



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD

SUPERIOR Y AUDITORÍA

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEQUILA EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE QUICHINCHE, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.

AUTORA: MAYRA JEANETH MUELA CHICAIZA

TUTOR: DR. CÉSAR CERVANTES

IBARRA, 20 DE JUNIO DEL 2014

RESUMEN EJECUTIVO

El presente “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEQUILA EN LA PARROQUIA DE SAN JOSÉ DE QUICHINCHE, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”, está integrado por los siguientes capítulos: Capítulo I Diagnóstico Situacional, Capítulo II Bases Teóricas, Capítulo III Estudio De Mercado, Capítulo IV Estudio Técnico, Capítulo V Estudio Económico, Capítulo VI Organización de la Microempresa, Capítulo VII Impactos Del Proyecto, Conclusiones Y Recomendaciones. El diagnóstico situacional después de establecer las respectivas tabulaciones y evaluaciones de la información realizada tanto a los productores del agave azul y a ingenieros en la industria tequilera, se establece los principales aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del sector en el estudio, por medio de esto se diagnosticó el problema, que es la falta de apoyo del gobierno hacia los productores para plantear alternativas en la producción de derivados de este producto; no existen industrias calificadas para obtener un tequila que pueda competir en el mercado en precio y calidad. el marco teórico consta del Sustento básico de los aspectos que contiene el presente trabajo. En El Estudio De Mercado se realizó un análisis de las diferentes variables como son la oferta, la demanda, la competencia, precios y productos, que a través de este análisis se concluye que la microempresa tiene buenas oportunidades para crear y posesionarse en el mercado debido a que el consumo de tequila es cada vez más alto y accesible a todos los niveles sociales. El Estudio Técnico, indica la localización de la microempresa, los procesos administrativos, contables de producción y comercialización. En El Estudio Económico se laboró balances para realizar la evaluación de la inversión. En la organización de la microempresa, explico su constitución, valores, principios, políticas y su conformación organizacional. En El Análisis De Impactos analicé la incidencia del proyecto en el aspecto social, económico, ambiental; determinándose así incidencias positivas.

EXECUTIVE SUMMARY

This " FEASIBILITY STUDY FOR THE ESTABLISHMENT OF A SMALL BUSINESS OF PRODUCTION AND MARKETING OF TEQUILA IN THE PARISH OF ST JOSEPH Quichinche , Otavalo , Imbabura Province " , is composed of the following chapters: Chapter I Situational Diagnosis , Chapter II Bases theory , Chapter III Market Study , Technical Study Chapter IV , Chapter V Economic Survey , Chapter VI Microenterprise Organization , Chapter VII Hits the Project Conclusions and Recommendations . The situation assessment after setting the respective tabs and evaluations of information on both producers and engineers blue agave the tequila industry , the main allies , opponents , opportunities and risks of the sector in the study is established through this diagnose the problem , which is lack of government support to producers to raise production alternatives derived from this product; are not qualified to get a tequila that can compete in the market on price and quality industries. theoretical framework consists of the basic aspects Livelihood contained in this work. In Studio Market analysis of different variables such as supply, demand , competition , pricing and products, through this analysis we conclude that the micro has a good chance to believe and take possession in the market were due to tequila consumption is high and increasingly accessible to all levels of society . The Technical Study indicates the location of the micro, administrative, accounting production processes and marketing. In The Economic Survey balances worked to conduct the assessment of the investment. In the organization of micro , I explain its constitution , values, principles, policies and organizational conformation. In Analysing Hits I analyzed the impact of the project on the social, economic, environmental aspect ; determined and positive impacts .

AUTORÍA

Yo, Mayra Jeaneth Muela Chicaiza, declaro bajo juramento que el trabajo aquí escrito es de mi autoría, "Estudio De Factibilidad Para La Creación De Una Microempresa De Producción Y Comercialización De Tequila En La Parroquia San José De Quichinche, Cantón Otavalo, Provincia De Imbabura", que no ha sido previamente presentada para ningún grado ni calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluye en este documento.



Mayra Jeaneth Muela Chicaiza
C. I. 100337805-4

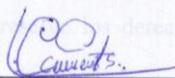
Director del Trabajo de Grado

INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA

En mi calidad de Director de trabajo de grado presentado por Mayra Jeaneth Muela Chicaiza para autar por el título de Ingeniería en Contabilidad Superior y Auditoría CPA, cuyo tema es **“Estudio De Factibilidad Para La Creación de una Microempresa de Producción Y Comercialización De Tequila En La Parroquia San José De Quichinche, Cantón Otavalo, Provincia De Imbabura”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal examinado que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los veinte días de junio del 2014.



Dr. César Cervantes
Director del Trabajo de Grado



Autor: Mayra Jeaneth Muela Chicaiza
Código: 10033205-4

Fecha: a los 20 días de junio del 2014



CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **Mayra Jeaneth Muela Chicaiza**, con cédula de ciudadanía N° 100337805-4; manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEQUILA EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE QUICHINCHE, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA", que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA** en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Nombre: Mayra Jeaneth Muela Chicaiza
Cédula: 100337805-4

Ibarra, a los 20 días de junio del 2014



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100337805-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MUELA CHICAIZA MAYRA JEANETH		
DIRECCIÓN:	CALLE ANDRES FARINANGO Y ALFONSO CISNEROS		
EMAIL:	Janemm_45@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062922 470	TELÉFONO MÓVIL:	0981236079
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TEQUILA EN LA PARROQUIA SAN JOSÉ DE QUICHINCHE, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"		
AUTORA:	MUELA CHICAIZA MAYRA JEANETH		
FECHA:	20/06/2014		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	X PREGRADO POSGRADO		
TITULO POR EL QUE OPTA:	INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.		
ASESOR/DIRECTOR:	DR. CÉSAR CERVANTES		

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

AGRADECIMIENTO

Yo, **Mayra Jeaneth Muela Chicaiza**, con cédula de ciudadanía Nro. 100337805-4, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago la entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros por lo tanto la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de junio de 2014.

LA AUTORA:

(Firma).....
Nombre: Mayra Jeaneth Muela Chicaiza
C.C.: 100337805-4

ACEPTACIÓN:

(Firma).....
Nombre: Ing. Betty Chávez
Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario _____

AGRADECIMIENTO

Con gratitud y respeto a mis maestros y autoridades de la Universidad Técnica del Norte, forjadores de profesionales que mañana harán de Ecuador una patria más libre y prospera, quienes han sembrado en mí un espíritu de lucha por alcanzar nuevos conocimientos, sabiduría, principios éticos y morales, que me han permitido la proyección al éxito y la excelencia.

Mayra Muela Chicaiza

DEDICATORIA

A mi madre querida Sra. Mirian Chicaiza Aules que con su infinito amor y sabiduría ha sabido guiar mi vida por el sendero de la justicia, el respeto, la verdad y la libertad, porque gracias a su motivación he podido salir adelante a fin de engrandecer cada día más a mi familia.

A mis hermanos por ser ejemplo de superación, constancia y perseverancia, porque con su amor han sabido enriquecer mi deseo de ser día a día una mejor persona.

Mayra Muela Chicaiza

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY.....	iii
AUTORÍA.....	¡Error! Marcador no definido.
INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	¡Error! Marcador no definido.
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR A FAVOR DE LA U. T. N,	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE....	¡Error! Marcador no definido.
AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xx
ÍNDICE DE MAPAS	xxii
ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS	xxii
ÍNDICE DE TABLAS	xxii
CAPÍTULO I.....	24
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	24
ANTECEDENTES.....	24
JUSTIFICACIÓN	25
OBJETIVOS	26
GENERAL	26
ESPECÍFICOS	26
VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES	27
SOCIO – ECONÓMICO	27
CULTURA.....	27

ENTORNO GEOGRÁFICO.....	27
CALIDAD.....	27
MANO DE OBRA	28
ASPECTO AMBIENTAL	28
MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	28
ANÁLISIS DE ASPECTOS	31
DEMOGRÁFICOS	31
TURISMO.....	31
CLIMA.....	32
ECONOMÍA.....	32
EDUCACIÓN	32
ASPECTO TEMPORALES.....	33
ASPECTOS SOCIO CULTURALES.....	34
INFRAESTRUCTURA SOCIAL.....	35
ORGANIZACIÓN	35
SOCIALES.....	36
INFRA ESTRUCTURA BÁSICA.....	36
CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOR	37
IDENTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN	38
CAPÍTULO II	39
BASES TEÓRICAS.....	39
PRESENTACIÓN.....	39
MICROEMPRESA	39
DEFINICIÓN.....	39
OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA	40
IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA.....	41
TIPOS DE MICROEMPRESAS	41
MICROEMPRESAS DE PRODUCCIÓN.....	41
MICROEMPRESAS COMERCIALES.....	42
ESTRUCTURA FORMAL DE LA MICROEMPRESA.....	43
ORGANIZACIÓN	43

LA CONTABILIDAD	43
DEFINICIÓN	43
IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD	44
LIBROS DE CONTABILIDAD	45
COMENTARIO	45
LIBRO DIARIO.....	46
LIBRO MAYOR.....	46
LIBRO DE BALANCES	47
LOS REGISTROS CONTABLES	47
LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	47
EL ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS O ESTADO DE RESULTADOS.....	48
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	48
ESTADO DE RESULTADO.....	49
FLUJO DE CAJA	49
COSTO Y GASTOS	49
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.....	50
CONTROL INTERNO	51
TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)	53
VAN (VALOR ACTUAL NETO).....	53
INGRESOS Y EGRESOS	54
DEFINICIÓN DE IMPUESTOS	55
IMPUESTO AL VALOR AGREGADO	55
IMPUESTO A LA RENTA	55
DEFINICIÓN DE TRIBUTOS	56
DEFINICIÓN DE TASAS.....	56
DEFINICIÓN DE CONTRIBUCIONES.....	56
INGRESOS PARAFISCALES	56
ORIGEN DEL TEQUILA.....	57
COMPOSICIÓN DEL TEQUILA	57
EL AGAVE AZUL	57
USOS DE EL AGAVE AZUL.....	58

ANATOMÍA DEL AGAVE AZUL TEQUILANA WEBER	59
CARACTERÍSTICAS	59
CATEGORÍAS Y CLASES DE TEQUILA	60
CATEGORÍA “TEQUILA 100% DE AGAVE”	60
CATEGORÍA “TEQUILA”	60
CLASIFICACIÓN DEL TEQUILA	60
TEQUILA CLASE BLANCO O PLATA "SILRVER"	60
TEQUILA CLASE JOVEN U ORO "GOLD"	61
TEQUILA CLASE REPOSADO "AGED"	61
TEQUILA CLASE AÑEJO "ULTRA AGED"	61
CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	61
CANAL DIRECTO.....	62
CANAL INDIRECTO	62
PROMOCIÓN.....	62
PUBLICIDAD	63
MEDIOS IMPRESOS	63
CAPÍTULO III.....	65
ESTUDIO DE MERCADO	65
INTRODUCCIÓN	65
OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	66
MATRIZ DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MARCADO	67
IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO	69
EL AGAVE AZUL	69
EL TEQUILA.....	69
CLASIFICACIÓN POR SU USO Y POR SU EFECTO	69
PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS	70
SEGMENTO DE MERCADO.....	70
MERCADO META	71
IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	72
CÁLCULO DE LA MUESTRA	72
DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	73

INFORMACIÓN PRIMARIA	73
ENCUESTA.....	73
ENTREVISTA	73
INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	73
EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	74
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	87
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	88
ANÁLISIS DE LA OFERTA	90
PROYECCIÓN DE LA OFERTA	91
BALANCE OFERTA DEMANDA.....	92
ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	93
ANÁLISIS DE PRECIOS.....	93
COMERCIALIZACIÓN.....	95
ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN	95
ESTRATEGIAS DE PRODUCTO	96
ESTRATEGIAS DE PLAZA.....	96
CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	96
CANAL DIRECTO.....	97
CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	97
CAPÍTULO IV	99
ESTUDIO TÉCNICO	99
TAMAÑO DEL PROYECTO	99
FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO	99
MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	100
PROVINCIA.....	100
CANTÓN	101
PARROQUIA	102
MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	103
SECTOR	103
JUSTIFICACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN	103
ÁREA GEOTÉRMICA.....	104

OBRAS DE INFRAESTRUCTURA.....	104
VÍAS DE ACCESO	104
TRANSPORTE.....	105
MANO DE OBRA	105
UBICACIÓN DE LA PLANTA	105
DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS.....	106
DISEÑO DE INSTALACIONES	107
DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	107
ÁREA DE PRODUCCIÓN.....	108
EL ÁREA DE PRODUCCIÓN ESTÁ INTEGRADO POR:	108
FLUJO GRAMA DEL PROCESO	109
PROCESO DE COSECHA.....	110
PROCESO DE ELABORACIÓN DE TEQUILA	112
PROCESO DE FACTURACIÓN Y DESPACHO	118
PRESUPUESTO TÉCNICO.....	118
EL ÁREA DE PRODUCCIÓN ESTÁ INTEGRADO POR:	118
REQUERIMIENTO DE MATERIALES INSUMOS Y SERVICIOS.....	119
LOS SERVICIOS Y OTROS GASTOS QUE SE REQUIERE	119
INVERSIÓN	119
CAPITAL DE TRABAJO.....	123
INVERSIÓN VARIABLE.....	124
INVERSIÓN TOTAL	132
TALENTO HUMANO DE LA EMPRESA	133
CAPÍTULO V.....	135
ESTUDIO ECONÓMICO	135
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	135
INVERSIONES FIJAS	136
INVERSIONES DIFERIDAS.....	138
FINANCIAMIENTO DE CAPITAL.....	139
PROYECCIONES DE VENTAS	140
ESTADO DE RESULTADOS	140

BALANCE GENERAL INICIAL	143
PROYECCIÓN ESTADOS FINANCIEROS PÉRDIDAS Y GANANCIAS....	144
FLUJO DE CAJA	145
RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	146
EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN	146
VALOR ACTUAL NETO	146
CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD.....	149
TASA DE REDESCUENTO	149
RELACIÓN COSTO – BENEFICIO.....	150
PUNTO DE EQUILIBRIO	151
PERIODO DE RECUPERACIÓN O REPAGO.....	151
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	152
CAPÍTULO VI.....	153
LA ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA.....	153
LA MICROEMPRESA.....	153
BASE FILOSÓFICA	154
NÚMERO DE SOCIOS	154
CAPITAL	154
PRINCIPIOS Y VALORES.....	155
PRINCIPIOS	155
VALORES.....	155
VISIÓN	156
MISIÓN	156
ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	157
OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	160
ORGANIZACIÓN	160
MANUAL DE FUNCIONES	160
GERENTE	160
FUNCIÓN GENERAL	161
FUNCIONES ESPECÍFICAS.....	161
PERFIL	161

CONTADOR	162
FUNCIÓN GENERAL	162
PERFIL	163
SECRETARIA	163
ASISTENTE ADMINISTRATIVO Y CONTABLE.....	164
JEFE DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN.....	165
PERSONAL DE SERVICIO	166
JEFE DE PRODUCCIÓN.....	167
OBREROS	168
ASPECTO LEGAL.....	169
REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES	169
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO BOMBEROS.....	170
PERMISO DE FUNCIONAMIENTO SANITARIO	170
ASPECTO TRIBUTARIO.....	171
IMPUESTOS ORDINARIOS	171
IMPUESTOS EXTRAORDINARIOS	172
ASPECTO LABORAL.....	173
SEGURIDAD INDUSTRIAL.....	174
CAPÍTULO VII.....	177
ANÁLISIS DE IMPACTOS	177
IMPACTO SOCIAL	177
IMPACTO ECONÓMICO.....	177
IMPACTO AMBIENTAL	177
OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS	178
NIVELES DE IMPACTO.....	178
IMPACTO SOCIAL	179
IMPACTO ECONÓMICO.....	180
IMPACTO AMBIENTAL	182
IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO	183
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	185
CONCLUSIONES	185

RECOMENDACIONES	187
BIBLIOGRAFÍA	188
LINOGRAFÍA	190
ANEXOS.....	191
ANEXO N° 1. ENCUESTAS	192
ANEXO N° 2. ENTREVISTA	195
ANEXO N° 3. AGAVE AZUL WEBER	196
ANEXO N° 4. TIPOS DE TEQUILA	197
ANEXO N° 5. PARROQUIAS Y COMUNIDADES.....	198

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA	29
CUADRO N° 2. MATRIZ DE VARIABLES ESTUDIO DE MERCADO.....	67
CUADRO N° 3. TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA.....	89
CUADRO N° 4. CONSUMO FUTURO DE LA DEMANDA.....	90
CUADRO N° 5. TASA DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA.....	91
CUADRO N° 6. OFERTA FUTURA	92
CUADRO N° 7. BALANCE OFERTA – DEMANDA	92
CUADRO N° 8. TEQUILAS COMERCIALIZADOS EN SUPERMERCADOS LA FAVORITA “SUPERMAXI”	94
CUADRO N° 9. PROC. PRODUCCIÓN COMERCIAL.TEQUILA.....	109
CUADRO N° 10. ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN	120
CUADRO N° 11. MATERIA PRIMA DIRECTA.....	124
CUADRO N° 12. REQUERIMIENTO DE PERSONAL MOD.....	125
CUADRO N° 13. REQUERIMIENTO DE PERSONAL MOI	125
CUADRO N° 14. SUELDOS Y SALARIOS MOI.....	126
CUADRO N° 15. SUELDOS ADMINISTRATIVOS	127
CUADRO N° 16. GASTO DE ELECTRICIDAD	128
CUADRO N° 17. GASTO DE AGUA POTABLE.....	128
CUADRO N° 18. GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN.....	129
CUADRO N° 19. CÁLCULO DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS	130
CUADRO N° 20. RESUMEN DE LA INVERSIÓN VARIABLE	131
CUADRO N° 21. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	132
CUADRO N° 22. CAPITAL DE TRABAJO.....	132
CUADRO N° 23. TALENTO H. REQUERIDO MICROEMPRESA	133
CUADRO N° 24. INVERSIÓN FIJA	136
CUADRO N° 25. GASTO DE CONSTITUCIÓN.....	138
CUADRO N° 26. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	138
CUADRO N° 27. VENTAS PROYECTADAS	140

CUADRO N° 28. PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS	141
CUADRO N° 29. PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS.....	144
Cuadro N° 30. CÁLCULO DEL TIR.....	148
CUADRO N° 31. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD	149
CUADRO N° 32. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	152

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1. PROCESO ADMINISTRATIVO	51
---	----

ÍNDICE DE MAPAS

MAPA N° 1. PROVINCIA DE IMBABURA.....	101
MAPA NO. 2. DEL CANTÓN OTAVALO	102

ÍNDICE DE ORGANIGRAMAS

DIAGRAMA N° 1. PROCESO DE COSECHA	110
DIAGRAMA N° 2. PROCESO DE ELABORACIÓN DE TEQUILA	111
DIAGRAMA N° 3. PROCESO DE FACTURACIÓN Y DESPACHO	117

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1. EDAD	74
TABLA N° 2. GÉNERO	75
TABLA N° 3. TIPO DE LICOR CONSUMIDO	76
TABLA N° 4. CONSUMO DE TEQUILA	77
TABLA N° 5. TEQUILA DE BUENA CALIDAD A UN PRECIO CÓMODO	78
TABLA N° 6. GRADO DE ALCOHOL DE TEQUILA	79
TABLA N° 7. TIPO DE TEQUILA	80
TABLA N° 8. REQUERIMIENTO DEL TEQUILA.....	81
TABLA N° 9. CONSUMO DE TEQUILA	82
TABLA N° 10. ADQUISICIÓN DEL TEQUILA	83
TABLA N° 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN	84

TABLA N° 12. TAMAÑO DE PRESENTACIÓN.....	85
TABLA N° 13. CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE TEQUILA	86
TABLA 14. VEHÍCULO.....	121
TABLA 15. ACTIVOS INTANGIBLES	121
TABLA N° 16. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES	122
TABLA N° 17. MATERIALES INDIRECTOS	122
Tabla N° 18. MANO DE OBRA	123
TABLA N° 19. CRONOGRAMA DE INVERSIONES	134
TABLA N° 20. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES	137
TABLA N° 21. VEHÍCULO	137
TABLA N° 22. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO	139
TABLA N° 23. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	146

CAPÍTULO I

1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 ANTECEDENTES

El presente proyecto pretende establecer los resultados que determinen la factibilidad de ofertar en el mercado local la penca tequilera llamada Agave Azul Tequilana Weber, que permitan identificar las potencialidades de promoción y difusión de este tipo de producto en la parroquia San José de Quichinche, del cantón Otavalo.

La situación económica actual por la que atraviesa nuestro país, hace que surjan nuevas ideas de cómo lograr la producción y comercialización de la penca tequilera, es así que con este proyecto se presente no solo hacer el estudio de creación de una microempresa, sino también, buscar nuevos canales de distribución que permitan realizar una correcta comercialización de este tipo de producto.

Nuestro país dotado de una prodigiosa climática, posee regiones templadas que son muy aptas para el cultivo de agave azul, materia prima de excelentes propiedades para la producción de Tequila, que se puede cultivar exitosamente en nuestra provincia de Imbabura, particularmente en la Parroquia San José de Quichinche. Este sector posee todas las características necesarias como la altitud geográfica, condiciones climáticas, temperatura óptima y las bondades que presenta el suelo, hace que sea una zona importante para la producción de agave azul.

El Agave Azul Tequilana Weber es una de las 136 especies de plantas llamadas agave y cuya diversificación por todo el territorio nacional seguramente se debió

a la migración de las etnias que domesticaron el agave a lo largo de los siglos. El naturalista Sueco Carlo de Linneo lo llamó agave en 1753, aprovechando esa palabra griega que significa admirable o noble algunos poetas describen su forma como la de un asombro: una razón, su raíz secreta que extiende sus hojas hacia el cielo como una exclamación multiplicada. La variedad azul es la utilizada para la elaboración de tequila y se distingue por el intenso color azul de su roseta y por su tallo horizontal y subterráneo. Cuando el agave madura, de su centro se eleva un tallo muy alto con flores, que se conoce como quiote. Con esta floración culmina la vida de la planta. Los quiotes tiernos se comen como verdura.

El agave azul prestaba enormes servicios a los pobladores, ya que distintas partes de esta planta eran aprovechadas para construir techumbres y fabricar agujas, clavos, cuerdas y papel; sus pencas secas se usaban como combustible, de las cenizas se elaboraba jabón o detergente, y su sabia se utilizaba para curar heridas.

La problemática expuesta da lugar a pensar de manera concreta en emprender un proyecto de factibilidad que se encamine a Industrializar la producción de Agave Azul poniéndole un valor agregado como es la elaboración de Tequila, que al constituirse en un producto no perecible garantice seguridad y rentabilidad. Con esto se estaría contribuyendo al desarrollo socio-económico de la zona y de manera directa a los productores, trabajadores y demás personas involucradas en el proyecto.

Si el producto es de calidad, los tipos de mercado permitirá mirar la viabilidad de tequila al mercado ecuatoriano.

1.2 JUSTIFICACIÓN

La productividad agrícola en nuestro cantón se ha visto amenazada debido a factores como la escasa inversión, la falta de políticas gubernamentales, el desconocimiento de la existencia de nuevos productos y a la falta de seminarios de capacitación de fuentes alternativas de desarrollo, por lo que se presenta este

trabajo como una estrategia que ayudará a dar un mejor manejo de los recursos existentes, beneficiando directamente a los habitantes del Sector.

Realmente, este mercado tiene grandes posibilidades de expansión, sobre todo por los beneficios que aporta; con el cultivo del agave se estará dando protección a los suelos en laderas áridas, con la ejecución del proyecto se contribuirá a mejorar los ingresos, por ende la calidad de vida de la parroquia, aprovechando los suelos que no tienen utilidad y la mano de obra que se encuentra disponible en el sector. Por las características socio-económicas que presenta; además, al ser completamente ecológico, se debe apoyar para que en un futuro sea ésta la oportunidad de superar la pobreza y convertirnos en una auténtica potencia productiva, sin alterar, ni destruir nuestro inigualable medio ambiente.

1.3 OBJETIVOS

13.1 GENERAL

Realizar un diagnóstico situacional estratégico para la producción y comercialización de tequila en la parroquia San José de Quichinche, determinando los Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos.

1.3.2 ESPECÍFICOS

- Determinar los aspectos socio – económico del área de influencia del proyecto a implantarse para conocer las principales actividades económicas que se desarrollan en la parroquia.
- Analizar el entorno geográfico de la parroquia para el cultivo de agave y producción de tequila.
- Analizar la calidad y existencia suficiente de la materia prima en el sector.
- Analizar las posibilidades de producción agrícola del agave.
- Determinar la disponibilidad de la mano de obra existente en la parroquia.

- Determinar los métodos de control y manejo del medio ambiente para aplicar las mejores estrategias ecológicas.

1.4 VARIABLES DIAGNÓSTICAS E INDICADORES

Entre las variables del diagnóstico a aplicar en el presente proyecto serán:

1.4.1 SOCIO – ECONÓMICO

- a) Agricultura
- b) Ganadería
- c) Subempleo
- d) Migración
- e) Nivel Educativo
- f) Estilos de vida

1.4.2 CULTURA

- g) Tradiciones
- h) Idioma
- i) Vestimenta

1.4.3 ENTORNO GEOGRÁFICO

- a) Suelos ecológicos aptos para el cultivo
- b) Agricultura en alta pendiente
- c) Cobertura vegetal
- d) Clima diverso
- e) Estacionalidad
- f) Agua de riego

1.4.4 CALIDAD

- a) Materia prima
- b) Mano de obra

1.4.5 MANO DE OBRA

- a) Experiencia de trabajo
- b) Capacitación

1.4.6 ASPECTO AMBIENTAL

- a) Erosión del suelo
- b) Introducción de nuevos cultivos
- c) Manejo de productos químicos
- d) Manejo ecológico

1.5 MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

Ha sido necesario relacionar los componentes del diagnóstico anteriormente manifestados con la técnica de investigación científica que permita captar la información de cada indicador, así como también relacionar dicha técnica con la fuente que nos brindará la información; por tal motivo se presenta la siguiente matriz que permite visualizar la investigación de campo.

CUADRO N° 1. MATRIZ DE RELACIÓN DIAGNÓSTICA

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
<p>Determinar los aspectos socio – económico del área de influencia del proyecto a implantarse para conocer las principales actividades económicas que se desarrollan en el sector</p>	<p>Situación Socio - económico</p> <p>Cultura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura • Ganadería • Subempleo • Migración • Nivel Educativo • Estilos de vida • Tradiciones • Idioma • Vestimenta 	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Observación</p> <p>Entrevista</p>	<p>Primaria Secundaria</p> <p>Primaria Secundaria</p>
<p>Analizar el entorno geográfico en la parroquia para el cultivo de agave y producción de tequila.</p>	<p>Entorno Geográfico</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Suelos ecológicos aptos para el cultivo • Agricultura en alta pendiente • Cobertura vegetal • Clima diverso • Estacionalidad • Agua de riego 	<p>Investigación</p> <p>Investigación</p> <p>Observación</p> <p>Observación</p> <p>Observación</p>	<p>Primaria</p> <p>Primaria</p> <p>Primaria</p>

Analizar la calidad y existencia suficiente de la materia prima en el sector.	Existencias Calidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Materia Prima ▪ 	Observación Encuestas	Primaria Primaria
Determinar la disponibilidad de la mano de obra existente en la parroquia.	Mano de Obra	<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de trabajo • Capacitación 	Encuesta Observación	Primaria Secundaria
Determinar los métodos de control y manejo del medio ambiente para aplicar las mejores estrategias ecológicas.	Aspecto Medio Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Erosión del suelo • Introducción de nuevos cultivos • Manejo de productos químicos • Manejo ecológico 	Encuesta Observación Opinión de expertos	Primaria Secundaria

Elaboración: La Autora

1.6 ANÁLISIS DE ASPECTOS

1.6.1 DEMOGRÁFICOS

La zona de Quichinche estuvo habitada en sus inicios por la confederación de Caranquis-Cayapas-Colorados que luego fue perdiendo sus características originales por la conquista de los Incas. En la invasión Española fueron pobladas estas tierras por los blancos barbudos que conociendo lo benigno del clima y la producción de los suelos se quedaron a vivir, apoderándose de todas las tierras productivas, sometiendo a los indígenas a una esclavitud y explotación con las encomiendas y obrajes, permaneciendo así por más de 300 años que duró el período Colonial.

Las comunidades se originaron con los trabajadores de haciendas que se ubicaron a lo largo de la vía Intag y vía Selva Alegre, en terrenos poco productivos y accidentados. Posteriormente con las diferentes luchas reivindicativas de los pueblos indígenas fueron comprando y adquiriendo unas pequeñas extensiones de terreno cultivable, como es el caso de Agualongo de Quichinche, Panecillo, Perugachi y Cambugán.

San José de Quichinche, es la parroquia rural más grande del cantón Otavalo, perteneciente a la provincia de Imbabura. Es una parroquia con más de cien años desde su fundación, situada a los pies del cerro Blanco y separada por tres kilómetros de carretera asfaltada, de la capital del cantón.

Está poblada en su mayoría por gente adulta mayor, debido a la migración de las generaciones jóvenes hacia las ciudades grandes como Otavalo, Ibarra, Quito y en menores proporciones hacia otras ciudades y poblados.

1.6.2 TURISMO

San José de Quichinche, se ha convertido en los últimos tiempos en sitio de estadía de numerosos turistas extranjeros, que se sienten atraídos por el clima, la paz y la quietud que su paisaje les proporciona.

La zona se caracteriza por tener una belleza natural única con paisajes geográficos destacados como en el nudo de Mojanda, con las lomas de alto Sigsicunga, Pisabo, Cambugan, Cuchicorral, Urcusiqui, a lo largo de Gualsaquí, Cumbas, Achupallas se encuentran numerosas y profundas quebradas o grietas, y hay espacios planos entre estos occidentes, hacia el occidente en la zona de páramo se inician las Cuencas Hidrográficas que conducen el agua hacia la zona costera.

Para el turista: No olvide visitar las piscinas de Tangalí, bosque protector, cerro Blanco, loma Negra y reservas ecológicas. En San José de Quichinche existe registros del turismo hacendatario y gastronómico.

1.6.3 CLIMA

La parroquia de Quichinche tiene 2 tipos de climas: ecuatorial meso térmico semi húmedo y ecuatorial de alta montaña.

1.6.4 ECONOMÍA

Quichinche es una de las parroquias de mayor crecimiento en los últimos años de Otavalo. Su principal actividad económica es la agricultura (cultivo y producción del maíz asociado con fréjol y habas, el cultivo de arveja y rara vez cultivan el trigo, cebada y papas) y parte de las artesanías, en algunas con finalidades de rentabilidad económica y en otras para consumo interno de la familia, un mínimo excedente para el mercado local, con este recurso económico adquieren otros productos procesados.

Además de sus recursos naturales, agricultura, textilería, silvicultura, manufactura, elaborados, industria, comercio, entre otros.

1.6.5 EDUCACIÓN

Se encuentra con todo el sistema de educación en la parroquia, siendo el Centro Educativo Ulpiano Navarro, el más importante, actualmente asisten 500 estudiantes, seguido por el Jardín de Infantes Víctor Alejandro Jaramillo.

1.6.6 ASPECTO TEMPORALES

La mayor extensión territorial de la parroquia de Quichinche corresponde a las comunidades; con baja precipitación anual de menos de 734.8mm; La temperatura oscila entre 12 y 15° C.

Donde existen meses francamente secos y los meses de menos precipitación van de junio a septiembre y una humedad relativa durante el período seco de 79.9%.

Bioclimáticamente se clasifica en región de clima templado y seco y corresponde en la clasificación de zonas de vida Holdridge; a bosque muy húmedo montano (bm.h.M.) y bosque seco montano bajo (bs-MB).

En general los suelos de la zona varían de arcillosos a arenosos, en su mayoría son fértiles y provienen de sedimentos aluviales y coluviales, con PH. Neutros a ligeramente ácidos, pero hay que considerar que son susceptibles a la erosión no solo por su característica físicas sino también por la presencia de numerosos sistemas de Microcuencas que forman la Cuenca del río Blanco, lo que les convierten en suelos frágiles, por su topografía.

Geográficamente se encuentra ubicado la zona entre 0°, 10' y 0° 20' de latitud Norte y entre 78° y 10' y 78° 40' de longitud Este. Limita al norte con el límite cantonal Otavalo, Cotacachi al Sur en toda la extensión el límite provincial Imbabura, Pichincha al Occidente comparten el límite parroquial de Selva Alegre y Plaza Gutiérrez de Otavalo y Cotacachi respectivamente y al Oriente el límite urbano de la Ciudad de Otavalo, tiene una extensión de 200 kilómetros cuadrados y representa el 4.4 % de la superficie provincial y el 0.073% del Territorio Nacional, con alturas que van desde los 2800 metros a los 4000 metros al nivel del mar, comprende la Microcuenca alta del río Blanco y cubre los dos francos de la cordillera Occidental de los Andes en la parte sur del cerro Cotacachi.

