtenido de Prezi:
<https://prezi.com/jjxcx6wrsnqa/definicion-y-clasificacion-de-tasas-de-interes/>
- Rojas, F. (14 de Noviembre de 2007). <http://www.mailxmail.com/>. Obtenido de
<http://www.mailxmail.com/>: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Salgado, C. (27 de Mayo de 2013). <http://christblogger72.blogspot.com/>. Obtenido de
<http://christblogger72.blogspot.com/>:
<http://christblogger72.blogspot.com/2013/05/la-macro-y-micro-localizacion.html>
- Sarmiento, D. Y. (03 de Junio de 2011). *SCRIBD*. Obtenido de SCRIBD:
<https://es.scribd.com/document/57012950/Localizacion-del-proyecto>
- Servicio de Rentas Internas del Ecuador. (2017). <http://www.sri.gob.ec/>. Obtenido de
<http://www.sri.gob.ec/>: <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>
- Sevilla, A. P. (18 de Octubre de 2017). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:
<http://economipedia.com/definiciones/precio.html>
- SlideShare. (01 de Julio de 2011). <https://es.slideshare.net/>. Obtenido de
<https://es.slideshare.net/>: <https://es.slideshare.net/polimero13/4-distribucion-en-planta>
- Solarte, R. O. (06 de Mayo de 2010). <https://es.slideshare.net/>. Obtenido de
<https://es.slideshare.net/>: <https://es.slideshare.net/rojs/comportamiento-del-consumidor-3998110>
- Solis, A. N. (10 de Febrero de 2016). <https://prezi.com/>. Obtenido de
<https://prezi.com/>: <https://prezi.com/st1zsou8h5dw/tecnicas-para-recoleccion-de-informacion/>

- Solorzano, M. (27 de Mayo de 2013). <http://upnsolorzano.blogspot.com>. Obtenido de <http://upnsolorzano.blogspot.com>:
<http://upnsolorzano.blogspot.com/2013/05/macro-localizacion-y-micro-localizacion.html>
- Sosa, C. A. (04 de 01 de 2016). La Economía del Ecuador. *La Economía en el 2016*, pág. 12.
- T., R. E. (27 de Enero de 2009). V. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com>:
<https://www.gestiopolis.com/capital-de-trabajo/>
- Tapia, E. (25 de Agosto de 2017). <https://somoemprendedores.byclaro.com.ec>. Obtenido de <https://somoemprendedores.byclaro.com.ec>:
<https://somoemprendedores.byclaro.com.ec/como-obtener-la-calificacion-de-artesano/>
- Thompson, I. (Diciembre de 2005). <https://www.promonegocios.net/>. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/>:
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>
- Thompson, I. (Diciembre de 2006). <https://www.promonegocios.net>. Obtenido de <https://www.promonegocios.net>:
<https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>
- Thompson, I. (07 de 2009). *Promonegocios.net*. Obtenido de *Promonegocios.net*:
<https://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>
- Toro, J. (03 de Diciembre de 2011). <https://es.scribd.com>. Obtenido de <https://es.scribd.com>: <https://es.scribd.com/doc/74609939/Costos-Indirectos-de-Fabricacion>
- Tovar, A. (20 de Junio de 2011). <https://es.scribd.com/>. Obtenido de <https://es.scribd.com/>: <https://es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situacion-inicial>

- Vargas, G. V. (19 de Septiembre de 2015). *http://puomarketing-germanvelasquez.blogspot.com*. Obtenido de *http://puomarketing-germanvelasquez.blogspot.com*: *http://puomarketing-germanvelasquez.blogspot.com/2015/09/estrategias-de-distribucion-plaza-en-la.html*
- Vásquez, D. F. (24 de Septiembre de 2015). *https://prezi.com*. Obtenido de *https://prezi.com*: *https://prezi.com/ryujo0jmlhzm/entornos-empresariales/*
- Vásquez, L. (26 de Agosto de 2011). *https://es.scribd.com/*. Obtenido de *https://es.scribd.com/*: *https://es.scribd.com/doc/63155301/Demanda-Insatisfecha*
- Wigodski, J. (14 de Julio de 2010). *http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/*. Obtenido de *http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/*: *http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html*
- Zák, K. (2014). *¿En qué consiste el cambio de la matriz productiva en Ecuador?* . Quito: Andes.

