



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A

TRABAJO DE GRADO

TEMA

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMPRA Y VENTA DE LECHE EN ESTADO NATURAL EN LA PARROQUIA DE PIOTER EN EL CANTÓN TULCÁN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.”

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

AUTORA: GUACANES ENRIQUEZ MARIA CRISTINA

DIRECTOR: ING. COM. MSC. LUIS ARTURO VÁSQUEZ REINA

IBARRA, 2016

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio tiene como finalidad determinar la creación de un “CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMPRA Y VENTA DE LECHE EN ESTADO NATURAL EN LA PARROQUIA DE PIOTER EN EL CANTÓN TULCÁN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI”, cuyo objetivo es buscar una alternativa de crecimiento y desarrollo en la parroquia de Pioter. Para ello se realizó el diagnóstico situacional en el cual se determinó las condiciones favorables para la implementación del proyecto, a través de las variables diagnósticas. Se tomó en cuenta las bases teóricas-científicas que permiten sustentar las variables de investigación. En el estudio de mercado se determinó oferta, demanda y precio para lo cual se aplicó una encuesta a los productores de leche. También se analizó el estudio técnico, en el cual se analizó la macro y la micro localización del centro de acopio, la inversión, los costos y fuentes de funcionamiento para el centro de acopio, el cual determinó que este centro estará ubicado en el centro de la parroquia de Pioter debido a que a que tiene muchas vías de acceso al centro de acopio para que los proveedores puedan en esta zona existe mayor demanda del producto que en este caso sería la leche en estado natural. En el estudio Económico –Financiero se determinó la factibilidad del proyecto a través de los principales indicadores financieros como es el VAN, TIR, aplicada en el flujo de caja. En el estudio organizacional se analizó la estructura organizacional en el cual se determinó misión, visión y políticas de calidad. Así mismo se analizó los impactos que tendría el proyecto como resultado de su implementación.

EXECUTIVE SUMMARY

This study aims to determine the creation of a "COLLECTION CENTER FOR PURCHASE AND SALE OF MILK IN NATURAL STATE IN THE PARISH PIOTER IN TULCÁN CANTON Carchi province", which aims to find an alternative for growth and development in the parish of Pioter. For this, the situational analysis in which favorable conditions for the implementation of the project was determined conditions was performed through diagnostic variables. It took into account the theoretical-scientific basis that substantiate the research variables. In the study of market supply, demand and price for which a survey was applied to milk producers it was determined. the technical study also analyzed, in which analyzed the macro and micro location storage facility, investment, costs and sources of operation for the gathering, which determined that this center will be located in the center of Pioter parish because it has many access roads to the collection center for that providers can in this area there is greater demand for the product in this case is milk in its natural state. In the Economic and Financial study the feasibility of the project was determined through key financial indicators such as NPV, IRR, applied to the cash flow. In the organizational study the organizational structure in which mission, vision and quality policies determined was analyzed. It also impacts the project would have as a result of its implementation analyzed.

AUTORÍA

Yo, Guacanes Enríquez María Cristina, portadora de la cedula de ciudadanía número 100336283-5, declaro bajo juramento que el presente trabajo aquí descrito es de mi autoría, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMPRA Y VENTA DE LECHE EN ESTADO NATURAL EN LA PARROQUIA DE PIOTER EN EL CANTÓN TULCÁN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI”, y los resultados de la investigación son de mi total responsabilidad, además que no ha sido previamente presentado para ningún grado ni calificación profesional, y que he respetado las diferente fuentes y referencias de información.



Cristina Guacanes

Cristina Guacanes

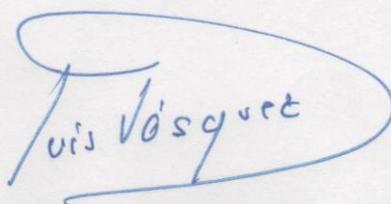
100336283-5

CERTIFICADO DEL ASESOR

En calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por la Egresada María Cristina Guacanes Enríquez, portadora el número de cédula 100336283-5, para optar por el Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría C.P.A cuyo temas es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMPRA Y VENTA DE LECHE EN ESTADO NATURAL EN LA PARROQUIA DE PIOTER EN EL CANTÓN TULCÁN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI”**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los días 13 del mes de Septiembre del 2016

A handwritten signature in blue ink that reads "Luis Vásquez". The signature is enclosed within a large, hand-drawn blue oval.

**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO
ING. COM. MSC. LUIS VÁSQUEZ REINA
C.I. 1001454105**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **María Cristina Guacanes Enríquez**, con cédula de ciudadanía Nro. 100336283-5, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículo 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACOPIO PARA LA COMPRA Y VENTA DE LECHE EN ESTADO NATURAL EN LA PARROQUIA DE PIOTER EN EL CANTÓN TULCÁN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI”** que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A** en la Universidad Técnica de 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 entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)

Nombre: **María Cristina Guacanes Enríquez**

Cedula: **100336283-5**

Ibarra, a los **13** días del mes de **Septiembre** del **2016**



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en forma 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:		100336283-5	
APELLIDOS Y NOMBRES:		Guacanes Enríquez María Cristina	
DIRECCIÓN:		Av. Víctor Manuel Guzmán 8-33 y Av. Rafael Miranda	
EMAIL:		crissguacanes@hotmail.com	
TELEFONO FIJO	062 602 112	TELEFONO MOVIL	0939191795
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural en la parroquia de Pioter en el cantón Tulcán de la provincia del Carchi”		
AUTORA:	Guacanes Enríquez María Cristina		
FECHA:	13 de Septiembre del 2016		
SOLO PARA TRABAJO DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> Pregrado		<input type="checkbox"/> Posgrado
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría C.P.A		
ASESOR/DIRECTOR:	ING. COM. MSC. Luis Arturo Vásquez Reina		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **María Cristina Guacanes Enríquez**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003362835, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en forma 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.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el 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 13 días del mes de Septiembre del 2016

LA AUTORA:

(Firma).....

Nombre: María Cristina Guacanes Enríquez

C.C. 100336283-5

Facultado por resolución de Consejo Universitario

DEDICATORIA

Con todo el amor a mi DIOS, por regalarme la vida, y porque me da la fuerza para seguir adelante día a día.

A mi papá Fabio Edmundo Guacanes y a mí mamá María Marcela Magdalena Enríquez Chapuez por ser el soporte, apoyo y bendición, quienes me han guiado por el camino del bien con su gran amor incondicional me incentivaron para terminar el proyecto planteado.

Cristina Guacanes

AGRADECIMIENTO

A DIOS por darme la salud y fortaleza día a día, para culminar con satisfacción mis estudios y mi proyecto de grado.

A mi papá Fabio Edmundo Guacanes y a mi mamá María Marcela Magdalena Enríquez Chapuez por darme la oportunidad de crecer profesionalmente con sus valiosos consejos y su infinito amor.

A mí querida Universidad Técnica del Norte, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas por haberme acogido en sus aulas.

A los docentes quienes día a día compartieron sus conocimientos para forjarme como una profesional.

PRESENTACIÓN

El presente trabajo de investigación de **“Estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural en la Parroquia de Pioter en el Cantón Tulcán de la Provincia del Carchi”**, cuenta con siete capítulos

En el capítulo I. Se realizó un Diagnostico Situacional a través del análisis de factores internos y externos, para identificar Aliaos, Oportunidades, Oponentes y Riesgos, utilizando fuentes de investigación secundarias que permitan determinar las necesidades y oportunidades de la inversión.

En el capítulo II. Se sustenta teóricamente en las variables de investigación, a través de libros, artículos y revistas científicas, los cuales permiten seleccionar información adecuada para el proyecto.

En el capítulo III. Se realizó el Estudio de Mercado para identificar la oferta, la demanda, precio, gustos y preferencias de los consumidores, para este propósito se aplicó un cuestionario de mercado a los productores de leche.

En el capítulo IV. Según el Estudio Técnico se determinó la localización, el tamaño y distribución del centro de acopio, se identificó las fases del proceso de comercialización, a través flujogramas; así como la inversión requerida para la inversión y operación del proyecto.

En el capítulo V: En el Económico-Financiero se determinó la factibilidad del proyecto a través de los estados financieros como son el Estado de Situación Inicial, Estado de Resultados y el Flujo de Efectivo,

En el capítulo VI. En el Estudio Organizacional se determinó misión, visión, políticas de calidad, principios, estrategias empresariales en base a una estructura organizacional.

En el capítulo VII: Se analizó los Impactos que tendría el proyecto como resultado de su implementación.