Las 23 comunidades Kichwas y campesina rurales se encuentran ubicadas en forma dispersa en las vía Selva Alegre hasta Km 55 la Comunidad Kichwa Taminanga y por la vía Intag hasta Km. 45 la comunidad Kichwa Huayrapungo. Se caracteriza por ser una población rural en un 98% son Kichwas del pueblo

Otavalo y el 12% población mestiza, con una población total de 8589 habitantes, ubicada en la parroquia de Quichinche al nor- occidente de la ciudad de Otavalo aproximadamente desde Km. 3 hasta Km. 55 de distancia de la ciudad Otavalo. El 33.01% de la población corresponde 25 a menores de 15 años y el 55.01% a personas que van desde los 15 hasta 60 años y por último el 7.98% corresponde a mayores de 60 año.

1.6.7 ASPECTOS SOCIO CULTURALES

Se habla generalmente el idioma materno que es el Kichwa; entre la gente de las comunidades, hacia fueran hablan también el Castellano, que de acuerdo al contacto que han tenido con la población mestiza el idioma es mejor pronunciado. El idioma que sirve para la comunicación e interrelación entre los miembros de la comunidades es su lengua materna Kíchwa; un 95.50 % de la población total son 27 Kíchwa y un 4.40% mestizos y 0.81% existe extranjeros. El 77.85% son bilingües (kichwa y castellano), el 16.23% son personas que hablan solo español y el 5.98% corresponde a personas que solo hablan kichwa, especialmente las mujeres por no haber tenido mayores contactos con la población urbana.

Se conserva la tradición en la población femenina, el traje típico está formado por: camisa larga bordada de varios colores, anaco negro y blanco, mama chumby (faja roja con rayas verde y ancha), wawa chumbi (faja de colores), wallka, maki watana (manillas), fachalina, aretes largos, ushuta (alpargatas de color azul o negro), reboso (chalina), uma Catarina (pañó de cabeza) y cinta para el cabello. Este traje es impecable cuando van a la ciudad o a una fiesta popular o religiosa. El hombre ya no utiliza el poncho y en su reemplazo se viste con chompas y sacos de lana, pero la ropa típica se utiliza para eventos importantes como es el matrimonio, inti raymi, y tiene los siguientes características: camisha (Camisa de manga larga), Pantalón Blanco, yura ushuta (Alpargates blancos), muchiku (Sombrero blanco o, negro) y ruana (Poncho – azul o negro). Esta vestimenta indígena es el principal atractivo para el turismo extranjero, es más se visten de la

misma manera que los indígenas, cuando visitan a las comunidades especialmente las mujeres extranjeras.

1.6.8 INFRAESTRUCTURA SOCIAL

El trabajo de las autoridades comunitarias ha permitido el desarrollo de la infraestructura de las comunidades de la zona de Quichinche. Además, el trabajo individual de los comuneros también ha contribuido mejoramiento de infraestructura familiar y comunitaria.

Las primeras viviendas fueron de bareque, lodo, paja, puertas de bareque y carrizo; se observan en los actuales momentos este tipo de viviendas en menor escala en Huayrapungo, Padre Chupa, Motilón Chupa, Asilla, Urcuciqui, Minas Chupa; hay otras casas que son de adobe y teja, puertas de madera, últimamente se están cambiando al bloque y la teja o el eternit. El 79% de la vivienda rural es propia, el 4% arriendan las viviendas en la zona rural; el 10.30 son chozas de paja y bareque, el 69.39% son casas tradicionales de adobe y tapia, y el 20.31% corresponde a casas de materiales sólidos, como adobe, ladrillo y bloque.

En el año 2008 han instalado la luz eléctrica a todas las comunidades, sin embargo existen familias que se encuentran muy distantes de la red principal por lo que debido a la falta de recursos económicos no han instalado, se consideran que el 83.75 de las familias tiene luz eléctrica en sus domicilios.

1.6.9 ORGANIZACIÓN

Las realidades económicas, educativas, ambientales y sociales de las comunidades rurales requieren de la conformación de un organismo social sin fines de lucro, como representante máximo de estas comunidades ante las instancias públicas y privadas, y con la finalidad de establecer convenio de cooperación de trabajo. Es así que se crea en el año 1985 la UCINQUI con diferentes objetivos que permita mejorar las condiciones de vida de los habitantes de las comunidades.

1.6.10 SOCIALES

La mayor parte de la población de la parroquia y el cantón es indígena perteneciente a la nacionalidad kichwa y, específicamente, al pueblo Otavalo. La población blanco-mestiza es minoritaria y se asienta principalmente en el sector urbano; no obstante, en los últimos diez años la zona urbana ha estado cada vez más poblada por indígenas artesanos que llegan a tener recursos para comprar las casas a los habituales propietarios mestizos, mientras éstos prefieren migrar a Ibarra o a otros centros urbanos.

Cada vez, es mayor presencia de indígenas en la zona urbana de Otavalo está directamente relacionada con las actividades de producción y comercialización de artesanías.

1.6.11 INFRA ESTRUCTURA BÁSICA

La Municipalidad de Otavalo, en el periodo 2005 – 2009, realizó varios proyectos de agua potable y alcantarillado tanto en el sector urbano así como en el sector rural, se han instalado más de 87Kmde redes desde el 2000 y en el año 2010 se han realizado 12 Km de redes. En el sector rural se ha alcanzado una cobertura del 85 %, en relación al año 2000 que tenía una cobertura del 31 %, con la implementación de sistemas nuevos, (Quichinche, San Pablo) y además el mejoramiento de sistemas existentes, Selva Alegre, ayuda a sistemas comunitarios Ilumán, Peguche, Sumak-Yaku) entre otros. En alcantarillado del 2003 al 2010, se instalaron 80,45 Km., y en el 2010, otros 9,2 Km de alcantarillado. En lo que concierne a líneas de conducción y de distribución de agua potable, muchas de estas, cumplieron su tiempo de vida útil y constantemente se ha realizado cambio tuberías, además se realizó la construcción de nuevos tanques de reserva y la implementación de nuevos y moderno sistemas de cloración y control de niveles de producción de agua potable. En este período se ha logrado mejorar el servicio de dotación del líquido vital a toda la ciudadanía con los más altos estándares de calidad las 24 horas del día y los 365 días del año. Logrando una cobertura del 98 % en la ciudad en relación al año 2000 cuya cobertura no alcanzaba más del 65%.

1.7 CONSTRUCCIÓN DE LA MATRIZ AOOD

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<p>Lugar propicio para el cultivo de agave y producción de tequila.</p> <p>Condiciones geográficas y ambientales apropiadas para el cultivo.</p> <p>Mano de obra disponible y existencia de materia prima.</p> <p>El agave es una planta útil para la prevención de la degradación del suelo.</p>	<p>Competencia mínima de tequila en el sector.</p> <p>Introducción de nuevos productos en el mercado.</p> <p>El producto no requiere de procesos complejos de producción.</p> <p>No existen microempresas especializadas en la producción de tequila en el sector.</p>
OPONENTES	RIESGOS
<p>Poco conocimiento acerca de la industrialización del agave.</p> <p>No existe investigación, desarrollo, tradición y cultura en la producción de tequila.</p> <p>Existencia de productos sustitutos.</p> <p>Existe falta de experiencia en la elaboración del tequila.</p>	<p>La migración por falta de empleo en el sector.</p> <p>Erosión del suelo por el uso indebido de insumos químicos.</p> <p>La aparición de la cochinilla silvestre, depredadores, plagas y enfermedades que afectan al agave.</p> <p>La crisis política del Ecuador, que provoca una restricción de créditos.</p>

1.8 IDENTIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN

El problema diagnóstico queda por lo tanto identificado así:

No existe microempresas que produzcan y comercialicen tequila en forma sostenible, ilimitada en variedad y sobre todo de calidad, tanto en producto como en servicio, acorde a generar mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, como a lograr cubrir las necesidades de los posibles consumidores del cantón como del mismo sector.

Dado que en la actualidad el mercado de licores a base de la penca tequilera se encuentra muy poco explorado ya que la mayoría de la población que bebe licor prefiere la cerveza por ser el licor más difundido en el país. El consumo de licores a base tequila se limita a cierto grupo de consumidores selectivos.

La creación de una microempresa es con el fin de satisfacer las necesidades del consumidor e introducir un nuevo producto que elaborara con los más altos estándares de calidad y con la mejor penca tequilera, precios cómodos que puedan entrar a competir con otros de similares características en el mercado.

CAPÍTULO II

2 BASES TEÓRICAS

2.1 PRESENTACIÓN

En este capítulo se da a conocer los fundamentos teóricos con respecto a la creación de una microempresa de producción y comercialización de tequila en la parroquia San José de Quichinche del cantón Otavalo, Provincia Imbabura.

Es muy importante establecer varios elementos claves para su creación como son los aspectos legales, administrativos, comerciales, tributarios y financieros; así pues en la parte administrativa se conoce como dirigir una microempresa de producción y comercialización de tequila, en lo comercial se establece como vender este tipo de producto, empleando diversas estrategias sobre promociones y publicidad. En la parte financiera se establecen las fuentes de generación de los ingresos y el empleo de los mismos en la generación de la actividad de la microempresa.

2.2 MICROEMPRESA

2.2.1 DEFINICIÓN

TORRES Raúl (2010) manifiesta “La microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tienen objetivos económicos, éticos y sociales. Su capital no supera los US \$20.000,00 y el número de trabajadores no sobrepasa los 10. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio”.

Fernando Villarán (2010) manifiesta “La micro industria, que está caracterizada por su reducido tamaño, tiene de uno a cuatro personas ocupadas y presenta una escasa densidad de capital equivalente a 600 dólares por puesto de trabajo. Utiliza poco equipo de capital y es intensiva en mano de obra. Además presenta bajos niveles de capacitación y productividad. Con ingresos que se mantienen a niveles de subsistencia, inestabilidad económica y la casi nula generación de excedentes. Este sector es mayoritariamente informal”.

Torres Raúl manifiesta: La microempresa es la organización económica de hecho, administrada por una o más personas emprendedoras, que tienen objetivos económicos, éticos y sociales

Según Fernando Villarán está caracterizada por su reducido tamaño utiliza poco equipo de capital y es intensiva en mano de obra. Además presenta bajos niveles de capacitación y productividad.

Para mayor precisión he sacado la siguiente definición: La Microempresa se destacan por la importancia del volumen de ventas, el capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o el de los activos.

La microempresa es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende el 65% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores. Decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

2.2.2 OBJETIVOS DE LA MICROEMPRESA

“Hay una corriente de opinión que pone en duda que obtener el mayor beneficio posible sea el único objetivo de la microempresa. Hay otros objetivos como el crecimiento de las ventas, o evitar el riesgo excesivo, que pueden tener importancia. Sin embargo, el obtener el mayor explicativo de la mayoría de las decisiones que toman en la microempresa.

Toda microempresa ya sea esta de productos o servicios tiene como objetivo principal recibir una ganancia o utilidad a cambio de lo que ofrece a sus clientes.

Adicionalmente se puede hablar que los principales objetivos que persiguen la microempresa son:

- ❖ Aumentar las ganancias
- ❖ Crecimiento y expansión de la microempresa
- ❖ Incremento de la productividad
- ❖ Responder a las demandas concretas de los consumidores
- ❖ Crear nuevos productos y servicios
- ❖ Generar empleos”

(BRAVO VALDIVIESO MERCEDES, 2008)

2.2.3 IMPORTANCIA DE LA MICROEMPRESA

“Las experiencias internacionales muestran que en las primeras fases del crecimiento económico las Microempresas cumple un rol fundamental; pues con su aporte ya sea produciendo y ofertando bienes y servicios, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, constituyen un eslabón determinante en el encadenamiento de la actividad económica y la generación de empleo.” (http://www.fundacite-merida.gob.ve/manual_normas/manual_cont...)

2.2.4 TIPOS DE MICROEMPRESAS

2.2.4.1 Microempresas de Producción

Son aquellas microempresas en las cuales se transforma los materiales e insumos en un producto que se lo pone a disposición de los consumidores, la función principal es la de convertir la materia prima en nuevos productos. (http://www.fundacite-merida.gob.ve/manual_normas/manual_cont...)

2.2.4.2 Microempresas Comerciales

“Este tipo de microempresas se dedican a la compra y venta de artículos, las cuales se encuentran listas para la venta, que no necesitan otro proceso para ofrecer en el mercado, el objeto de la creación de este tipo de negocios es para vender los artículos por encima de su valor de costo, sin cambiar sus características, el precio les debe permitir pagar al mayorista o fábrica, además de solventar los gastos operativos y les deje una ganancia.”
(http://www.fundacite-merida.gob.ve/manual_normas/manual_cont...)

2.2.4.3 Microempresas de Servicios

Se dedican a la atención del cliente, a vender el servicio antes que un producto.(http://www.fundacitemerida.gob.ve/manual_normas/manual_cont...)

2.2.4.4 Microempresa Individual

“Pertenece a un solo dueño cuya responsabilidad es ilimitada, generalmente su capital invertido es pequeño, no se emiten acciones para evidenciar su propiedad, además el Estado no ejerce ningún control sobre la empresa de un solo propietario. Uno de los problemas que adolecen, es que posee el propietario una ausencia de visión al futuro, de adaptación al entorno y a los cambios que se producen en el panorama económico, además de que generalmente se confunde los problemas de fondo con sus manifestaciones superficiales. En la tarea organizativa, los éxitos o fracasos dependerá directamente de su propietario así como su funcionamiento y evolución, deberá procurar sobre todo, que sus circunstancias personales no afecten la marcha de la microempresa.”(www.fundacitemerida.gob.ve/manual_normas/manual_cont)

2.3 ESTRUCTURA FORMAL DE LA MICROEMPRESA

2.3.1 ORGANIZACIÓN

(<http://webdelprofesor.ula.ve/economia/lenniv/materias/contad...>)

manifiesta:

“La microempresa es un fenómeno social de indiscutible importancia para el país, ya que comprende el 45% de la población económicamente activa. Los ecuatorianos somos grandes emprendedores, decenas de miles de ecuatorianos se han convertido en los últimos años en empresarios de microempresas.

Este tipo de microempresa necesita de una infraestructura y base necesaria para su sustento. Es indispensable tener una partida de nacimiento (acta constitutiva) donde expresemos nuestros objetivos, nuestros recursos materiales, financieros y humanos que incorporamos a la microempresa, nuestra organización y conformación.

Al no existir una ley sobre la creación y funcionamiento de la microempresa, se ha recomendado por parte de los organismos de control como las Cámaras de Comercio y Pequeña Industria, la formalización de la creación de la microempresa, mediante el cumplimiento de ciertos requisitos básicos para el funcionamiento, que le evite multas y sanciones por su incumplimiento.”

2.4 LA CONTABILIDAD

2.4.1 Definición

Manuel Antonio Molina Martínez (2009) manifiesta “Es la ciencia y arte que se ocupa del estudio y análisis de las transacciones económicas - financieras de las empresas con la finalidad de determinar su registro y anotación en los libros contables bajo los principios y normas que lo regulan”.

“En esta definición se da a conocer lo que el microempresario debe llevar siempre como instrumento de organización de su negocio, especialmente en lo que respecta la contabilidad, ya que constituirá en un mecanismo que le permitirá conocer su situación financiera y el manejo de los recursos.”

Para una mejor comprensión he sacado la siguiente definición: La Contabilidad es el conjunto de habilidades y destrezas basadas en procedimientos sistemáticos y ordenadas que nos permite registrar las operaciones de las empresas.

La obligación legal de llevar contabilidad por parte de las microempresas, en la mayoría de los países y especialmente en el Ecuador, se rige a las leyes y reglamentos, las cuales sufren modificaciones y adiciones conforme van surgiendo cambios económicos, políticos, sociales y culturales. Por ello es conveniente consultar las leyes y reglamentos que contengan disposiciones de esta naturaleza, para las personas que están obligadas o no a llevar la contabilidad de acuerdo a su normatividad legal como contribuyente.

Existen microempresas que de acuerdo a su actividad, no están obligadas a llevar contabilidad, especialmente las personas naturales, pero para el acceso a un crédito, es necesario que adopten una política de llevar en forma organizada su situación financiera y operacional, en donde ellos lleven registros de sus movimientos periódicos tanto de ingresos, egresos, costos y gastos (libros diarios o cuadernos de apuntes).

2.4.2 IMPORTANCIA DE LA CONTABILIDAD

“La Contabilidad es necesaria en todas aquellas empresas que se dedican a la producción y circulación de la riqueza, prestación de servicios y en los organismos públicos, en este último caso, aunque no persiguen el lucro, se ven en la imperiosa necesidad de manejar fondos y administrarlos. En todo organismo ya sea público o privado, la Contabilidad constituye el termómetro de su situación económica, siendo fuente de consultas y experiencias para operaciones futuras.

El comerciante o empresario que no tiene Libros de contabilidad o los tenga atrasados o mal llevados, es sujeto de multas y sanciones, a cambio de esto, una Contabilidad bien llevada es una brújula que guía a la microempresa por el camino del éxito, mientras que con una contabilidad deficiente, los negocios marchan siempre bajo las sombras de la incertidumbre, el cual conlleva al fracaso y la quiebra definitiva.” (CABALLERO BUSTAMANTE, 2008.)

2.4.3 LIBROS DE CONTABILIDAD

“Se denominan así a Libros con rayados especiales que a la vez deben estar encuadernados y foliados (enumerados sus hojas) en las que se anotaran o registrarán en forma ordenada y cronológica todos los sucesos económicos y financieros que se suscitan en un periodo (tiempo) económico determinado.

Es el registro contable principal en cualquier sistema contable, en el cual se anotan todas las operaciones. El primer registro de una operación se hace en el diario. Es el libro en el cual se registran todos los ingresos y egresos efectuados por la microempresa, en el orden que se vaya realizando durante el período (compra, ventas, pagos, cobros, gastos, entre otros). Éste libro consta de dos columnas: la del Debe y la del Haber. Para que los registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado. A esta operación se le llama asentar en el diario.” (CABALLERO BUSTAMANTE, 2008.)

2.4.3.1 Comentario

Dentro de los libros a utilizar se anotará las operaciones diarias que se realizarán en el negocio, utilizando el catálogo de cuentas, se ocupará las que mejor se ajusten a la transacción con sus respectivos valores.

En la microempresa de producción y comercialización de tequila, la contabilidad es importante y necesaria porque significa una herramienta para controlar los gastos y las inversiones. Para saber cuánto debe y cuánto le deben.

La contabilidad muestra cómo va su negocio, si las ventas son buenas, regulares o bajas.

2.4.4 LIBRO DIARIO

El libro diario es donde se recogen, día a día, los hechos económicos. La anotación de un hecho económico en el libro Diario se llama "asiento". Registro de transacciones suscitadas del giro de la empresa. (BRAVO VALDIVIESO MERCEDES, 2008.)

Es el registro contable principal en cualquier sistema contable, en el cual se anotan todas las operaciones. El primer registro de una operación se hace en el diario. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar>).

Comentario: El asiento de cada transacción indica qué cuentas deben cargarse y cuáles deben acreditarse posteriormente en el mayor. Es donde se registran las operaciones comerciales según el orden en que se van realizando.

2.4.5 LIBRO MAYOR

Es el libro de contabilidad en donde se organizan y clasifican las diferentes cuentas que moviliza la microempresa de sus activos, pasivos y patrimonio. Para que los registros sean válidos deben asentarse en el libro debidamente autorizado. (BRAVO VALDIVIESO MERCEDES 2008).

Es el registro o resumen de todas las transacciones que aparecen en el libro diario, con el propósito de conocer su movimiento y saldo en forma particular.

Los cargos y créditos a las distintas cuentas, según se muestra en los asientos de diario, se registran en las cuentas mediante el proceso llamado pasar al mayor. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar>).

“Cuenta es una ficha individual que registra las cantidades del debe y en el haber, así como el saldo de la misma. El libro mayor precisamente lo que hace es eso;

anotar las cantidades que intervienen en los asientos en su correspondiente cuenta del libro mayor, representada por una T.” (CABALLERO BUSTAMANTE, 2008.)

2.4.6 LIBRO DE BALANCES

- Los libros de Balances reflejan la situación del patrimonio de la empresa en una fecha determinada. (CONTADORES & EMPRESAS (2009).

2.4.7 LOS REGISTROS CONTABLES

CONTADORES & EMPRESAS (2009). “Para efectuar un trabajo contable confiable necesitamos de ciertas adicionales que parecería que está por demás, pero en la realidad con el desarrollo de las actividades se irá palpando su beneficio, estos son:

- a) Tarjeta de Control de Dinero
- b) Auxiliar de Bancos
- c) Auxiliar de Cuentas por Cobrar
- d) Auxiliar de Cuentas por Pagar
- e) Auxiliar en el cual se anotará los desperdicios”

2.5 LOS ESTADOS FINANCIEROS

(FLORES SORIA JAIME, 2009). “Presentan el resumen de las transacciones económicas de una firma para determinar su situación financiera, sus resultados periódicos y cambios en su posición financiera.

La hoja de trabajo, es una herramienta útil en la elaboración de los estados financieros que:

- ✓ Permite la clasificación de las partidas deudoras y partidas acreedoras.

- ✓ Demuestra la igualdad de la suma de los débitos con la suma de los créditos a través del balance de comprobación.
- ✓ Facilita la clasificación y ajuste de las cuentas que componen los estados financieros para la confección del balance general, estado de ganancias y pérdidas y otros estados financieros auxiliares.”

2.5.1 EL ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS O ESTADO DE RESULTADOS

(FLORES SORIA JAIME, 2009). “Demuestra razonablemente la ganancia o pérdida de una firma para un período económico determinado mediante la comparación de sus ingresos con sus costos y/o gastos.

Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

Estado que muestra la diferencia entre el total de los ingresos en sus diferentes modalidades; venta de bienes, servicios, cuotas y aportaciones y los egresos representados por costos de ventas, costo de servicios, prestaciones y otros gastos y productos en un periodo determinado.”

2.5.2 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

“Es un documento contable que refleja la situación financiera de un ente económico, ya sea de una organización pública o privada, a una fecha determinada y que permite efectuar un análisis comparativo de la misma; incluye el activo, el pasivo y el capital contable. Se formula de acuerdo con un formato y un criterio estándar para que la información básica de la empresa pueda obtenerse uniformemente como por ejemplo: posición financiera, capacidad de lucro y fuentes de fondeo.” (HARGADON, BERNARD)

2.5.3 ESTADO DE RESULTADO

“El Estado de Resultados es la confrontación del total de los ingreso menos el total de los egresos de una empresa en un periodo determinado, para obtener la utilidad o perdida de dicho período, el cual casi siempre es de un año.

Su principal objetivo es el de mostrar la utilidad o la perdida obtenida por la empresa o negocio en su gestión económica durante un periodo contable determinado, lo cual significa que es un estado “dinámico”, porque toma en cuenta el factor tiempo.” (*HARGADON, BERNARD*)

2.5.4 FLUJO DE CAJA

“Es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado. Algunos ingresos son los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc. Los egresos o salidas de dinero, son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc. La diferencia entre los ingresos y los egresos se conoce como saldo o flujo neto, por lo tanto constituye un importante indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos (o gastos); si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos.” (*FLORES SORIA JAIME, 2009.*)

2.5.5 COSTO Y GASTOS

“El costo y el gasto son el decremento de los activos o el incremento de pasivos experimentado por una entidad, durante un periodo contable, con la intención de generar ingresos y con un impacto desfavorable en la utilidad o pérdida neta, o en su caso, en el cambio neto en el patrimonio contable y consecuentemente en su capital ganado en su patrimonio contable.” (*FLORES SORIA JAIME, 2009.*)

2.6 ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FLORES Jaime (2008) manifiesta “La administración que es el órgano específico encargado de hacer que los recursos sean productivos, esto es, con la responsabilidad de organizar el desarrollo económico, refleja el espíritu esencial de la era moderna. Es en realidad indispensable y esto explica por qué una vez creada, creció con tanta rapidez.”

Administrar es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente objetivos específicos. (http://www.fundacite-merida.gob.ve/manual_normas/manual_cont...)

La administración se aplica a todo tipo de organizaciones y persigue la productividad, lo que implica la eficacia y la eficiencia. La intención de todos los administradores es generar un superávit. (http://www.fundacite-merida.gob.ve/manual_normas/manual_cont...)

(ANTONIO CÉSAR AMARO) dice: “Al estudiar la administración es de gran utilidad dividirla en cuatro funciones: planeación, organización, dirección y control. Es por ello que los principios, conceptos, teorías y técnicas de la administración se organizan en esas cuatro funciones.

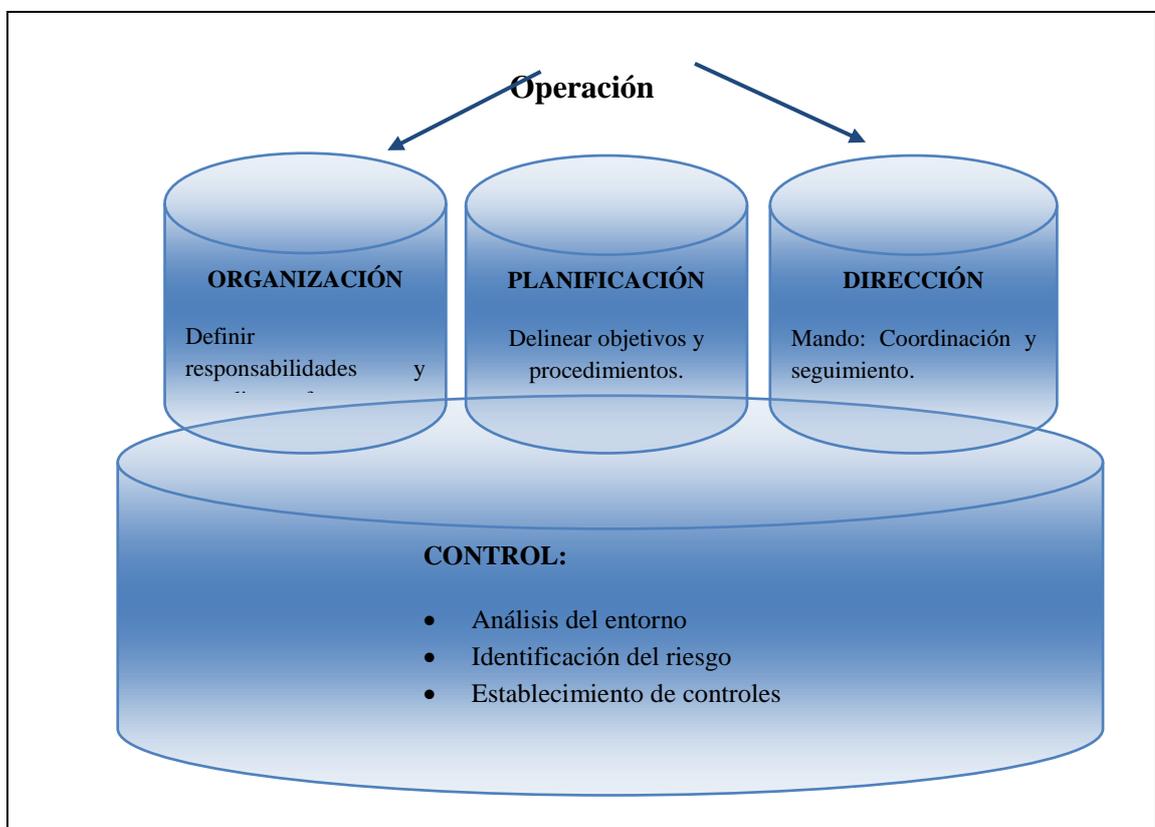
La mayor parte de los fracasos de los negocios se deben a una mala administración, en otras palabras el propietario carece de la habilidad necesaria para encontrar las soluciones requeridas, planear, organizar, dirigir y controlar su empresa. Existen muchas razones para una mala administración:

- Falta de conocimientos sobre cómo operar un negocio en particular.
- Escasa o nula experiencia anterior como administrador de un negocio.
- Experiencia desbalanceada.
- Incompetencia plena y abierta.

La habilidad administrativa es el ingrediente necesario para el éxito en cualquier empresa. Lo que sucede es que todos los expertos reconocen unánimemente la importancia de los conocimientos y experiencia administrativa en el manejo de

cualquier clase de organismo social. Por los recursos humanos que posee, la empresa logra adaptarse a un mercado extenso, cuyas estructuras y mecanismos son mucho más complicados que los que un mercado requiere, además de una vasta información sobre las posibilidades de absorción y un trabajo preciso de análisis y de previsión, una alta calidad de los bienes y servicios que tienen que suministrar, su adecuación a las especificaciones requeridas, determinación de costos, de los sistemas eficaces de distribución, de promoción para crear o desplazar la demanda.”

FIGURA N° 1. PROCESO ADMINISTRATIVO



FUENTE: Fundamentos de Administración, Antonio César Amaro

2.7 CONTROL INTERNO

Según las normas de auditoría *SAS N° 78* dice que: “El control interno es un proceso afectado por el consejo de directores de la entidad, gerencia y demás

personal designado, para proporcionar una razonable seguridad, en relación con el logro de los objetivos de las siguientes categorías:

- a. Seguridad de la información financiera
- b. Efectividad y eficiencia de las operaciones
- c. Cumplimiento con las leyes y regulaciones aplicables”.

“El control interno comprende el plan de organización y todos los métodos y medidas coordinadas adoptadas dentro de una empresa para salvaguardar sus bienes, comprobar la exactitud de los datos contables, promover la eficiencia operante y estimular la adhesión a los métodos prescritos por la gerencia” **LOPEZ, Juan A. (2010).**

“El control interno comprende el plan de organización en todos los métodos coordinados y las medidas adoptadas en la empresa, para proteger los activos verificar la razonabilidad de su información contable – financiera, promover la eficiencia en las operaciones y estimular la adhesión a las prácticas prescritas por la administración”. **LOPEZ, Juan A. (2010).**

El control interno según las Normas y Procedimientos de Auditoría está representado por el conjunto de políticas y procedimientos establecidos para proporcionar una seguridad razonable de poder lograr los objetivos específicos de la institución. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar>)

Según la **NEA # 10** dice: “El control comprende la política y procedimientos adoptados por la administración de la entidad para ayudar a lograr el objetivo de la administración de asegurar, tanto como sea factible, la conducción ordenada y eficiente de un negocio incluyendo adhesión de las políticas de administración, salvaguardando los activos, la prevención y detección de fraude y error, la precisión e integridad de los registros contables y la oportuna preparación de la información financiera confiable”.

“El control interno es un proceso efectuado por la administración, los directivos y el resto de personal de una entidad, con la finalidad de ofrecer una seguridad

razonable en la presentación de los informes financieros, eficacia y eficiencia en las operaciones y el cumplimiento de las leyes para el logro de los objetivos.

El control interno constituye una parte esencial de una auditoría, su alcance es amplio ya que incluye actividades contables y financieras que permite evitar errores dentro de los lineamientos de la institución.”

2.8 TIR (TASA INTERNA DE RETORNO)

“La tasa interna de retorno (TIR) representa el retorno generado por determinada inversión (muy utilizada como uno de los indicadores clave en estudios de análisis de viabilidad), o sea, representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final. Por otras palabras, representa una tasa que, cuando se le utiliza como tasa de descuento. A partir del momento en que la rentabilidad de los proyectos de inversión sea conocida, el criterio de decisión sobre la inversión consiste, simplemente, en aceptar los que presentan una TIR superior al coste de financiamiento, añadida de determinada tasa de riesgo asociada.

Fórmula de cálculo:

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

CF_i = Cash-flow en el año *i*

t = Tasa Interna de Retorno

Esta fórmula es de difícil cálculo matemático (su resolución se hace por sucesivas aproximaciones), por lo que, normalmente, se recurre a herramientas informáticas.” (*PASCUAL AYALA Z REVISTA ACTUALIDAD EMPRES, 2007*)

2.9 VAN (VALOR ACTUAL NETO)

“También conocido como valor actualizado neto o valor presente neto (en inglés *net present value*), es un procedimiento que permite calcular el valor

presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

El método de valor presente es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión. Consiste en determinar la equivalencia en el tiempo 0 de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Cuando dicha equivalencia es mayor que el desembolso inicial, entonces, es recomendable que el proyecto sea aceptado.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

$$\text{VAN} = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

V_t representa los flujos de caja en cada periodo t .

I_0 es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n es el número de períodos considerado.

El tipo de interés es k . Si el proyecto no tiene riesgo, se tomará como referencia el tipo de la renta fija, de tal manera que con el VAN se estimará si la inversión es mejor que invertir en algo seguro, sin riesgo específico. En otros casos, se utilizará el coste de oportunidad.

Cuando el VAN toma un valor igual a 0, k pasa a llamarse TIR (tasa interna de retorno). La TIR es la rentabilidad que nos está proporcionando el proyecto.”
(PASCUAL AYALA Z REVISTA ACTUALIDAD EMPRES, 2007)

2.10 INGRESOS Y EGRESOS

El concepto de egresos, de todas maneras, se encuentra muy ligado a la contabilidad; en este caso, significa la salida de dinero de las arcas de una empresa

u organización, mientras que por ingresos se entiende el dinero que entra.