ANEXOS

Anexo N. 1 Encuesta

3.01.02.02. Modelo de la Encuesta

ENCUESTA

Objetivo: El presente trabajo académico busca conocer los criterios de la población con respecto a un nuevo producto (quesos con finas hierbas).

Instructivo: Marque o señale con una “X” una sola opción de respuesta.

Género

Masculino

Femenino

Rango de edad

De 12 a 17 años

De 18 a 23 años

De 23 años en adelante

Cuestionario

1.- ¿Consume usted quesos?

sí

no

2.- ¿Con qué frecuencia consume quesos?

Diario

Semanal

Mensual

Anual

3.- ¿En qué presentaciones adquiere usualmente usted el queso?

200gr

300gr

4.- ¿Usted tiene un queso o marca de su preferencia?

Si

no

5.- ¿Si se lanzaría al mercado un queso con finas hierbas, estaría usted dispuesto a consumir?

Si

no

6.- ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por este queso?

\$2.00 - \$3.00

\$3.50 - \$5.00

7.- ¿En qué lugar usted preferiría adquirir el producto?

Supermercados

Tiendas

Mercados

8.- ¿Qué aspecto considera usted importante al momento de adquirir un queso?

Precio

Calidad

Marco

9.- ¿Qué propuesta de innovación podría generar para una micropyme de quesos?

Sabor

Aroma

Forma

10.- ¿Está usted de acuerdo con la implantación de una micropyme de producción y comercialización de quesos artesanales?

Sí

no

Anexo N. 2 Formulario de solicitud para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

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



INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
RUC / RISE:		Nombre Comercial:	
Establecimiento No.:	Principal: <input type="checkbox"/> Sucursal: <input type="checkbox"/>	Patente / RAET:	Predio No.: <input type="text"/> Área útil del establecimiento (m2) <input type="text"/>
Actividad Económica:			
PERSONA NATURAL			
C.C. / Pasaporte:	Nombres y Apellidos:		
PERSONA JURÍDICA			
C.C. / Pasaporte Repr. Legal:	Nombres y Apellidos Repr. Legal:		
Fecha Nombramiento Repr. Legal:	Razón Social:		
IDENTIFICACION DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)			
(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación del establecimiento).			
Texto del Rótulo		Ubicación del rótulo	Local
		Tamaño de la fachada	m ² <input type="checkbox"/> Propio
		Adosado a la fachada frontal	m ² <input type="checkbox"/> Arrendado
Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de material
		Adosado a la pared medianera	m ²
		Adosado a la pared lateral	m ²
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO			
Parroquia	Calle principal	Número	Calle secundaria
Sector o Referencia para ubicación		Piso	Oficina / Departamento
		Edificio	
Teléfono 1	Teléfono 2	e-mail	Horario de atención

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

INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	
Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del Municipio involucradas en el proceso de emisión de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Bomberos, Turismo, y Rotulación.	
RUC / RISE No.:	Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del SRI.
Nombre Establecimiento:	Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro.
Establecimiento No.:	Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el número de establecimiento descrito en el RUC / RISE e identificar con una X el casillero correspondiente.
Patente / RAET	Corresponde al número de registro de la Patente o RAET
Predio No.:	Corresponde al número de predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado.
Área útil del establecimiento:	Registre en metros cuadrados el área del establecimiento donde usted ejerce la actividad económica.
Actividad Económica:	Registre la descripción de cada una las actividades económicas que se realiza en el mismo establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.
TIPO DE CONTRIBUYENTE	
PERSONA NATURAL:	
Cédula de ciudadanía o Pasaporte:	Anotar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del pasaporte.
Nombres y Apellidos:	Escribir nombres y apellidos completos del propietario del negocio.
PERSONA JURÍDICA:	
C.C. / Pasaporte Repr. Legal:	Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal.
Nombres y Apellidos Repr. Legal:	Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal.
Fecha Nombramiento Repr. Legal:	Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal. / Vigencia: fecha en la que caduca el nombramiento del representante legal.
Razón Social:	Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía.
INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	
TURISMO:	
En esta sección de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada. En concordancia con el Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicadas en salas de juegos. Toda actividad económica relacionada con el sector del Turismo debe contar con Registro Turístico.	
IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN):	
En esta sección deberá registrar claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rótulo que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento.	
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:	
En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico y correo electrónico.	
CROQUIS DE UBICACIÓN:	
Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización para la fase de inspección y control.	
DECLARACIÓN JURADA Y FIRMA:	
El titular de la LUAE es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud.	