ÍNDICE GENERAL

	PAG.
RESUMEN EJECUTIVO	ii
EXECUTIVE SUMMARY	iii
AUTORÍA	iv
CERTIFICADO DEL ASESOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
PRESENTACIÓN	xi
INDICE DE CUADROS	xx
INDICE GRÁFICOS	xxiii
INTRODUCCIÓN	xxiv
OBJETIVOS	xxvi
Objetivo General	xxvi
Objetivos Específicos.....	xxvi
JUSTIFICACIÓN	xxvii
CAPÍTULO I	28
DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	28
Antecedentes del diagnóstico.....	28
Objetivos del diagnóstico.....	29
Objetivo General.....	29
Objetivos Específicos.....	29
Variables diagnósticas	30
Macroentorno	30
Entorno Sectorial	30
Microentorno.....	30
Indicadores que definen las variables	30
Macroentorno	30
Entorno Sectorial	30
Microentorno.....	30
Matriz de relación diagnóstica	31

VARIABLES DIAGNOSTICAS	32
Macroentorno	32
Situación Demográfica.....	32
Densidad Poblacional.....	32
Distribución Poblacional de la Parroquia de Pioter	33
Salud	34
Nivel Económico	34
Población en edad de trabajar	34
Población Económicamente Activa	35
Población Económicamente Inactiva.....	35
Actividades Económicas.....	36
Nivel de Ingresos... ..	36
Materia Prima (Leche)	37
Características.....	37
Aspecto.....	37
Sabor.....	38
Propiedades Físicas.....	38
Tecnología.....	39
Procesos Legales.....	39
Patentes Municipales	39
Estatutos y autorización para el funcionamiento del centro de acopio.....	40
Entorno Sectorial	40
Clientes.....	40
Proveedores.....	40
Competidores	40
Microentorno.....	40
Áreas de dirección y recursos humanos.....	40
Talento Humano.....	40
Capacitación.....	41
Aliados	41
Oponentes.....	41
Oportunidades	41
Riesgos.....	42
Cruces Estratégicos AOOR.....	42
Cruce Estratégico Aliado – Oponente (AO)	42

Cruce Estratégico Aliado – Riesgo (AR).....	42
Cruce Estratégico Oponente – Riesgo (OR).....	42
Cruce Estratégico Oponente – Oportunidad (OO).....	42
Oportunidades de la Inversión	42
CAPÍTULO II	44
MARCO TEÓRICO.....	44
Estudio de Factibilidad	44
Objetivos de un estudio de factibilidad.....	44
Recursos del estudio de factibilidad	44
La Empresa	45
Características	45
Clasificación	46
Según el sector de actividad.....	46
Según el tamaño:.....	46
Ventajas de la pequeña empresa	47
Según su forma jurídica	48
Microempresa	49
Ventajas.....	49
Desventajas	49
Características	50
Centro de acopio	50
Rol De Los Centros De Acopio	50
Clasificación de los Centros de Acopio	51
Tipos de acopio.....	51
La ganadería.....	52
Clasificación	53
Especies Ganaderas.....	53
La Leche.....	55
Historia De Su Consumo	55
Composición Química De La Leche.....	57
Características Físicas	57
Producción Lechera	58
Comercialización	59
Estructura Organizacional.....	59
Estudio De Mercado	59

Demanda	60
Oferta	61
Tamaño del Proyecto	62
Localización del Proyecto.....	63
Macro localización.....	63
Micro localización	63
Ingeniería del proyecto	64
Materia prima.....	64
Mano de obra	64
Costos Fijos.....	65
Costos Variables	65
Costos Indirectos de fabricación (CIF)	65
Gastos administrativos	65
Gastos financieros.....	65
Capital de trabajo	66
Presupuesto de inversión.....	66
Inversión fija.....	66
Inversión diferida	66
Ingresos	67
Egresos.....	67
Evaluadores Financieros	67
Balance general.....	68
Estado de resultados.....	68
Flujo de caja.....	68
Valor Actual Neto (Van).....	68
Tasa Interna De Retorno	69
Relación Costo Beneficio	69
CAPÍTULO III.....	71
ESTUDIO DE MERCADO	71
Introducción	71
Mercado	71
Objetivos del Estudio de Mercado.....	71
Objetivo General.....	71
Objetivos Específicos.....	72
Descripción Del Producto	72

Segmentación del Mercado.....	73
Matriz de Relación de Mercado.....	74
Mecánica Operativa	75
Identificación de la Población.....	75
Identificación de la Muestra.....	75
Técnicas E Instrumentos	76
Tabulación y Análisis de la Información	76
Resultados y Análisis de las Encuestas Aplicadas a los Productores de leche en estado natural de la Parroquia de Pioter.	76
Entrevista realizada al recolector de la Parroquia de Pioter el señor Nelson Aldas que el recolecta a una cierta cantidad de proveedores de la Parroquia.....	83
Oferta.	84
Producción de leche actual.....	85
Proyección de la Oferta.....	86
Demanda	87
Demanda Actual de la leche	87
Demanda Proyectada	87
Balance Oferta – Demanda	88
Mercado Proyectado	89
Estrategias de Mercado	89
Estrategias del producto	89
Estrategias para el precio	90
Estrategias para la promoción.....	90
Competencia	92
Canales de Comercialización.....	92
Conclusiones del Estudio de Mercado.....	93
CAPÍTULO IV	94
ESTUDIO TÉCNICO	94
Tamaño del Proyecto	94
El Mercado.....	94
Disponibilidad de Recursos	94
Disponibilidad de insumos, materiales	94
Optimización del tamaño del Proyecto	94
Localización del Proyecto.....	95
Macro Localización	95

Micro Localización	97
Ubicación del Centro de Acopio	100
Diseño de las Instalaciones y Distribución de la Planta.	101
Ingeniería del Proyecto	104
Descripción del proyecto	105
Proceso de Comercialización.	109
Tecnología.....	109
Obras Civiles.....	109
Diseño del área del centro de acopio	109
Inversión del Proyecto	110
Inversión Fija	110
Inversión Diferida	112
Capital de Trabajo.....	113
Materia Prima.....	113
Mano de Obra	114
Costos Indirectos de Fabricación	115
Mano de Obra Indirecta	115
Suministros de Aseo y Limpieza	115
Servicios Básicos	116
Depreciación de Propiedad Planta y Equipo.....	116
Gastos Adicionales.....	116
Total de Costos Indirectos de Fabricación.....	117
Gastos.....	117
Gatos Proyectados.....	118
CAPÍTULO V	120
ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO	120
Introducción.	120
Presupuesto de inversión.....	120
Presupuesto de Ingresos.....	122
Ingresos por ventas Proyectadas	122
Precio de Venta	122
Costos y Gastos.....	122
Mano de Obra Directa.....	123
Costos Indirectos de Fabricación	124
Gastos Operacionales.....	124

Tabla de Amortización.....	125
Gastos Financieros	126
Depreciaciones de los bienes muebles del Centro de Acopio.....	126
Amortización del Gasto Constitución	126
Estados Financieros	127
Estado de Situación Inicial.....	127
Estado de Resultados	128
Flujo de Caja.....	129
Evolución Financiera	129
Costo de Oportunidad	129
Calculo del Valor Actual Neto (VAN)	130
Tasa Interna de Retorno (TIR).....	131
Relación Costo-Beneficio	131
Conclusiones del Estudio Financiero.....	132
CAPÍTULO VI.....	133
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	133
La Empresa	133
Nombre o Razón Social	133
Slogan	133
Constitución Legal.....	134
Filosofía del Centro de Acopio	136
Misión	136
Visión.....	136
Objetivo.....	136
Políticas.....	136
Valores	137
Estructura Organizacional.....	138
Organigrama Estructural.....	138
Organigrama Funcional	139
Descripción de Funciones	139
Matriz de Componentes Laborales	139
Control Interno del centro de acopio.	142
Control interno de Compras.....	142
Control Interno de Ventas.....	142
Control Interno de los Bines del centro de acopio.....	143

CAPÍTULO VII	144
IMPACTOS DEL PROYECTO	144
Análisis de Impactos	144
Impacto Social	144
Impacto Económico	145
Impacto Cultural	146
Impacto Ambiental.....	147
Conclusiones	150
Recomendaciones	151
BIBLIOGRAFÍA	152
LINKOGRAFÍA	154
ANEXOS	155

ÍNDICE DE TABLAS

	PAG.
Matriz diagnostica en donde podemos visualizar las variables diagnósticas y sus respectivos indicadores	31
División Política de la Parroquia de Pioter	33
Distribución Poblacional	34
Población en edades de Trabajo	35
Población Económicamente Activa	35
Población Económicamente Inactiva	36
Clasificación de los Centro de Acopio	51
Matriz de Relación de Mercado	74
Litros de Leche de los Proveedores	76
Litros de leche entregados en el día	77
Litros de leche entregados en el día	77
Frecuencia diaria de entrega de leche	78
Clientes	78
Preferencia del Cliente	79
Hora de recolección de leche	80
Lugar de Recopilación del Producto	80
Precio de Venta	81
Creación del Centro de Acopio	82
Ubicación del Centro de Acopio	82
Oferta Histórica de Leche en litros de Leche	85
Oferta de la Leche en su estado natural en litros de Leche	85
Proyección de la Oferta en litros de Leche	86
Demanda Actual 2015 en litros de Leche	87
Demanda Proyectada en litros de Leche	88
Balance de Oferta y Demanda en litros de Leche	88
Proyección del Precio por cada litro de Leche	90
Ubicación del Proyecto	96
Posibles Lugares	97
Matriz de Factores	98
Ponderación de Factores Principales	99
Factores Ponderados	99
Simbología de Funciones	106

Descripción de la tecnología a utilizar	109
Terreno	110
Obra Civil	110
Vehículo	111
Propiedad Planta y Equipo	111
Muebles y Enseres	111
Equipo de Oficina	112
Equipo de Computación	112
Inversión Fija	112
Inversión Diferida	113
Materia Prima	113
Materia Prima Proyectada en Litros de Leche Diarios	113
Mano de Obra Directa	114
Proyección de la Mano de Obra Directa Anual	114
Proyección de Sueldos con Beneficios de Ley	114
Proyección de Sueldos Anual	115
Mano de Obra Indirecta	115
Suministro de aseo y limpieza	115
Servicios Básicos	116
Depreciación Propiedad Planta y Equipo	116
Propiedad Planta y Equipo	116
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	116
Gastos Adicionales	116
Costos Indirectos de Fabricación	117
Suministros de Oficina	117
Publicidad y Propaganda	117
Total Gastos	118
Porcentajes de Distribución de Gastos	118
Distribución de Gastos Mensual	118
Distribución Proyectada de Gastos Mensual	119
Inversión Fija	120
Inversión Diferida	120
Capital de Trabajo Quincenal	121
Inversión del Proyecto	121
Resuena del Préstamo para la inversión	121