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar>)

2.11 DEFINICIÓN DE IMPUESTOS

“Obligación pecuniaria, que deben cumplir los contribuyentes sujetos a una disposición legal, por un hecho económico realizado sin que medie una contraprestación recíproca por parte del estado perfectamente identificado con la partida tributaria obligada”. (Impuesto sobre la renta, sucesiones y donaciones, impuesto al valor agregado, entre otros). (*CONTADORES & EMPRESAS, 2009*).

2.11.1 IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

“El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%.

La base imponible de este impuesto corresponde al valor total de los bienes muebles de naturaleza corporal que se transfieren o de los servicios que se presten, calculado sobre la base de sus precios de venta o de prestación del servicio, que incluyen impuestos, tasas por servicios y demás gastos legalmente imputables al precio.” (*CONTADORES & EMPRESAS, 2009*).

2.11.2 IMPUESTO A LA RENTA

“El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras. El ejercicio impositivo comprende del 1o. de enero al 31 de diciembre. Para calcular el impuesto que debe pagar un contribuyente, sobre la totalidad de los ingresos gravados se restará las devoluciones, descuentos, costos,

gastos y deducciones, imputables a tales ingresos. A este resultado lo llamamos base imponible.” (*CONTADORES & EMPRESAS, 2009*).

2.11.3 DEFINICIÓN DE TRIBUTOS

“Todo pago o erogación que deben cumplir los sujetos pasivos de la relación tributaria, en virtud de una ley formalmente sancionada pero originada de un acto imperante, obligatorio y unilateral, creada por el estado en uso de su potestad y soberanía”. (*CONTADORES & EMPRESAS, 2009*).

2.11.4 DEFINICIÓN DE TASAS

“Proviene imperativamente en relación a algún servicio público reservado al estado, y que a diferencia del concepto de impuesto, si se identifican la partida y la contrapartida de la vinculación tributaria. (timbre fiscal, registro público, aduana, arancel judicial, aeroportuaria, entre otros.)” (*CONTADORES & EMPRESAS, 2009*).

2.11.5 DEFINICIÓN DE CONTRIBUCIONES

Tributo destinado a financiar el costo de alguna actividad estatal, sea un servicio de previsión social con la contraprestación de obtener un beneficio, generalmente de obras públicas. (de mejoras o de seguridad social). (*CONTADORES & EMPRESAS, 2009*).

2. 11. 6 INGRESOS PARAFISCALES

Categoría intermedia entre impuestos y tasas es un recurso que se obtiene por el pago que hacen los usuarios de un servicio público determinado y con aportes del propio estado, a fin de hacer posible el autofinanciamiento de algún organismo estatal cuya existencia y servicio interesa a la ciudadanía. (*CONTADORES & EMPRESAS, 2009*).

2.12 ORIGEN DEL TEQUILA

El nombre de Tequila proviene de la palabra náhuatl Tecuilan o Tequillan, Lobsanth que quiere decir lugar de tributos. Sus primitivos pobladores fueron Chichimecas, Otomíes, Toltecas y Nahuatlacas. (*MURÍA JOSÉ MARÍA, 2009*)

El tequila fue descubierto cuando, sobre un platino de agaves, cayó con estrépito un rayo de gran fuerza, el golpe desgajó el corazón de la planta y el calor del rayo hizo que ardiera durante unos segundos, asombrados los indígenas se percataron que del interior brotaba un aromático néctar que bebieron con temor y reverencia pues señalaba como un milagroso regalo de sus dioses. (*MURÍA JOSÉ MARÍA, 2009*)

2.12.1 COMPOSICIÓN DEL TEQUILA

La materia prima utilizada para la elaboración del tequila es: **Agave Azul Tequilana Weber**. Esta materia prima es la fuente de carbohidratos que mediante el proceso de fermentación serán convertidos en alcohol etílico. (http://openlibrary.org/b/OL544233M/historia_del_tequila_de_sus_regiones_y_sus_hombres).

2.12.2 EL AGAVE AZUL

Es el nombre de un cerro y de la pequeña ciudad donde se encuentran varias fábricas de tequila. El origen náhuatl (tequitl: trabajo u oficio; tlan: lugar) de la palabra habla de un lugar de trabajo y, a la vez, del trabajo específico de cortar plantas.

Contra lo que algunas personas creen, el agave no es un cactus, el agave es una planta que pertenece a la familia de las agaváceas, es de hojas largas, fibrosas de forma lanceolada, de color verde azulado, cuya parte aprovechable para la elaboración del tequila es la piña o cabeza.

El Agave azul tequilana Weber es una de las 136 especies de plantas llamadas agave, El naturalista Sueco Carlo de Linneo lo llamó agave en 1753, aprovechando esa palabra griega que significa admirable o noble algunos poetas describen su forma como la de un asombro: una razón es su raíz secreta, extiende sus hojas hacia el cielo como una exclamación multiplicada. La variedad azul es la utilizada para la elaboración del tequila y se distingue por el intenso color azul de su roseta (forma que toman las hojas de la planta) y por sus numerosos hijuelos de rizoma (tallo horizontal y subterráneo). Fue tipificada por un botánico llamado Weber a principios de este siglo, por lo que lleva su nombre. Cuando el agave madura, de su centro se eleva un tallo muy alto con flores, que se conoce como quiote. Con esta floración culmina la vida de la planta. Los quiotes tiernos se comen como verdura.

(http://openlibrary.org/b/OL544233M/historia_del_tequila_de_sus_regiones_y_sus_hombres).

2.12.3 USOS DE EL AGAVE AZUL

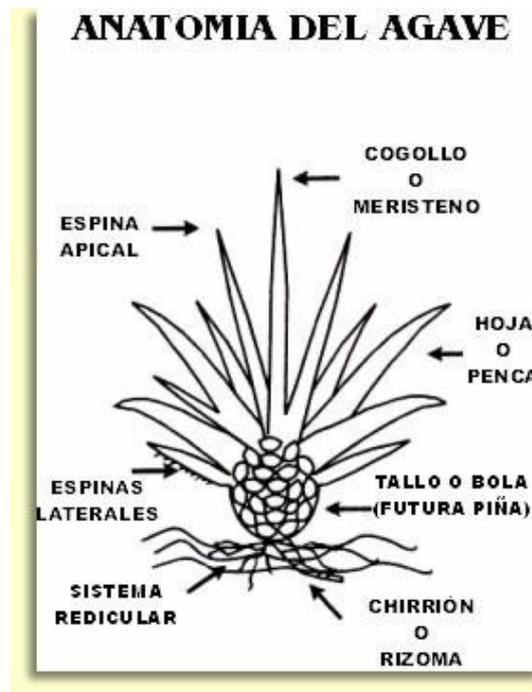
“Desde los tiempos prehispánicos y aún después de la conquista, el agave azul prestaba enormes servicios a los pobladores, ya que distintas partes de esta plantas son aprovechadas para construir techumbres y fabricar agujas, clavos, cuerdas y papel; sus pencas secas se usan como combustible, de las cenizas se elaboraba jabón o detergente, y su savia se utilizaba para curar heridas y utilizaba el maguey de Tequila para preparar miel o bebida alcohólica. La planta del maguey era aprovechada en su totalidad, ya que de las hojas se extraía una fibra que usaban sus tejidos y del tronco obtenían un alimento azucarado.” *(PEREZ LÁZARO, 2009)*

El agave se ha aprovechado también entre otras cosas en:

- a) Vallas para guardar heredades
- b) Tejas o techumbres, las hojas o pencas
- c) Vigas, los tallos o quiotes
- d) Hilaturas para tejidos, las fibras de las pencas

- e) Papel Clavos, punzones, agujas, la puntas (espinas) de la pencas
- f) Zumo, licor, vinagre, miel, azúcar

2.12.4 ANATOMÍA DEL AGAVE AZUL TEQUILANA WEBER



Fuente: AGAVE TEQUILERO: CULTIVO E INDUSTRIA EN MÉXICO

El agave tequila Weber variedad azul es una planta muy noble, ya que puede reproducirse en casi cualquier parte del planeta. (PEREZ LÁZARO, 2009)

2.12.5 CARACTERÍSTICAS

"La planta del agave tequilana Weber variedad azul, goza de ciertas características que la hacen diferente de otros agaves, ya que es una planta carnosa en forma de roseta, fibrosa, de color azul o verde grisáceo originado por un alto contenido de ceras que impiden que la planta pierda agua. Sus hojas son rígidas, con espinas marginales y apicales; almacena inulina en el tallo y es productora de fructuosa." (SEGURA JOSÉ C., 2010).

2.13 CATEGORÍAS Y CLASES DE TEQUILA

Existen dos Categorías de Tequila que se definen según el porcentaje de azúcares de agave que se empleó para producirlas. .” (SEGURA JOSÉ C., 2010).

2.13.1 Categoría “Tequila 100% de agave”

Cuando sólo se utilizan azúcares de agave. .” (SEGURA JOSÉ C., 2010).

2.13.2 Categoría “Tequila”

Cuando incluye al menos 51% de azúcares de agave y 49% de azúcares de otras fuentes. .” (SEGURA JOSÉ C., 2010).

2.13.4 Clasificación del tequila

Estas dos Categorías se clasifican a su vez en cinco Clases de Tequila, las cuales se definen de acuerdo al tiempo que se les ha dejado madurar en barricas. .” (SEGURA JOSÉ C., 2010).

2.13.4.1 Tequila Clase Blanco o Plata "Silver"

El que es embotellado justo después de la destilación. No tiene color y su nivel de alcohol se ajusta con agua a los estándares comerciales. En las botellas tiene una graduación mínima de 38°GL y hasta un máximo de 46°GL. (VALENZUELA ZAPATA ANA GUADALUPE, 2008).

2.13.4.2 Tequila Clase Joven u Oro "Gold"

Luego de ser destilado se le deja reposar en barriles de roble o encino durante un periodo de menos de 60 días. Tiene un tono dorado y suele ser más suave que el Blanco. Su graduación es de 38° a 40°GL. (VALENZUELA ZAPATA ANA GUADALUPE, 2008).

2.13.4.3 Tequila Clase Reposado "Aged"

Se le deja reposar en barriles de roble o encino durante dos meses o hasta un año. La madera le da un color miel y cambia su sabor. Su graduación es de 38°GL. (VALENZUELA ZAPATA ANA GUADALUPE, 2008).

2.13.4.4 Tequila Clase Añejo "Ultra Aged"

Es el más sofisticado y refinado de todos. A veces llega a ser de un ámbar muy oscuro. Su graduación alcohólica es de 38 a 40°GL. Se ha dejado madurar por lo menos tres años en madera de roble. La calidad de la madera influye mucho en su sabor.

Esta bebida es única en el mundo gracias a su origen, toda su producción y técnica son un verdadero ritual. Un aguardiente con gran riqueza aromática y muy gustoso, que poquito a poco se ha ido imponiendo. (VALENZUELA ZAPATA ANA GUADALUPE, 2008).

2.14 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

La autora maneja un argumento en el cual los canales de distribución permiten al posible inversionista tener mayores posibilidades de distribuir su producto, buscar nuevos segmentos, e incluso generar puntos de ventas a fin de llegar más rápido al cliente con el ofrecimiento de su producto. Existen diferentes formas de distribución aplicadas por empresas, entre las cuales tenemos:

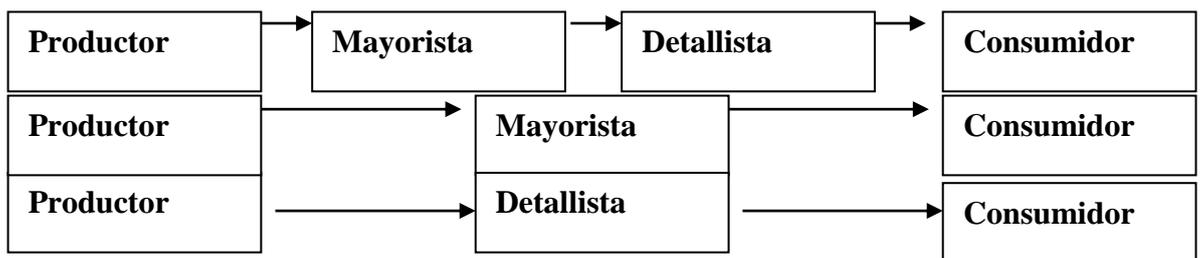
2.14.1 Canal Directo

Esto se da por lo general cuando el productor, transformador o comercializador vende directamente su producto al cliente final.



2.14.2 Canal Indirecto

Estos tipos de canales se dan cuando la producción es grande y los clientes son en potencia, lo que origina el encarecimiento del precio del producto, viéndose afectado en parte el consumidor final del producto.



 <http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar>

 [http://crtnew.crt.org.mx/index.php?option=com_content&task=blogcategory
&id=13&Itemid=56](http://crtnew.crt.org.mx/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=13&Itemid=56)

2.14.3 Promoción

“Los instrumentos normales de promociones son publicidad, ventas personales, promoción de ventas y relaciones públicas. La publicidad puede complementarse con circulas y correspondencia directa.

La mayoría parte de las microempresas existentes en San José de Quichinche, no se inclinan por las promociones. En su caso, la publicidad comercial, la promoción de ventas personales y las relaciones públicas son muy dispersas y no planeadas.

Están muy atrasados en el tema de las ventas personales; siguen considerando que las ventas son el acto de una persona que habla con su cliente, no las entienden como el esfuerzo de un equipo para vender, crear cuentas grandes y brindarles servicios. Tendrían que adoptar algunas de las técnicas de promoción, no personales que usan los detallistas. Deberían desarrollar una estrategia global para sus promociones y aprovechar mejor las materias y programas promocionales de los proveedores.” (BERNAL CÉSAR AUGUSTO, 2006)

2.14.4 Publicidad

“El propietario debe tomar dos decisiones claves, la primera decisión corresponde a la determinación de la magnitud del presupuesto publicitario y la segunda a la forma en que se distribuirá dicho presupuesto.

Las microempresas determinarán sus publicidades de acuerdo a las tendencias del mercado, especialmente en su etapa de arranque, en donde el propietario hará uso de las mejores estrategias para convencer al cliente en adquirir el producto.” (BERNAL CÉSAR AUGUSTO, 2006)

A continuación se presenta una lista de algunos de los medios publicitarios más comunes.

2. 14. 5 Medios Impresos

a) Nacionales

- Revistas
- Periódicos

b) Locales

- Revistas
- Periódicos
- Correo directo
- Folletos
- Páginas amarillas

c) Medios Electrónicos

Nacionales (red)

- Radios
- Televisión

Locales

- Radios (AM – FM)
- Televisión

Otros

- Exteriores (Anuncios, espectáculos)
- Degustaciones
- Punto de venta
- Tele mercadeo

✚ <http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar>

✚ http://crtnew.crt.org.mx/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=13&Itemid=56

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 INTRODUCCIÓN

Desde la antigüedad hasta hoy en día, el tequila ha sido la más noble de las bebidas alcohólicas por su sabor delicado, siendo hace pocos años considerada una bebida para un selecto grupo de consumidores; hoy en día gracias a su difusión por el mundo y tecnificación se ha convertido en una bebida de todos los niveles económicos.

Como todo proyecto productivo nace para satisfacer una necesidad dada, el mercado está orientado a consumir lo natural, el tequila se presenta como una alternativa económica novedosa que posee buenas características organolépticas.

El estudio de mercado se refiere al análisis de la oferta y la demanda que son dos grandes fuerzas que determinan el precio que debe tener el producto, bien o servicio en el mercado, razón por la cual estos factores que se deseen comercializar están sujetos dentro del entorno a la oferta y la demanda.

Con los datos de la oferta y la demanda actual e histórica, se aplicó métodos de proyección para un horizonte de 5 años, estableciendo técnicas de pronóstico, manejadas matemáticamente y analizadas mediante pronósticos de bondad, a fin de comprobar si el método ha sido bien empleado.

Se ha calculado la demanda insatisfecha tomando los datos de la proyección oferta y demanda.

El precio del producto se lo ha realizado tomando en cuenta un precio promedio calculado en base a una relación de precios según lo que oferta y proveedor y lo

que compra el cliente. En el precio obtenido se lo ha comparado con precios históricos tomando en base a estimaciones anteriores, a fin de proyectarlos con métodos de proyección como el índice de crecimiento de precios. (I.C.P).

Según Documento “ ARECISE” Asociación de Rectores de Colegio e Institutos Superiores del Ecuador, p47 dice: “Un mercado está constituido por personas que tienen necesidades específicas no cubiertas, y que por tal motivo, están dispuestas a adquirir bienes y/o servicios que les satisfaga y que cubran aspectos tales como: calidad, variedad, atención, precio adecuado, entre otros ”; es decir, para el proyecto las fuerzas de la oferta estarían compuestas por la producción que crearía el proyecto y por la competencia, y la demanda por la población de Imbabura, futuros compradores de tequila.

3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- ❖ Realizar un estudio de mercado para determinar la producción y comercialización de tequila en la parroquia de San José de Quichinche, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.
- ❖ Determinar las principales características que debe poseer el producto para cumplir con las expectativas de la demanda.
- ❖ Identificar el mercado meta donde se podría comercializar el producto.
- ❖ Determinar la demanda del producto.
- ❖ Calcular la demanda insatisfecha para establecer el tamaño del mercado al cual va dirigido el tequila.
- ❖ Establecer la oferta del producto.
- ❖ Determinar la aceptación del producto en el mercado.
- ❖ Establecer el nivel de precios alcanzado, en función del análisis de precios vigentes en el mercado.

3.3 MATRIZ DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO

CUADRO N° 2. MATRIZ DE VARIABLES DEL ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTE
Realizar un estudio de mercado para determinar la producción y comercialización de tequila en la parroquia de San José de Quichinche, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.	Producción y Comercialización	<ul style="list-style-type: none"> • Materia Prima • Mano de Obra • Insumos • Volúmenes Producción • Eficiencia Control de Calidad • Tipos de Producto • Tecnología • Formas de Producción • Tipo de mercado • Estrategias de ventas • Canales de distribución 	<p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Observación</p> <p>Entrevista</p> <p>Observación</p> <p>Encuesta</p>	<p>Primaria</p> <p>Secundaria</p> <p>Primaria</p> <p>Secundaria</p> <p>Primaria</p> <p>Secundaria</p>
Determinar las principales características que debe poseer el producto para cumplir con las expectativas de la demanda.	Producto Nuevo	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del producto • Tamaño del producto • Precio de venta • Promociones 	<p>Encuesta</p> <p>Observación</p>	<p>Primaria</p> <p>Primaria</p>
Identificar el mercado meta donde se podría comercializar el producto.	Mercado Meta	<ul style="list-style-type: none"> • Datos poblacionales y estadísticos • Información territorial 	<p>Observación</p> <p>Opinión de expertos</p>	<p>Primaria</p> <p>Primaria</p>

<p>Calcular la demanda insatisfecha para establecer el tamaño del mercado al cual va dirigido el tequila.</p>	<p>Demanda insatisfecha</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Precios altos • Establecimiento de controles de partes del estado. • Un mismo producto de mayor calidad. • Nuevos productos sustitutos. • Escases de productos. 	<p>Documental Encuesta Observación Opinión de expertos</p>	<p>Primaria Primaria Primaria</p>
<p>Determinar la aceptación del tequila en el mercado.</p>	<p>Oferta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución histórica. • Oferta proyectada futura. • Volúmenes de producción actual. • Determinación de la porción de la demanda insatisfecha. 	<p>Documental Documental Encuesta Opinión de expertos</p>	<p>Primaria Primaria Primaria</p>
<p>Establecer el nivel de precios alcanzado, en función del análisis de precios vigentes en el mercado.</p>	<p>Precio de venta (PV)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de precios históricos • Mecanismos internos de fijación de precios. • Precios fijados por el sector Público. 	<p>Documental Encuesta Opinión de expertos</p>	<p>Primaria Primaria Primaria</p>

Elaboración: La Autora

3.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

3.4.1 EL AGAVE AZUL

El Agave azul Tequilana Weber es una de las 136 especies de plantas llamadas agave es de hojas largas, fibrosas de forma lanceolada, se distingue por el intenso color azul de su roseta y por sus numerosos hijuelos de rizoma, cuya parte aprovechable para la elaboración del tequila es la piña o cabeza.

Cuando el agave madura, de su centro se eleva un tallo muy alto con flores, que se conoce como quiote, con esta floración culmina la vida de la planta.

La parroquia de San José de Quichínche por su ubicación geográfica posee las características necesarias para la producción de esta planta ya que cuenta con las condiciones climáticas óptimas para su desarrollo y a más de esto se garantiza su cultivo por las bondades que presenta su suelo, por lo que se constituye en una zona importante para la producción de agave azul.

3.4.2 EL TEQUILA

La materia prima utilizada para la elaboración del tequila es: Agave Azul Tequilana Weber. Esta materia prima es la fuente de carbohidratos que mediante el proceso de fermentación será convertido en alcohol etílico.

3.4.3 CLASIFICACIÓN POR SU USO Y POR SU EFECTO

El producto será para el consumo de personas mayores de edad y sus ventajas son:

- Su fabricación, puesto que requiere maquinaria sencilla para la transformación del producto y la materia prima para la elaboración del licor tiene un bajo costo y son de fácil accesibilidad.

- Al elaborar tequila en la parroquia, permite tener un precio más accesible para el consumo, que los licores importados que se caracterizan por sus precios altos.
- Al situarse la microempresa en esta zona de la ciudad, permite al cliente adquirirlo fácilmente.
- Proporciona al cliente una nueva variedad en sabor con relación a las existentes en el mercado y a un costo accesible.

3.4.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS

Dentro del sector licorero existe una gran variedad de licores de diferente sabor y marca, esta es una amenaza al ser varios los sustitutos que el licor de mandarina tiene, tales como:

- ❖ RonBrandy
- ❖ WhiskyNéctar
- ❖ VinoVodka
- ❖ Cerveza Coñac
- ❖ Agua Ardiente

Estos son licores que se consumen en diversas ocasiones, según preferencias, precios y la capacidad adquisitiva del consumidor.

3.5 SEGMENTO DE MERCADO

Entendiéndose que la segmentación del mercado, constituye un proceso que divide el mercado general de un bien o servicio en múltiples grupos más pequeños y homogéneos, la esencia de la segmentación está en que los miembros de cada grupo sean semejantes con respecto a los factores que repercuten la demanda, entonces, un elemento decisivo del éxito de la microempresa radica en la capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

Por lo expuesto, la clase social a la que se pretende llegar con nuestro producto es la clase media de la Parroquia, así como también a los turistas que en su mayoría se alojan en hosterías, hoteles, restaurantes, entre otros. Se pretende también adentrarnos con nuestro producto en el mercado popular buscando un consumo masivo en la población con un tequila de buena calidad y a precios cómodos, con lo que aspiro tendrá gran aceptación y salida en el mercado.

El consumo de tequila está dirigido a todas las personas mayores de edad de la parroquia y ciudad, sin importar su ocupación, raza, religión, cultura o género, que deseen probar una nueva bebida de moderación de buen sabor y a un costo conveniente.

El consumidor constituye el agente motivador y movilizador del mercado a través del gasto, donde influyen dos aspectos: el uno de carácter emocional y el otro de carácter racional como también aspectos de mercado como oferta, demanda, precios, los gustos y preferencias del mismo y la existencia de los productos o servicios que se ofrecen.

3.6 MERCADO META

Los principales consumidores están localizados especialmente en la parroquia de Quichinche, el cual posee una población de 8271 habitantes, preferentemente mayores de 18 años de edad, de sexo masculino y femenino, que se encuentren dentro de la población económicamente activa. El permanente flujo turístico hacia la parroquia da lugar a que este proyecto sea bastante satisfactorio.

Los mercados potenciales a los cuales estará orientado mi proyecto serán en un principio los principales supermercados, tiendas, licorerías, bodegas de la parroquia de Quichinche y de la ciudad de Otavalo, se espera un vez que se ha saturado el mercado local llegar a ofertar este producto también en la Provincia de Imbabura.

3.7 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población tomada en cuenta para la investigación es:

- Se tomará en cuenta a la población de Quichinche 8271 habitantes ubicada en la cabecera cantonal donde se va a desarrollar el proyecto, de acuerdo a los datos del INEN.
- Principales mayoristas, comisariatos, micro mercados licorerías, tiendas y comercios de la ciudad de Otavalo.

3.8 CÁLCULO DE LA MUESTRA

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

S = Varianza 0,25

Z = Nivel de confianza (95%) = 1,96

E = Nivel de error 5%

FÓRMULA

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot \delta^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 \delta^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (8271) (0,25)}{(0,05)^2 (8271 - 1) + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{579,12}{1,505 + 0,9604}$$

$$n = \frac{579,12}{2,4654}$$

n = 235 Encuestas

3.9 DISEÑO DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

3.9.1 INFORMACIÓN PRIMARIA

3.9.1.1 ENCUESTA

Para la obtención de la información primaria se realizó encuestas estructuradas con preguntas cerradas de las cuales se obtuvo importante información que me permitirá determinar de manera clara y concisa varios aspectos del proyecto. La encuesta se realizó con el objetivo de obtener información principalmente sobre el consumo de tequila, los beneficios o perjuicios de la salud, la producción de tequila, formas de producción del tequila, entre otras.

3.9.1.2 ENTREVISTA

La entrevista fue estructurada con preguntas elaboradas de acuerdo a las variables de la investigación, con esta técnica se obtuvo datos importantes dentro de la aplicación de la contabilidad de costos en la producción y comercialización de tequila, además los entrevistados dieron información significativa de los procesos de producción, la comercialización y estrategias de mercadeo que se aplican en la empresa.

3.9.2 INFORMACIÓN SECUNDARIA

-  Libros técnicos de producción y comercialización.
-  Información de internet
-  Trípticos
-  Periódicos
-  Observación

3.10 EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Resultados de la encuesta dirigida a los consumidores de tequila.

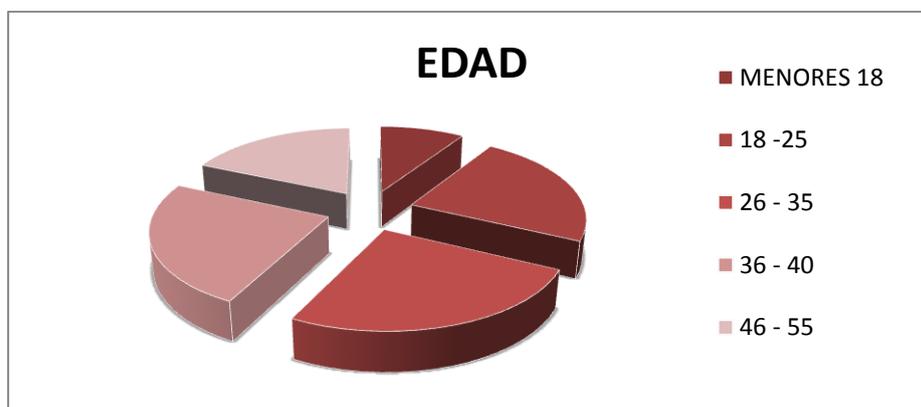
ENCUESTA

PREGUNTAS: DATOS TÉCNICOS

1. INFORMACIÓN GENERAL

TABLA N° 1. EDAD

	f	%
Menores de 18 años	19	8%
18-25 años	47	20%
26-35 años	52	22%
36-40 años	49	21%
46-55 años	37	16%
Mayores de 56 años	31	13%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

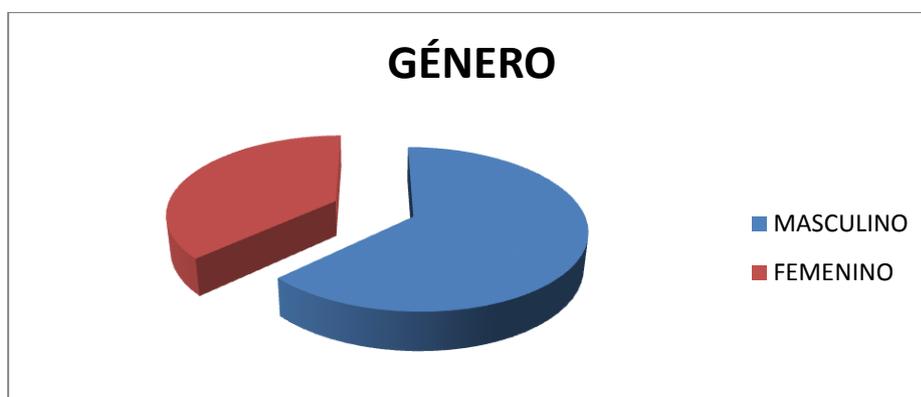
1.1 ANÁLISIS

Todas las personas encuestadas se encuentran dentro de la población económicamente activa.

2 Género

TABLA N° 2. GÉNERO

	f	%
Masculino	148	63%
Femenino	87	37%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

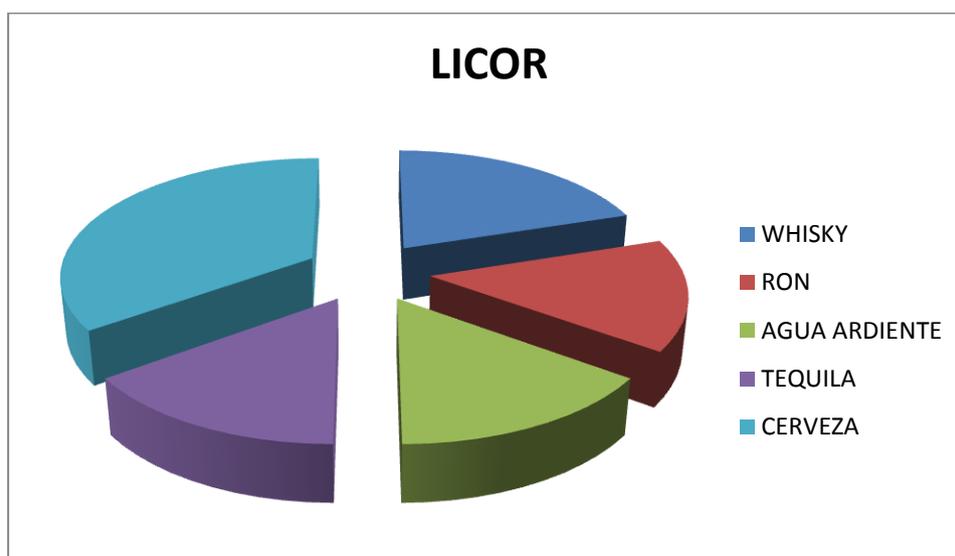
2.1 ANÁLISIS

De acuerdo a los encuestados se puede apreciar que existe una igualdad de sexos en cuanto a la comercialización de este tipo de producto, en donde el 63% es de sexo masculino y el 37% femenino.

3 ¿Qué tipo de licor Usted consume?

TABLA N° 3. TIPO DE LICOR CONSUMIDO

	F	%
Whisky	47	20%
Ron	35	15%
Agua Ardiente	35	15%
Tequila	35	15%
Cerveza	83	35%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

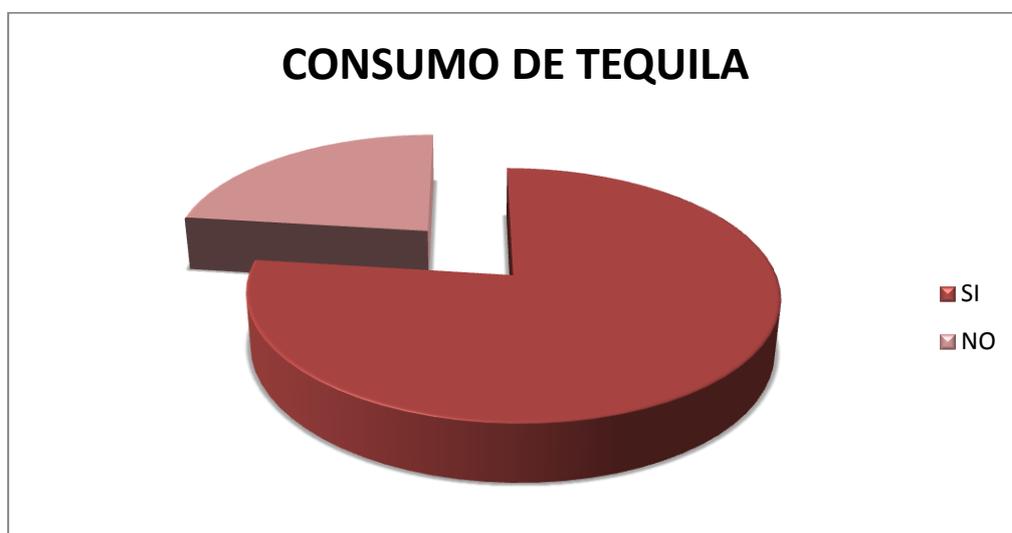
3.1 ANÁLISIS

Las personas en su mayoría prefieren consumir cerveza tomando en cuenta que es una bebida de moderación, popular a un precio accesible al consumidor, mientras que el 15% también prefieren consumir tequila, ya que este producto es para un grupo selectivo de personas que aprecian su calidad, va a tener buena acogida en el mercado pues el crear otra variedad de licor es una ventaja.