Anexo N. 3 Formulario declarativo para la obtención de la Licencia Única de Actividades Económicas (LUAE)

FORMULARIO DECLARATIVO CRTAU-01

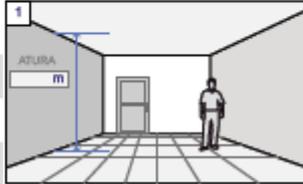
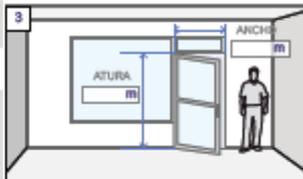
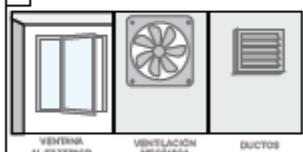


Del cumplimiento de las condiciones mínimas en materia de Reglas Técnicas de Arquitectura y Urbanismo para las actividades de equipamientos y servicios o comercio con relación de compatibilidad permitida con el uso de suelo en edificaciones existentes para la emisión de LUAE

Del Anexo del libro innumerado "Del Régimen Administrativo del suelo en el Distrito Metropolitano de Quito" sancionado con la Ordenanza Metropolitana No. 172 del 30 de diciembre de 2011 y su Ordenanza Metropolitana Reformatoria No. 432 del 13 de septiembre de 2013.

INFORMACIÓN DEL SOLICITANTE*		INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO*	
181 NOMBRES Y APELLIDOS		201 RUC / RISE	
182 C.I. / PASAPORTE No.		202 NOMBRE COMERCIAL	
183 NÚMERO TELEFÓNICO		203 ESTABLECIMIENTO No.	204 PREDIO No.
184 CORREO ELECTRÓNICO		205 DIRECCIÓN	
185 DIRECCIÓN DOMICILIO		206 ÁREA ÚTIL	m ² 207 TIPO DE USO

REGLAS TÉCNICAS*

ELEMENTO	CUMPLIMIENTO	REFERENCIA
301 La altura del establecimiento medida desde el piso hasta el tumbado es igual o mayor 2,30m. (REFERENCIA 1)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
302 El establecimiento tiene en su interior una circulación con un ancho libre o sin obstáculos de mínimo 90 cm. (REFERENCIA 2)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
303 La puerta de ingreso al establecimiento mide al menos 90 cm de ancho para pasar. (REFERENCIA 3)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
304 La puerta de ingreso al establecimiento mide al menos 2,05 m de alto para pasar. (REFERENCIA 3)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
305 El establecimiento tiene puertas de vidrio, ventanas o claraboyas por donde ingrese luz natural	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI EL ESTABLECIMIENTO ESTÁ DENTRO DE UN CENTRO COMERCIAL	
306 El establecimiento se ventila por: (REFERENCIA 4)	<input type="checkbox"/> Ventana o puerta al exterior <input type="checkbox"/> Ventilación mecánica <input type="checkbox"/> Ductos <input type="checkbox"/> No se ventila	
307 El establecimiento tiene al menos un medio baño dentro del mismo, entendiendo al medio baño como el cuarto de baño con un inodoro y un lavamanos. (REFERENCIA 5)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
308 El cuarto de baño del establecimiento tiene una altura mayor o igual a 2,30 m, medido desde el piso hasta el tumbado. (REFERENCIA 5)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
309 Todos los lados del baño tienen por lo menos 90 cm de ancho. (REFERENCIA 5)	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	
310 El baño se ventila por: (REFERENCIA 4)	<input type="checkbox"/> Ventana al exterior <input type="checkbox"/> Ventilación mecánica <input type="checkbox"/> Ductos <input type="checkbox"/> No se ventila	
311 El establecimiento fue diseñado y declarado como área útil para uso comercial o de oficinas y no es una adaptación de un espacio de circulación comunal, estacionamiento cubierto o bodega sin regularizar.	<input type="checkbox"/> SÍ <input type="checkbox"/> NO	

Yo, _____ portador del documento de identificación No. _____, por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada en este documento), declaro que lo consignado en este formulario se encuentra en absoluta correspondencia con la verdad y que conozco y entiendo las consecuencias del incumplimiento de estas reglas técnicas o de su falsa declaración.

FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL	C.I./PASAPORTE	FECHA (dd/mm/aaaa)
--	----------------	--------------------

Anexo N. 4 Formulario para la obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC)

 REPÚBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <i>...le hace bien al país!</i>		INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO		ORIGINAL: SRI www.sri.gob.ec																															
FORMULARIO RUC 01-A																																			
A.- IDENTIFICACIÓN																																			
01 RUC 02 RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL 03 NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL																																			
Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar:																																			
<input type="checkbox"/> INSCRIPCIÓN * Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones.			<input type="checkbox"/> ACTUALIZACIÓN * Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.																																
<input type="checkbox"/> B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACIÓN) Sólo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN																																			
<input type="checkbox"/> C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD																																			
04 FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES																																			
<input type="checkbox"/> D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD (distinto a Constitución, cuando corresponda)																																			
05 ORIGEN (Seleccione una opción) 06 PAÍS 07 INSCRIPCIÓN																																			
<input type="checkbox"/> E.- DATOS DEL CONTADOR																																			
08 RUC CONTADOR 09 NOMBRE DEL CONTADOR																																			
<input type="checkbox"/> F.- IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL																																			
10 APELLIDO Y NOMBRE O RAZÓN SOCIAL 11 NACIONALIDAD 12 PROVINCIA 13 PARROQUIA 14 NOMBRE 15 REFERENCIA 16 TELÉFONO (CELULAR O COMERCIAL)																																			
17 C.I., RUC O PASAPORTE 18 CANTÓN 19 CALLE 20 REFERENCIA																																			
21 TIPO DE VISA (SI/TIENEN)																																			
<input type="checkbox"/> G.- UBICACIÓN DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)																																			
22 PROVINCIA 23 CIUDAD/BLA 24 INTERSECCIÓN 25 ESPEDICIÓN O CENTRO COMERCIAL 26 CARRERA																																			
27 CANTÓN 28 CALLE 29 MANZANA 30 CARRERA 31 REFERENCIA UBICACIÓN																																			
32 PARROQUIA 33 NOMBRE 34 COLONIA 35 NO. DE OFICINA 36 NO. PISO 37 REFERENCIA																																			
<input type="checkbox"/> H.- MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)																																			
38 TELÉFONO 1 39 CELULAR 40 TELÉFONO 2 41 APARTADO POSTAL 42 TELÉFONO 3 43 CORREO ELECTRÓNICO																																			
44 FAX 45 SITIO WEB																																			
<input type="checkbox"/> L.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CÉDULA / RUC / PASAPORTE</th> <th>TIPO DE VISA</th> <th>Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social</th> <th>NACIONALIDAD</th> <th>DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)</th> <th>% PARTICIPACIÓN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>						CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)	% PARTICIPACIÓN																								
CÉDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAÍS O CIUDAD)	% PARTICIPACIÓN																														
<input type="checkbox"/> J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)																																			
<input type="checkbox"/> K.- ACTIVIDADES ECONÓMICAS ADICIONALES (MATRIZ) (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)																																			
El presente documento no puede ser presentado con facturas o emisoras, caso contrario debe ser presentado por un formulario nuevo.																																			
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD																																			
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC).		AUTORIZACIÓN: Autorizo al señor/a con cédula de identidad o ciudadanía, o pasaporte No. _____, para que realice la inscripción o actualización del RUC registrado en este formulario.		FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO																															

Anexo N. 5 Solicitud de registro para la obtención del registro sanitario.

Ciudad,.....de.....del 2016

Sr.

Director Técnico de Registro Sanitario, Notificación Sanitaria Obligatoria y Autorizaciones
AGENCIA NACIONAL DE REGULACIÓN, CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

De mi consideración.-

Yo,.....con cédula de ciudadanía.....código dactilar n°.....**TITULAR** del registro sanitario, solicito el **CERTIFICADO DE VIGENCIA** para el producto.....con registro sanitario/notificación sanitaria n°.....cuya vigencia es hasta el.....