Ingresos por venta Proyectada	122
Precio de Venta de la Leche en estado natural	122
Materia Prima Directa Proyectada en litros de Leche	123
Estado de Costos de Distribución	123
Estado de Costo de Producción	123
Materia Prima	123
Mantenimiento y Reparación de Maquinaria	123
Proyección de la Mano de Obra Directa	124
Distribución Proyectada de Gastos Mensual	124
Gasto Sueldos	124
Total Gastos de Administración	125
Tabla de Amortización	125
Gastos Financieros	126
Depreciación de los Bienes Muebles	126
Amortización Gasto Constitución	126
Estado de Situación Inicial	127
Estado de Resultados	128
Flujo de Efectivo	129
Tasa de Rendimiento	130
Valor Actual Neto	130
Tasa Interna de Retorno	131
Matriz de Competencia Laboral	140
Valoración de Impactos	144
Impacto social	144
Impacto Económico	145
Impacto Cultural	146
Impacto Ambiental	147
Impactos Generales	148

INDICE GRÁFICOS

Situación Geografica de la Parroquia de Pioter.....	33
Litros de Leche de los Proveedores	77
Frecuencia diaria de entrega de leche	78
Clientes	79
Preferencia del Cliente	79
Hora de recolección de leche.....	80
Lugar de Recopilación del Producto	81
Precio de Venta	81
Creación del Centro de Acopio	82
Ubicación del Centro de Acopio	83
Ubicación del Centro de Acopio	100
Planta Baja con Acotaciones	102
Planta Baja Amoblada	102
Planta alta con Acotaciones	103
Planta alta amoblada	104
Flujograma del proceso de recolección por primera vez	107
Flujograma de procesos de recolección	107
Almacenamiento del Producto	108
Flujograma de Comercialización	108
Organigrama Estructural del Centro de Acopio	138
Organigrama Funcional del Centro de Acopio	139

INTRODUCCIÓN

Según Acero, (2014), manifiesta que:“La Parroquia de Pioter se encuentra ubicado en la Provincia del Carchi, a 38 Km del Cantón Tulcàn se encuentra un desvio que conduce a esta parroquia que se caracteriza por ser productores agricolas y ganaderas, puesto que es beneficiaria de suelos fertiles que ayudan a la complementación de las actividades, ademas tiene un clima que permite realizar este tipo de actividades”.

“En la Parroquia de Pioter predomina lo que es la ganaderia como una actividad lechera la cual es una opción de desarrollo rural al ser una fuente de ingreso constante para los productores, generando así ocupaciones para las personas de la Parroquia de Pioter”. (P.10)

Los habitantes sugieren tomar encuesta su comunidad para la actividad de producción de leche lo cual contribuira a mejorar su calidad de vida, es por ello que este proyecto se hace tan importante, puesto que no unicamente se difundira las riquezas del lugar sino que se beneficiaran a quienes viven en sus alrededores, de manera que se forme en ellos la idea de emprender ofreciendo su producto.

Luego de realizar las respectivas investigaciones se analizo que los productores tienen un escaso sistema de comercialización del producto, debido a que los canales de distribución de algunos sectores se encuentran en mal estado.

De acuerdo a las proyecciones realizadas, la producción nacional de leche cruda al año 2015 es de 5.400.000 litros diarios, donde la region Sierra produce 3.942.000 litros diarios que corresponde al 73% de producción a nivel nacional; la Provincia del Carchi aporta con un 6.91% que corresponde al 373.140 litros diarios de la produccional nacional y la Parroquia de Pioter aporta 3.84% que corresponde al 14.328 de litros diarios de la produccion de la provincia del Carchi según proyecciones realizadas en base a los datos obtenidos en el MAGAP.

En la actualidad no se cuenta con una entidad organizada que se encarga de la comercialización de la leche en su estado natural, por lo cual se ve la necesidad de crear este centro de acopio para que de este modo pueda beneficiar a las familias que se dedican a la producción de leche en sus estado natural.

Como resultado se obtendra un lugar apropiado para la compra y venta de leche en estado natural, en donde las familias de la parroquia podran entrega su producto y puedan mejorar su estilo del vida.

Ante esta realidad el presente trabajo se enfoca a mejorar el nivel de vida de las familias de la Parroquia de Pioter del Canton Túlcan de la Provincia del Carchi.

OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de un Centro de Acopio para la compra y venta de leche en estado natural en la Parroquia Pioter en el Cantón Tulcán de la Provincia del Carchi.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual para identificar Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos (AOOR).
- Establecer las bases teóricas y científicas que sustenten el desarrollo del proyecto mediante la investigación bibliográfica y documental.
- Realizar un estudio de mercado para determinar oferta, demanda, precio y estrategias de comercialización.
- Elaborar un estudio técnico para determinar la localización, tamaño e ingeniería del proyecto.
- Diseñar una estructura organizacional y funcional para el centro de acopio, con el fin de establecer un sistema de desarrollo.
- Realizar un estudio económico-financiero para determinar la factibilidad económica del proyecto.
- Identificar los impactos que se generen como resultado de la implementación del proyecto.

JUSTIFICACIÓN

La creación de un Centro de Acopio dedicado a la compra y venta de leche en su estado natural en la Parroquia de Pioter del Cantón Tulcán de la Provincia del Carchi, es importante porque permitiera que los productores de leche puedan entregar sus productos en lugar fijo,

De igual forma en los actuales momentos el sector ganadero se encuentra en situaciones críticas por la falta de recursos económicos, y porque simplemente las personas del sector no trabajan de forma asociada.

Dentro de la producción de leche se encuentran varios proveedores, los cuales están intentando que el producto sea introducido paulatinamente en el mercado local como en el mercado nacional, para que de ese modo las familias de la parroquia de Pioter puedan tener ingresos y pueda mejor su estilo de vida.

Otra importancia a destacar del proyecto radica en buscar nuevas alternativas que cubran las expectativas de los consumidores como: Alpina, Lechería del Carchi y la empresa Quesinor del Carchi, para que de esta manera pueda generar fuente de trabajo en la Parroquia de Pioter.

Con la implementación del centro de acopio las familias podrán negociar y comercializar alrededor de 14.328 litros de leche diarios; lo que les permitirá tener un ingreso económico fijo y así podrán mejorar su calidad de vida, resultando así como únicos beneficiarios del proyecto a las familias de la Parroquia de Pioter

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

1.1 Antecedentes del diagnóstico



La agricultura y la ganadería son unas de las actividades económicas que tiene el Ecuador, la cual están especialmente en la región sierra, ya que constituye el 73% de la población Nacional en donde se concentra la mayor producción de leche.

La provincia del Carchi se constituye en una de las zonas más adecuadas para la crianza de ganado, lo cual puede ser de leche o de carne, debido a que la superficie está destinada al cultivo de pasto, el cual da un valor agregado para la producción de leche.

La Parroquia de Pioter, del Cantón Tulcán es parte fundamental de la Provincia del Carchi y por ende es un sector eminentemente ganadero, este se ubica a 5 kilómetros de la Parroquia San Cristóbal, abarca una superficie de 17,81 kilómetros cuadrados a una máxima de 3210 msnm, la Parroquia de Pioter limita; al Norte con la quebrada Agua Amarilla, al Este con el Rio San Pedro, al Sur con el Cantón Montufar, y al Oeste con la quebrada de Santo Tomas. El clima en general es frio con temperatura que varían de 10° a 15°, llueve en cualquier época del año a excepción de meses de Julio y Agosto, lo cual se ha constituido un factor importante para las actividades ganaderas. La Parroquia de Pioter está formada aproximadamente por 718 habitantes según el INEC del 2010 distribuidos en los diferentes caseríos cuya principal actividad ocupacional es el cultivo de papas y también la agroindustria lechera.

La parroquia de Pioter es una de las zonas más adecuadas para la crianza del ganado, esta puede ser de leche o de carne, debido a que el cultivo de pasto les proporciona las vitaminas adecuadas para el ganado.

La Parroquia de Pioter está conformada por tres barrios que son: Barrió San Francisco, Barrió San Vicente, Barrió San José, y por tres comunidades que son: Comunidad San Francisco, Comunidad San Pedro, Comunidad Bella Vista.

Esta Parroquia dispone de una carretera asfaltada de primer orden que se comunica con los distintos barrios y otros pueblos aledaños. La Parroquia de Pioter posee agua potable, alcantarillado, centro de salud, viviendas, escuela, energía eléctrica, líneas telefónicas y servicio de transporte.

Fundamentalmente la propuesta se basa en la creación de un centro de acopio que beneficie a los pequeños productores permitiéndoles comercializar en mejor forma su producción y alcanzar beneficios a los cuales no tienen acceso en forma individual, tales como seguridad en la venta de leche, bonificaciones en el precio. También favorecerá la transparencia de técnicas para mejorar la calidad de la leche, la productividad del precio.

La idea del proyecto es innovadora, ya que con la existencia de este centro de acopio los habitantes de la Parroquia de Pioter se beneficiarían, por lo tanto ellos tendrán un lugar seguro donde entregar su producto que este caso sería la leche en su estado natural.

1.2. Objetivos del diagnóstico

1.2.1 Objetivo General

Realizar un diagnóstico situacional para identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos entorno a la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Describir el análisis a través de las variables demográficas, económicas y legales, para conocer el entorno en el cual se va a desarrollar el centro de acopio.
- Describir al análisis sectorial a través de las variables clientes, competidores, proveedores y reguladores.
- Describir el análisis interno a través de las áreas de dirección y recursos humanos.