4 ¿Consumen Usted tequila?

TABLA N° 4. CONSUMO DE TEQUILA

	F	%
SI	181	77%
NO	54	23%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

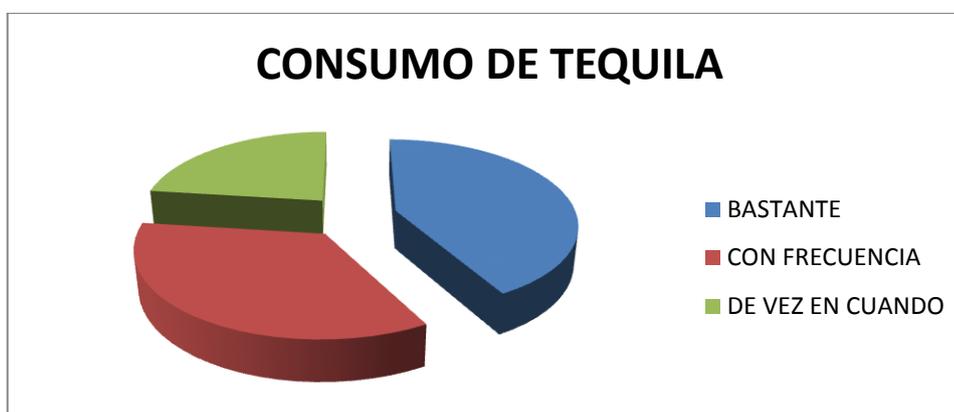
4.1 ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados afirman que consumen tequila, y la diferencia dice que el tequila no es de su preferencia, prefieren otros tipos de licores.

5 ¿Le gustaría consumir tequila de buena calidad y a un precio cómodo, producido en el Cantón?

TABLA N° 5. TEQUILA DE BUENA CALIDAD A UN PRECIO CÓMODO

	f	%
Bastante	99	42%
Con frecuencia	82	35%
De vez en cuando	54	23%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

5.1 ANÁLISIS

El 42% de los encuestados manifiesta que el precio de compra lo determina de acuerdo al mercado, es decir de acuerdo a la oferta y la demanda del producto, el 35% dice que si les interesaría consumir este producto pero con una consideración del precio, y la diferencia dicen que de vez en cuando consumirían este producto sin importarle el precio.

6 En cuanto al grado alcohólico del tequila le gustaría:

TABLA N° 6. GRADO DE ALCOHOL DE TEQUILA

	F	%
Alto grado alcohólico	66	28%
Medio grado alcohólico	108	46%
Bajo grado alcohólico	61	26%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

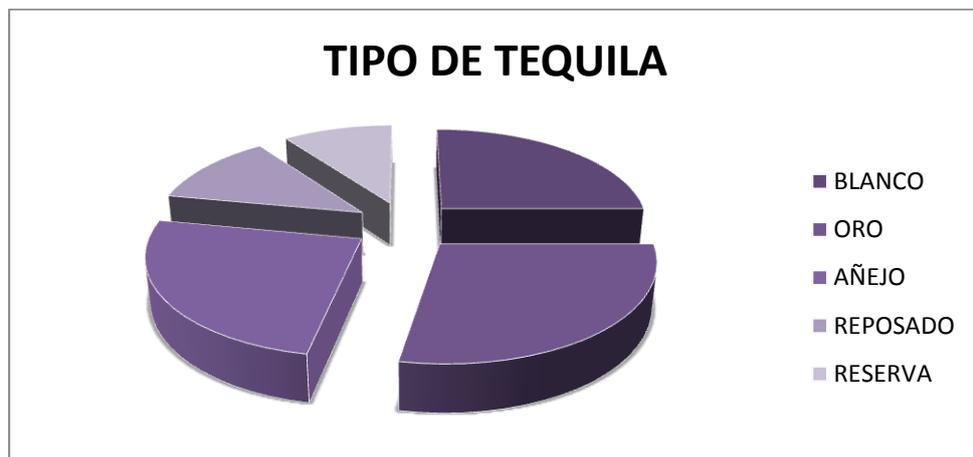
6.1 ANÁLISIS

La mayoría de los encuestados consideran que sería mejor que el grado de alcohol del tequila sería en proporción media porque así, no llegarían a un estado etílico muy rápidamente, el 26% manifiestan que el grado de alcohol del tequila debería ser muy bajo para poder disfrutarlo mucho mejor y el 28% dicen que les gustaría un alto grado de alcohol porque se concentra el sabor y es mucho más agradable.

7 Qué tipo de tequila Usted prefiere?

TABLA N° 7. TIPO DE TEQUILA

	f	%
Tequila Blanco	59	25%
Tequila Oro	66	28%
Añejo	59	25%
Reposado	28	12%
Reserva	23	10%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

7.1 ANÁLISIS

De acuerdo al 28% siendo el porcentaje más alto prefieren tequila oro por que es favorito para preparar margaritas, el 25% dicen que el tequila blanco tiene el sabor y aroma del agave azul por eso es de su particularidad, el otro 25% eligen el tequila añejo porque tiene un color ámbar y sabor a madera, el 12% optan por el tequila reposado por su suave sabor al tequila, un placentero aroma, y un color pálido, mantiene su sabor a agave azul y es gentil con el paladar y el 10% considera que tequila reserva es de su preferencia porque es añejado, está en la categoría de grandes licores por su sabor y precio.

8 El requerimiento de este producto es continuo?

TABLA N° 8. REQUERIMIENTO DEL TEQUILA

	F	%
SI	157	67%
NO	78	33%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

8.1 ANÁLISIS

La mayoría de encuestados expresan que el consumo de tequila es permanentemente en gran cantidad porque es el licor de su preferencia, el 33% dicen que no lo prefieren, porque no es de su agrado.

9 Con que frecuencia consume tequila?

TABLA N° 9. CONSUMO DE TEQUILA

	F	%
Semanalmente	28	12%
Quincenalmente	96	41%
Mensualmente	111	47%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

9.1 ANÁLISIS

Se puede apreciar que el 47% de los encuestados consumen el producto mensualmente, el 41% adquieren el producto quincenalmente, y el 12% obtienen el producto semanalmente, de acuerdo a sus ingresos y estabilidad económica de cada una de las personas, este consumo favorece el ingreso del producto al mercado.

10 Usted donde adquiere tequila?

TABLA N° 10. ADQUISICIÓN DEL TEQUILA

	F	%
Tiendas	40	17%
Licorerías	54	23%
Supermercados	71	30%
Bodegas	52	22%
Otros	18	8%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

10.1 ANÁLISIS

Se puede apreciar que existe un gran porcentaje que prefiere comprar su producto en supermercados por su fácil acceso, mientras que la diferencia en los demás porcentajes prefieren comprar el producto en tiendas, licorerías, por su circunstancia y momento, también compran en las bodegas cuando necesitan en mayor cantidad.

11 ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

TABLA N° 11. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

	F	%
Anuncios en prensa o revista	45	19,15 %
Correo ordinario	25	10,64 %
Televisión	55	23,40 %
Vallas publicitarias	25	10,64 %
Folletos/Dípticos	15	6,38 %
Radio	40	17,02%
Internet	30	12,77 %
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

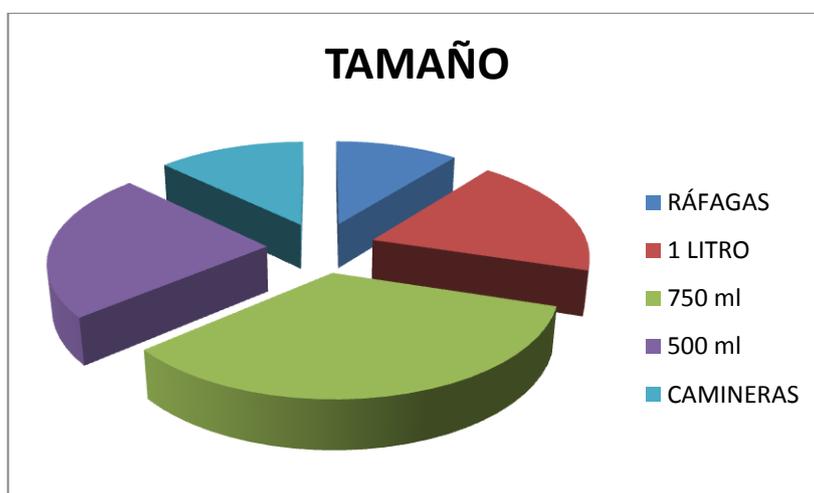
11.1 ANÁLISIS

Se puede apreciar que existe un gran porcentaje que prefiere que la publicidad se realice mediante Televisión por que como es un producto nuevo necesita de más visualización, seguido por anuncios en Diarios también se podría poner volantes en el medio de los diarios para que aprecien bien de que se trata el nuevo producto.

12 ¿En qué presentación le gustaría que se comercialice este producto?

TABLA N° 12. TAMAÑO DE PRESENTACIÓN

	F	%
Ráfagas	25	10,64 %
Botellas 1 litro	45	19, 15 %
Botellas de 750 ml	80	34,04 %
Botellas de 500 ml	55	23,40 %
Camioneras	30	12,77 %
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

12.1 Análisis

Del análisis que se efectuó a los datos obtenidos de esta pregunta se pudo conocer cuál es la preferencia del tamaño de presentación del producto; y hubo una opción que sobresalió para la presentación del producto; con el 34,04 % prefieren las botellas de 750 ml, porque está al alcance de todos los consumidores que se podría poner a un precio accesible.

13 Comparte Usted la idea de que se cree una microempresa procesadora de tequila.

TABLA N° 13. CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE TEQUILA

	f	%
SI	165	70%
NO	70	30%
TOTAL	235	100%



Fuente: Diagnóstico
Elaboración: La autora

13.1 ANÁLISIS

El 70% de los encuestados consideran que sería muy bueno crear una microempresa procesadora de tequila ya que con la creación de la misma, existiría un desarrollo económico y social de la parroquia, generando fuentes de trabajo.

3.11 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Entendiéndose que la demanda es la cantidad de un bien o servicio que el sujeto económico está dispuesto a comprar, el fundamento de la misma radica en la necesidad; pero esta, por sí sola, no es suficiente para llegar a la compra, pues el deseo de comprar debe ir acompañado por la posibilidad real de adquirir el bien o el servicio. Esto significa que si no existe capacidad de pago, no hay demanda en sentido económico.

Habiéndose realizado un examen general de las tendencias del mercado entorno a la oferta del producto, marca un favoritismo hacia esta bebida, tendiendo a que el producto en su totalidad sea procesado de forma natural, libre de químicos, de buena calidad y a un precio cómodo. De acuerdo la investigación realizada a los posibles consumidores se ha llegado a determinar que el tequila sí tendría una buena acogida por varios factores como su fácil accesibilidad para todos los niveles económicos y su agradable sabor.

La demanda del tequila en si no existe, por lo que debe empezarse a crearla y dar conocimiento a los consumidores de la existencia del producto. El licor en su mayoría es desconocido en la ciudad, por consiguiente no existen ni listas de precios, ni evolución del producto, se hace necesario incursionar en el mercado local a través de degustaciones, promociones y folletos de información, con sondeos periódicos de determinación del grado de satisfacción del consumidor con el producto entregado.

Existen varios tipos de demanda, las mismas que se pueden clasificar según:

- Su Oportunidad: $\left\{ \begin{array}{l} \text{Demanda satisfecha} \\ \text{Demanda insatisfecha} \end{array} \right.$

- Su necesidad: $\left\{ \begin{array}{l} \text{Demanda de bienes necesarios} \\ \text{Demanda de bienes no necesarios} \end{array} \right.$

- Su temporalidad: $\left\{ \begin{array}{l} \text{Demanda continua} \\ \text{Demanda estacional} \end{array} \right.$
- Su destino: $\left\{ \begin{array}{l} \text{Demanda de bienes finales} \\ \text{Demanda de bienes intermedios} \end{array} \right.$

3.12 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para la proyección se utilizó la tasa de crecimiento anual TCA, ya que no se disponía de otras fuentes confiables para realizar la proyección de la demanda.

Para proyectar la demanda futura de tequila, se aplicó el Método de los Mínimos cuadrados, ya que es un método objetivo, basado en la situación actual del mercado, a largo plazo, cuya tendencia está abalizada por información histórica la cual tiende a crear formando una línea recta en comparación con sus variables (cantidad, precio y costo), cuya función de proyección fue al Análisis de Regresión Lineal, aplicando los datos históricos y el año base del proyecto en este caso es el 2013. La proyección se lo hará para 10 años.

Utilización del Método de Regresión Lineal la fórmula es la siguiente:

$$c_n = C_o (1+i)^n$$

Donde

c_n = Consumo futuro

C_o = Consumo histórico

i = Tasa de crecimiento

n = Año proyectado

Esta fórmula permite considerar que la tasa de crecimiento (i) da como resultado de la interrelación de la demanda y el crecimiento de ésta en el sector Agroindustrial.

CUADRO N° 3. TASA DE CRECIMIENTO DE LA DEMANDA

Años	Importaciones En Toneladas	$i = \frac{C_n - 1}{C_0}$
2003	8.482,00	0.00
2004	3.600,00	-0.57
2005	2.801,48	-0.22
2006	1.318,12	-0.52
2007	1.874,00	0.42
2008	3.323,00	0.77
2009	3.402,88	0.02
2010	4.075,52	0.19
2011	4.748,16	0.16
2012	4.430,48	-0.06
		<hr/> $i = 0.19$

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: La Autora

Estas cifras indican que el consumo de tequila en la Parroquia ha tenido un crecimiento poco significativo en los últimos diez años. A partir del año 2003 en adelante la introducción de tequila en el país ha ido creciendo de manera paulatina, lo cual se nota que la dolarización si ha permitido el aumento del consumo de tequila en el país.

Luego se procedió a estimar la tasa promedio (i)

$$\text{Sumatoria } i = 0.19 = 0.019 (i)$$

$$N \quad 10$$

Se observa que la tasa de crecimiento de la demanda es constante en el tiempo con un valor de 0.019, con esta tasa se calculó las proyecciones

CUADRO N° 4. CONSUMO FUTURO DE LA DEMANDA

Años	Consumo Futuro $i = C_n - 1$ Co En toneladas
2013	4.430,48
2014	4.517,66
2015	4.600,44
2016	4.687,84
2017	4.776,91
2018	4.867,67
2019	4.960,16
2020	4.054,40
2021	5.150,43
2022	5.248,29

Elaboración: La Autora

La demanda proyectada que tendrá del año 2013- 2022 ha sufrido un incremento de 817.81 toneladas de tequila.

3.13 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Si entendemos que la oferta es la cantidad total de bienes que los productores fabrican y venden, el proyecto se basa en ciertos factores que va a influir en la producción de tequila, como la cantidad a producir, entre éstos están la tecnología contando con maquinarias que produzcan tequila de manera ininterrumpida, estos nos dará la oportunidad de ser más eficientes ofreciendo un producto de mejor calidad, otro factor a tomar en cuenta es la materia prima analizando su calidad, precios, proveedores y se analizará la mano de obra requerida para poner en marcha a la microempresa.

La mayor parte de tequila consumido es importado, una de las razones por las cuales no se ha notado un desarrollo de Industrias Licoreras en el país es por las grandes importaciones de este producto que cubren casi la totalidad del mercado nacional, además sólo se pueden encontrar datos precisos de estas importaciones, ya que no existen datos exactos de la producción Ecuatoriana.

3.14 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta está dada primeramente por el nivel de negociación de los distribuidores como son licorerías, tiendas, supermercados; más su capacidad económica o de crédito para adquirir el producto.

Se considera una oferta abierta pues los distribuidores en caso de tener presiones de demanda solamente harían sus pedidos mediante medios como llamadas telefónicas, Internet, etc.

CUADRO N° 5. TASA DE CRECIMIENTO DE LA OFERTA

AÑOS	Oferta Histórica Litros	Oferta Histórica en Toneladas / año	$i = \frac{C_n - 1}{C_o}$
2003	1.000	0.80	---
2004	1.500	1.20	0.50
2005	2.300	1.84	0.53
2006	3.300	2.64	0.43
2007	4.500	3.60	0.36
2008	6.000	4.80	0.33
2009	8.000	6.40	0.33
2010	10.000	8.00	0.25
2011	12.000	9.60	0.20
2012	14.000	11.20	0.16
		TOTAL	$i = 3.09/10 = 0.309$

Elaboración: La Autora

La tasa de crecimiento es igual a 0.309, que es el resultado de dividir la oferta futura sea en litros o toneladas con la oferta histórica menos uno; con este factor se calculó la oferta proyectada al año 2022.

CUADRO N° 6. OFERTA FUTURA

Años	Oferta Futura Cantidad Litros $F_n = F_o (1+i)^n$	Oferta Futura En Toneladas
2013	14.000	11.20
2014	18.326	14.66
2015	23.989	19.19
2016	31.402	25.12
2017	41.105	32.88
2018	53.806	43.04
2019	70.432	56.35
2020	92.195	73.76
2021	120.683	96.51
2022	157.974	126.38

Elaboración: La Autora

3.15 BALANCE OFERTA DEMANDA

Es importante recalcar que las toneladas importadas analizadas, tenemos una proyección sobre el déficit de tequila en la Parroquia de Quichinche calculado en base a la oferta y la demanda; por lo que para llegar a obtener el déficit se utilizó los siguientes datos de acuerdo a series históricas analizadas:

CUADRO N° 7. BALANCE OFERTA – DEMANDA

AÑOS	Demanda Toneladas Local	Oferta Toneladas Producción Local	Superávit o Déficit
2003	240.05	0.80	(239.25)
2004	101.88	1.20	(100.68)
2005	79.28	1.84	(77.44)
2006	37.30	2.64	(34.66)
2007	53.04	3.60	(49.44)
2008	94.04	4.80	(89.24)
2009	96.30	6.40	(89.90)
2010	115.34	8.00	(107.34)
2011	134.38	9.60	(124.78)
2012	125.39	11.20	(114.19)

Elaboración: La Autora

3.16 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Dado que la competencia es un término que sirve para definir situaciones del mercado como una forma de actividad económica, podemos asegurar que la producción local de tequila en la parroquia casi no existe, la mayor parte de tequila consumido es importado, ya que de acuerdo a estadísticas se ha visto que México es el mayor proveedor de tequila hacia el país.

Por ser un producto nuevo y novedoso se hace muy importante producir un tequila que ofrezca imagen (presentación del producto, calidad, Facilidades de obtención) con precios competitivos, solo así se podrá competir.

3.17 ANÁLISIS DE PRECIOS

Para analizar el precio del producto se tomó en cuenta tres métodos principales para la fijación del precio:

- ❖ Fijación de precios de penetración: Se utiliza el precio bajo para captar la mayor parte del mercado.
- ❖ Fijación de precios para ajustarse a la competencia: En esta se debe diferenciar el producto, ya sea por su calidad o servicio.
- ❖ Precio alzado: Se aplica cuando se introducen productos únicos en el mercado

El análisis de precios se ha tomado en cuenta en base a las encuestas de cuánto pagan o están dispuestos a pagar por el tequila de acuerdo a su clase.

Para tener una referencia de precios de tequila importados, continuación se detallan las marcas y tipo de tequila comercializados en supermercados “LA FAVORITA SUPERMAXI”.

**CUADRO N° 8. TEQUILAS COMERCIALIZADOS EN
SUPERMERCADOS LA FAVORITA “SUPERMAXI”**

MARCA	TIPO	PVP \$
ADRENALINA	AÑEJO	50.00
AGAVE DE ORO	ORO	25.00
AGAVE DOS MIL	BLANCO	25.00
AZTECA AZUL	RESERVA	30.00
BARRANCA DE JALISCO	PLATA	30.00
CABALLO AZTECA	ORO	25.00
CAMINO AZUL	AÑEJO	50.00
CAMINO REAL	RESERVA	35.00
CIEN AÑOS	AÑEJO	50.00
CUATRO COPAS	AÑEJO	65.00
CUATRO MACHOS	RESERVA	34.00
CUERVO ESPECIAL	PLATA	25.00
CUERVO TRADICIONAL	ORO	45.00
EL CHARRO	PLATA	30.00
CHARRO DE ORO	ORO	28.00
DIABLO	AÑEJO	48.00
DIAMANTE DEL CIELO	RESERVA	39.00
DOS AMORES	AÑEJO	30.00
LA INVENCIBLE	PLATA	33.00
JALISCO ALEGRE	ORO	35.00
JOSE CUERVO	AÑEJO	45.00
JOSE CUERVO CLASICO	ORO	31.00
JOSE CUERVO ESPECIAL	PLATA	27.00
LOS KIKIRIKIS	BLANCO	29.00
ORGULLO CHARRO	ORO	39.00
QUITA PENAS	AÑEJO	59.00
RESERVA DEL TEQUILERO	ORO	29.00
REY DE COPAS	PLATA	31.00
TRES AMORES	RESERVA	25.00

Fuente: SUPERMERCADOS LA FAVORITA “SUPERMAXI” – IBARRA

Elaboración: La Autora

De acuerdo al análisis y las diferentes variaciones de precios de la competencia sean estas por calidad del producto o volúmenes de compra, el precio del producto del proyecto será:

- **Tequila Clase Blanco o Plata "Silver"** \$ 18.00
- **Tequila Clase Joven u Oro "Gold"** \$ 18.00
- **Tequila Clase Reposado "Aged"** \$ 20.00
- **Tequila Clase Añejo "Ultra Aged"** \$ 25.00

Siendo un precio promedio aceptable para ponerse a disposición y poder competir en el mercado, sin desmejorar la calidad del mismo producto.

3.18 COMERCIALIZACIÓN

3.18.1 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Al tomar en cuenta que la demanda del tequila no existe, por consiguiente no existen ni listas de precios, ni evolución del producto, lo que hace necesario incursionar en el mercado local a través de degustaciones, promociones y folletos de información, auspicios en eventos sociales, creación de la página Web, y con sondeos periódicos de determinación del grado de satisfacción del consumidor con el producto entregado.

La publicidad jugará un papel importante en el mercado, en el momento en que la población tenga conocimiento de la existencia del producto.

Como estrategias de publicidad se pretende realizar perifoneo en la zona de influencia, además de distribución de hojas volantes y colocación de banner publicitarios.

3.18.2 ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Su presentación es en una botella de cristal de 750 cm³ con la respectiva etiqueta que identifique el nombre del licor, sus componentes y registro sanitario, cuando sean cantidades mayores su presentación será en cajas de cartón de 12 unidades; además, llevará una etiqueta de presentación, especificando la clase de producto, cantidad, datos informativos acerca del producto y el nombre de la empresa.

3.19.4 ESTRATEGIAS DE PLAZA

Nuestros principales clientes son los minoristas como son tiendas y licorerías; el canal de distribución que se utilizará es Productor –Detallista – Consumidor Final; en este caso consideramos a los detallistas como el principal intermediario de la cadena entre el consumidor del tequila y el proyecto.

En cuanto a condiciones de crédito o formas de pago dependerá exclusivamente de los acuerdos llegados entre el comprador y el vendedor.

3.20 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

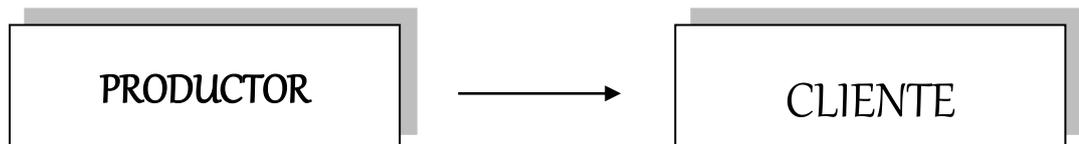
El mercado local, regional y nacional es estable, en incremento con buenas perspectivas.

La estrategia de entrada al mercado más adecuada es contactándose con los puntos de venta con más cantidad y variedad de productos como son licorerías, bodegas distribuidoras, hoteles y restaurantes.

Estos puntos de venta pueden adquirir el producto si se reúne las condiciones de calidad y precios predeterminados. Otra estrategia clave que se debe poner en práctica es la promoción y publicidad, en donde las actividades específicas de promoción se reducen a degustaciones del producto junto a ofertas de precios en los puntos de venta.

3.20.1 Canal Directo

Este tipo de canal permitirá que los productos se entreguen directamente al cliente, el productor podrá satisfacer las necesidades y deseos del cliente en cuanto al aprovisionamiento oportuno y seguro de tequila y a precios cómodos.



3.20.2 Canal Indirecto

También serán clientes SUPERMAXI, TIA, SANTA MARÍS, AKY. Bodegas distribuidoras, Licorerías, Hoteles y Restaurantes, quienes adquirirán ya sea en menor o mayor cantidad para la venta posterior a los clientes.



3.21 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO

1. Los beneficiarios indirectos será la parroquia de San José de Quichinche debido a que en esta parroquia bajará el índice de desempleo existente, además el sector céntrico va a tener mayor circulación de los compradores del producto y a la vez se beneficiará de los gastos de imprevistos que realicen los compradores en cualquier punto de venta.
2. Con este proyecto se pretende dar un impacto económico significativo, debido a que se va a demandar mano de obra calificada y no calificada, y los trabajadores que integren la microempresa, mejora en forma integral la calidad de vida de todos los miembros de la familia y así podrá asumir el derecho consagrado en la constitución que es el “BUEN VIVIR”.

3. Hay buenas razones para creer que el negocio de la producción de tequila continuará como una industria en crecimiento durante mucho tiempo, ya que el consumo de tequila es cada vez más alto, es accesible a todos los niveles sociales y aún más se estima que con la debida promoción del producto siga desarrollándose de manera satisfactoria. De acuerdo al estudio realizado se ha llegado a determinar que la microempresa tienes buenas oportunidades para crecer y posesionarse en el mercado.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto.

Todo proyecto, conservando sus características particulares, tiene una configuración individualizada para su producción, lo que hace casi imposible la existencia de proyectos similares desde el punto de vista técnico de su diseño, aunque la secuencia y las características de los procesos sean similares.

4.1.1 FACTORES DETERMINANTES DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para establecer los diferentes niveles de producción, se debe tomar en cuenta aspectos importantes como son: el diseño del equipo, características de operación, capacidad de procesamiento, los recursos necesarios a utilizar, entre otros, que permita identificar el sector o los sectores en los que se debe ubicar el proyecto.

Analizar y determinar la localización y el tamaño adecuado, los equipos, maquinarias, como los materiales directos e indirectos, insumos, mano de obra, las instalaciones y la organización requeridos para realizar la producción del producto y verificar la posibilidad técnica de producción del tequila en Quichinche.

La localización es un elemento fundamental en el desarrollo del proyecto ya que de esta depende el éxito o fracaso de la empresa en diferentes aspectos, la

localización debe ser adecuado y acorde a las necesidades del negocio pues está relacionada íntimamente con la comercialización, distribución y venta de los productos. Otro elemento fundamental dentro del proyecto es el tamaño, el cual debe responder a las necesidades de satisfacer la demanda de determinado bien, en condiciones de obtener los mejores resultados para la empresa, pues el tamaño está profundamente ligado con la oferta y la demanda del producto.

Los costos de mano de obra es un factor importante dentro de los costos de producción de un proyecto tomando en cuentas aspectos como: el desarrollo de los procesos productivos, la especialización del personal requerido, leyes laborales, etc.

El recurso humano se clasifica en mano de obra directa, mano de obra indirecta, personal administrativo y de ventas.

4.2 MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

4.2.1 PROVINCIA

El presente proyecto va a ser construido en la Provincia de Imbabura, la misma que se la conoce como la provincia de los lagos por sus innumerables lagos que la componen, esta provincia no obstante está caracterizada por su singular topografía, su diversidad de zonas climáticas, y una prolífica población de especies vegetales y animales. El viajero no necesita salir de sus fronteras para trasladarse, en cuestión de horas, de la parte tropical a las estribaciones y alturas de los Andes, mientras contempla arrobado una sucesión interminable de paisajes naturales.

Límites: NORTE: Carchi y Esmeraldas - SUR: Provincia de Pichincha - ESTE: Sucumbíos y Napo - OESTE: Provincia de Esmeraldas, con una superficie de

4.986 Km. ². Sus cantones son 7; Ibarra, Otavalo, Cotacachi, Antonio Ante, Pimampiro y Urcuqui.

MAPA N° 1. PROVINCIA DE IMBABURA



4.2.2 CANTÓN

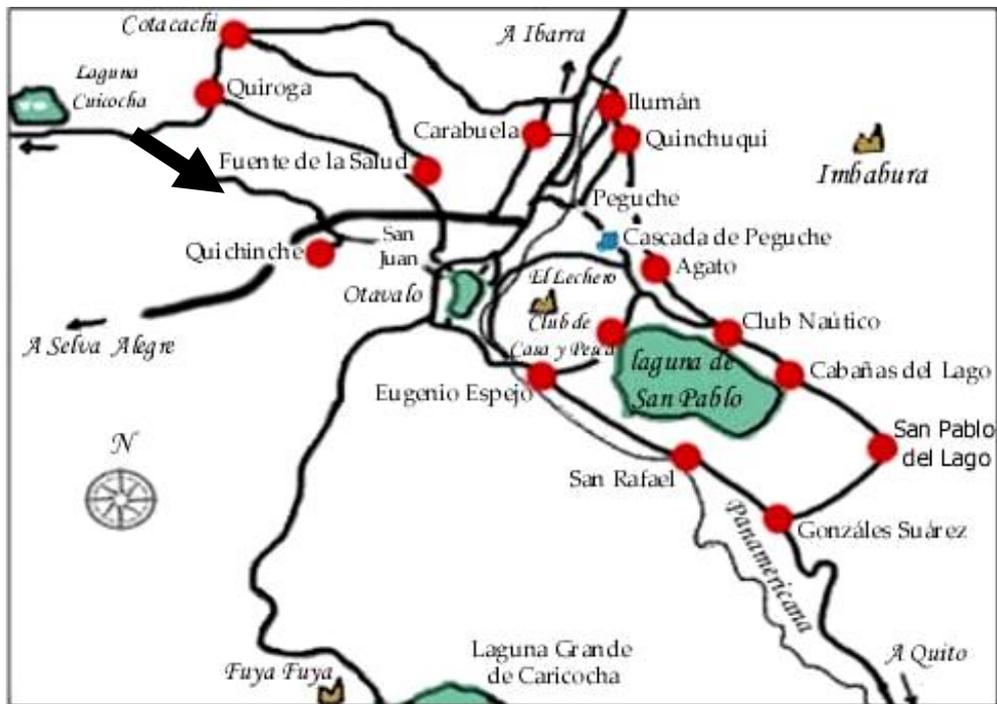
El Cantón Otavalo está ubicado al **Norte:** Limita con los cantones de Cotacachi, Ibarra y Antonio Ante, al **Este:** Cantón Ibarra y Cantón Cayambe (Provincia de Pichincha) al **Sur:** Cantón Quito (Provincia de Pichincha) y al **Oeste:** Cantón Quito y Cantón Cotacachi; con una Superficie: 528 Km².

En los últimos años la actividad artesanal ha dado lugar a que la economía de este Cantón tenga un desarrollo integral muy notable a todo nivel, sin dejar a un lado, por su importancia la actividad agrícola que constituye la segunda actividad económica de esta zona.

Otavaló por ser una ciudad económicamente activa del País muestra una ventaja para la transportación y comercialización, ventaja que también se tiene dentro de la ciudad, lo que beneficia a los compradores para la adquisición del producto y a los oferentes para la distribución.

También se debe tomar en cuenta que la mano de obra en la parroquia es accesible y está disponible; ya que para el proceso no es necesario que sea personal totalmente calificado, pues la producción no posee procesos difíciles de realizar.

MAPA NO. 2. DEL CANTÓN OTAVALO



4.2.3 PARROQUIA

El proyecto se lo pretende ejecutar y estará ubicado en la Parroquia de San José De Quichinche, su ubicación: al occidente de la ciudad de Otavalo con una población de 7.271 habitantes, su superficie territorial de 89.711 metros cuadrados. Comprende de 25 comunidades tales como: Tangalí, Cambugán, Perugachi, Gualsaquí, Panecillo, Larcacunga, Agualongo de Quichinche, Achupallas, Minas Chupa, Motilón Chupa, Padre Chupa, Moras Pungo, Cutambi,

San Juan de Inguincho, San Francisco de Inguincho, Guachinguero, Yambiro, Huayra Pungo, Acilla, Urcu Siqui, La Banda, Taminanga, Muenala y Cachicullá.

4.3 MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

El sitio en donde va a estar ubicada la planta procesadora de tequila es en la Parroquia San José de Quichinche, lugar que por sus características geográficas es muy apto para la agricultura de manera especial para el cultivo de agave azul.

Para determinar la micro localización de la empresa se ha tomado en cuenta que se dispone de un terreno grande, con disponibilidad de servicios básicos, ubicada a 3 km de la ciudad de Otavalo, barrio La Dolorosa, en la Av. Quito e Isacc J.

La planta física estará constituida por bodegas, planta, espacio administrativo y de seguridad; por lo tanto, se requiere una extensión de terreno amplia, y la instalación que se describió anteriormente se ajusta a dichas exigencias, por su proximidad a una vía de primer orden, a los servicios básicos.