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Titular del registro sanitario/notificación sanitaria:

Cédula:

Correo electrónico:

Anexo N. 6 Solicitud para la obtención de certificación de Buenas Prácticas de Manufactura. (BPM)

 <p>Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria</p>	<p>SOLICITUD DE CERTIFICACIÓN EN BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA PARA PLANTAS PROCESADORAS DE ALIMENTOS SOBRE LA BASE DE SU UTILIZACIÓN</p> <p><small>(Fuente: Formulario ICS-65A-BPM-02)</small></p>	<p>CÓDIGO: SOL-ARCSA-BPM-AL-001</p>																														
		<p>F. REVISIÓN: 05/12/2014</p>																														
		<p>VERSIÓN No: 4</p>																														
<p>FECHA: <input type="text"/>-<input type="text"/>-<input type="text"/></p> <p style="text-align: center;"><small>d d m m a a a a</small></p>	<p>CODIGO ASIGNADO: <input type="text"/></p> <p style="text-align: right;"><small>Espacio reservado para ARCSA</small></p>																															
DETALLE DE LA SOLICITUD																																
<p>Solicito a usted se de inicio al proceso de <input type="text"/> operaciones de Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos, cuya información se detalla a continuación.</p>																																
INFORMACIÓN DE LA EMPRESA O ESTABLECIMIENTO																																
<p>NOMBRE O RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA O ESTABLECIMIENTO: <input type="text"/></p>																																
<p>RUC: <input type="text"/></p>	<p>PERMISO DE FUNCIONAMIENTO No. <input type="text"/></p>	<p>F. EMISIÓN: <input type="text"/></p>																														
<p>NÚMERO DE ESTABLECIMIENTO (SRI): <input type="text"/></p>																																
<p>DIRECCIÓN DOMICILIARIA DE LA EMPRESA Y/O ESTABLECIMIENTO:</p>	<p>PROVINCIA: <input type="text"/> CANTÓN: <input type="text"/> PARROQUIA: <input type="text"/></p>	<p>TELÉFONOS: <input type="text"/></p>																														
<p>PROPIETARIO O GERENTE (REPRESENTANTE LEGAL): <input type="text"/></p>		<p>Nº TELÉFONO: <input type="text"/></p>																														
<p>CORREO ELECTRÓNICO: <input type="text"/></p>																																
<p>TRABAJADORES DE LA PLANTA: <input type="text"/></p>	<p>Nº OPERATIVOS: <input type="text"/></p>	<p>Nº ADMINISTRATIVOS: <input type="text"/></p>																														
<p>CATEGORÍA DE LA EMPRESA: <input type="text"/></p>																																
INFORMACIÓN DEL REPRESENTANTE TÉCNICO DEL ESTABLECIMIENTO																																
<p>NOMBRE DEL RESPONSABLE TÉCNICO: <input type="text"/></p>		<p>TÍTULO PROFESIONAL: <input type="text"/></p>																														
<p>REGISTRADO EN EL MSP? SI (1), NO(2) <input type="checkbox"/></p>		<p>Nº REGISTRO EN EL MSP: <input type="text"/></p>																														
<p>CORREO ELECTRÓNICO: <input type="text"/></p>		<p>Nº CELULAR: <input type="text"/></p>																														
<p>TECNICO CALIFICA: <input type="text"/></p>		<p><input type="text"/></p>																														
INFORMACIÓN LÍNEAS DE PRODUCCIÓN A CERTIFICAR																																
<small>(Si la empresa desea certificar más líneas de producción de las que el espacio lo permite, anexar documento con información)</small>																																
<p>CLASIFICACIÓN SEGÚN TIPO DE ALIMENTO PROCESADO: <input type="text"/></p>																																
<table border="1"> <tr><th colspan="2">NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN										<table border="1"> <tr><th colspan="2">NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN										<table border="1"> <tr><th colspan="2">NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN									
NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN																																
NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN																																
NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN																																
<table border="1"> <tr><th>LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA</th><th>REGISTRO SANITARIO</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO							<table border="1"> <tr><th>LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA</th><th>REGISTRO SANITARIO</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO							<table border="1"> <tr><th>LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA</th><th>REGISTRO SANITARIO</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO												
LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO																															
LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO																															
LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO																															
<table border="1"> <tr><th colspan="2">NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN										<table border="1"> <tr><th colspan="2">NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN										<table border="1"> <tr><th colspan="2">NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN									
NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN																																
NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN																																
NOMBRE DE LÍNEA DE PRODUCCIÓN																																
<table border="1"> <tr><th>LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA</th><th>REGISTRO SANITARIO</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO							<table border="1"> <tr><th>LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA</th><th>REGISTRO SANITARIO</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO							<table border="1"> <tr><th>LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA</th><th>REGISTRO SANITARIO</th></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO												
LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO																															
LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO																															
LISTA DE PRODUCTOS DE LA LÍNEA	REGISTRO SANITARIO																															

Anexo N. 7 Formulario para la obtención del Certificado de Artesano.