1.3. Variables diagnósticas

1.3.1 Macroentorno

- a) Demográfico
- b) Económico
- c) Legal

1.3.2. Entorno Sectorial

- a) Clientes
- b) competidores
- c) Proveedores

1.3.3. Microentorno

- a) Áreas de dirección y recursos humanos

1.4. Indicadores que definen las variables

1.4.1 Macroentorno

1.4.1.1 Demográfico

- a) Densidad Poblacional
- b) Educación
- c) Salud
- d) Actividades económicas

1.4.1.2 Económico

- a) Capital
- b) Materia Prima
- c) Financiamiento
- d) Tecnológico

1.4.1.3 Legales

- a) Patentes Municipales
- b) Estatutos y autorización para el funcionamiento

1.4.2 Entorno Sectorial

- a) Clientes
- b) Competidores
- c) Proveedores

1.4.3 Microentorno

1.4.3.1 Áreas de dirección y recursos humanos

- a) Talento humano
- b) Número de personas
- c) Nivel de capacitación.

1.5. Matriz de relación diagnóstica

Tabla 1

Matriz diagnóstica en donde podemos visualizar las variables diagnósticas y sus respectivos indicadores

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	TECNICA	FUENTES DE INFORMACION					
Describir al análisis externo de las variables demográficas, económicas para conocer el entorno en el que va a desarrollarse las actividades del centro de acopio	Situación demográfica	Densidad Poblacional	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Observaciones	INEC Cámara de comercio Patronato Municipal de Pioter					
		Salud								
	Distribución poblacional									
Nivel Económico	Población económica Actividades económicas Materia Prima Tecnología	Patentes Municipales	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Observaciones	Productores PEA Libros G.A.D Pioter					
						Procesos Legales	Estatutos y autorización para el funcionamiento del centro de acopio	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Observaciones	G.A.D Pioter SRI PEA
						Cientes	Cientes	Primaria Secundaria	Encuestas	Fichas de observación
Describir el análisis sectorial a través de las variables clientes, proveedores y competidores	Proveedores	Proveedores	Secundaria	Entrevistas	Fichas de observación					
	Competidores	Competidores	Secundaria	Observaciones	Fichas de observación					
Describir el análisis interno a través de las variable de área de administración	Administración	Talento humano	Primaria Secundaria	Encuestas Entrevistas Observaciones	INEC PEA					
Capacitación										
Modelos Propuestos										

Elaborado por: Cristina Guacanes

1.6. Variables diagnosticas

1.6.1. Macroentorno

1.6.1.1.Situación Demográfica

1.6.1.1.1 Densidad Poblacional

- **Provincia:** Carchi
- **Cantón:** Tulcán
- **Región:** Sierra Norte
- **Parroquia:** Pioter
- **Altura:** 3210 msnm
- **Superficie:** 17,81 Kilómetros cuadrados

- **Datos poblacionales:**

De acuerdo al resultado del censo poblacional 2010 (INEC). La Parroquia de Pioter cuenta con una población de 718 habitantes, en la que destaca más hombres en relación a mujeres con una diferencia del 4% del total de la población, en donde la población de mujeres es de 323 y la población de hombres es 395.

- **Limites:**

Al Norte con la quebrada Agua Amarilla, al Este con el Rio San Pedro, al Sur con el Cantón Montufar, y al Oeste con la quebrada de Santo Tomas.

- **Clima:**

El clima de Pioter es frio con una temperatura que va de 10° a 15°, llueve en cualquier época del año, lo cual se ha constituido en un factor importante para la crianza de ganado.

- **Educación**

En la Parroquia de Pioter se observa que existe un 98% de educandos que asisten a establecimientos de enseñanza primaria, un 76% que asisten a establecimientos de educación secundaria y, el 46% de asistencia el bachillerato. A establecimientos de educación superior asisten únicamente un 21%. (INEC, 2010).

- **Actividad Productiva:**

En la Parroquia de Pioter tiene como actividades productivas la agricultura y la ganadería puesto que su economía se basa en este tipo de actividades.

Grafico 1

Situación Geografica de la Parroquia de Pioter



Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: G.A.D. Pioter

La Parroquia de Pioter es considerada por tener riquezas naturales que les brinda hermosos paisajes en donde las personas pueden sentirse relajados y libres de problemas porque el sentir el aire puro es como sentirse nuevo sin aire contaminado, también esta Parroquia tiene tierras féculas donde los habitantes de la Parroquia pueden realizar su trabajo de agricultura y ganadería por lo que es un medio que les permite desarrollarse económicamente por que comercializan sus productos.

Tabla 2

División Política de la Parroquia de Pioter

Distribución Política
Barrio San Francisco
Barrio San José
Barrio San Vicente
Comunidad San Francisco
Comunidad San Pedro
Comunidad Bella Vista

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: G.A.D. Pioter

1.6.1.1.2. Distribución Poblacional de la Parroquia de Pioter

Según los datos obtenidos por el censo 2010 se llega a determinar que la mayoría de la población se encuentra en el área.

Tabla 3
Distribución Poblacional

Parroquia de Pioter	
Genero	CASOS
Hombres	395
Mujeres	323
Total	718

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: INEC, censo 2010

1.6.1.1.3 Salud

La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social; el cual permite dar información a todas las personas a través de capacitaciones, revistas, volantes con el fin de prevenir todo tipo de enfermedades.

La Parroquia de Pioter cuenta con 1 área de salud que pertenecen al estado, mismo que es de gran ayuda para la Parroquia porque de este medio las personas que habitan en esta Parroquia puedan asistir al centro de salud para realizarse los chequeos necesarios para cuidar su salud, aunque algunas personas no asisten porque no saben cuáles son los beneficios que esta institución del Estado prevé para los habitantes de esta zona. (PATRONATO MUNICIPAL DE PIOTER, 2015)

1.6.1.2. Nivel Económico

1.6.1.2.1 Población en edad de trabajar

El Ministerio de Trabajo y programa mi primer empleo establecen que se encuentran aptas para ejercer funciones productivas, personas de 10 años en adelante por lo cual en la mayoría de los hijos de las familias de la Parroquia de Pioter se dedican a realizar actividades productivas como son la ganadería y la agricultura con el fin de seguir con las tradiciones de sus ancestros.

En la Provincia del Carchi la Población Activa es de 47.58% misma que se encuentra distribuida para todos sus siete cantones por ende se establece que la Parroquia de Pioter es el cuarto sector con el 12,27% que representa a 687 habitantes que se dedican a una actividad laboral. (INEC, 2015)

Tabal 4
Población en edades de Trabajo

Distribución Poblacional en Edad de Trabajar		
Genero	PET	%
Hombre	389	56.62%
Mujeres	298	43.38%
Total	687	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: INEC, Censo 2010

1.6.1.2.2. Población Económicamente Activa

La Población Económicamente Activa, está conformada por las personas de 10 años y más que trabajaron al menos 1 hora en la semana de referencia, o que no laboran, pero tuvieron empleo, o bien aquellas personas que no tenía empleo, pero estaban disponibles para trabajar y buscaban empleo.(INEC,2010)

Tabla 5
Población Económicamente Activa

Distribución PEA		
Genero	PEA	%
Hombre	318	51,53%
Mujer	299	48.46%
Total	617	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: INEC, Censo 2010

El 51.53% de la población económicamente activa de la Parroquia de Pioter representa al sexo masculino y el 48,46% representa al sexo femenino en el cual representan a las diferentes actividades productivas mismas que forman parte de una variedad de ofertas laborales del sector.(INEC, 2010)

1.6.1.2.3. Población Económicamente Inactiva

Se consideran personas inactivas a todas las personas de 10 años y más, no clasificadas como ocupadas o desocupadas durante la semana de referencia, como rentistas, estudiantes, amas de casa y los adultos mayores.(INEC, 2010)

Tabla 6*Población Económicamente Inactiva*

Población inactiva de la Parroquia de Pioter		
Genero	PEI	%
Hombre	67	66,33%
Mujer	34	33,66%
Total	101	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: INEC, Censo 2010

De acuerdo a los datos obtenidos por el INEC 2010 no forma parte de una actividad laboral los rentistas, estudiantes, amas de casa y adultos mayores, por la cual se destina que el 66,33% se considera personas inactivas ya que se las considera como personas que no buscan trabajo o no desean trabajar en ninguna actividad productiva de la Parroquia de Pioter.

1.6.1.2.4. Actividades Económicas

Las actividades económicas que se generen al interior de la Parroquia de Pioter son diversas, dentro de las más importantes podemos señalar a la ganadería que tiene un porcentaje del 68%, la agricultura tiene un porcentaje del 27% y el turismo de un 5%. (GAD Pioter)

Todas estas actividades permiten que exista un ingreso económico el cual sustente en cada una de las familias de la Parroquia de Pioter.

1.6.1.2.5. Nivel de Ingresos

La Parroquia de Pioter tiene sus producciones tanto ganaderas como de agricultura las cuales se pueden comercializar sus productos a través de los diferentes mercados, todas estas actividades hacen que mejoren los ingresos de cada uno de los habitantes de la Parroquia de Pioter, además expresa sus opiniones con sus respectivos comerciantes para que de esta forma se puede dar a conocer más afondo de cada una de las actividades que produce la Parroquia de Pioter.

Sus ingresos también se los obtiene a través de las diferentes festividades que se dan en la Parroquia de Pioter como son las fiestas de parroquialización donde se realizan diferentes programas donde los turistas pueden disfrutar de las fiestas de la Parroquia.