4.3.1 SECTOR

El sector donde se va a implementar el trabajo es una zona rural localizada en las alturas de la ciudad de Otavalo; el cual permitirá el desarrollo del proyecto de una forma eficaz y eficiente, estará libre de congestión de contaminación ya que se encuentra en lugar con todas las facilidades medioambientales, contara con las facilidades para acceder a los servicios básicos necesarios para la buena marcha del proyecto.

4.3.2 JUSTIFICACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN

Al ya tener la instalación física para el desarrollo de las actividades tanto organizacionales como de producción, es una ventaja a razón de que no se pagará arriendo, además la infraestructura está acorde a las necesidades de la empresa ya

que posee el espacio suficiente para la instalación de las oficinas como de la maquinaria para la elaboración del producto.

Al ubicarse en una zona donde existen otras microempresas productoras y comercializadoras de diversos productos, permite a la microempresa estar en un sector conocido donde tanto al cliente como a los proveedores les resulta fácil la localización de la microempresa.

4.3.3 ÁREA GEOTÉRMICA

El área geotérmica está ubicada en el ámbito de la Cordillera Occidental de los Andes, a unos 70 km al norte-noreste de Quito y al sur-este de Otavalo. El centro del área de interés está determinado por las coordenadas 0° 25'N y 78° 17' W.

4.3.4 OBRAS DE INFRAESTRUCTURA

Este sector cuenta con los servicios básicos requeridos para poner en desarrollo la ejecución del proyecto, en cuanto a obras de infraestructura cuenta con agua potable, luz eléctrica, vías de acceso, disponibilidad de espacio físico del terreno con agua de regadío.

4.3.5 VÍAS DE ACCESO

Para acceder al área de interés, desde la ciudad de Otavalo, por donde cruza la Panamericana, existe una vía pavimentada, de 3 Km. de longitud, que conduce a la parroquia y en si al Barrio.

Esto es beneficioso pues facilitará la transportación del personal como de insumos requeridos para la producción del licor.

La empresa al ya poseer instalación la misma que tiene todos los servicios básicos como son: agua, luz, teléfono, permitirá el buen desarrollo de las actividades

requeridas para la elaboración del producto, a más de esto dispondrá de tecnología que permita estar en continua comunicación tanto con los proveedores como con los consumidores y el mercado para afianzar una estrecha relación con ellos por medios como internet, correo electrónico, máquina fax y servicio telefónico.

4.3.6 TRANSPORTE

En lo que se refiere a la movilización en la ciudad de Otavalo se encuentran cooperativas de Transporte público como es la Cooperativa “8 de Septiembre”, que tienen turnos todos los días cada veinte minutos, por la cercanía del sector y por sus vías de acceso se puede utilizar también bicicletas, realizar caminatas a la vez se puede ir observando los distintos paisajes que se presentan en el recorrido.

4.3.7 MANO DE OBRA

La mano de obra que se requiere para el sector productivo serán los mismos habitantes del lugar debido a que la mayoría de la gente son Agricultores con suficiente experiencia en cultivos. Además se requerirá de un profesional en Ingeniería Agroindustrial para el área de Procesos de Elaboración de Tequila y de igual forma Profesionales para el área Administrativa y Directiva. Tomando en cuenta factores como la migración esta es una alternativa para disminuir el porcentaje de personas que viajan a otros países en busca de trabajo.

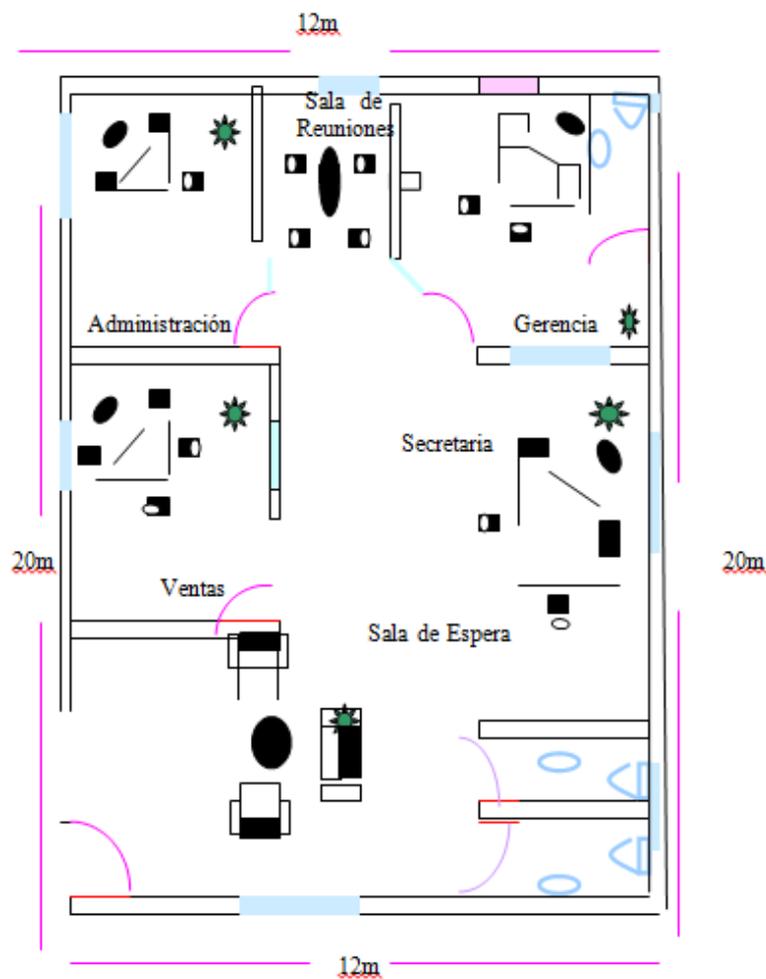
4.4 UBICACIÓN DE LA PLANTA

Para la implantación del proyecto en estudio, se tiene un terreno de 1 hectárea, en el segundo piso se tiene tres oficinas y una sala de recepción adecuadas para la atención al cliente, con la disponibilidad de servicios básicos para el desarrollo de todas las actividades dentro de la microempresa. Por esto se debe contar con el suficiente espacio para que el cliente se sienta cómodo y gustoso en acudir a las instalaciones de la empresa.

Para la ubicación de la microempresa se ha tomado en cuenta las características relevantes por las siguientes razones:

- ✚ Se posee la instalación la cual es nueva pues posee dos años de haber sido construida, y tiene todos los servicios básicos para el desarrollo de las actividades de la microempresa.
- ✚ Su ubicación es estratégica para la mano de obra pues este sector es muy conocido y el beneficio para los empleados es la disponibilidad de transporte.
- ✚ No existen microempresas productoras de licor en la zona.
- ✚ Al ser una zona donde se dan diversas actividades tanto de producción como de comercialización posee todos los servicios básicos que son importantes para la microempresa.

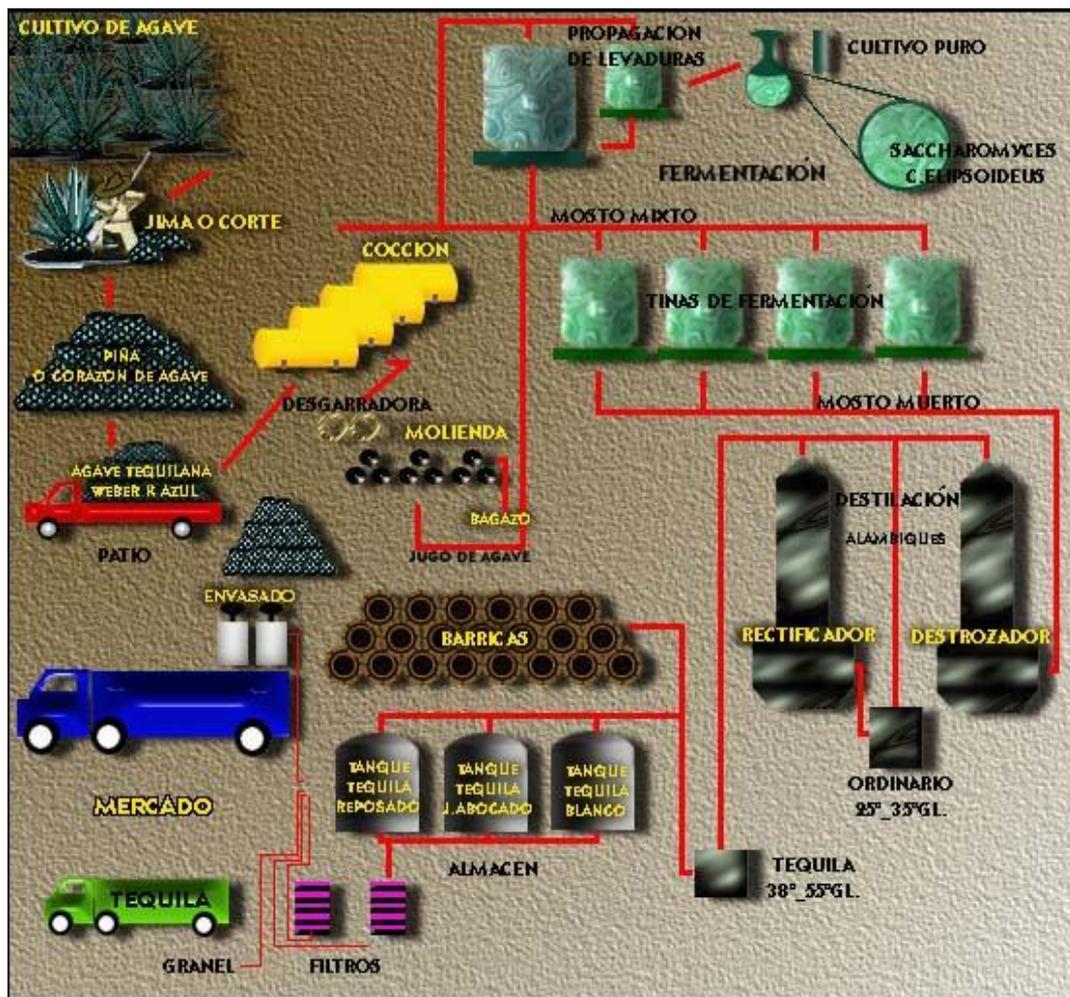
4.4.1 DISTRIBUCIÓN DE OFICINAS



4.5 DISEÑO DE INSTALACIONES

El diseño e instalaciones de la planta se realizó en base a un análisis de todo el proceso de la elaboración de tequila.

PROCESO DE FABRICACIÓN DEL TEQUILA



4.6 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Para la distribución de la planta se consideró importante tomar en cuenta todas las condiciones necesarias que permitan realizar las operaciones Productivas y Económicas de la manera más eficaz así como también ver todas las medidas

necesarias que brinden seguridad y bienestar a los trabajadores de la planta para así evitar posibles accidentes de trabajo.

Dentro de esta distribución de la planta se consideró también la flexibilidad de distribución física, que se pueda adaptar a futuras ampliaciones de la microempresa.

4.7 ÁREA DE PRODUCCIÓN

Dimensión del área de producción: 1500 m²

4.7.1 EL ÁREA DE PRODUCCIÓN ESTÁ INTEGRADO POR:

- a) Una estrujadora
- b) Tanques de fermentación de acero inoxidable
- c) Mesa clasificadora del agave tequilero
- d) Embotelladora
- e) Corchadora
- f) Filtro de placas
- g) Bomba de presión y succión
- h) Tanques de almacenamiento
- i) Purificador de agua

La estructura de la maquinaria instalada en la planta es movable, con el fin de facilitar el trabajo en el proceso de elaboración de tequila. También se considerará importante disponer de distancias de recorrido mínimos, reduciendo en lo posible los tiempos muertos o no operativos.

4.8 FLUJO GRAMA DEL PROCESO

**CUADRO N° 9. PROCESO DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE TEQUILA**

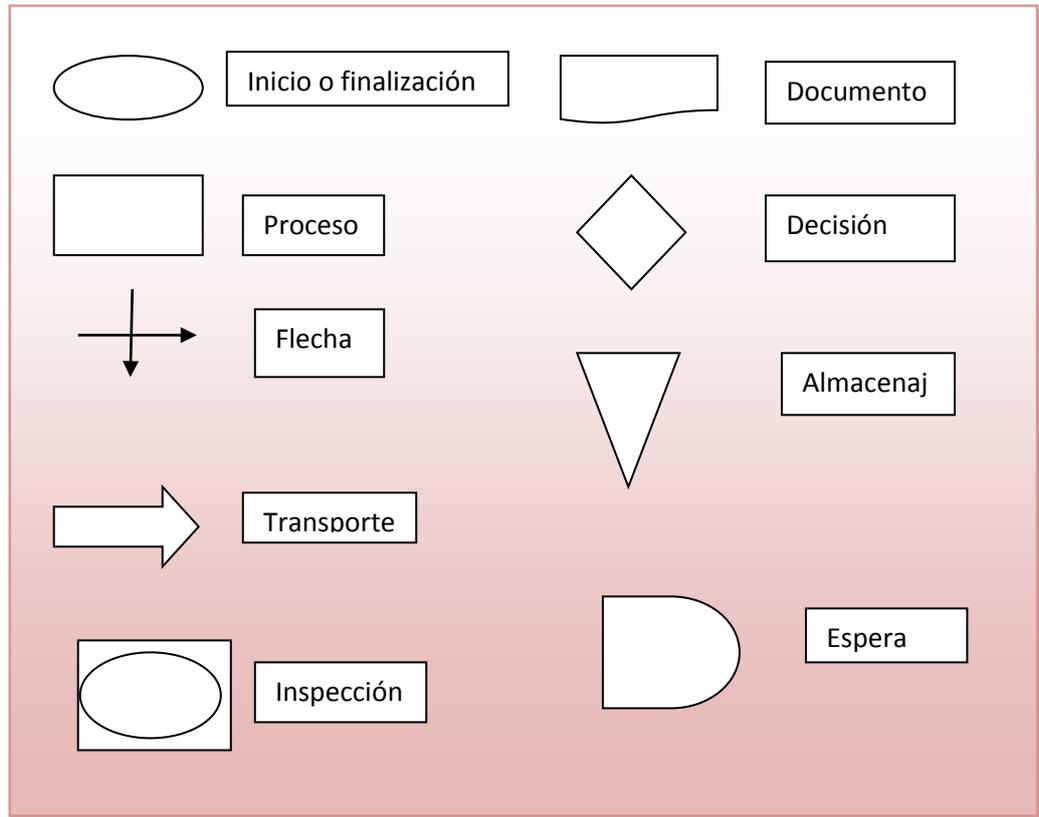
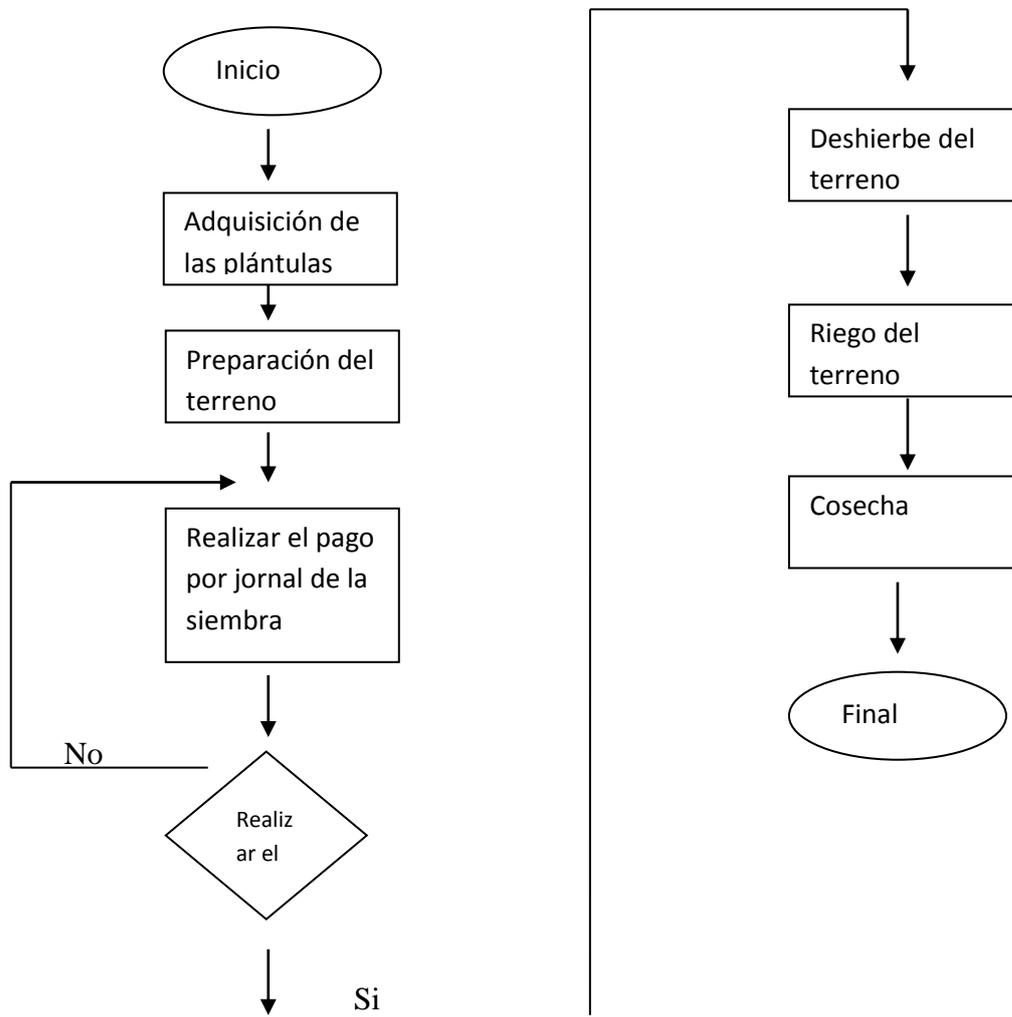


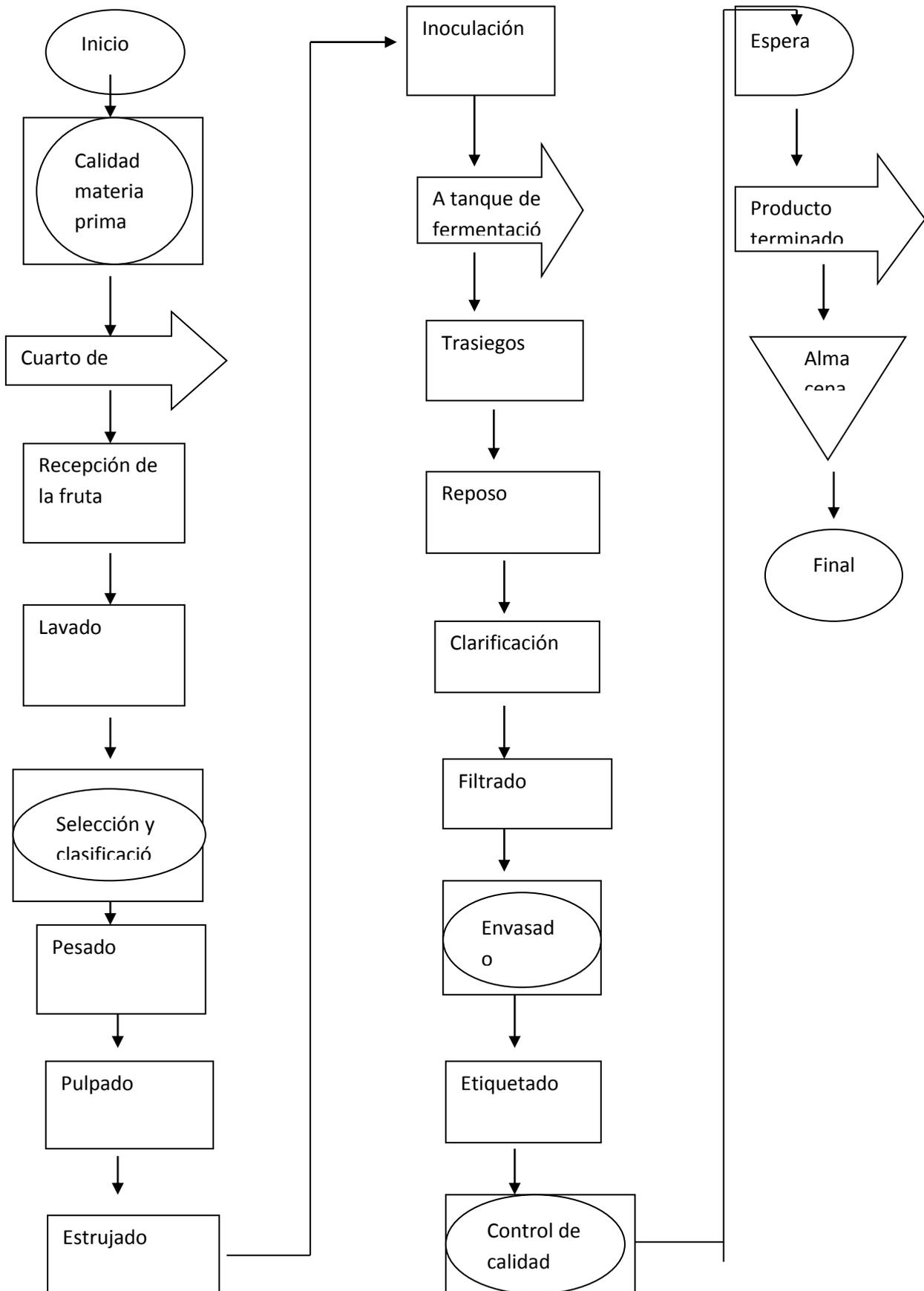
DIAGRAMA N° 1. PROCESO DE COSECHA



4.8.1 PROCESO DE COSECHA

- Adquirir las plátulas
- Preparar el terreno
- Establecer el pago por jornal de siembra
- Realizará el deshierbe según el periodo
- Riego respectivo de lo sembrado
- Corte respectivo de la hoja
- Acarreo y descargue
- Transporte del producto para que sea lavado.

DIAGRAMA N° 2. PROCESO DE ELABORACIÓN DE TEQUILA



4.8.2 PROCESO DE ELABORACIÓN DE TEQUILA

4.8.2.1 RECEPCIÓN DEL AGAVE AZUL

El agave se receipta con un grado de maduración comercial con 8 a 9° Brix, lo cual se determina con el empleo de un refractómetro manual.

4.8.2.2 LIMPIEZA

Se eliminan impurezas existentes en la materia prima tales como: tallos, hojas, tierra, insectos, residuos químicos, material orgánico, entre otros, para luego proceder a lavarlos utilizando agua potable.

4.8.2.3 CLASIFICACIÓN

Desde la cosecha son seleccionados los agaves en su punto óptimo de madurez. El Agave es recibido y pasado a través de la sierra eléctrica para ser partido en dos y después es transportado hacia el patio que corresponde a un almacén temporal del mismo

Se escoge al agave azul de buena calidad los cuales no deben presentar signos de daños por maltratos, inicios de descomposición ni tampoco ser demasiado tiernos, ya que de esto depende la calidad final del tequila.

4.8.2.4 PESADO

Desde la llegada a la fábrica empieza el control de calidad, ya que al recibo de la materia prima, es seleccionada al azar una muestra de piñas de cada lote y son analizadas en el laboratorio para determinar si los niveles de azúcares y madurez son adecuados y establecer los tiempos de cocción.

Se pesa la cantidad de agave azul necesaria e insumos por medio de una balanza. Para determinar la cantidad de azúcar a añadirse al mosto a fin de alcanzar los 22° Brix, medida requerida para obtener un buen grado alcohólico final en el tequila.

4.8.2.5 PULPADO

El pulpado se efectúa con el fin de desintegrar el agave azul y obtener el jugo, este procedimiento se lo puede realizar de una manera manual o utilizando una prensa especial que no desintegre la semilla.

4.8.2.6 ELABORACIÓN DEL MOSTO

El mosto de agave se obtiene añadiendo jugo puro de agave en un 50%, y agua esterilizada en un 50% alcanzando el 100%.

4.8.2.7 INOCULACIÓN

Se realiza la inoculación con la cepa de levadura *saccaromyces cerevisiae* con la cantidad de un gramo / litro de mosto activada en jugo de agave a temperatura máxima de 38°C.

4.8.2.8 COCCIÓN

Antes de introducir en los hornos, las piñas son partidas en dos o cuatro partes según su tamaño, para favorecer un perfecto cocimiento y óptimo aprovechamiento.

Dentro de los hornos, se van acomodando manualmente los agaves. Una vez completada esta operación en el horno, se inicia el proceso de cocción y se prolonga por espacio de 48 horas en promedio, inyectando vapor de agua en el horno.

El propósito de esta cocción es el de conseguir la solubilidad e hidrolizar los azúcares del agave, ya que la inulina es poco soluble en agua y no fermentable en forma directa.

Las piñas del agave después de su cocimiento permitirán desdoblar sus azúcares y de esta manera los jugos o mostos quedarán listos para su fermentación.

4.8.2.9 MOLIENDA

Después del perfecto cocimiento, se descargan los hornos y las piñas cocidas se trasladan al área de molienda. La molienda se divide en varias etapas y tiene como propósito extraer los azúcares que se encuentran en la fibra del agave. Esto se lleva a cabo en molinos cuya estructura va desde la piedra hasta trituradoras y molinos de acero inoxidable, según el fabricante.

Las etapas de molienda se inician con el desgarramiento de las piñas, el cual consiste pasar el agave cocido por una máquina que se encarga de desmenuzarlo para, posteriormente, llevarlo a una sección en donde prensas de tipo cañero exprimirán los jugos.

Una vez exprimido este material fibroso, pasa por una sección donde se aplica agua para la máxima extracción de los azúcares. Como resultado de este proceso se obtiene un jugo de agave que contiene un 12% de azúcares. Con esta materia prima se formula el mosto o caldo para la fermentación.

4.8.2.10 FERMENTACIÓN

Preparado el mosto para fermentación éste se inocula con un cultivo microbiano, el cual puede ser una cera pura de levadura *saccharomyces cerevisiae* o bien de alguna otra especie.

Cuando el mosto se encuentra listo empieza la fermentación de este, uno de los pasos más importantes pero menos estudiados, ya que en esta fase se produce el alcohol y otros componentes organolépticos que conforman el tequila. Esta fermentación se lleva a cabo en tanques de acero inoxidable de volumen variable, abiertos y controlando la temperatura que oscila entre los 30 y los 42 grados centígrados.

Este proceso fermentativo puede durar entre 12 y 72 horas, dependiendo del grado de alcohol deseado que puede ser de 6% para tequila mixto y 4.5% para tequila

100%. Terminada la etapa de fermentación, se deja en reposo el mosto para propiciar la generación de compuestos aromáticos importantes en el producto.

Es el proceso en el que el azúcar del mosto es transformado el alcohol etílico, gracias a la transformación que realizan las levaduras debido a las enzimas producidas por ellas, hay que tomar en cuenta que se debe llevar un control muy estricto de la temperatura adecuada para realizar una óptima fermentación.

4.8.2.11 TRASIEGOS

Al finalizar la fermentación tumultuosa se realiza la separación de sedimentos sólidos y levaduras muertas que se han depositado en el fondo de los tanques de acero inoxidable de fermentación.

Dependiendo de la turbiedad del tequila, es necesario realizar hasta cinco trasiegos con la finalidad de lograr un buen color y evitar que adquiera malos olores a causa de la descomposición de estas impurezas.

4.8.2.12 DESTILACIÓN

Existen dos formas de realizar la destilación: mediante la utilización de alambiques o en columnas, siendo el primero el más usual. En el primer caso, regularmente se utiliza un tándem de dos alambiques de cobre, material que ayuda a eliminar compuestos sulfurados indeseables.

En el primer alambique, el mosto muerto se calienta con vapor y se destila hasta tener un producto intermedio ordinario, con una concentración de alcohol de entre el 25 y el 30%, al cual se le han removido los sólidos, parte del agua y las cabezas y colas. Las primeras contienen componentes volátiles que destilan antes que el etanol, debajo de los 80 grados centígrados, como metanol, isopropanol y acetato de etilo, y las segundas contienen alcoholes menos volátiles como amílico y algunos esteres.

En el segundo alambique, el ordinario se destila nuevamente para enriquecer el contenido alcohólico hasta el 55%, además de refinar considerablemente el

producto. Este tequila al 55% se considera un producto final, ya que de hecho es el que se comercializa a granel. Antes de envasarse, este destilado se diluye con agua desionizada, para lograr productos finales de 35% a 43%.

Al utilizar columnas se emplean hasta tres en tándem. En este caso el mosto entra a la columna por la parte superior, a contracorriente con vapor, con lo que se evaporan los compuestos volátiles que se condensan en los diferentes platos de la columna; normalmente cuando se emplean columnas en vez de alambiques el producto es más neutro, debido a que la destilación es más selectiva.

4.8.2.13 MADURACIÓN

Una vez destilado, el producto final se concentra en tinas de paso en donde se diluye para pasarlo a los pipones o barricas donde se añejará dependiendo del tequila que se desee obtener. En la maduración de tequilas, la última etapa se realiza en barricas o pipones de roble o encino blanco, maderas que confieren al producto final aromas, colores y sabores muy peculiares, los cuales dependen de diversos factores como la edad, grosor de la duela, graduación alcohólica y condiciones de reposo o añejamiento. Son muy importantes las condiciones de humedad y ventilación, ya que en el proceso de envejecimiento se llevan a cabo reacciones oxidativas. Concluido el tiempo de reposo, el tequila es liberado por las autoridades competentes y es pasado al área de dilución. Dicha dilución se realiza con agua destilada, quedando el producto a una graduación alcohólica de 38% volumen. Por último, antes de embotellar es necesario eliminar algunos sólidos conferidos por la madera, esto se realiza a través de filtración con celulosa o carbón activado. Es necesario realizar un proceso de maduración, el cual se realiza como mínimo seis meses a temperatura de un ambiente fresco con el fin de que el tequila adquiera buena forma y buenas características organolépticas.

a) CLASIFICACIÓN Y ESTABILIZACIÓN

Para estabilizar y clasificar más el tequila se lo almacena dos semanas antes de embotellarlo a temperaturas bajas con el fin de precipitar los cristales, dependiendo del tipo de tequila cada uno a su tiempo.

b) FILTRADO

Se realiza la ilustración del tequila con la finalidad de separar sólidos en suspensión para lo cual se emplea un tamiz o tela fina.

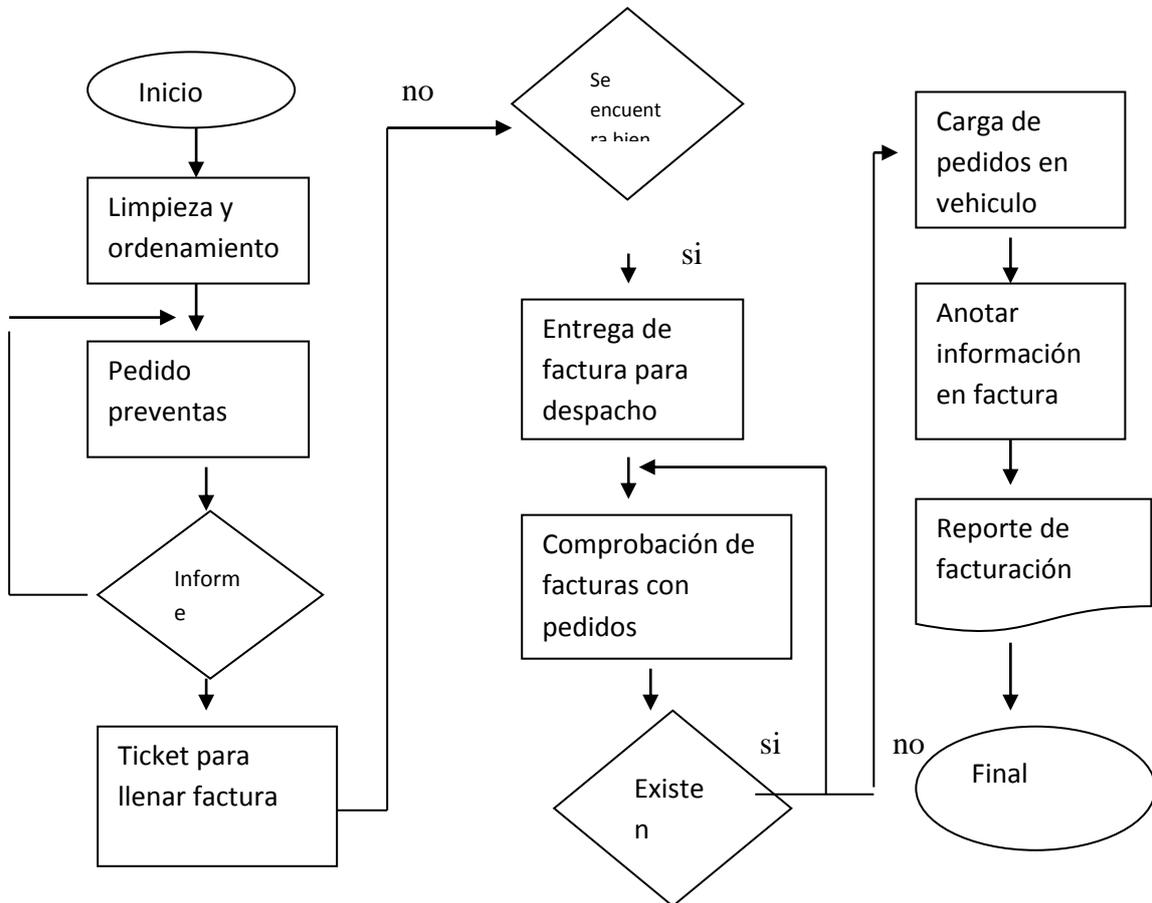
c) ENVASADO

Una vez logrado el tequila deseado, se envasa en botellas de vidrio de 750ml perfectamente limpias y esterilizadas.

d) ALMACENADO

Las botellas llenas y tapadas se colocan en almacenamiento en un ambiente fresco para cuidar sus propiedades organolépticas.