Formulario de Registro de Artesanos



1 Introducción 2 Generales 3 Talleres 4 Locales 5 Capacitación 6 Archivos

Datos Generales

Opción de Registro:
CALIFICACIONES PRIMERA VEZ - \$2.00 - 3 AÑO(S)

Datos Generales

Apellido paterno: <input type="text" value="Apellido paterno"/>	Apellido materno: <input type="text" value="Apellido materno"/>	Nombres: <input type="text" value="Nombres"/>	Fecha nacimiento: <input type="text" value="Formato: DD-MM-AAAA"/>
Tipo identificación: <input type="text" value="CEDULA"/>	Identificación: <input type="text" value="Identificación"/>	Tipo visa: <input type="text" value="NO APLICA"/>	Nacionalidad: <input type="text" value="ECUADOR"/>
Lugar nacimiento: <input type="text" value="Lugar nacimiento"/>	Grupo sanguíneo: <input type="text" value="A+"/>	Estado civil: <input type="text" value="CASADO(A)"/>	Género: <input type="text" value="FEMENINO"/>
Tipo instrucción: <input type="text" value="PRIMARIA COMPLETA"/>	Auto-definición Etnica: <input type="text" value="NO APLICA"/>	Detalle Auto-definición Etnica: <input type="text" value="NO APLICA"/>	

Dirección de Domicilio

Provincia: <input type="text" value="-----"/>	Cantón: <input type="text" value="-----"/>	Parroquia: <input type="text" value="-----"/>	Calle: <input type="text" value="Calle"/>
No. Casa: <input type="text" value="No. casa"/>	Intersección: <input type="text" value="Intersección"/>	Edificio: <input type="text" value="Edificio"/>	Piso: <input type="text" value="Piso"/>



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE LA PRODUCCIÓN

ORDEN DE EMPASTADO

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el proceso de Titulación, se **AUTORIZA** realizar el empastado del trabajo de titulación, del alumno(a) **LOACHAMIN PALIZ ANDERSON VINICIO**, portador de la cédula de identidad N° 1750410878, previa validación por parte de los departamentos facultados.

Quito, 03 de mayo del 2018



Sra. Mariela Balseca
CAJA VISTO FINANCIERO



Ing. Carla Cuadra
DELEGADO DE LA UNIDAD DE TITULACIÓN



Ing. William Parra
BIBLIOTECA



03 MAY 2018

Ing. Samira Villalba
COORDINACIÓN PRÁCTICAS

Ing. Samira Villalba
PRÁCTICAS PREPROFESIONALES



Dr. Patricio Guanopán
DIRECTOR DE CARRERA



Tgla. Cristina Chuqui
SECRETARIA ACADÉMICA

URKUND

Urkund Analysis Result

Analysed Document: ADERSON IOACHAMIN TESIS APA finalizado.pdf (D37058604)
Submitted: 3/29/2018 3:16:00 AM
Submitted By: vinyaliz22@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

Juan Paredes.pdf (D30391459)
borrador tesis terminado - copia.pdf (D37024747)
ALUMNA ROSA CATUCUAMBA.pdf (D30301285)
TESIS DE FACTIBILIDAD MEDINA MINGA PAMELA NATHALIA.pdf (D30288123)
es-fac-miel de taraxaco.2018.pdf (D37020915)
Tania Espinoza... Word... final.pdf (D36958878)
Trabajo completo.docx (D26699697)
TESIS QUINUANDINA.pdf (D36958635)
<https://definicion.de/oferta/>,
<https://xn--diseocreativo-lkb.com/>
<https://www.promonegocios.net/empresa/mision-vision-empresa.html>

Instances where selected sources appear:

17


11/05/18
EDUARDO VASCONEZ