Según los datos obtenidos por parte del Teniente Político, las expectativas que cumple cada año son de 50 mil visitantes nacionales, esto hace que exista, un sustento económico para cada familia de la Parroquia de Pioter.(GAD Pioter)

Los productos que ofrece la Parroquia de Pioter tienen un precio que se encuentra al alcance del consumidor ya que estos son la fuente principal para el proceso diario es por lo cual relacionan sus actividades y fijan un precio para cada producto es decir para los productos agrícolas se venden de acuerdo al precio que deseen las habitantes de la Parroquia y por otra parte el producto ganadero que en este caso sería la leche en su estado natural con un precio de \$ 0.40 ctv el litro de leche el cual es comercializado todos los días.(MAGAP, 2015)

Casi la mayoría de productores se han dedicado a expandir sus productos a diferentes casas comercializadoras de los diferentes lugares de la Provincia del Carchi, mismo que ha causado un interés en forma un centro de acopio para la comercialización de sus productos en el centro de la Parroquia de Pioter el cual genera un importante ingreso más para sus familias.

1.6.1.2.6. Materia Prima (Leche)

La materia prima que se en este caso es la leche en su estado natural constituye a la materia prima con mayor diversidad de usos y procesos por consiguiente con derivados, la leche es de color blanquecina , la leche protege el tracto gastrointestinal en contra de las patógenos, toxinas e inflamación y contribuye a su salud metabólica.

La leche es la base de numerosos productos lácteos, como la mantequilla, el queso o el yogur. Números subproductos de la leche son utilizados en las industrias agroalimentarias, químicas y farmacéuticas: leche concentrada, leche en polvo, caseína o lactosa. La leche de vaca se utiliza también en la alimentación animal. La leche está compuesta principalmente por agua, materia grasa, proteínas, hidratos de carbono y calcio.

1.6.1.2.7. Características

La leche en su estado natural cumple con algunas características importantes que son:

1.6.1.2.7.1.Aspecto

La leche fresca es de color blanco aporcelanada presenta una cierta coloración crema cuando es muy rica en grasa. La leche descremada o muy pobre en contenido graso presenta un blanco con ligero tinte azulada.

1.6.1.2.7.2.Sabor

La leche fresca tiene un sabor ligeramente dulce, dando por su contenido de lactosa. Por contacto, puede adquirir fácilmente el sabor de hierbas.

1.6.1.2.7.3.Propiedades Físicas

Estas propiedades físicas de la leche se tomó de una ficha de observación realizada al sr. Luis Potosí.

✓ Densidad

La densidad de la leche varía entre los valores dados según se la composición de la leche, pues depende de la combinación de densidades de sus componentes, que son los siguientes:

- Agua 1000 g/cm³
- Grasa 0.931 g/cm³
- Proteínas 1.346 g/cm³
- Lactosa 1.666 g/cm³
- Minerales 5.500 g/cm³

✓ PH de la Leche

La leche es de características cercana a la neutra. Sus Ph pueden variar entre 6.5 y 6.65.

✓ Acidez de la Leche

Una leche fresca posee una acidez de 0.15 a 0.16%. Esta acidez se debe en un 40% a la anfroterica, otro 40% al aporte de la acides de las sustancias minerales, CO₂ disuelto y acidez orgánicos; el 20% restante se debe a las reacciones secundarias de los fosfatos presentes.

✓ Viscosidad

La leche natural, fresca, es más viscosa que le agua, tiene valores entre 1.7 a 2.2 centi poise para la leche entera, mientras que una leche descremada tiene una viscosidad de alrededor de 1.2 cp.

✓ Punto de Congelación

El valor promedio es de -0.54° C (varía entre -0.513 y -0.565°C). Como se precia es menor a la del agua y es consecuencia de la presencia de las sales minerales y de la lactosa.

✓ **Punto de Ebullición.**

La temperatura de ebullición es de 100.17°C

✓ **Color Especifico**

La leche completa tiene un valor de 0.93 – 0.94 cal/g°C, la leche descremada 0.94 a 0.96 cal/g°C.

1.6.1.2.7.4. Tecnología

Las herramientas que se utilizan para la obtener le producto son los ordeños mecánicos, el cual permite ordeñar ocho a diez vacas por hora en un solo tarro de leche. Los ordeñadores que ordeñan manualmente pueden suplicar su capacidad ordeñando dos vacas a la vez. Existen dos tipos de ordeños mecánicos que son:

- ✓ **Ordeño móvil.-** consiste en una pequeña maquina móvil que dispone de todos los elementos necesarios para el ordeño y que se desplaza por el establo hasta los animales a ordeñar.
- ✓ **Ordeño fijo.-** Este ordeño esta de forma fija en un cuarto especialmente de ordeño en donde los animales acuden al cuarto.

También el cuarto de ordeño hay un enfriador de leche en donde se coloca la leche para que sea almacenada y libre de impurezas la cual esta adecuada al grado de temperatura necesario para que la leche se encuentre en buen estado.

1.6.1.3. Procesos Legales

1.6.1.3.1. Patentes Municipales

Para toda actividad económica es necesario cumplir con ciertos requisitos necesarios para el funcionamiento del proyecto como:

- ◇ Copia de cedula y papeleta de votación
- ◇ Carta de pago de un servicio básico de la ubicación donde se va a desempeñar el proyecto.
- ◇ Comprobante de pago del impuesto predial rural del predio donde funciona la actividad económica.
- ◇ Copia de registro único del contribuyente (RUC) en caso de poseerlo.

1.6.1.3.2. Estatutos y autorización para el funcionamiento del centro de acopio

De acuerdo a las investigaciones realizadas en el Servicio de Rentas Internas establece que se debe cumplir con ciertos requisitos mismos que permita hacer real el proyecto establecido:

- ✓ Original y copia de la cedula de identidad.
- ✓ Original y copia de la papeleta de votación actual.
- ✓ Copia de servicio básico de la ubicación de domicilio.

1.6.2. Entorno Sectorial

1.6.2.1. Clientes

Los clientes de este centro de acopio es la empresa Alpina que está ubicada en la ciudad de San Gabriel la cual comprara 8.000 litros de leche al día, la empresa Lechera del Carchi, comprara 6.250 litros de leche diarios mientras que la empresa Quesinor ubicada en la ciudad de San Gabriel adquirirá 4.000 litros de leche, a partir de la puesta en marcha del proyecto, ya que en la actualidad dichas empresas compran la leche de la Parroquia de Pioter.

1.6.2.2. Proveedores

Los principales proveedores de este centro de acopio son las familias de la parroquia de Pioter las cuales ayudaran al crecimiento de este proyecto, debido a que existen 3 barrios y 3 comunidades las cuales proveerán la leche en estado natural.

1.6.2.2. Competidores

En la parroquia de Pioter existe un recolector de leche que no tiene las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, además existen un sinnúmero de intermediarios que compran la leche a diferentes precios, perjudicando así a los ganaderos del sector, debido a que los precios o son justos para las familias.

1.6.3. Microentorno

1.6.3.1. Áreas de dirección y recursos humanos

1.6.3.1.1. Talento Humano

Los productos agrícolas y ganaderos son unos de los principales ingresos económicos ya que a través del trabajo de los habitantes de la parroquia han permitido que exista empleo para todos las familias de la Parroquia de Pioter sin necesidad de obtener un estudio

especializado debido a que la mayoría de los trabajadores son de la Parroquia que no han alcanzado a terminar sus estudios primarios, siendo su causas principales el nivel económico en cada una de las familias.

Según datos obtenidos del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Pioter, se observa que la mayoría de los pobladores se dedican a la ganadería ya que es una de las fuentes económicas más importantes de la población como es la producción de leche en su estado natural, ofertando a si su producto a distintas enfriadoras del sector de la Parroquia de Pioter con el fin de que su producto sea el mejor y así equilibre la economía de la familia.

1.6.3.1.2. Capacitación

El conocimiento de los productores es una base fundamental para todas las enfriadoras del sector, es por eso que se ha llegado a analizar a todos los productores de leche de la parroquia, que necesitan de una capacitación, la cual va a estar dirigida por personal capacitado provenientes de la ciudad de Quito que ayudara al manejo de las actividades rutinarias el cual tendrá buenos resultados.

El centro de acopio junto al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Pioter establecerá un cronograma semestral de capacitación para los productores de leche el cual ayudara al sustento diario de su trabajo. Basándose en el cumplimiento de los objetivos se perfeccionara la comercialización de la leche en su estado natural.

1.7. Construcción de la Matriz AOOR

1.7.1. Aliados

- Ubicación estratégica de la Parroquia de Pioter y abundancia de proveedores.
- La Población Económicamente Activa (PEA), es una de las principales fuerzas para el desarrollo y sustento diario de las familias ya que constituye un 85.93%.
- Cambio de cultura hacia la producción de leche a una sustitución creciente.

1.7.2. Oponentes

- Limitada capacitación de profesionales en el sector de Pioter.
- Proveedor potencial posicionado en el mercado, como es el centro de acopio de Cuba.

1.7.3. Oportunidades

- Mejorar la potenciación de la leche e incrementar el ingreso de las familias.
- Mercado creciente de leche en estado natural.
- Aprovechar el financiamiento de créditos bancarios con una tasa de interés baja. .

1.7.4. Riesgos

- No posicionarse en el mercado.

1.8. Cruces Estratégicos AOOD

1.8.2. Cruce Estratégico Aliado – Oponente (AO)

Aprovechar la compra y venta de la leche en estado natural y la producción de la misma de los habitantes, para mantener las tradiciones se creará un centro de acopio, dedicado al servicio de la Parroquia de Pioter, es decir, se ofertara el producto y esto ayudara a las familias de la Parroquia de Pioter para que pueden satisfacer sus necesidades y cambiar su estilo de vida.