DIAGRAMA N° 3. PROCESO DE FACTURACIÓN Y DESPACHO



4.9 PROCESO DE FACTURACIÓN Y DESPACHO

- Tener las áreas limpias y ordenadas para dar una buena imagen a los clientes.
- Pedir el informe de preventas para llevar las facturas
- Coger ticket de venta al público para llevar facturas en venta directa.
- Revisar precio, peso, corte, tamaño para poner precio total en las facturas.
- Entrega de facturas al vendedor para despacho y entrega a los respectivos clientes.
- Comprobación de facturas con pedidos preparados por el área de transformación para detectar posibles errores en las entregas.
- Cargar los pedidos en carro repartidor y proceder a su entrega en base de mapa de rutaje y prioridad de entrega.
- Anotar fecha, hora de salida, responsable, hora de llegada y kilómetros recorridos en libro de registro diario de despacho, observaciones en caso de haberlos.
- Realizar reporte de facturación y de entregas a Contabilidad.

4.10 PRESUPUESTO TÉCNICO

Para la producción de tequila se requiere de los siguientes implementos:

4.10.1 EL ÁREA DE PRODUCCIÓN ESTÁ INTEGRADO POR:

- Una estrujadora
- Tanques de fermentación de acero inoxidable
- Mesa clasificadora del agave tequilero
- Embotelladora
- Corchadora
- Filtro de placas
- Bomba de presión y succión
- Tanques de almacenamiento
- Purificador de agua

4.10.2 REQUERIMIENTO DE MATERIALES INSUMOS Y SERVICIOS

Los materiales indirectos de fabricación que se necesita son:

-  Botellas de cristal
-  Etiquetas
-  Tapas para sellar las botellas
-  Cajas de cartón
-  Overoles de trabajo

4.10.3 LOS SERVICIOS Y OTROS GASTOS QUE SE REQUIERE PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE TEQUILA SON:

-  Energía eléctrica
-  Agua
-  Teléfono
-  Útiles de oficina
-  Útiles de aseo
-  Transporte para la adquisición de insumos y para la distribución del licor.

4.11 INVERSIÓN

La inversión corresponde a un conjunto de gastos, en los que se debe incurrir aquí se describe los gastos de recursos en activos como maquinaria, edificios, terrenos, equipos, instalaciones, muebles y enseres, diferidos, capital de trabajo entre otros.

La inversión está relacionada con la capacidad del proceso para obtener utilidades, para de esta manera estar seguros de poder cancelar el capital e intereses. Los recursos financieros que requiere la implementación del proyecto procederán en un 40% con capital propio y el otro 60% se prevé el financiamiento con una

Institución Financiera con una tasa de interés de 9.30% anual, lo que ofrece seguridad para implementar el proyecto.

CUADRO N° 10. ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN

Descripción	Cantidad	Valor U.	Total
OBRA CIVIL		45.250,00	45.250,00
Edificio e instalaciones	1	25.000,00	25.000,00
Terreno	1	20.000,00	20.000,00
Espacios verdes	1	250,00	250,00
Maquinaria		4.460,00	9.145,00
Estrujadora eléctrica Producción 1.200 Kg. / h	1	490,00	490,00
Tándem de dos alampiques	2	150,00	300,00
Tinas	8	5,00	40,00
Barriles de roble	10	100,00	1.000,00
Tanques de fermentación de acero inoxidable de 1.000 litros	5	900,00	4.500,00
Mesa clasificadora de acero inoxidable	1	180,00	180,00
Embotelladora manual para cuatro botellas. Acero inoxidable	1	250,00	250,00
Encorchadora de dos placas manual. Acero inoxidable	1	65,00	65,00
Máquina filtradora eléctrica de cinco placas	1	450,00	450,00
Bomba de presión y succión. Motros de 1Hp inoxidable	1	520,00	520,00
Tanque de almacenamiento capacidad 1.000 litros	1	1.000,00	1.000,00
Purificador de agua con ozono en acero inoxidable	1	350,00	350,00
Equipos		2.058,80	2.396,00
Microscopio	1	450,00	450,00
Cámara de Neubauer	1	65,00	65,00
Equipo de destilación	1	140,00	140,00
Balanza en g digital	1	150,00	150,00
Balanza en Kg.	1	165,00	165,00
Refractómetros manuales	1	145,00	145,00
Potenciómetros	1	70,00	70,00
Termómetros de 0 - 150°C	3	6,00	18,00
Termómetros ambientales	4	3,00	12,00
Alcoholímetro	1	12,00	12,00
Materiales de vidrio (probeta, vasos, matrases, tubos ensayo)	5	55,00	275,00
Mechero	1	11,50	11,50
Cilindros de Gas	2	60,00	120,00

Focos de 100 Watt	30	1,00	30,00
Mangueras de 0.5 cm.	20	1,00	20,00
Tamiz	5	6,50	32,50
Refrigeradora 467 litros	1	500,00	500,00
Cocina	1	250,00	250,00
Equipos de Oficina		1.087,00	2.267,00
Escritorios	2	85,00	170,00
Archivador	1	150,00	150,00
Sillas	5	25,00	125,00
Papelera	1	12,00	12,00
Teléfono	1	30,00	30,00
Calculadora sumadora	2	15,00	30,00
Suministros	5	20,00	100,00
Muebles de oficina	5	50,00	250,00
Equipo de computación	2	700,00	1.400,00
INVERSIÓN TOTAL			59.058,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

TABLA 14. VEHÍCULO

Concepto	Cantidad	V Unitario, \$	V Total, \$
Camioneta DMAX 2.4 2012	1	21000	21000

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

TABLA 15. ACTIVOS INTANGIBLES

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
PREINVERSIÓN		2500,00	2500,00
Constitución y permisos de funcionamiento	1	2500,00	2500,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		450,00	450,00
Estudio de factibilidad	1	400,00	400,00
Imprevistos 5%	5 %	-	50,00
INVERSIÓN TOTAL		USD \$	2.950,00

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

TABLA N° 16. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES

Concepto	Cantidad , m²	Costo m² , \$	Costo total, \$
Adecuación de Planta	180	38.89	4000
Adecuación de oficinas y baños	26	77	2000
TOTAL			6000

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

TABLA N° 17. MATERIALES INDIRECTOS

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual, \$
Botellas de Cristal	26153	0.18	4707,54
Etiquetas	26153	0.06	1569,18
Tapa para sellar Botellas	26153	0.11	2876,83
Cajas de cartón	26153	0.63	16476,39
Overoles de trabajo(dotación semestral)	6	35	2520
TOTAL			28149,94

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

Tabla N° 18. MANO DE OBRA

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Ing. Agroindustrial	1	500	6.000
Secretaria	1	350	4.200
Operario maquinaria	3	350	12.600
Supervisor de fábrica	1	350	4.200
Jefe de ventas y Distribución	1	350	4.200
Conductor	1	400	4.800
Guardia	1	340	4.080
Limpieza	1	340	4.080
TOTAL		4990	44.160

Fuente: Investigación Directa
Elaborado por: La Autora

4.12 CAPITAL DE TRABAJO

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corriente, para la operación normal del proyecto durante el ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. El capital de trabajo está constituido por un conjunto de recursos, que una empresa debe tener, para atender sus necesidades de operación y corresponde al excedente del activo circulante sobre el pasivo circulante.

Dentro del capital de trabajo va a estar conformado por:

- Materias primas y materiales necesarias para la elaboración del licor, en este caso el agave, azúcar, etiquetas, botellas, tapas, cartones, entre otros.
- Suministros y materiales necesarios para el funcionamiento de la empresa anualmente.

- Gastos Generales como son los servicios básicos como energía eléctrica, agua potable, teléfono, mantenimiento.
- Salarios y el costo que representa para la empresa.
- Otros gastos como publicidad, promoción, combustibles, entre otros.

4.13 INVERSIÓN VARIABLE

MATERIA PRIMA DIRECTA

Como materia prima directa para la elaboración de tequila he tomado en cuenta agave azul, azúcares del agave, levadura *saccaromyces cerevisiae*, bicarbonato de sodio.

CUADRO N° 11. MATERIA PRIMA DIRECTA

Descripción	Cantidad	Costo Total	Costo total anual
Agave azul	12.000Kg	12,50	150.000,00
Azúcares de agave	50 qq	29,00	1.450,00
Levadura <i>saccaromyces cerevisiae</i>	12.00 Kg	5,00	60,00
bicarbonato de sodio	25 Kg.	3,50	87,50
agua potable	12 m3	0,45	5,40
TOTAL			151.602,90

Elaborado por: La Autora

INSUMOS

Los insumos necesarios para la producción de tequila son los requeridos de cada uno que se describe en el siguiente cuadro:

MANO DE OBRA

a) MANO DE OBRA DIRECTA

El requerimiento de personal operativo para todo el proceso es de 3 obreros.

CUADRO N° 12. REQUERIMIENTO DE PERSONAL MOD

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	
		MENSUAL	ANUAL
Ing. Agroindustrial	1	400	4,800
Operario maquinaria	3	350	12.600
TOTAL		1100	17400

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Mayra Muela

b) MANO DE OBRA INDIRECTA

CUADRO N° 13. REQUERIMIENTO DE PERSONAL MOI

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO	
		MENSUAL	ANUAL
Supervisor de fábrica	1	350	4.200
Jefe de ventas y	1	350	4.200
Conductor	1	400	4.800
Guardia	1	340	4.080
Limpieza	1	340	4.080
TOTAL		3440	21.360

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Mayra Muela

c) GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO N° 14. SUELDOS Y SALARIOS MOI

Detalle	Mensual	Anual	IESS 11.15%	13er.	14to.	Fondos de reserva	Total Anual
Cultivo, cosecha y poscosecha	350	4.200,00	468,30	350,00	318,00	318,00	5.654,30
Operario de los tanques de fermentación	350	4.200,00	468,30	350	318	318	5.654,30
Operario maquinaria embotelladora, corchadora y etiquetado	350	4.200,00	468,30	350	318	318	5.654,30
Ing. Agroindustrial	500	6.000,00	669,00	500	318	500	7.987,00
TOTAL	1550	18.600,00	2.073,90	1.550,00	1.272,00	1.454,00	24.949,90

CUADRO N° 15. SUELDOS ADMINISTRATIVOS

Detalle	Mensual	Anual	IESS 11.15%	13er.	14to.	Fondos de reserva	Total Anual
Gerente	500,00	6.000,00	669,00	500,00	318,00	318,00	7.805,00
Contadora	500,00	6.000,00	669,00	500,00	318,00	318,00	7.805,00
Secretaria	350,00	4.200,00	468,30	350,00	318,00	318,00	5.654,30
TOTAL	1.350,00	16.200,00	1.806,30	1.350,00	954,00	954,00	21.264,30

Elaborado por: La Autora

GASTO DE ELECTRICIDAD

Los 42.40 Kw. Es un promedio de consumo de energía eléctrica por día, el costo de cada Kw. Es de 0.06 centavos para el sector Industrial Artesanal, dándonos un consumo total al año (240 días) de 10.176 Kw. Lo que nos da un valor total anual de 610.56 USD.

CUADRO N° 16. GASTO DE ELECTRICIDAD

Detalle	Consumo Total Kwq. Por día
Focos de 100 Watt para laboratorio y producción	2.40 (0.60 Kw. * 4 horas 25 (5 Kw. * 5 horas
Motores de las máquinas	
Focos de iluminación interna y externa de la planta	15 (1 Kw. * 15 horas)
Total consumo en Kw. / Día	42.40

Elaborado por: La Autora

GASTO AGUA POTABLE

Los 4 m³ se los va a utilizar en un día por lo que tomando en cuenta al año (240 días) se obtiene 960 m³ el valor de cada metro cúbico es de 0.44 centavos para el sector Industrial Artesanal.

CUADRO N° 17. GASTO DE AGUA POTABLE

Detalle	Consumo Total m3 Por día
Lavado del agave azul	0.50
Batería sanitaria	1
Aseo de pisos e instalaciones	1
Maquinaria y equipo de laboratorio	1
Otros	0.50
Total consumo en m3	4

Elaborado por: La Autora

GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

CUADRO N° 18. GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

DETALLE	MENSUAL	ANUAL
GGF de Producción		48.238,90
Insumos	2.345,83	28.149,94
Mano de obra indirecta	1.450,00	17.400,00
Electricidad	50,88	610,56
Agua potable	35,20	422,40
Útiles de aseo	8	96,00
Mantenimiento	30	360,00
Combustible	100	1.200,00
GGF de Administración		384,00
Materiales de oficina	16	192,00
Agua potable	1	12,00
Teléfono	15	180,00
GGF de Ventas	30	360,00
Publicidad		360,00
Total GGF		48.982,90

DEPRECIACIONES

CUADRO N° 19. CÁLCULO DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	% LEGAL DEPRECIACIÓN	AÑOS VIDA ÚTIL	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL
Infraestructura civil	45.250,00	45.250,00	5%	10	4.525,00	2.036,25
Maquinaria y equipo	9.145,00	9.145,00	10%	10	914,50	823,05
Equipos de oficina	867,00	867,00	10%	10	86,70	78,03
Muebles y enceres	2.396,00	2.396,00	10%	10	239,60	215,64
vehículo	21.000,00	21.000,00	20%	10	4200,00	1.680,00
Equipos de computación	1.400,00	1.400,00	33,33%	3	140,00	466,62
TOTALES		68.558,00				5.252,93

Elaborado por: La Autora

AMORTIZACIÓN GASTO DE CONSTITUCIÓN

$$\text{Amortización} = \frac{\text{Costo (\$)}}{\text{Nº años}}$$

$$\text{Amortización} = \frac{2.950,00}{10 \text{ años}}$$

$$\text{Amortización} = \$ 295,00$$

4.15 RESUMEN DE LA INVERSIÓN VARIABLE

CUADRO Nº 20. RESUMEN DE LA INVERSIÓN VARIABLE

Descripción	Valor Anual
Materia Prima	151.602,90
Insumos	28.149,94
Mano de obra directa	17.400,00
Mano de obra indirecta	21.230,00
Gastos Administrativos	24.949,90
Electricidad	610,56
Agua potable	422,40
Útiles de aseo	96,00
Mantenimiento	360,00
Combustible	1.200,00
Materiales de oficina	192,00
Teléfono	180,00
Publicidad	360,00
TOTAL INVERSIÓN VARIABLES	246.753,70

Elaborado por: La Autora

4.14 INVERSIÓN TOTAL

CUADRO N° 21. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Inversión Variable	211.731,31
Inversión Fija	59.058,00
Inversión Diferida	2.950,00
TOTAL	283.839,31

Elaborado por: La Autora

CUADRO N° 22. CAPITAL DE TRABAJO

Materia prima directa		151.602,90
Mano de obra directa		52.800,90
Costos...indirectos...de...fabricación		
Insumos	28.149,94	
Mano de Obra Indirecta	21.230,00	
Electricidad	610,56	
Agua potable	422,40	
Útiles de aseo	96,00	
Mantenimiento	360,00	
Combustible	1200,00	
Materiales de oficina	192,00	
Teléfono	180,00	
Publicidad	360,00	
Gastos Administrativos		24.949,90
Sueldos y Salarios	24.949,90	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$ 229.353,70

Elaboración: La Autora

4.15 TALENTO HUMANO DE LA EMPRESA

A continuación se detalla el número de personas necesarias para llevar a cabo el normal desempeño y proceso de producción de la empresa.

CUADRO N° 23. TALENTO HUMANO REQUERIDO PARA LA MICROEMPRESA

Personal Del Departamento Administrativo	
CARGO	N° PERSONAS
Gerente	1
Asistente de Administración	1
Contador/a	1
Secretaría	1
Personal Departamento De Producción	
CARGO	N° PERSONAS
Ingeniero Agroindustrial	1
Operario de la maquinaria lavadora y maquina clasificadora de agave tequilero.	1
Operario de los tanques de fermentación y filtro de placas.	1
Operario de la maquinaria embotelladora, corchadora y etiquetadora.	1
Supervisor de fábrica.	1
Jefe de ventas y distribución	1
Guardia de seguridad	1
Conductor	1
Servicio de limpieza	1

Elaborado por: La Autora

La microempresa requiere de cuatro personas para el departamento de Administración y diez personas para producción, teniendo un total de catorce personas.

Los sueldos a percibir serán de acuerdo a su función, cada uno de los obreros ganará un salario básico.

4.18 CRONOGRAMA DE INVERSIONES

TABLA N° 19. CRONOGRAMA DE INVERSIONES

CALENDARIO DE EJECUCIÓN DEL PROYECTO													
N°	Actividad	Primer mes				Segundo mes				Tercer mes			
		1ra.	2da.	3ra.	4ta.	1ra.	2da.	3ra.	4ta.	1ra.	2da.	3ra.	4ta.
1	Constitución de la empresa	■	■										
2	Tramites de financiamiento		■	■	■								
3	Adecuación del galpón					■							
4	Compra de maquinaria						■	■	■				
5	Compra de equipos							■	■				
6	Compra de muebles y enseres								■				
7	Compra de materia prima									■			
8	Compra de insumos									■			
9	Instalación de maquinaria									■	■		
10	Colocación de mobiliario										■		
11	Período de prueba de maquinaria										■		
12	Período de prueba técnica										■	■	■

Fuente: Investigación directa

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO

Al analizar la existencia de un mercado potencial al cual ofrecer el producto, y al existir facilidades para el desarrollo del proyecto, el estudio financiero busca establecer el monto necesario de recursos económicos, el costo total de operación e indicadores que servirán de base para a la evaluación financiera del proyecto.

El estudio financiero tiene como fin ordenar la información que es obtenida de los capítulos anteriores como es la inversión, costos e ingresos. Además, en el estudio financiero se comprobará que con los recursos que se dispone se puede ejecutar el proyecto.

5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se agrupan en tres tipos: activos fijos, activos intangibles y capital de trabajo.

Las inversiones necesarias en activos fijos y diferidos que necesita “QUICHINCHE TEQUILA S. A.”, se presenta a continuación:

5.1.1 INVERSIONES FIJAS

CUADRO N° 24. INVERSIÓN FIJA

Descripción	Cantidad	Valor U.	Total
OBRA CIVIL		45.250,00	45.250,00
Edificio e instalaciones	1	25.000,00	25.000,00
Terreno	1	20.000,00	20.000,00
Espacios verdes	1	250,00	250,00
Maquinaria		4.460,00	9.145,00
Estrujadora eléctrica Producción 1.200 Kg. / h	1	490,00	490,00
Tándem de dos alampiques	2	150,00	300,00
Tinas	8	5,00	40,00
Barriles de roble	10	100,00	1.000,00
Tanques de fermentación de acero inoxidable de 1.000 litros	5	900,00	4.500,00
Mesa clasificadora de acero inoxidable	1	180,00	180,00
Embotelladora manual para cuatro botellas. Acero inoxidable	1	250,00	250,00
Encorchadora de dos placas manual. Acero inoxidable	1	65,00	65,00
Máquina filtradora eléctrica de cinco placas	1	450,00	450,00
Bomba de presión y succión. Motros de 1Hp inoxidable	1	520,00	520,00
Tanque de almacenamiento capacidad 1.000 litros	1	1.000,00	1.000,00
Purificador de agua con ozono en acero inoxidable	1	350,00	350,00
Equipos		2.058,80	2.396,00
Microscopio	1	450,00	450,00
Cámara de Neubauer	1	65,00	65,00
Equipo de destilación	1	140,00	140,00
Balanza en g digital	1	150,00	150,00
Balanza en Kg.	1	165,00	165,00
Refractómetros manuales	1	145,00	145,00
Potenciómetros	1	70,00	70,00
Termómetros de 0 - 150°C	3	6,00	18,00
Termómetros ambientales	4	3,00	12,00
Alcoholímetro	1	12,00	12,00
Materiales de vidrio (probeta, vasos, matrases, tubos ensayo)	5	55,00	275,00
Mechero	1	11,50	11,50
Cilindros de Gas	2	60,00	120,00
Focos de 100 Watt	30	1,00	30,00
Mangueras de 0.5 cm.	20	1,00	20,00

Tamiz	5	6,50	32,50
Refrigeradora 467 litros	1	500,00	500,00
Cocina	1	250,00	250,00
Equipos de Oficina		1.087,00	2.267,00
Escritorios	2	85,00	170,00
Archivador	1	150,00	150,00
Sillas	5	25,00	125,00
Papelera	1	12,00	12,00
Teléfono	1	30,00	30,00
Calculadora sumadora	2	15,00	30,00
Suministros	5	20,00	100,00
Muebles de oficina	5	50,00	250,00
Equipo de computación	2	700,00	1.400,00
INVERSIÓN TOTAL			59.058,00

Fuente: Investigación directa y estudio técnico
Elaborado por: La Autora

Infraestructura e Instalaciones

La producción y comercialización de licores de frutas tropicales, funcionará en un local de propiedad familiar de uno de los inversionistas, por lo que se efectuará una inversión en adecuación de galpón para poner en marcha el proyecto el costo es de:

TABLA N° 20. INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES

Concepto	Cantidad , m ²	Costo m ² , \$	Costo total, \$
Adecuación de	180	38.89	4000
Adecuación de	26	77	2000
TOTAL			6000

Fuente: Investigación Directa

TABLA N° 21. VEHÍCULO

Concepto	Cantidad	V Unitario,	V Total, \$
Camioneta DMAX 2.4 2012	1	21000	21000

Fuente: Investigación Directa

5.1.2 INVERSIONES DIFERIDAS

ACTIVOS INTANGIBLES

Son inversiones susceptibles de amortizar y referidas a activos constituidos por servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha.

CUADRO N° 25. GASTO DE CONSTITUCIÓN

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
PREINVERSIÓN		2500,00	2500,00
Constitución y permisos de funcionamiento	1	2500,00	2500,00
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		450,00	450,00
Estudio de factibilidad	1	400,00	400,00
Imprevistos 5%	5 %	-	50,00
INVERSIÓN TOTAL		USD \$	2.950,00

Fuente: Investigación Directa y Estudio Técnico

Elaborado por: La Autora

INVERSIÓN TOTAL

CUADRO N° 26. INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Inversión Variable	211.731,31
Inversión Fija	59.058,00
Inversión Diferida	2.950,00
TOTAL	283.839,31

Elaborado por: La Autora

PRESUPUESTO DE EGRESOS

El Presupuesto de Egresos está compuesto por la provisión de todos los gastos que se deben realizar para el cumplimiento de objetivos y metas de la empresa en un ejercicio financiero. Estos gastos pueden ser por: gastos corrientes y de capital.

TABLA N° 22. ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

FINANCIERA	\$	%
CAPITAL PROPIO	113.535,72	40%
CAPITAL FINANCIADO	170.303,59	60%
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	283.839,31	100%

Fuente: Estudio Financiero

5.2 FINANCIAMIENTO DE CAPITAL

La inversión total del proyecto alcanza un valor de \$ 283.839,31 USD de los cuáles un 40 % del monto total de la inversión es financiado por recursos propios esto es \$ 113.535,72 y el otro 60% restante es financiado con recursos externos mediante un Préstamo Bancario de 170.303,59 USD. El financiamiento para cubrir el 60 % de la inversión se lo obtendrá mediante un crédito de la Corporación Financiera Nacional a una tasa activa del 9,30%. La amortización de la deuda se realiza mediante pagos mensuales de capital e interés.

PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN

El Presupuesto de operación está constituido por el Presupuesto de Ingresos y el Presupuesto de Egresos.

PRESUPUESTO DE INGRESOS

El presupuesto de ingresos está compuesto por todos los recursos que se estima captar durante un año financiero, ya sea por ingresos corrientes, recursos provenientes de operaciones de crédito y recursos ordinarios.

El presupuesto de ingresos está basado en el volumen de las ventas y el precio de venta para ello se han tomado en cuenta el precio promedio existente en el mercado y lo que las personas están dispuestas a pagar por el producto, como también un 2% por desperdicios.

5.3 PROYECCIONES DE VENTAS

En lo que se refiere a ingresos de la microempresa procesadora de tequila, se estima que se procesará 32,18 litros de tequila diarios, que al año se obtiene 7.725 litros de tequila (32,18*5*48 semanas); por lo tanto al dividir este volumen anual para 0,750 ml. que es el volumen de cada botella nos da un total de 10.300 botellas anuales.

CUADRO N° 27. VENTAS PROYECTADAS

Q.	PRODUCTO	UNIDAD	PRECIO	VENTAS ANUALES
1	Tequila Plata "Silver"	3.100	18,00	55.800,00
2	Tequila Oro "Gold "	3.200	18,00	57.600,00
3	Tequila Reposado "Aged"	2.400	20,00	48.000,00
4	Tequila Añejo "Ultra Aged"	1.600	25,00	40.000,00
	TOTAL	10.300		201.400,00

Para determinar el crecimiento anual de la producción hasta alcanzar la capacidad máxima proyectada a cinco años se tomó en cuenta el déficit de la oferta que hay en la Parroquia de Quichinche el cual se estima que es de 13.250 litros de tequila anual y se relacionó con la capacidad máxima de la microempresa que se quiere alcanzar en cinco años que es de 52.000 litros de tequila obtenidos, mediante el empleo de una regla de tres el resultado es de 44,71% de la demanda cubierta, la misma relación matemática se empleó con el primer año cuya producción es de 10.300 litros de tequila, cubriendo así un 16,48 % de la demanda, por lo tanto, la diferencia entre el 44.71% demanda final cubierta y el 16,48 % demanda inicial cubierta, nos da un resultado de 28,23 % y esto dividido para la proyección de cinco años nos indica que cada año se crecerá en un **5,65 %** en la producción de tequila.

5.4 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados tiene como fin calcular la utilidad neta y los flujos

netos de efectivo del proyecto, el cual se obtiene restando a los ingresos de todos los gastos que se producen y los impuestos a pagar. El análisis del estado de resultados o de pérdidas y ganancias tiene como fin es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son el beneficio real de la operación de la microempresa, y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos en que incurra la planta procesadora y los impuestos que se deba pagar.

CUADRO N° 28. PRESUPUESTO Y PROYECCIÓN DE INGRESOS Y GASTOS

Costos de Producción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	201.400,00	212.779,10	224.801,12	237.502,38	250.921,27
TOTAL INGRESOS	201.400,00	212.779,10	224.801,12	237.502,38	250.921,27
EGRESOS					
Costos de Producción					
Materia prima	64.102,90	67.724,71	71.551,16	75.593,80	79.864,85
Mano de Obra Directa	17.400,00	18.383,10	19.421,75	20.519,07	21.678,40
Depreciación infraestructura física	2.036,25	2.151,30	2.272,85	2.401,26	2.536,93
Depreciación maquinaria y equipo	823,05	869,55	918,68	970,59	1.025,43
Depreciación vehículo	1.680,00	1.774,92	1.875,20	1.981,15	2.093,09
Gastos indirectos de fabricación	48.238,90	50.964,40	53.843,89	56.886,07	60.100,13
Total Costos de Producción	134.281,10	141.867,98	149.883,52	158.351,94	167.298,83
Gastos administrativos					
Sueldos Gerente	7.805,00	8.245,98	8.711,88	9.204,10	9.724,13
Sueldo Contador	7.805,00	8.245,98	8.711,88	9.204,10	9.724,13
Sueldo Secretaria	5.654,30	5.973,77	6.311,29	6.667,87	7.044,61
Depreciación muebles y encerados	215,64	215,64	215,64	215,64	215,64
Depreciación equipos de oficina	78,03	78,03	78,03	78,03	78,03
Depreciación equipos de computa.	419,96	419,96	419,96	-	-
Gastos indirectos de fabricación	384,00	405,70	428,62	452,83	478,42
Gastos Impuestos	1900	2.007,35	2.120,77	2.240,59	2.367,18
Total Gastos Administrativos	32.066,93	33.838,39	35.709,94	37.267,27	39.356,28
Gastos de Ventas					
Gastos Indirectos de fabricación	360,00	380,34	401,83	424,53	448,52

Total Gastos de Ventas	360,00	380,34	401,83	424,53	448,52
Amortización Gastos de Consti.	295,00	295,00	295,00	295,00	295,00
Total Egresos	167.003,03	176.381,71	186.290,29	196.338,75	207.398,63
Utilidad Antes Part. Trabaja	34.396,97	36.397,39	38.510,83	41.163,64	43.522,64
15 % Participación Trabajadores	5.159,55	5.459,61	5.776,62	6.174,55	6.528,40
25 % Impuesto a la Renta	1.289,89	1.364,90	1.444,16	1.543,64	1.632,10
UTILIDAD NETA	27.947,54	29.572,88	31.290,05	33.445,45	35.362,15

Elaborado por: La Autora

5.5 BALANCE GENERAL INICIAL

BALANCE GENERAL INICIAL QUICHINCHE CIA. LTDA.

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO A CORTO PLAZO	
Caja y Bancos	170.303,59	Obligaciones a corto plazo	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	170.303,59	TOTAL PASIVO A CORTO PLAZO	-
ACTIVO FIJO		PASIVO A LARGO PLAZO	
Edificio	25.000,00	Obligaciones con instituciones financieras	170.303,59
Maquinaria	9.145,00	TOTAL PASIVO A LARGO PLAZO	170.303,59
Muebles y enseres	2.396,00	TOTAL PASIVOS	170.303,59
Equipo de oficina	867,00		
Equipo de computación	1.400,00		
Vehículo	21.000,00		
TOTAL ACTIVO FIJO	48.308,00	PATRIMONIO	
ACTIVO DIFERIDO		Capital Social	113.535,72
Gastos de constitución	2.950,00	Utilidad / Pérdida del ejercicio	
(-) Amortización acumulada Gtos. Constit.		TOTAL PATRIMONIO	113.535,72
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	2.950,00		
TOTAL ACTIVO	283.839,31	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	283.839,31

CUADRO N° 29. PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS

5.6 PROYECCIÓN DE ESTADOS FINANCIEROS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión	281.369,59				
Ventas	201.400,00	212.779,10	224.801,12	237.502,38	250.921,27
Costo de producción	134.281,10	141.867,98	149.883,52	158.351,94	167.298,83
Depreciaciones	23.342,87	24.403,58	25.524,22	26.708,17	27.959,02
Utilidad Bruta	43.776,03	46.507,54	49.393,38	52.442,27	55.663,42
Gastos Administrativos	22.361,93	23.585,06	24.877,30	26.242,56	27.684,95
Gastos de Ventas	360	380,34	401,83	424,53	448,52
Gastos Financieros	15.838,23	15.838,23	15.838,23	15.838,23	15.838,23
UTILIDAD ANTES PART, TRABAJ	5.215,87	6.703,91	8.276,02	9.936,95	11.691,72
15% Participación Trabajadores	782,38	1.005,59	1.241,40	1.490,54	1.753,76
UTILIDAD / PÉRDIDA ANTES IMPUESTO RENTA	4.433,49	5.698,32	7.034,61	8.446,41	9.937,96
25% Impuesto a la Renta	1.108,37	1.424,58	1.758,65	2.111,60	2.484,49
UTILIDAD NETA	3.325,12	4.273,74	5.275,96	6.334,81	7.453,47

Elaborado por: La Autora

5.7 FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA PROYECTADO A 5 AÑOS QUICHINCHE CIA. LTDA.

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ingresos Operacionales							
Ingresos por Ventas	-	201.400,00	212.779,10	224.801,12	237.502,38	266.002,67	1.142.485,27
Préstamo Bancario	170.303,59	-	-	-	-	-	170.303,59
Total Ingresos	170.303,59	201.400,00	212.779,10	224.801,12	237.502,38	266.002,67	1.312.788,86
EGRESOS							
Costo de producción	-	134.281,10	141.867,98	149.883,52	158.351,94	167.298,83	751.683,37
Costo de Mano de Obra	-	17.400,00	18.383,10	19.421,75	21.237,68	22.437,61	98.880,14
Gastos Financieros	-	15.838,23	15.838,23	15.838,23	15.838,23	15.838,23	79.191,15
Gastos Administrativos	-	22.361,93	23.585,06	24.877,30	26.242,56	27.684,95	124.751,80
Tributos y Contribuciones	-	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	1.900,00	9.500,00
Gastos de Ventas	-	360,00	380,34	401,83	424,53	448,52	2.015,22
Crédito cuota	2.365,33	2.365,33	2.365,33	2.365,33	2.365,33	2.365,33	14.191,98
Amortización Gastos de Constitución	-	295,00	105,00	105,00	105,00	105,00	715,00
Total Egresos	2.365,33	194.801,59	204.425,04	214.792,96	226.465,27	238.078,47	1.080.929
Inversiones Fijas							
Equipos de computación	1.400,00						1.400,00
Muebles de oficina	250,00						250,00
Escritorios	170,00						170,00
Archivador	150,00						150,00
Suministros	100,00						100
FLUJO GENERADO	170.008,26	6.598,41	8.354,06	10.008,16	11.037,11	27.924,20	233.930
SALO INICIAL DE CAJA		25.000,00	31.598,41	39.952,47	49.960,62	60.997,73	207.509
FLUJO NETO GENERADO	170.008,26	31.598,41	39.952,47	49.960,62	60.997,73	88.921,94	441.439

Elaborado por: La Autora

5.8 RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Un periodo aproximado de 5 años, se recupera la inversión realizada, lo cual es conveniente pues cumple con los objetivos plantados, tiempo en el cual los ingresos justificarán a los egresos.