1.8.3. Cruce Estratégico Aliado – Riesgo (AR)

Establecer convenios con los proveedores de leche en estado natural, esto permitirá negociar el precio y al abastecimiento oportuno. Dicho convenio beneficiara a las dos partes involucradas, es decir, a los proveedores porque tendrán un cliente fijo a quien podrán vender su producto sin inconvenientes y el centro de acopio se verá beneficiario del producto que podrá comercializar a los industria que necesitan esta materia prima.

1.8.4. Cruce Estratégico Oponente – Riesgo (OR)

Captar nuevos clientes por medio de una publicidad bien elaborada, atraerá a nuevos clientes por lo tanto se podria comercializar el producto, satisfaciendo las necesidades y las expectativas de nuestros posibles clientes.

1.8.5. Cruce Estratégico Oponente – Oportunidad (OO)

Aprovechar la tendencia de la compra del producto que es la leche en estado natural ya que las industrias lecheras necesitan de este materia prima para poner realizar sus actividades lo cual es indispensable para la elaboración de sus productos y por medio de este poder llegar a posicionarnos en el mercado.

1.9. Oportunidades de la Inversión

Después de realizar el diagnostico situacional a través del microentono, entorno sectorial y el macroentorno del estudio de factibilidad para la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural en la Parroquia de Pioter, se identificó que existen necesidades y oportunidades de inversión.

La limitada cultura de las familias de Pioter al vender la leche en estado natural a personas desconocidas a su medio, los proveedores están vulnerables a una estafa económica o del producto, es por eso que se ve en la necesidad de crear un centro de acopio en donde las familias pueden vender su producto con seguridad.

Con la matriz productiva se puede prever una mayor producción de leche en estado natural, lo que permitirá que las familias de la parroquia de Pioter puedan mejorar su estilo de vida y a su vez pueden vender su producto en un lugar fijo y a precios adecuados, además el centro de acopio tendrá muchas vías de acceso para que los productores puedan llegar con facilidad a este sitio.

Como alternativa de solución a este sin número de necesidades y oportunidades, se plantea la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural para que contribuya a la mejora de calidad de vida de las familias de la parroquia de Pioter.

El propósito de la creación de este centro de acopio es fomentar la fuente de empleo cuyo fin es disminuir el desempleo en la comunidad.

CAPÍTULO II

2.- MARCO TEÓRICO

2.1 Estudio de Factibilidad

Según el Folleto, (2011); Esquema Aplicable Para Nuevos Productos.; El Estudio de Factibilidad es: “El análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso”. (P.1).

El estudio de factibilidad ayuda a determinar qué factible es el proyecto aplicando estrategias y métodos.

2.1.1 Objetivos de un estudio de factibilidad.

Según Bravo, (2011); Contabilidad General, menciona los siguientes objetivos de factibilidad que son:

- Cubrir las metas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas.
- Reducción de errores y mayor precisión en los procesos.
- Reducción de costos mediante la optimización o eliminación de recursos no necesarios.
- Integración de todas las áreas y subsistemas de la empresa.
- Auxiliar a una organización a lograr sus objetivos. (P.25)

2.1.2 Recursos del estudio de factibilidad.

Según Bravo, (2011); Contabilidad General, menciona los siguientes recursos de un estudio de factibilidad que son:

La determinación de los recursos para un estudio de factibilidad sigue el mismo patrón considerado por los objetivos vistos anteriormente, el cual deberá revisarse y evaluarse si se llega a realizar un proyecto, estos recursos se analizan en función de tres aspectos.

- **Factibilidad Operativa:** Se refiere a todos aquellos recursos donde interviene algún tipo de actividad (Proceso), depende de los recursos humanos que participen durante la operación del proyecto.

Durante esta etapa se identifica todas aquellas actividades que son necesarias para lograr el objetivo.

Factibilidad técnica: Se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, etc., que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Este debe considerar si los recursos técnicos actuales son suficientes o deben complementarse.

Factibilidad económica: Se refiere a los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar o llevar a cabo las actividades o procesos y/o para obtener los recursos básicos que deben considerarse son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos. (P.27)

2.2 La Empresa

Según PAEZ, Roberto N. 2008; en su libro Desarrollo de la Mentalidad Empresarial, manifiesta: “Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”. (P. 3).

2.2.1 Importancia de la Empresa

La importancia de la empresa radica en que deberá constituirse en un ente generador de riqueza económica de un país, así como alcanzar el desarrollo sostenible de la misma, pues es importante investigar en la empresa, su entorno y competencia, porque de antemano se deberá conocer el desenvolvimiento de la empresa en el tiempo de funcionamiento, examinar su trayectoria las fortalezas de sus productos, las debilidades si existieren, la competencia entre otros. Pero las fortalezas vistas desde el punto de vista del mercado. Todo esto se requiere para pronosticar o proyectar a la empresa en un escenario de existencia productiva a largo plazo.

2.2.2 Características

Según PAEZ, Roberto N. 2008; en su libro Desarrollo de la Mentalidad Empresarial,

- Fin económico: Busca crear bienes y servicios para la sociedad.
- Objetivo: Busca maximizar las ganancias.
- Fin Mercantil: Busca producir para el mercado.
- Tiene cierta responsabilidad con la sociedad el cual está motivado por las utilidades.
- Asume riesgo: Está sujeta a los factores que determinan comportamiento y estado de la empresa. (P. 4)

2.2.3 Clasificación

2.2.3.1 Según el sector de actividad

Según TORRES R, 2009, Gestión Empresarial, manifiesta los tipos de empresas que son:

a. Empresas del sector primario. También denominado extractivo, ya que el elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.

b. Empresas del sector secundario o industrial. Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, la textil, etc.

c. Empresas del sector terciario o de servicios. Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, etc. (P.25)

2.2.3.2 Según el tamaño:

Según TORRES R, 2009, Gestión Empresarial, manifiesta los tipos de empresas que son:

Existen diferentes criterios que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, como el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

a. Grandes empresas: Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares, tienen miles de empleados de confianza y sindicalizados, cuentan con un sistema de administración y operación muy avanzado y pueden obtener líneas de crédito y préstamos importantes.

b. Medianas empresas: En este tipo de empresas intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.

c. Pequeñas empresas: La pequeña empresa es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforman no excede un determinado límite. (P.27)

ALVARES, Mariano, (2012, 2 de Diciembre). La pequeña empresa, manifiesta que: “Es una empresa que ocupa a menos de 10 personas y cuyo volumen de negocios anual o cuyo balance general no supera los 3 millones de dólares”. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Peque%C3%B1a_y_mediana_empresa.

En torno a mencionada apreciación cabe señalar, que la pequeña empresa es de carácter independiente tipo familiar en donde los ingresos generados por esta en su gran mayoría constituyen el capital de trabajo lo cual no permite la incorporación masiva del personal.

2.2.3.3. Ventajas de la pequeña empresa

Según TORRES R, 2009, Gestión Empresarial, manifiesta los tipos de empresas que son:

La pequeña empresa tiene sus ventajas en comparación con las medianas y grandes empresas, como se verá a continuación:

- Tiende a ser económicamente más innovadora que las compañías más grandes, es más apta para responder a las cambiantes exigencias del consumidor.
- Tiene la capacidad de realizar alianzas y sociedades, a diferencia de las grandes empresas con intereses competitivos demarcados.
- La pequeña empresa brinda satisfacción y autonomía de trabajo a aquellos emprendedores que no tienen la capacidad financiera o técnica para iniciar una mediana o gran empresa. (P. 28)

2.2.3.4. Desventajas de la pequeña empresa

Según TORRES R, 2009, Gestión Empresarial, manifiesta los tipos de empresas que son:

- ✓ En la primera etapa, los emprendedores de pequeñas empresas suelen pasar por momentos de privaciones, como consecuencia de haber invertido sus ahorros, haber incurrido en préstamos y contraído obligaciones (sueldos, alquileres, impuestos, etc...).
- ✓ Las pequeñas empresas suelen cerrar sus puertas con más frecuencia que las grandes empresas, debido principalmente a la falta de recursos económicos, capacidad técnica (para ofrecer productos de calidad) y/o de suficientes clientes como para mantenerlos en funcionamiento.
- ✓ Las pequeñas empresas tienen menor poder de negociación con los proveedores que las medianas o grandes, debido a sus bajos volúmenes de compras.
- ✓ Las pequeñas empresas tienen menor acceso al financiamiento o mayor dificultad para obtenerlo. (P. 29)

2.2.3.5 Según su forma jurídica

Según TORRES R, 2009, Gestión Empresarial, manifiesta los tipos de empresas que son:

a. Unipersonal. El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.

b. Sociedad colectiva. Dos o más personas cualesquiera pueden unirse y formar una sociedad colectiva. Cada una acuerda aportar parte del trabajo y del capital, quedarse con un porcentaje de los beneficios y compartir, desde luego, las pérdidas o las deudas.

c. Cooperativas. No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.

d. Comanditarias. Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.

e. Sociedad de responsabilidad limitada. Los socios propietarios de estas empresas tienen la característica de asumir una responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

f. Sociedad anónima. Es una entidad jurídica independiente y, de hecho, es una persona jurídica que puede comprar, vender, pedir créditos, producir bienes y servicios y firmar contratos. (P.29)

2.4 Microempresa

Según TORRES R, 2009. En su libro *GESTIÓN MICROEMPRESARIAL*, manifiesta: "La microempresa es la organización económica hecha, administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene como objetivos económicos, éticos y sociales, el número de trabajadores no sobrepasa a 10 personas." 2009, (P. 29).

2.4.1 Ventajas

Según GITMAN Laurence, 2007, manifiesta las siguientes desventajas:

- Flexibilidad con la que actúan.
- Disponibilidad geográfica
- Adaptabilidad del producto al mercado
- Transformación rápida
- Toma rápida de decisiones (P. 125)

2.4.2 Desventajas

Según GITMAN Laurence, 2007, manifiesta las siguientes desventajas:

- ✓ Falta de financiamiento
- ✓ Problemas de competitividad (P. 126)

2.4.3 Características

Según GITMAN Laurence, 2007, manifiesta las siguientes características las cuales generalmente se resaltan los siguientes elementos característicos:

- ◇ Administración independiente. (Usualmente dirigida y operada por el propio dueño).
- ◇ Incidencia no significativa en el mercado. El área de operaciones es relativamente pequeña y principalmente local.
- ◇ Escasa especialización en el trabajo: tanto en el aspecto productivo como en el administrativo; en este último el empresario atiende todos los campos: ventas, producción, finanzas, compras, personal, entre otros.
- ◇ Actividad no intensiva en capital; denominado también con predominio de mano de obra.
- ◇ Limitados recursos financieros (El capital de la empresa es suministrado por el propio dueño).
- ◇ Aquellos que consideran que la pequeña Empresa utiliza tecnología en la relación al mercado que abastece, esto es, resaltar la capacidad creativa y adopción de tecnología de acuerdo al medio.
- ◇ Aquellos que resaltan la escasa información tecnológica que caracterizan algunas actividades de pequeña escala. (P. 128)

2.5 Centro de acopio

Según Mendoza. (2005).; en su libro Centros de Acopio, manifiesta: “Son estructuras físicas y organizativas, dotados y/o equipadas de recursos materiales, humanos y financieros para desempeñar la función de acopio de los productos. Constituyen el primer contacto de la producción agrícola y ganadera con el proceso de comercialización por lo que generalmente están ubicados en las zonas rurales o muy cercanas a ellas. Sus actividades incluyen la recepción, la manipulación y el despacho de los productos hacia las zonas urbanas”. (P. 5).

Es un establecimiento destinado a la recolección de la leche, con el fin de someterla a proceso de enfriamiento y después transportarla a las diferentes industrias lácteas.

2.5.1 Rol De Los Centros De Acopio

Según Mujica Ángel. (2007); en su libro Guía de Comercialización de Productos Agrícolas, manifiesta: “Los roles de los centros de acopio son los siguientes: Concentración de

la oferta rural: Es una de las características principales de la producción agrícola es la atomización y dispersión de las unidades productores y por ende de la oferta de los productos. Incremento de la producción: El principal estímulo que tienen los agricultores lo constituyen el intercambio de su producto por dinero. Mejoramiento de la calidad: Las actividades del centro de acopio se incluye la manipulación, clasificación y adecuación del producto, funciones que se desempeñan en procura de agregarle valor comercial, eliminando las impurezas traídas desde los centro de producción y adecuando los volúmenes y presentaciones a los requerimientos de la demanda inmediata.”. (P. 2).

Tienen un gran valor en el proceso de la creación de un centro de acopio, ya que sirve al productor como un recurso al momento de la comercialización de los productos mejorando la calidad de vida de los habitantes de la zona a través de creación de fuentes de trabajo que les permita obtener mayores ingresos económicos; obtener asistencia de capacitación a los agricultores, mejorar los precios de sus productos eliminando los intermediarios.

2.5.2. Clasificación de los Centros de Acopio

Tabla 7
Clasificación de los Centro de Acopio

Centros de Acopio	
Clasificación	Características
En función al producto acopiado	Especializados: Se refiere a los centros de acopio dedicados a la concentración de un solo producto en particular, o grupos de estos según su afinidad. Diversificados: Cuando se acopian rubros pertenecientes a diferentes especies y variedades en un mismo lugar y tiempo, estamos frente a un centro de acopio diversificado
En función al periodo de acopio	Permanentes: Se denominan así los centros de acopios usados durante todo el año, en período regularmente continuos para un mismo rubro. Eventuales: Los centros de acopio cuya utilización se limita a ciertos períodos continuos o alternos en el año.
En función a su ubicación geográfica	Rurales: Cuando se trata de centros de acopio ubicados en las mismas zonas de producción, para luego ser trasladados en camiones especialmente acondicionados para largas distancias. Peri-urbanos: Es la clasificación que reciben los centros de acopio en el perímetro de las ciudades y zonas anexas generalmente perteneciente a las cadenas de detallistas organizados o industrias procesados. Urbanos: Están representados por los almacenes, depósitos de los mayoristas y cadenas de detallista organizados, quienes realizan compras directas en el campo.

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Guía de Comercialización de Productos Agrícolas

2.5.3 Tipos de acopio

GALVAN, Franco (2015, 2 de Octubre). Tipos de centro acopio, manifiesta que en la práctica encontramos los siguientes tipos de acopio:

a) Núcleo de acopio primario

Son los centros de acopio, encargados de recolectar y concentrar los resultados de los cultivos o crianzas en los periodos de cosecha o de saca, de los propios lugares de producción, con lo que se logra evitar principalmente la migración, evitando de esta manera el abandono de los pobladores agrícolas o pecuarios de sus lugares de origen, ahorrándoles un desperdicio innecesario de tiempo en ofertar y colocar sus productos. Los núcleos de acopio primario están constituidos por individuos o grupos asociativos dedicados exclusivamente a la recolección y acopio de los productos agrícolas y pecuarios de todas y cada una de las unidades básicas de producción.

b) Núcleo de acopio secundario

Son centros de acopio encargados de la recolección, almacenamiento, selección y empaque de productos procesados, provenientes de núcleos artesanales o industriales, y que luego los derivarán a los mercados interno o externo; esos núcleos de acopio secundario, están constituidos por los individuos o grupos asociativos, preparados para el manejo de productos terminados y con capacidad de gestión en la comercialización y exportación de los productos.

c) Núcleo de acopio residual

Son centros de acopio, constituidos por personas naturales o grupos asociativos, encargados de recolectar los residuos resultantes del beneficio o transformación de productos agropecuarios, debidamente capacitados y conformantes de unidades básicas de producción estos residuos, según los casos serán derivados a las plantas de reciclaje, productores de gas metano. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Centros_de_acopio.

2.6 La ganadería

Según MARTÍNEZ, Alejandro. 2006. En su libro Geografía Económica, manifiesta: "La Ganadería es la organización y mantenimiento de un, conjunto de animales domésticos, criándolos alimentándolos y facilitando su multiplicación, para explotarlos en beneficio del hombre", (P. 25)

La Ganadería es una actividad productiva a la que se dedican la mayoría de familias de la parroquia de Pióter, de los cuales obtiene ganancias debido a su comercialización o venta de los diversos productos.

2.6.1 Clasificación

Según Latino, G (2005), Manual de Ganadería Actual, menciona las características de la ganadería.

La industria ganadera clasifica al ganado de acuerdo al fin de éste:

- ✓ Ganado pie de cría
- ✓ Ganado de engorde
- ✓ Ganado lechero
- ✓ Ganado de doble propósito

2.5.2 Especies Ganaderas

2.6.2.1 Bovinos

Según GRUPO LATINO. (2005). En su libro Manual del Ganadero Actual, expresa: "En todo el mundo y en la actualidad hay numerosas razas de ganado lechero, pero sólo unas cuantas sirven para utilizarlas como productoras comerciales de leche. Las razas: lecheras más productoras son ocho, citadas a continuación: holstein friesan, parda suiza, milkin shorthorn, danesa roja ayshire jersey, guernsey, holstein".

La mayor parte de producción de leche se produce a partir de tres tipos de razas: Las razas lecheras especializadas, las razas de doble aptitud para la leche y la carne, y el cruce entre las anteriores.

2.6.2.2 Razas

Según www.wikipedia.org, 2014, las razas corresponden a un conjunto de caracteres antológicos, morfológicos y fisiológicos semejantes que permiten identificar su origen y proceso de selección.

La tendencia más reciente clasifica las razas vacunas de acuerdo a las aptitudes y condiciones geográfico-económicas, esto es, según los rendimientos que produce el ambiente donde se crían. Con base a estos criterios, se establecen los siguientes grupos de razas:

❖ Razas lecheras

Los bovinos lecheros se distinguen por su figura delgada y angulosa, y un sistema mamario desarrollado. Su selección apunta a lograr animales que transformen con eficacia el alimento en una gran cantidad de leche. Entre las razas más destacadas tenemos:

❖ **Holstein Friesian**

Desciende del Bos primigenius y es originaria de la provincia de Frisia de Holanda, donde reina un ambiente húmedo y templado, condición óptima para la producción lechera. En Estados Unidos se la conoce como Holstein Friesian; en Gran Bretaña, British Friesian; en Nueva Zelanda y Australia simplemente Friesian, en Francia, por el color de su pelaje, Noire Hollandaise.

Es una raza cosmopolita, conocida prácticamente en todo el mundo, caracterizada por sus manchas negras y blancas bien definidas (overo negro), morro bien delineado y ancho, ollares amplios, mandíbulas fuertes, gran alzada y peso.

❖ **Brow Swiss o Pardo Suizo:**

Es la segunda raza en producción de leche y puede considerarse como de doble utilidad. Existen dos tipos perfectamente diferenciados: el norteamericano, de carácter marcadamente lechero y el suizo, que tiene al doble fin. El pelaje de esta raza varía de color castaño claro al oscuro, característicamente presenta un halo blanco alrededor del morro y una línea más clara a lo largo del dorso; lengua y nariz.