TABLA N° 23. RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Descripción	Cantidad	Total
Edificio e instalaciones	1	35.000,00
Terreno	1	30.000,00
Vehículo	1	18.000,00
TOTAL		83.000,00

Elaborado por: La Autora

5.9 EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN

La evaluación financiera tiene como objetivos calcular y estimar los beneficios netos que se esperan de la inversión que se realizará para lo cual se usa y maneja las principales técnicas de evaluación.

Entonces, la evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendrá exclusivamente el factor capital al comportamiento en un proyecto específico.

Para realizar la evaluación financiera se ha utilizado los indicadores financieros del VAN (Valor Actual Neto) y la TIR (Tasa Interna de Retorno).

5.9.1 VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto (VAN), representa la rentabilidad en términos de dinero con poder adquisitivo presente y permite valorizar si se realiza o no se realiza la inversión.

Para el cálculo del VAN se tomó una tasa de descuento del **6,56%** (tasa de inflación acumulada anual) aplicada para este tipo de proyectos de inversión y fijada como referencia por el INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \frac{f1}{(1+i)^{n1}} + / - \frac{f2}{(1+i)^{n2}} \dots - I_0$$

Donde:

FNE = Flujo Neto de Efectivo

i = Tasa de redescuento

II = Inversión Inicial

VS = Valor de salvamento

VAN positivo, significa que existe rentabilidad

VAN negativo, inversión no rentable o no atractiva.

$$VAN = 283.839,32 + \frac{31.598,41}{(1+0,0656)^1} + \frac{39.952,47}{(1+0,0656)^2} + \frac{49.960,62}{(1+0,0656)^3} + \frac{60.997,73}{(1+0,0656)^4} + \frac{88.921,94}{(1+0,0656)^5}$$

$$VAN = -283.839,32 + 312.957,20$$

$$VAN = 29.117,88$$

Significa que el proyecto resulta ser factible de realizarlo, ya que la sumatoria de las entradas de efectivo actualizadas superan a la inversión inicial dándonos un VAN positivo.

CÁLCULO DEL TIR

Para el cálculo del TIR, se aplicó el método de interpolación, manejándose dos tasas arbitrarias a fin de obtener dos Valores actuales netos actualizados, la misma que se expresa en la siguiente tabla:

Tasa Superior 38%

Tasa Inferior 37%

Cuadro N° 30. CÁLCULO DEL TIR

FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS			
Años Flujos	FLUJOS NETOS.	POSITIVO	NEGATIVO
		37%	38%
1	31.598,41	31.598,41	31.598,41
2	39952,47	39952,47	39952,47
3	49.960,62	49.960,62	49.960,62
4	60.997,73	60.997,73	60.997,73
5	88.921,94	88.921,94	88.921,94
TOTAL	271.431,17	100,52	-175,31

Elaborado por: La Autora

La tasa promedio: $38 - 37 = 1\%$

Valor promedio: 100,52

175,31

275,83

154

1% 275,83

X 100,52

X = 0,36%

Tasa inferior: 37%

+ Diferencia: 0,36%

TIR: 37,36%

De acuerdo con la aplicación, se obtuvo una TIR del 37,36%; resulta factible, lo que significa que el proyecto internamente en retorno generará mayor tasa que la que ofrece otras inversiones externas. La TIR de 37,36% es mayor que la Tasa

mínima Aceptable de Rendimiento del 13,04%, lo que permite determinar que el proyecto es factible.

5.9.2 CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

CUADRO N° 31. CÁLCULO DEL COSTO DE OPORTUNIDAD

Detalle	Valor	%	Tasa ponderación	Valor ponderado
Inversión propia	113.535,72	40%	6,56	420,14
Inversión Financiada	170.303,59	60%	9,30	750,45
Total	283.839,31	100%		1170,59

Elaborado por: La Autora

- ❖ Tasa Pasiva Referencial 6,56 %
- ❖ Tasa activa vigente en la Corporación Financiera Nacional 9,30%

Costo de capital sin inflación = Valor Ponderado

$$\begin{aligned}
 & 100 \\
 & = 1170,59 \\
 & 100 \\
 & = \mathbf{11.71\%}
 \end{aligned}$$

5.9.3 TASA DE REDESCUENTO

Costo de Capital con inflación = $(1+CK) * (1+i) - 1$

$$= (1+0,1171) * (1+0,03) - 1$$

$$= 15,06\%$$

Donde:

0,1171= Costo de oportunidad

3% = Inflación

15,06% = Tasa de descuento

Análisis 15,06% Es el Costo de Capital con Inflación el proyecto, lo cual significa que esta tasa mínima que debe generar la Inversión para que no genere pérdidas.

5.10 RELACIÓN COSTO – BENEFICIO

Este método mide la rentabilidad que se obtiene por cada dólar invertido. Utilizaremos cualquiera de las 2 fórmulas que en esencia son las mismas:

Ratio = VAN / Inversión inicial; o

$$IRn = \frac{\text{VALOR ACTUAL NETO (VAN)}}{\text{VALOR PRESENTE DE LOS DESEMBOLSOS DE CAJA}}$$

Se elegirá aquel proyecto que presente este ratio más elevado.

Si el índice es mayor que cero se acepta el proyecto, en caso contrario se rechaza. En este el denominador coincide con el valor de la inversión inicial. El valor actual del numerador se calcula utilizando la tasa mínima de rendimiento, que se supuso es del 3.44%, o sea, la tasa de oportunidad del mercado.

$$iRn = \frac{25.852,76}{14,86}$$

$$iRn = \frac{1.739,76}{17,40}$$

Como es mayor que cero se acepta el proyecto. Por cuanto, en este proyecto se obtiene una rentabilidad del 17,40%.

5.11 PUNTO DE EQUILIBRIO

La fórmula para calcular el punto de equilibrio es la siguiente:

$$P.E. = \frac{CF}{P - CV}$$

CF Costos fijos
P Precio unitario
CV Costos variables unitarios



5.12 PERIODO DE RECUPERACIÓN O REPAGO

El plazo de recuperación real de la inversión inicial del presente proyecto, se basa en los flujos que genera en cada periodo de su vida útil. El periodo de recuperación del proyecto será en 3,98 años, tiempo en el cual los ingresos justificarán a los egresos.

PRI del proyecto = 3,98 años

Un periodo aproximado de 4 años, se recupera la inversión realizada, lo cual es conveniente pues cumple con los objetivos de los intereses de los accionistas.

5.13 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad ayuda a la empresa en la realización del análisis de los factores o variables que son sensibles y afectan el proyecto tanto en el TIR, VAN, Relación B/C, para de esta forma controlar las variables susceptibles de cambios.

CUADRO N° 32. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

CONCEPTOS:	RESUMEN DE			EVALUACIÓN
	Variación	TIR %	V	
Aumento de costos	5	16.02	7,668.6	No sensible
Disminución de ingresos	5	16.88	5,080.0	No sensible
Disminución ingresos y aumento de			-	Sensible
Aumento a la M.O.D.	10	28.02	39,122.7	No sensible
Aumento al personal	15	31.93	51,772.3	No sensible
Aumento de materia	20		-	Sensible
Aumento en Suministros,	12	30.81	48,178.0	No sensible
Normal		31.93	51,772.3	RENTABLE
TMAR: Tasa mínima aceptable de		14.00		
No sensible = significa que el proyecto sigue siendo rentable a pesar de la variación en				
Sensible = hay que tomar providencias aplicando las estrategias adecuadas y analizar los				

Realizando el análisis de sensibilidad se determinó que el proyecto presenta mayor sensibilidad a la disminución de ingresos. Así una disminución del 10 % en los mismos, provoca una reducción de la tasa interna de retorno financiera alcanzando los 17,40%. Sin embargo, a pesar de su considerable disminución, el valor actual neto se mantiene positivo.

CAPÍTULO VI

6 LA ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA

6.1 LA MICROEMPRESA

La razón social de la microempresa es mediante la cual sus representantes legales, podrán realizar cualquier tipo de transacción comercial, basándose en las disposiciones legales que rigen en el país.

El propósito de la microempresa es proveer de un licor de moderación de calidad, con un sabor agradable. El nombre del licor es “**TEQUILA 100 FUEGOS**”.



6.2 CONSTITUCIÓN DE LA MICROEMPRESA

Persona Jurídica es todo ente o razón social que para tener existencia visible necesita de una persona natural que lo represente. Según el Código civil son personas jurídicas, los entes susceptibles de adquirir derecho y contraer obligaciones; pueden ser de existencia visible o imaginaria.

Inicialmente la empresa estará conformada por 3 socios, los cuales están dispuestos a contribuir ya sea con activos fijos o capital de trabajo.

Para empezar a desarrollar todas las actividades de la empresa es importante constituir legalmente, mediante escritura pública según lo que dictamina la ley.

6.3 BASE FILOSÓFICA

La responsabilidad de los socios se limita al monto que aportan al capital social. Las limitaciones que tiene este tipo de microempresa es que ya no se pueden aumentar las acciones y como es tipo de familiar se dificulta la administración de la misma. Nuestra empresa debe cumplir con los siguientes requisitos legales para su formación:

6.3.1 NÚMERO DE SOCIOS

Mínimo 2 y máximo 10 personas.

6.3.2 CAPITAL

De acuerdo a la ley, el capital estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior a \$ 400 de capital suscrito y como capital pagado el equivalente al 50% de dicho valor

Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de 12 meses. A contarse de la fecha de constitución de la compañía.

6.4 PRINCIPIOS Y VALORES

6.4.1 PRINCIPIOS

- ❖ La responsabilidad es uno de los principios más importantes de la empresa, ya que mediante esta se cumplirá la puntualidad en la producción, entrega de pedidos, pago de cuentas, entre otros. Hacia los clientes el cumplir con lo ofrecido como son descuentos, promociones, para lograr en ellos su preferencia y fidelidad.
- ❖ Mejoramiento continuo tanto en procesos como en el producto a fin de que vaya acorde con la actualidad según las necesidades y exigencias del mercado.
- ❖ Una buena atención al cliente en todas sus interrogantes, crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.
- ❖ Cuidar la imagen de la microempresa con un buen desempeño de labores, cumplimiento de obligaciones respetando políticas y valores, con transparencia en el desarrollo de las mismas.

6.4.2 VALORES

- ❖ Honestidad, elaborar todas y cada unas de las actividades dentro de la microempresa como hacia el cliente con transparencia y rectitud, siendo justo en cada decisión que se presente.
- ❖ Ética, los trabajadores deberán trabajar con eficiencia, con un trato respetuoso para sus compañeros como para los clientes,

desempeñando sus funciones con rectitud y disciplina.

- ❖ Cooperación, es importante la ayuda y compañerismo dentro de la empresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en conjunto.
- ❖ Calidad, en el desempeño administrativo, organizacional y de producción ya que esto se reflejará en el producto y en la satisfacción del cliente.

6.5 VISIÓN

Ser un centro de procesamiento de comercialización y producción de tequila, llegando a ser el preferido por los consumidores, que cumpla con las exigencias del mercado, creando confianza, siendo un producto de excelente calidad.

6.6 MISIÓN

Ofrecer al mercado una gama de licores de moderación, de excelente calidad, creando confianza y garantizando el bienestar del cliente, equipo humano manteniendo el prestigio.

La empresa para alcanzar su visión, misión y objetivos debe emprender estrategias genéricas que consisten en establecer alianzas tanto con proveedores como con los clientes, a fin de tener la capacidad de enfrentarse a las fuerzas competitivas y así minimizar los costos, elevar el nivel de productividad y obtener un rendimiento de inversión mayor al esperado.

La estrategia microempresarial a la que se enfoca la empresa es tener diferenciación en el producto, que quiere decir un licor diferente a los demás, con un nuevo sabor y que no se haya elaborado por la competencia, con un diseño de imagen llamativa para el consumidor y que cree en él la necesidad

A la vez la microempresa buscará disminuir sus costos de producción sin descuidar la calidad del producto, a fin de incrementar el número de clientes.

6.7 ESTRATEGIAS DE MARKETING

Las estrategias de marketing buscan que el producto sea conocido y preferido en el segmento escogido para esto se va tomando en cuenta factores como:

6.7.1 Producto: Un producto de calidad con una marca y logotipo llamativo a la vista del consumidor, que se lo pueda adquirir fácilmente en cualquier tienda, licorería o supermercado.

PRESENTACIÓN:



Reposado "Aged"



Añejo "Ultra Aged",



Blanco o Plata "Silver"



Joven u Oro "Gold"



6.7.2 Publicidad: Manejar una publicidad activa con auspicios en eventos sociales como conciertos o festividades de la parroquia, la ciudad y la promoción del producto en medios de comunicación popular y confiable.

Publicidad para clientes actuales y potenciales. La propuesta publicitaria,

se compone principalmente de la evaluación y mejoramiento de publicidad actual, la creación de una página Web.

Para la evaluación y mejoramiento de la publicidad actual se debe realizar un plan de publicidad que dirija todas las propuestas hacia un objetivo común, de tal manera que pueda ser medida su efectividad.

6.7.3 Precio: El producto debe justificar el precio que se pague por él, tomando en cuenta los precios que se les da a los demás licores el precio oscila entre la variedad:

- **Tequila Clase Blanco o Plata "Silver"** \$ 18.00
- **Tequila Clase Joven u Oro "Gold"** \$ **18.00**
- **Tequila Clase Reposado "Aged"** \$ 20.00
- **Tequila Clase Añejo "Ultra Aged",** \$ **25.00**

La estrategia a utilizar es de penetración rápida la cual consiste en ofrecer el producto a un precio bajo y con una buena publicidad y promoción, tomando en cuenta la diversidad en productos similares a este licor.

6.7.4 Distribución: Esta se hará de manera directa, ya que la microempresa se encuentra en la ciudad por lo que se tratará con los clientes continuamente, a fin de determinar la necesidad del producto en cada distribuidor.

Es importante tomar en cuenta que no existe un licor de moderación como el tequila producido en el país, lo cual es una ventaja en cuestión de precios, distribución y acaparamiento del mercado.

6.8 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- ✚ Los objetivos corporativos son los resultados que desea alcanzar en determinado período de tiempo y expresado en forma cuantitativa.
- ✚ Optimizar los recursos de la empresa y buscar nuevas alternativas que resulten beneficiosas a fin de recuperar la inversión realizada en tres años.
- ✚ Incrementar la capacidad instalada de la empresa para aumentar el volumen de ventas anuales en un 40% en cuatro años.
- ✚ Vender un Producto de calidad con buena imagen que le permita ser conocido y así conseguir prestigio en el mercado.
- ✚ Dar a los trabajadores un buen trato y motivación salarial a fin de lograr eficiencia y crecimiento de la organización.
- ✚ Incrementar el porcentaje en un 40% de oferta a partir del tercer año a fin de expandir el producto a nivel nacional.
- ✚ Actualizar los sistemas contables y de información para llevar un control minucioso y permanente de las actividades de la empresa.

6.9 ORGANIZACIÓN

El centro de Procesamiento se basará en una estructura vertical donde la delegación de autoridad es de arriba hacia abajo, en la cual las ordenes y decisiones en todo nivel medio e inferior en la empresa se harán a cargo del nivel directivo y la gerencia.

6.10 MANUAL DE FUNCIONES

6.10.1 GERENTE

Por ser un proyecto micro empresarial pequeño en número de empleados fijos, y de acuerdo al diagrama de la estructura orgánica de la microempresa, el

administrador tiene a su cargo tres áreas, sin embargo cabe establecer sus funciones primordiales, ya que al no ser necesario mayor personal, sus actividades estará dirigidas hacia la producción principalmente:

6.10.2 FUNCIÓN GENERAL

Administrar, ejecutar y verificar el cumplimiento de las políticas micro empresariales establecidas, ser responsable de la planificación de objetivos, procesos de producción y estrategias de comercialización, además de planificar, organizar y ejecutar las respectivas decisiones tomadas con respecto al uso de los recursos económicos, materiales, tecnológicos y humanos. 6.7.1 Organización Administrativa

6.10.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- Ordenar compra de materiales.
- Programar la producción.
- Seleccionar y contratar personal.
- Ejecutar transacciones comerciales con los clientes.
- Representar a la empresa ante el gobierno, la banca, el comercio y demás entidades que se requiera.
- Planificar, organizar dirigir, controlar y evaluar la gestión financiera, de mercado, producción y recursos humanos de la empresa para garantizar la toma de decisiones.
- Revisar cuidadosamente las cuentas.
- Ejecutar las demás actividades de su cargo.

6.10.4 PERFIL

- a) Mostrar responsabilidad en las funciones encomendadas.
- b) Ser creativo, innovador y proactivo en sus labores.

- c) Ser capaz de desempeñarse bajo presión.
- d) Capacidad de liderazgo
- e) Agilidad para tomar decisiones rápidas y seguras.
- f) Demostrar tolerancia en situaciones difíciles y complicadas.
- g) Ser una persona veraz, confiable y sincera.
- h) Ser capaz de mantener buenas relaciones interpersonales.

6.10.5 Requisitos: administrador de empresas, ingeniero con especialización en económicas y/o financieras.

6.11 CONTADOR

El profesional contador se encarga de las siguientes actividades dentro de la microempresa:

6.11.2 FUNCIÓN GENERAL

Llevar los registros y libros de contabilidad, registrando los movimientos de los bienes y derechos monetarios, registrar conforme a la normativa aplicable en nuestro país, los movimientos y operaciones económicas que realiza la microempresa, de tal forma que dichos resultados se puedan resumir para la presentación de Estados Financieros, ya sean para la gerencia y/o accionistas, inversores, trabajadores, y demás personas interesadas en esta información; y la expresará de tal forma que todos puedan entenderla. También, en nuestro país una de las actividades principales que tiene el profesional contador es la de la liquidación de impuestos con el fisco.

6.11.3 FUNCIONES ESPECÍFICAS

- a) Estructurar los Estados Financieros.
- b) Declaración de impuestos con el Servicio de Rentas Internas.

- c) Llevar un archivo detallado de facturas, kardex, comprobantes de depósitos y pagos.
- d) Realizar los pagos de las compras de insumos, materiales y mano de obra que se requiera.
- e) Establecer conciliaciones de saldos de cuentas bancarias con la finalidad de asegurar la correspondencia de la información financiera.
- f) Elaborar registros contables que permitan asegurar un adecuado control de endeudamiento.
- g) Elaborar los respectivos roles de pago, y afiliación al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.
- h) Registrar la morosidad de las cuentas por cobrar.
- i) Elaborar informes sobre costos y depreciaciones.
- j) Estar actualizado en lo que respecta a normativa tributaria, contable y demás asuntos afines a su cargo.

6.11.3 PERFIL

- a) Profesional en la rama contable, de preferencia con título de tercer nivel.
- b) Ser un profesional ético, moralmente intachable y dedicado
- c) Mostrar responsabilidad en su trabajo.
- d) Buenas relaciones interpersonales.
- e) Ser capaz de desempeñarse bajo presión.
- f) Mostrar seguridad, firmeza y predisposición al trabajo.

6.12 SECRETARIA

Funciones:

- Atender personal y telefónicamente al público que solicite los servicios de la empresa.
- Redactar la correspondencia siguiendo las instrucciones generales.
- Tomar dictados y transcribir las comunicaciones y demás documentos de la oficina.

- Llevar el registro y archivo de los diversos documentos de la organización.
- Colaborar en la organización y atención de las reuniones de trabajo que deban llevarse a cabo.
- Tener un orden general en la oficina para facilitar la ejecución de las labores.
- Coordinar personalmente las reuniones con el fin de preparar la documentación pertinente.
- Velar por el buen uso y conservación del equipo y los elementos bajo su custodia.
- Ser honesta en el manejo económico y de información como de desembolsos de los créditos.
- Archivar las carpetas de los usuarios vinculados a la entidad.
- Recibir los recaudos que hacen los clientes.
- Hacer las plantillas diarias de caja.

Requisitos: experiencia de 1 año en el cargo. Profesional en secretariado contable.

6.13 ASISTENTE ADMINISTRATIVO Y CONTABLE

Funciones:

- Administrar todos los recursos de la empresa tanto económicos, como insumos para la producción.
- Velar por el buen uso y conservación de los elementos a su cargo.
- Llevar la agenda de compromisos y colaborar en la organización de las reuniones que se deban efectuar.
- Llevar a cabo controles sobre el uso del teléfono en llamadas de larga distancia.
- Establecer metas, estrategias y objetivos eficaces que permitan mejorar la empresa.
- Tomar decisiones administrativas que permitan el mejor desempeño de la empresa.

- Controlar todos los movimientos de la empresa tanto organizacionales, de ventas como de producción.
- Llevar el control de las transacciones de la empresa con el contador de manera constante.
- Llevar los libros de contabilidad de la empresa en debida forma de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.
- Revisar diariamente los registros contables y realizar los ajustes que considere necesarios para que la contabilidad muestre la racionalidad de las cifras de acuerdo con los principios de contabilidad.
- Presentar los estados financieros pertinentes en el lapso comprendido.
- Elaborar y verificar las conciliaciones de las diversas cuentas bancarias de la empresa tanto corriente como en ahorro.

6.13.1 REQUISITOS

- Edad entre los 20 a 25 años
- Disponibilidad de tiempo completo
- Título profesional en Contabilidad o Administración.
- Conocimiento de programas contables informáticos.
- Experiencia mínima 2 años.

6.14 JEFE DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN

Funciones:

- Mantener contacto permanente con los clientes, mediante llamadas, visitas personales, mail.
- Satisfacer todas las inquietudes y necesidades que los clientes y nuevos interesados tengan sobre el producto.
- Crear estrategias de venta y promoción e innovarlas para estar

siempre a la par o a un mejor que la competencia, ofertando el producto constantemente.

- Llevar el control sobre las ventas realizadas y las que se han cancelado para dar un informe de actividades y novedades al gerente.
- Identificar las razones o problemas que se susciten o puedan suscitarse que disminuyan las ventas del producto.
- Controlar la entrega puntual de pedidos a los distribuidores.

6. 14.1 Perfil

- a) Egresado o Profesional en Agronomía.
- b) Experiencia de 2 años en manejo de cultivos y técnicas de producción agrícola.
- c) Conocimientos sólidos acerca del amaranto y productos similares. Conocimientos sólidos acerca de fertilizantes y agroquímicos.
- e) Buenas relaciones interpersonales.
- f) Facilidad de palabra y poder de persuasión.
- g) Mayor de 28 años

6.14.2 Requisitos: Experiencia mínima 1 año. Profesional ingeniero comercial, marketing o ventas.

6.15 PERSONAL DE SERVICIO

Funciones:

- Aseo de las oficinas y empresa en general.
- Elaborar y brindar tintos y aguas aromáticas.

- Velar por el cuidado de los bienes de la empresa.
- Ejecutar las demás actividades de su cargo.

6.15.1 Requisitos: bachiller académico. Experiencia 1 año.

6.15.2 Guardias

Funciones:

- Atender y guiar al público.
- Revisar que los sitios de acceso estén protegidos.
- Controlar según lo ordenado entrada y salida de personal.
- Permanecer en constante vigilancia de la puerta principal.
- Consultar ante su superior por problemas que se presenten.
- Las demás funciones acordes con el cargo.
- Ser honesto y responsable en no abandonar su cargo.

Requisitos: Bachiller académico. Experiencia 1 año.

6.15 JEFE DE PRODUCCIÓN

Funciones

- Chequear las cantidades, pesos, rótulos, calidades, entre otros.
- De los despachos a los operadores.
- Controlar el buen desarrollo de todas y cada una de las etapas del proceso de producción.
- Controlar el trabajo de los obreros de la planta
- No permitir la entrada a personas ajenas a la zona.
- Garantizar el adecuado y buen uso de los materiales de trabajo.
- Coordinar el transporte con el conductor.
- Recibir todos los materiales inventariados.

- Verificar el buen estado de los insumos.
- Realizar el control de calidad del producto terminado.
- Coordinar inventarios generales físicos de bodega.
- Establecer un clima, participativo, creativo.
- Las demás funciones inherentes al cargo que se le asignen.

Requisitos: Ingeniero en agroindustrial. Experiencia 3 años.

6.16 OBREROS

6.16.1 Perfil

- a) Responsable, puntual y honesto
- b) Poseer Destreza manual.
- c) Tener conocimientos generales sobre la agricultura y proceso productivo.
- d) Que resida cerca del sector de producción.
- e) Instrucción Primaria.
- f) De 18 años hasta 50 años

6.16.2 Funciones

Obrero 1: Verificación del agave, lavado y secado de la misma.

- No permitir la entrada a personas ajenas a la bodega.
- Notificar la mercancía que haya expirado.
- Supervisar la calidad y cantidad, así como el adecuado manejo de las materias bajo su responsabilidad.
- Controlar entrada y salida de materia prima.
- Digitar los pedidos de materia prima.

Obrero 2: Manejo del tanque de mezclado y fermentación.

- Verificación del jugo que se encuentre en buen estado.
- Verificación de la calidad de todos los materiales primarios.

- Notificar cualquier anomalía de seguridad industrial y mantenimiento.

Obrero 3: Envasado, y verificación del producto terminado

- Notificar cualquier anomalía de seguridad industrial y mantenimiento.
- Empaque de las 12 unidades en cajas de cartón
- Colocación de las cajas en el camión con el conductor para la distribución
- No permitir la entrada a personas ajenas a la bodega.
- Coordinar con su superior el transporte.
- Garantizar el adecuado y buen uso del material de trabajo
- Notificar la mercancía que haya expirado
- Coordinar inventarios generales físicos de bodega.

6.16.3 Requisitos: bachiller. En caso de los obreros de bodega experiencia en bodegaje 1 año.

6.17 ASPECTO LEGAL

Toda organización está en la obligación de cumplir aspectos legales, así como, políticas, leyes, normas y reglamentos que rigen las actividades que realiza una microempresa en el país y del producto que se comercializará, para que en un futuro no tengan contratiempos en su funcionamiento y desarrollo. A continuación se nombra algunos aspectos legales necesarios para su correcta constitución y posterior funcionamiento:

6.18 REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES

El primer requisito que debe cumplir la microempresa para comenzar a funcionar es obtención del RUC, cuya finalidad es la de identificar a los sujetos

pasivos, ya sean estas formas naturales o jurídicas, como en este caso. Los requisitos para la apertura del mismo son los siguientes:

- a) Original y copia de cedula y papeleta de votación
- b) Registro de patente
- c) Original de la planilla de servicios básicos

6.19 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO BOMBEROS

Es un permiso que se debe obtener del Cuerpo de Bomberos, el cual después de una inspección, garantice el funcionamiento, verificando todas las medidas de seguridad correspondientes. Los requisitos son los siguientes:

- a) Formulario de permiso de bomberos
- b) Copia de cedula y papeleta de votación
- c) Copia del RUC
- d) Factura de extinguidor

6.20 PERMISO DE FUNCIONAMIENTO SANITARIO

Los requisitos para la obtención del permiso de funcionamiento sanitario otorgado por la Dirección Provincial de Salud son los siguientes:

- a) Formulario de Solicitud
- b) Copia del Ruc
- c) Copia de cedula de ciudadanía del representante legal o propietario.
- d) Documentos que acrediten la personería jurídica
- e) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento.
- f) Plano del Establecimiento a escala 1:50
- g) Croquis de la ubicación del establecimiento.

- h) Permiso Otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- i) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en la entidad comercial.

6.21 ASPECTO TRIBUTARIO

En la legislación ecuatoriana, el ente recaudador de los impuestos ordinarios es el Servicio de Rentas Internas, mientras que, de los impuestos extraordinarios se estará de acuerdo a la legislación del cantón, a continuación se explican estos rubros:

6.22 IMPUESTOS ORDINARIOS

6.22.1 Impuesto al Valor Agregado

Se deberá presentar de forma mensual las declaraciones de IVA a través del formulario 104A. Las declaraciones mensuales de IVA y el respectivo pago del impuesto se realizan el mes siguiente al período que se va a informar y el plazo para presentarlas depende del noveno dígito del RUC.

6.22.2 Impuesto a la Renta

La microempresa estará en la obligación de presentar una declaración anual de impuestos a la Renta, a través de una conciliación tributaria, para lo cual deberá realizar el cálculo de su impuesto basándose en los valores y porcentajes que el SRI publique, estarán sujeta a la tarifa impositiva del 22% desde el año 2013.

6.22.3 Retenciones en la Fuente

La retención es la obligación que tiene el comprador de bienes y servicios, de no entregar el valor total de la compra al proveedor, sino de guardar o retener un porcentaje en concepto de impuestos. Este valor debe ser entregado al SRI a nombre del contribuyente, para quien esta retención significa un prepago o anticipo de impuestos, y la declaración correspondiente se la hará en el formulario 103.

6.23 IMPUESTOS EXTRAORDINARIOS

6.23.1 Impuesto Predial

El impuesto predial grava el valor de los predios rústicos o urbanos, considerando predios a los terrenos, edificaciones e instalaciones fijas y permanentes; la recaudación, administración y fiscalización del impuesto estará a cargo de la municipalidad.

6.23.2 Patente Municipal

Es un impuesto que grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad económica y los requisitos para su obtención son:

- Formulario de declaración de impuesto de patentes
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal o propietario.
- Copia del Registro Único de Contribuyentes
- Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- Pago de tasa de la patente

6.23.3 Impuesto del 1.5 por mil de los Activos Totales

El sujeto activo de este impuesto son los municipios y los sujetos pasivos son las personas naturales o jurídicas, sociedades de hecho y negocios individuales, domiciliados en la respectiva jurisdicción municipal que ejerzan actividades comerciales y que estén obligados a llevar contabilidad. La base imponible del impuesto, se determinará el total de activos y se pagará el impuesto a la respectiva municipalidad en forma proporcional al 1.5 por mil.

6.24 ASPECTO LABORAL

En lo que se refiere al ámbito laboral, la microempresa tendrá que cumplir con lo estipulado en los siguientes documentos legales: Código de Trabajo, Ministerio de Relaciones Laborales, Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. De acuerdo a lo dispuesto por estas entidades, la microempresa estará en la obligación de cumplir con lo siguiente:

- a) Celebrar un contrato de trabajo según el tipo de actividades que realice.
- b) Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- c) Afiliar al trabajador a la seguridad social.
- d) Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra u obra.
- e) Pagar el sueldo básico correspondiente a cada periodo.
- f) Asumir el 11,15% que corresponde al empleador por la seguridad social.
- g) Pagar los décimos, tercero y cuarto sueldo.
- h) Pagar fondos de reserva a partir del segundo año
- i) Pagar utilidades, en el caso que la microempresa tenga beneficios al final del periodo fiscal; correspondiente al 15% de las utilidades líquidas.
- j) Pagar una compensación por el salario digno.

6.25 SEGURIDAD INDUSTRIAL

Todas las empresas están en la obligación de cumplir las leyes de seguridad y salud en el trabajo y aplicarlas en el medio laboral. Independientemente de su actividad económica las empresas pueden aumentar su nivel de calidad en seguridad poniendo en práctica acciones preventivas que reduzcan notablemente el riesgo de accidentes laborales.

La legislación de interés en Seguridad Industrial y Salud Ocupacional es:

- a) Código de Trabajo
- b) Código de Salud
- c) Decreto 2393. Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y mejoramiento del Medio Ambiente del Trabajo.
- d) Resolución 741. Reglamento General del Seguro de Riesgos del Trabajo
- e) Resolución 333. Reglamento para el Sistema de Auditorías de Riesgos del Trabajo “SART”.
- f) Decisión 584. Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo.
- g) Resolución 957. Reglamento del Instrumento Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo.

Para el adecuado manejo y aplicación de estas normas, la microempresa debe aplicar un modelo de gestión de seguridad y salud en el trabajo, que esencialmente abarca las siguientes áreas:

6.25.1 Gestión Administrativa

Prevenir y controlar los fallos administrativos mediante el establecimiento de responsabilidades en seguridad y salud de la administración y su compromiso de participación y liderazgo en esta actividad.

6.25.2 Gestión Del Talento Humano

Dar competencia en seguridad y salud a todos los niveles de la organización, potenciando el compromiso y el involucramiento como requisito principal en el éxito de la gestión en seguridad industrial. Se engloban algunas actividades tales como: selección adecuada del personal, información y comunicación constante, capacitación y adiestramiento, formación de especialización, participación y estímulo a los trabajadores.

6.25.2 Gestión Técnica

Prevenir y controlar los fallos técnicos, actuando antes de que se materialicen para lo cual se seguirán los siguientes pasos: identificación, medición, evaluación, control y vigilancia de los factores de riesgo que intervienen en el proceso de producción.

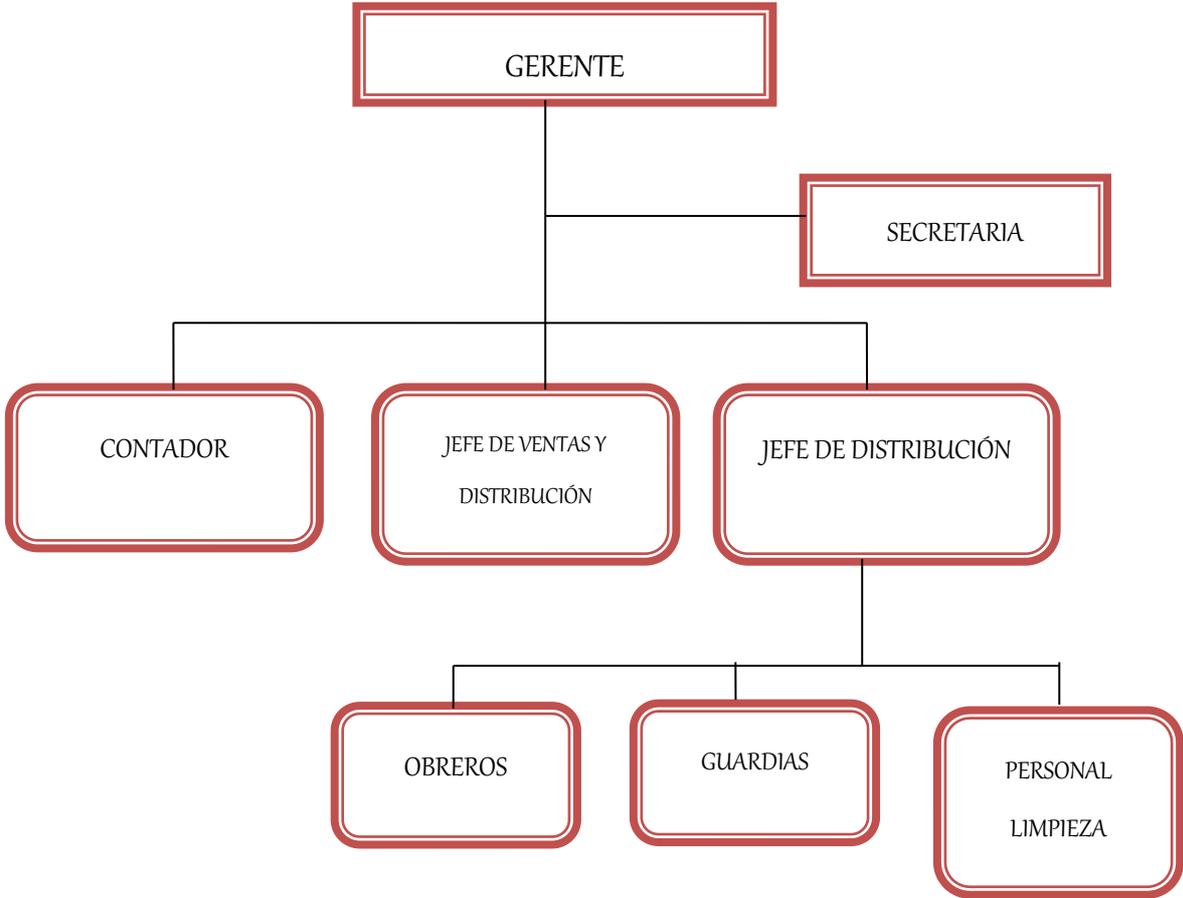
6.25.3 Gestión Operativa

Este aspecto engloba principalmente al manejo adecuado de productos tóxicos como los fertilizantes usando medios de protección individual.

6.26 ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL

La estructura administrativa estará representada a través del organigrama estructural, el cual facilitará el conocimiento de departamentos, niveles de autoridad, líneas de mando, entre otros. A continuación el organigrama estructural y funcional:

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL
QUICHINCHE CIA. LTDA.



CAPÍTULO VII

7 ANÁLISIS DE IMPACTOS

El desarrollo de este capítulo es de gran importancia, ya que es necesario realizar un análisis minucioso de los principales impactos que la ejecución del proyecto tendrá sobre el entorno que lo rodea. Estos impactos son los siguientes:

7.1 IMPACTO SOCIAL

Describe el reflejo que tendrá la implantación del proyecto sobre la sociedad en la cual se pone en ejecución.

7.2 IMPACTO ECONÓMICO

Revisa los elementos que hacen que el desarrollo del proyecto brinde mejoras económicas para quienes están siendo afectados directa e indirectamente con el alcance del proyecto.

7.3 IMPACTO AMBIENTAL

Describe los factores que afectan al medio ambiente, al poner en ejecución el proyecto.

Estos son los principales impactos que se analizarán dentro del proyecto, y a la vez se plantea el impacto general del proyecto sobre el entorno que lo rodea.

Cada uno de los impactos señalados se divide en elementos, con lo cual se hace más minucioso el análisis del impacto sobre el aspecto general que se evalúa.

7.4 OPERATIVIDAD DEL ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para la evaluación de los impactos que el proyecto tenga sobre el medio en el que se va ejecutar, se utilizará una matriz de impactos para cada uno de los aspectos y sus elementos de análisis.

Esta técnica consiste en dar valores a los elementos de cada aspecto a analizar y así determinar el impacto sobre el aspecto general de análisis. El análisis de las matrices consiste en justificar las razones, causas y circunstancias del por qué se origina cada uno de los indicadores. La valoración se da según los niveles de impacto que en la siguiente tabla se detallan:

7.5 NIVELES DE IMPACTO

3	Impacto Positivo Alto
2	Impacto Positivo Medio
1	Impacto Positivo Bajo
0	No hay Impacto
-1	Impacto Negativo Bajo
-2	Impacto Negativo Medio
-3	Impacto Negativo Alto

Luego de asignar valores dentro de estos rangos a cada elemento del aspecto general de análisis se suman los mismos y ese valor se lo divide para el número de elementos sometidos a juicio, teniendo de esta manera el impacto que la ejecución del proyecto dejará sobre el aspecto y sus elementos de análisis.

Luego de analizar todos los aspectos relacionados con el impacto que el proyecto tenga sobre su entorno se podrá determinar el impacto general del mismo, aspecto fundamental para la decisión de ejecución o no del proyecto.

7.6 IMPACTO SOCIAL

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
1. Generación de empleo.							X
2. Mejorar la calidad de los productos							X
3. Estabilidad familiar.							X
4. Mejoramiento del nivel de vida.							X
Total							12

Fuente: Investigación Personal.

Autora: Mayra Muela

$$\Sigma = 12$$

Nivel de Impacto Social = (Σ Nivel de Impacto / No. de indicadores)

$$= 12/4 = 3 \text{ Impacto Positivo Alto}$$

Generación de Empleo. A fin de mejorar el bienestar de las personas que laboren en esta empresa, se podrá crear puestos de trabajo que solventen las necesidades de aquellos que demanden de un salario para su subsistencia.

Mejoramiento de la Calidad de los Productos. Para que un producto tenga la aceptación del cliente, debe reunir especificaciones y registros que garanticen su consumo, esta microempresa podrá elaborar productos de mejor calidad de los expuestos por la competencia, pues su infraestructura, equipo y recurso humano serán idóneos para cumplir con esta labor a favor del cliente.

Estabilidad familiar. Permitirá que los hogares de los empleados de la empresa cuenten con un ingreso fijo que ayude a cubrir las necesidades básicas como son las de alimentación, vestido y vivienda.

Mejoramiento del nivel de vida. Tendrá un efecto positivo para los miembros de la microempresa ya que podrán acceder a nuevas expectativas tanto personales como para sus familias.

7.7 IMPACTO ECONÓMICO

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
1. Inversión financiera						X	
2. Condiciones necesarias							X
3. Cubrimiento del mercado						X	
4. Producción						X	
Total						6	3

Fuente: Investigación Personal.

Autora: Mayra Muela

$$\Sigma = 9$$

Nivel de Impacto Social = (Σ Nivel de Impacto / No. de indicadores)

$$= 9/4 = 2.25 \text{ Impacto Positivo Medio}$$

$$= 2$$

Inversión Financiera. Desarrollo del comercio agrícola del agave y su proceso productivo del producto tequila, aplicando desde el proceso de producción hasta la entrega del producto final, generando empleo en la producción del producto, y la comercialización, a su vez generando mejores ingresos a las familias de la parroquia, que les permitan aumentar su ingreso per cápita y su nivel de vida.

Condiciones necesarias. Al haber especificado las condiciones necesarias para el éxito del proyecto, tal como el diseño de la microempresa productora y comercializadora de tequila, esta permitirá la optimización en la utilización de los servicios básicos, el desarrollo de áreas marginales incorporándolas al sector productivo, sin causar prácticamente ningún efecto negativo desde el punto de vista ecológico.

Cubrimiento del mercado. El resultado eleva el producto interno bruto a través de la incorporación de producto al mercado, con lo cual se contribuye a cubrir la demanda insatisfecha, y permite un mejor establecimiento del precio.

Producción. De acuerdo a la organización de la microempresa, puede convertirse en un potencial sector que permita la inserción de la actividad en el mercado provincial, con buenas posibilidades dadas las condiciones excepcionales de la zona y los competitivos costos de producción que pueden ser alcanzados.

7.8 IMPACTO AMBIENTAL

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
1. Manejo adecuado del ecosistema agave						X	
2. Conservación del medio ambiente							X
Total						2	3

Fuente: Investigación Personal.

Autora: Mayra Muela

$$\Sigma = 5$$

Nivel de Impacto Social = (Σ Nivel de Impacto / No. de indicadores)

$$= 5/2 = 2.5$$

= 3 Impacto Positivo Alto

Manejo adecuado del ecosistema agave. Con esta microempresa se pretende incentivar aún más a la población a que realice un correcto manejo del ecosistema al que tiene acceso y del cual depende la producción de tequila.

Conservación del medio ambiente. Se pretende llevar a mucha gente el mensaje de la preservación del medio ambiente que nos rodea. Con el fin de manifestar a la sociedad que es de valiosa importancia para vivir saludablemente en contacto con la naturaleza.

Trato De Desperdicios. Otro aspecto muy importante es el uso responsable de los recursos, en especial de los recursos no renovables; reutilizar plantas y otros desperdicios agrícolas como abono para la preparación del suelo, de igual manera,

el uso de agua no causará ningún efecto nocivo para el sector; además que no se utilizará en grandes cantidades. Al ser un terreno apto para la agricultura, no será necesario cortar ningún tipo de árbol ni realizar actividades de adecuación de la zona, como la quema de malezas.

En cuanto a la reducción de la contaminación, el proyecto busca minimizar el impacto ambiental sobre la tierra a utilizar, así como para el entorno circundante; mediante la utilización de químicos y otros elementos de fumigación que posean sello verde, y muy pocos con sello azul, es decir químicos que no ofrezcan un peligro considerable, sino que sea mínimo el riesgo de utilización, así como de contaminación. Los efectos indirectos causados por el uso de químicos, en este caso no se darán por cuanto no es necesario el uso continuo, ni en grandes cantidades de pesticidas, pues para esto también contribuye el clima que no permite la llegada de plagas en cantidades peligrosas.

7.9 IMPACTO GENERAL DEL PROYECTO

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Ámbito							
1. Social							X
2. Económico						X	
3. Ambiental							X
4. Producción							X
Total						2	9

Fuente: Investigación Personal.

Autora: Mayra Muela

$$\Sigma = 11$$

Nivel de Impacto General = (Σ Nivel de Impacto / No. de indicadores)

$$= 11/4 = 2,75$$

= **3** Impacto Positivo Alto

Por todo lo indicado en lo referente a los impactos que tendrá nuestro proyecto y valorado con 3 como promedio en la matriz general, la creación de una microempresa de producción y comercialización de tequila tendrá un Impacto Positivo Alto por lo que es de gran importancia la puesta en marcha de la propuesta.

8 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 CONCLUSIONES

- Del contenido del estudio se debe resaltar varios puntos que deben ser considerados básicos y que permiten concluir que el proyecto para la creación de una microempresa del licor “TEQUILA 100 FUEGOS” la producción y comercialización de licor, en la forma propuesta, justifica el financiamiento y el respaldo necesario para la ejecución del proyecto presentado y la conveniencia de la inversión.
- Al verificar en base a observación directa y a datos obtenidos de la Cámara de Comercio de la ciudad, no existen empresas productoras del licor , por la cual la microempresa tiene una gran oportunidad dentro del segmento hacia el cual se dirige, al ser pionera en la producción de este licor en la ciudad, siendo esto una ventaja para ser una empresa líder en el mercado.
- El personal de producción se encuentra capacitado, para el manejo de la maquinaria, ya que su proceso no es complejo y se encuentra bien definido, además se cuenta con la supervisión de un Ingeniero Agroindustrial, lo que garantiza el buen desarrollo de todas las fases del proceso de producción, como también se dispone de la infraestructura, tecnología, vías de acceso, servicios básicos, materia prima y recursos financieros apropiados y necesarios para el éxito del proyecto.
- La inversión total del proyecto es de \$ 283.289,41. Esta inversión será financiada el 40% por capital propio y 60% por un préstamo. En base a la evaluación financiera como al análisis de los criterios de evaluación del proyecto se ha concluido que este es viable y rentable ya que posee un VAN positivo, la TIR es superior a la TMAR que es 13,5%, esto garantiza que el proyecto está en capacidad de generar mayor rentabilidad que una

inversión alternativa, con un tiempo de recuperación aproximadamente de 4 años, tiempo que se cumple dentro de los objetivos corporativos, la relación beneficio costo es de 1,17 es decir que por cada dólar invertido se gana 1,08 dólares, lo que justifica la inversión.

- Este tipo de vegetación mejora la fertilidad de los suelos e impide el avance de la erosión, por lo tanto la ejecución de este proyecto tomando como base la cubierta vegetal en zonas áridas y semiáridas es una excelente alternativa.
- El proyecto genera un impacto general aceptable tanto a nivel comercial, sociocultural, ecológico, educativo y económico, siendo su puntualización media positiva; rescatando así los valores de responsabilidad y compromiso con el entorno.

8.2 RECOMENDACIONES

- Hacer de la Investigación de Mercado una política permanente, ya que de esta manera se podrá obtener información sobre los cambios de mercado, gustos y preferencias, como de la competencia.
- Aprovechar la mano de obra disponible de las comunidades ubicados en los suelos áridos y semiáridos, que a futuro mejorará la situación económica especialmente del sector. Ser minucioso en el control de calidad de la materia prima como en el proceso de producción realizando innovaciones continuas, con el fin tener una producción eficiente y un producto de buena calidad.
- Implementar el proyecto considerando que: el VAN del proyecto y del inversionista es mayor a cero y no es negativo lo que implica que el proyecto es viable. La TIR del proyecto y del inversionista es superior a la tasa mínima de rendimiento aceptable (TMAR), por lo que se recomienda la ejecución del proyecto. El periodo de recuperación del proyecto y del inversionista es menor a la duración del proyecto y por tanto se puede recuperar la inversión que se ha realizado. La relación beneficio / costo del proyecto nos indica que por cada dólar invertido se obtendrá una rentabilidad de \$ 1.17, por lo cual el proyecto es viable.
- Este ecosistema degradado puede ser transformado en un gran potencial productivo, por ello se recomienda reforestar zonas con la vegetación autóctona ya que otro tipo de flora difícilmente se adaptaría.
- Para lograr y mantener impactos favorables, es importante que se realicen los respectivos estudios principalmente manejándose el aspecto ambiental y el cuidado de la salud del ser humano.

BIBLIOGRAFÍA

- ARBOLEDA VÉLEZ, GERMÁN, *PROYECTOS: FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y CONTROL*.
- BERNAL CÉSAR AUGUSTO (2006) *MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN*.
- AGRAZ GARCÍA DE ALBA GABRIEL (2012) *HISTORIA DE LA INDUSTRIA TEQUILA SAUZA: TRES GENERACIONES Y UNA TRADICIÓN*.
- BRAVO VALDIVIESO MERCEDES (2008) *CONTABILIDAD GENERAL, CUARTA EDICIÓN*.
- CABALLERO BUSTAMANTE (2008) *MANUAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - MYPE, LEGISLACION, ASPECTOS LEGALES, LABORALES, TRIBUTARIOS Y CONTABLES EDICIONES*.
- CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA EN TECNOLOGÍA Y DISEÑO DEL ESTADO DE JALISCO (2008) *CIENCIA Y TECNOLOGÍA DEL TEQUILA: AVANCES Y PERSPECTIVAS*.
- CONTADORES & EMPRESAS (2009) *LIBROS Y REGISTROS TRIBUTARIOS*.
- CONTADORES & EMPRESAS (2007) *CONTABILIDAD SECTORIAL*.
- CURIEL BALLESTEROS, ARTURO (2006) *TEQUILA DEL CIELO A LA TIERRA*.
- ESPINOZA JORGE *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN, SEGUNDA EDICIÓN*.
- FLORES SORIA JAIME (2009) *CONTABILIDAD GERENCIAL - CONTABILIDAD DE GESTION EMPRESARIAL*.
- FLORES SORIA JAIME (2008) *ESTADOS FINANCIEROS. DE ACUERDO AL NUEVO MANUAL PARA LA PREPARACION DE INFORMACION FINANCIERA Y AL NUEVO PLAN CONTABLE GENERAL EMPRESARIAL*.
- HARGADON, BERNARD - *PRINCIPIOS DE CONTABILIDAD, ÚLTIMA Y SEGUNDA EDICIÓN*.

- JÁCOME V. WALTER, MSC. *BASES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS PARA EL DISEÑO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS PRODUCTIVOS Y DE INVERSIÓN.*
- JEINE MARIA TORRES (2010) *APLICACION DEL NUEVO PLAN CONTABLE GENERAL PARA EMPRESAS.*
- LEIVA ZEA FRANCISCO (2006) *MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.*
- MURÍA JOSÉ MARÍA (2009) *EL TEQUILA BOCETO HISTÓRICO DE UNA INDUSTRIA.*
- LENNART BLOMBERG (2010) *TEQUILA, MEZCAL Y PULQUE: LO AUTÉNTICO MEXICANO.*
- LOPEZ, JUAN A.ET AL. (2010), *EL CONTADOR PÚBLICO – AUDITORÍA INTERNA*, EDICONTAB, 1RA ED, COLOMBIA, JHON LARSEN.
- *NEA # 10*
- *PASCUAL AYALA Z REVISTA ACTUALIDAD EMPRES (2007) CONTABILIDAD DE SOCIEDADES.*
- PEARSON PRENTICE (2007) SAPAG, NASSIR, *PROYECTOS DE INVERSIÓN. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN.*
- PEPIN PRESS, THE (2010) *EL LIBRO COMPLETO DEL TEQUILA.*
- PEREZ LÁZARO (2009) *ESTUDIO SOBRE EL MAGUEY LLAMADO MEZCAL EN EL ESTADO DE JALISCO.*
- QUIROGA CARLOS (2009) *TEQUILA MÁGICO.*
- ROSENBERG JM - *DICCIONARIO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS.*
- *SAS N° 78*
- SEGURA JOSÉ C. (2010) *EL MAGUEY. MEMORIA SOBRE EL CULTIVO Y BENEFICIO DE SUS PRODUCTOS.*
- TAPIA ROSA PILÁR, (2007) *AGAVE AZUL: DE LAS MIELES AL TEQUILA.*
- TORRES RAÚL, (2010)
- VALENZUELA ZAPATA ANA GUADALUPE (2008) *EL AGAVE TEQUILERO: SU CULTIVO E INDUSTRIALIZACIÓN.*

- VILLARÁN FERNANDO (2010)
- YCHOCAN SEGUNDO ARMA/CPC (2011) *ACTUALIZACION CONTABLE EJERCICIO.*
- ZAMORA ROGELIO LUNA (2010) *HISTORIA DEL TEQUILA, DE SUS REGIONES Y SUS HOMBRES.*

LINOGRAFÍA

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Az%C3%BAcar>
- [http://bebidas.itematika.com/articulo/b52/tecnicas-para-purificar-los-licorescaseros.](http://bebidas.itematika.com/articulo/b52/tecnicas-para-purificar-los-licorescaseros)
- <http://www.elprisma.com>
- http://www.fundacite-merida.gob.ve/manual_normas/manual_cont...
- <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/lenniv/materias/contad...>
- <http://www.bcp.gov.py/gee/funcion/MANUALGEE.pdf>
- [http://www.galan-santander.gov.co/apc-aa-files/3130393639393.](http://www.galan-santander.gov.co/apc-aa-files/3130393639393)
- [http://www.ispjae.cu/eventos/colaeiq/Cursos/Curso12.doc.](http://www.ispjae.cu/eventos/colaeiq/Cursos/Curso12.doc)
- <http://thematrix.sureste.com/cityview/merida1/articulos/eltequila.htm>
- http://openlibrary.org/b/OL544233M/historia_del_tequila_de_sus_regiones_y_sus_hombres
- http://crtnew.crt.org.mx/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=13&Itemid=56
- <http://www.alambiques.com/tequila.htm>

ANEXOS

ANEXO N° 1. ENCUESTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN CONSUMIDORA

Señor (ra) para su conocimiento estoy empeñando en crear una microempresa procesadora de tequila en la parroquia de San José de Quichinche, por lo que, quiero conocer su valioso criterio a la oferta de del producto.

Por lo expuesto, mucho agradeceré a Usted se digne contestar las siguientes preguntas que son de carácter anónimo y reservado.

Lugar: Fecha:

Indicaciones:

Marque con una X en el paréntesis según corresponda su respuesta al frente de la opción escogida.

1. Datos Técnicos

Edad: < 18 () 18-25 () 26-35 () 36-40 () 46-55 () >56 ()

Género: Masculino () Femenino ()

2. ¿Qué tipo de licor Usted consume?

Whisky ()

Ron ()

Agua Ardiente ()

Tequila ()

Cerveza ()

3. ¿Consumo Usted tequila?

SI ()

NO ()

4. ¿Le gustaría consumir tequila de buena calidad y a un precio cómodo, producido en el Cantón ?
- Bastante ()
 - Con frecuencia ()
 - De vez en cuando ()
5. En cuanto al grado alcohólico del tequila le gustaría:
- Alto grado alcohólico ()
 - Medio grado alcohólico ()
 - Bajo grado alcohólico ()
6. ¿Qué tipo de tequila Usted prefiere?
- Tequila Blanco ()
 - Tequila Oro ()
 - Reposado ()
 - Añejo ()
 - Reserva ()
7. ¿El requerimiento de este producto es continuo?
- SI ()
 - NO ()
8. ¿Con que frecuencia consume tequila?
- Semanalmente ()
 - Quincenalmente ()
 - Mensualmente ()
9. ¿Usted donde adquiere tequila?
- Tiendas ()
 - Licorerías ()
 - Supermercados ()
 - Bodegas ()
 - Otros ()

10. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este producto?

Anuncios en prensa o revista ()

Correo ordinario ()

Televisión ()

Vallas publicitarias ()

Folletos/Dípticos ()

Radio ()

Internet ()

11. ¿En qué presentación le gustaría que se comercialice este producto?

Ráfagas ()

Botellas 1 litro ()

Botellas de 750 ml ()

Botellas de 500 ml ()

Camineras ()

12. Comparte Usted la idea de que se cree una microempresa procesadora de tequila.

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 2. ENTREVISTA

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ESCUELA DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA

ENTREVISTA DIRIGIDA A EXPERTOS EN COMERCIALIZACIÓN Y PRODUCCIÓN DE TEQUILA

OBJETIVO.- Realizar un diagnóstico sobre la factibilidad el consumo de tequila en Otavalo, mediante la recopilación, análisis e interpretación de la información que permitan determinar acciones para la creación de la microempresa.

CUESTIONARIO

1. ¿A qué especie pertenece la penca tequilera?
2. ¿Cuáles son los requerimientos para el cultivo?
3. ¿Cuáles son los usos del Agave azul?
4. ¿Qué variedades recomendaría para el cultivo?
5. ¿Cuál será el proceso de manejo agrónomo del cultivo de Agave azul tequilana Weber?
6. ¿Qué sugerencias nos podría dar usted como técnico para producir tequila?
7. ¿Cómo funcionaría la empresa dentro de su aspecto administrativo, financiero y legal?
8. ¿Cómo llevarían la contabilidad de la microempresa, su funcionamiento, rentabilidad, entre otros, para ser competitivos en el mercado?
9. En cuanto a la rentabilidad, es rentable porque siempre sus ingresos son mayores a sus egresos, el tequila reúne todas las exigencias de mercado.
10. ¿Qué canales de comercialización son los más recomendables para este tipo de producto?
11. ¿Cuáles son los principales mercados de comercialización de este producto?
12. ¿Qué recomendaría usted para aquellos que se inician en la actividad de la empresa de comercialización de tequila?

ANEXO N° 3. AGAVE AZUL WEBER



ANEXO N° 4. TIPOS DE TEQUILA



TEQUILA.- Debe contener un mínimo de 51% de jugo de agave azul. El resto, 49% puede contener diferentes fuentes de azúcar. Este tequila puede ser exportado para su embotellamiento en otros países, siempre usando las normas de NOM.

TEQUILA 100% AGAVE.- Contiene sólo jugo de agave azul y debe ser destilado y envasado en México.

TEQUILA BLANCO.- El tequila blanco es claro y transparente, se embotella inmediatamente después de ser destilado. Tiene el sabor y aroma del agave azul.

TEQUILA ORO O JOVEN.- Éste tequila es suavizado con colorantes y sabores, como el caramelo. Éste es el tequila favorito para preparar margaritas.

REPOSADO.- Es el tequila blanco que se deja reposar en barriles de roble por más de 2 meses hasta 1 año. Los barriles de madera dan su suave sabor al tequila, un placentero aroma, y un color pálido. El reposado mantiene su sabor a agave azul y es gentil con el paladar.

AÑEJO.- Es el tequila añejado en barriles de roble por más de un año. Tiene un color ámbar y sabor a madera.

RESERVA.- No es una categoría pero si una clase muy especial de añejo, este tequila es añejado por más de 8 años. Reserva entra en la categoría de grandes licores, en sabor y precio.

ANEXO N° 5. PARROQUIAS Y COMUNIDADES

La jurisdicción de Otavalo está conformada por nueve parroquias rurales: San Pablo del Lago, González Suárez, San Rafael de la Laguna, Eugenio Espejo, Quichinche, Miguel Egas Cabezas, Ilumán, Selva Alegre, San Pedro de Pataquí y dos urbanas: San Luis y El Jordán. En las 9 parroquias rurales y sus respectivas comunidades habita el 55,7 por ciento de la población total del cantón (90.188 habitantes). La superficie territorial de la zona rural es de 426,37 kilómetros cuadrados.

San Pablo del Lago



Ubicación: al suroriente de la ciudad de Otavalo.

Población: 10.000 habitantes

Superficie territorial: 64.570 metros cuadrados

Comunidades de la jurisdicción: Araque, Cusimpamba, Imbaburita, Abatag, Gualabí, Cochaloma, Casco Valenzuela, El Topo, Angla, Ugsha y Lomacunga.

Instituciones educativas: escuelas Andrés Bello, Aplicación Pedagógica, Gerardo Guevara Barba, Julián Juez, Leopoldo N. Chávez, Luis Wandemberg, María Angélica Idrobo, Tarquino Hidrovo, Unidad Educativa Galo Plaza Lasso, jardín de infantes Alfonso Barba, Instituto Pedagógico Alfredo Pérez Guerrero y Colegio Nacional San Pablo.

San Rafael de la Laguna



Ubicación: al sur del cantón Otavalo

Población: 4.767 habitantes

Superficie: 19.580 metros cuadrados

Comunidades: Huaycopungo, Cachiviro, Tocagón, Cuatro Esquinas, Cachimuel, San Miguel Alto, San Miguel Bajo y Sánchez Pugro.

Instituciones educativas: escuelas Florencio O'Leary, Gonzalo Rubio Orbe N° 2, Imbaya, Juan Francisco Cevallos, Imbabura, Rumi Tola y Colegio Intercultural Bilingüe José Pedro Maldonado..

Eugenio Espejo



Ubicación: al sur de la ciudad de Otavalo.

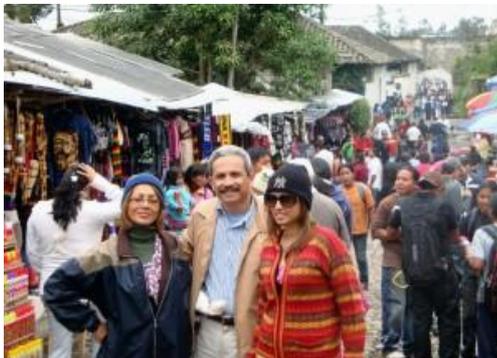
Población: 6.066 habitantes

Superficie territorial: 24.050 metros cuadrados

Comunidades: Censo Copacabana, Cuaraburo, Pivarinsi, Pucará Alto, Huacsara, Calpaquí, Arias Pamba, Chuchuquí, Mojandita de Avelino Dávila y Puerto Alegre.

Instituciones educativas: escuelas General Alfonso Jaramillo, Manuel J. Calle, Numa Pompilio Llona, Riccharishun y Vicente Larrea.

Miguel Egas Cabezas



Ubicación: al norte de la ciudad de Otavalo.

Población: 4.238 habitantes

Superficie territorial: 7.980 metros cuadrados

Comunidades de la jurisdicción: Yakupata, La Bolsa, Quinchuquí, Peguche, Agato, Faccha Llacta y Arias Ucu.

Instituciones educativas: escuelas Monseñor Silvio Luis Haro, César Antonio Mosquera, Tahuantinsuyo, colegio Fernando Chávez Reyes.

San José de Quichinche



Ubicación: al occidente de la ciudad de Otavalo

Población: 7.271 habitantes

Superficie territorial: 89.711 metros cuadrados

Comunidades: Tangalí, Cambugán, Perugachi, Gualsaquí, Panecillo, Larcacunga, Agualongo de Quichinche, Achupallas, Minas Chupa, Motilón Chupa, Padre Chupa, Moras Pungo, Cutambi, San Juan de Inguincho, San Francisco de Inguincho, Guachinguero, Yambiro, Huayra Pungo, Acilla, Urcu Siqui, La Banda, Taminanga, Muenala y Cachicullá.

Instituciones educativas: Centro Educativo Matriz Gualsaquí, Alejandro Chávez, Aníbal Buitrón, Ati Pillahuazo, Cacique Jumandi, Cacique Titarco, Dolores Cacuango, Duchicela, Estuardo Jaramillo Pérez, Fernando Daquilema, Francisco Fueres, General Cacha, General Marco Aurelio Subía, Huayna Falcón, Jaime Roldós Aguilera N° 3, Manuel Córdova Galarza, Mayor Galo Larrea Torres, Monseñor Leonidas Proaño N° 2, Provincia de Pichincha, Provincia de Tungurahua, Quis Quis, Quichinche, Ulpiano Navarro y Centro Educativo Matriz Gualsaquí.

.San Juan de Ilumán



Ubicación: al norte de la ciudad de Otavalo.

Población: 7.218 habitantes

Superficie territorial: 21.820 metros cuadrados

Comunidades de la jurisdicción: Ilumán Bajo, Pinsaquí, San Luis de Agualongo, Ángel Pamba, Carabuela, Jahua Pamba y Sinsi Ucu.

Instituciones educativas: escuelas Domingo Sarmiento, María Larrea Freile, Modesto Larrea Jijón, San José de Jahuapamba, San Luis de Agualongo y Colegio Ilumán.

Selva Alegre

Ubicación: al occidente del cantón Otavalo, límite con la zona de Íntag.

Población: 1.722 habitantes

Superficie territorial: 137.860 metros cuadrados

Comunidades de la jurisdicción: San Carlos de Palma Real, San Francisco, San Luis, Pamplona, Barrio Nuevo, Santa Rosa, El Quinde La Libertad, El Kinde km 12, El Quinde km 18, El Quinde Azabí de Talacos.

Instituciones educativas: 26 de Septiembre, 31 de Octubre, 6 de Diciembre, Alfredo Baquerizo Moreno, Cementos Selva Alegre, Ciudad de Ambato, Ciudad de Otavalo, Leopoldo N. Chávez, Manuel Mesías Benalcázar, Provincia de Pastaza, Provincia del Guayas, Centro Educativo Matriz Selva Alegre.

San Pedro de Pataqui

Ubicación: al suroccidente de la ciudad de Otavalo.

Población: 344 habitantes

Superficie territorial: 8.880 metros cuadrados

Institución educativa: Manuel Álvarez

Barrios: Central, La Buena, Esperanza, San Joaquín, La Loma y La Playa.