❖ **Ayrshire:**

Toma su nombre del condado de Ayr, situado en el Sudoeste de Escocia, donde se originó. Es de talla reducida, cuernos cortos y retorcidos, colorados o castaños y blanco. En su formación intervinieron las razas Alderney y Wesrhingland sobre las cuales actuó luego la Shorthorn.

❖ **Guernsey:**

Formada en la Isla del mismo nombre, en el canal de Mancha, su raza se caracteriza por ser rústica de fácil aclimatación. Predominan los colores amarillo claro, castaño o amarillo rojizo con manchas blancas. Los cuernos son delgados, ahusados y dirigidos hacia adelante. La piel tiene un color amarillo oro claro o rosado.

❖ **Jersey:**

Esta raza tubo origen en la isla Jersey ubicada en el canal de Mancha, al Noreste de Francia perteneciente hoy a Gran Bretaña. En Norteamérica es la segunda más numerosa después de la Holstein Friesian. Aunque es policromo, en la isla de origen sólo exportan

animales amarillo arrotado (color ciervo) aunque hay ejemplares color castaño y algunos con tendencia al negro. Es un bovino de aspecto anguloso y fino, de remos delgados, ojos grandes y vivaces; posee la ubre armoniosa de todas las razas lecheras. La piel es oscura y en las partes del cuerpo sin pelo, negra.

❖ Razas para carne

Los animales para carne se caracterizan por su gran desarrollo muscular en la línea dorsal, la pierna y el brazo. Su principal propósito es convertir eficientemente el alimento en carne de alta calidad para consumo humano. Entre las más reconocidas están: Aberdeen-Angus, Hereford, Santa Gertrudis, Charolais, Devon, Limousin, Galloway, Dexter, Brangus, Charbray.

❖ Razas doble utilidad

Las razas para doble utilidad, ocupan una posición intermedia entre las razas seleccionadas para carne y para leche, tanto en su producción como en su conformación. Además de las mencionadas a continuación (Shorthorn o Durham, Simmenthal) las razas más difundidas de ganado de doble propósito son la Red- Poll y la Normando. (P.3)

2.7 La Leche

Según CRUZ, Braulio. 2006. En su libro "LÁCTEOS: PRODUCTO, FABRICACIÓN Y MÁS, manifiesta: "La leche es un tipo de secreción de alto nivel nutricional, con una composición del 89% de agua, propia de las hembras de los mamíferos, adecuadamente adaptado a las necesidades de los recién nacidos y única fuente de alimentos durante los primeros meses de vida". (P. 19).

La leche se considera importante en el desarrollo nutricional de las personas, especialmente en los primeros meses de su vida, porque tiene muchos componentes que ayudan al desarrollo del ser vivo.

2.7.1 Historia De Su Consumo

Según CHUGA, Álvaro, (2013), manifiesta que el consumo regular de leche por parte de las personas se remota al momento en que los antepasados dejaron de ser nómadas y

comenzaron a cultivar la tierra para alimentar a los animales capturados que mantenían junto al hogar. Este cambio se produjo entre el Neolítico aproximadamente 6.000 años A.C.

En aquellos tiempos la leche se guardaba en pieles, tripas o vejigas animales, que en ocasiones, no estaban bien lavados o se dejaban expuestas al sol por lo que el producto coagulaba.

De este modo surgió el que probablemente fuera el primer derivado lácteo, al que ya se hacía alusiones en la Biblia: la leche cuajada. El hallazgo de pinturas rupestres en el desierto de Sahara indica que el ordeño existía hace unos 4000 años a.C. En el viejo testamento se habla de la leche, describiéndose a la tierra prometida que mana leche y miel.

La leche y sus derivados eran conocidos en toda Europa, pero su consumo variaba de región en región. En Roma y en Grecia la leche de vaca y Mantequilla no eran muy populares, pero la de cabra se empleaba en la cocina y para hacer quesos. La de asno y la de yegua más bien como medicina. Esto se debió a que la leche y mantequilla no eran alimentos fáciles de conservar en el cálido clima mediterráneo, donde se usaba como grasa el aceite de oliva.

Es más los griegos y los romanos pensaban que beber leche era una costumbre bárbara.

Según el escritor romano, Plinio, la leche se usaba para blanquear la piel de las mujeres. Y además de Cleopatra, Popea, la esposa de Nerón, viajaban con cintos de cabras para bañarse en su leche.

Por su parte Marco Polo, quien viajó a China a finales del siglo XIII descubrió que los tártaros, que tomaban leche de yegua, la secaban en el sol después de separar la mantequilla y más tarde la bebían ligada con agua.

El hombre aprendió a transformar la leche, tanto para conservarla durante más tiempo como para variar sus formas de consumo. Según la leyenda, las leches fermentadas fueron reveladas por los ángeles a Abraham, siendo este el origen de su longevidad. De todos modos, los yogures eran conocidos en tiempos remotos, en particular en el Norte de África y en los Balcones. También la elaboración de quesos se remota a la más lejana antigüedad.

Los productos fermentados, como el queso y el yogurt fueron descubiertos por accidente, pero su historia así como la de la leche concentrada, la mantequilla e incluso la de los helados, también han sido documentadas durante muchos siglos. La disponibilidad y distribución de leches y productos lácteos son una mezcla de siglos de arte tradicional con la aplicación de la ciencia a tecnología moderna. (P. 64)

2.7.2 Composición Química De La Leche

Según CRUZ, Braulio. 2006. en su libro lácteos: producto, fabricación y más, menciona la composición química de la leche que son:

Los principales componentes de la leche son los siguientes:

- Agua
- Sales minerales
- Grasa
- Vitaminas
- Proteína

Aproximadamente 85% de la leche es agua. En esta agua se encuentra los otros componentes en diferentes formas de solución.

Las sales y la lactosa se encuentran disueltas en el agua formando una solución verdadera. En tanto que la mayoría de las sustancias proteínicas no es soluble y forma conjuntos de varias moléculas. Sin embargo, estos conjuntos son tan pequeños, que la mezcla tiene aparentemente las mismas características que una solución verdadera. Este tipo de solución se denomina solución coloidal.

La grasa es insoluble al agua y por eso se encuentra en la leche en forma de glóbulos grasos formando una emulsión; una emulsión es la mezcla de pequeñas gotas de líquido en otro líquido sin que lleguen a disolverse. Una emulsión puede ser estable o inestable. La leche cruda es una emulsión inestable de grasa en agua. Después de cierto tiempo, la grasa se estratifica en forma de nata. (P.23)

2.7.3 Características Físicas

Según CHUGA, Álvaro, 2013, la leche tiene un sabor ligeramente dulce y un aroma delicado. El sabor dulce proviene de la lactosa, mientras que el aroma se origina principalmente

de la grasa. Sin embargo, la leche absorbe fácilmente olores del ambiente como el olor del establo o de pintura recién aplicada. Además ciertas, clases de forrajes consumidos por las vacas proporcionan cambios en sabor y olor de la leche. También la acción de microorganismos puede tener efectos desagradables en cuanto al sabor y olor.

La leche posee un color ligeramente blanco amarillento debido a la grasa y a la caseína. Los glóbulos de grasa y, en menor grado, caseína, impiden que la luz pase a través de ella, por lo cual la leche parece blanca. El color amarillo de la leche se debe a la grasa, en donde se encuentra el caroteno, que es un colorante natural que la vaca absorbe con la alimentación de los forrajes verdes. La leche descremada toma un color azulado, causado por la riboflavina o vitamina B2.

La presencia de ácidos tiene gran importancia en la elaboración de la leche. La acción de estos ácidos afecta a los fenómenos microbiológicos, la formación de la mantequilla y la precipitación de las proteínas.

La densidad de la leche es el peso de un mililitro de leche a una temperatura de 20°C y se la determina con un lactodensímetro. La densidad promedio de la leche es aproximadamente 1.030g/ml. Cuando la leche está alterada por la adición de agua, la densidad será menor; en el caso de que la leche haya sido desnatada, la densidad será mayor.

La leche recién ordeñada contiene sustancias que limitan el desarrollo de microorganismos. Con la pasteurización, tales sustancias se descomponen, dando lugar a un mayor desarrollo de las bacterias en la leche pasteurizada. (P.66)

2.8 Producción Lechera

Según CHUGA, Álvaro, 2013, la obtención de la leche cruda se realiza a través del ordeño que debe llevarse a cabo siguiendo unas pautas para garantizar la salubridad del producto obtenido.

La condición principal para producir leche higiénica y sana es ante todo la conciencia del productor. La única finalidad del productor no debe ser vender leche, sino producirla pura y sana.

La leche es un alimento perfecto, y nada hay mejor para el hombre y principalmente para los niños. La leche se cosecha todos los días y durante todo el año.(P.23)

2.9 Comercialización

Según BACA, Gabriel. 2010. En su libro Evaluación de Proyectos, menciona: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”,

- **Canales de Comercialización:** Son los medios utilizados para diseñar, elaborar, instrumentar y operar programas y estrategias de ventas para la adecuada comercialización de los productos. (P. 4)

La comercialización que se realiza en la parroquia de Pioter es en su totalidad por medio de intermediarios, por lo que es muy perjudicial para los proveedores porque el precio que se les paga es muy bajo, con la implementación de centros de acopio se puede reducir y casi eliminar a los intermediarios haciendo una venta directa a grandes industrias.

2.10 Estructura Organizacional

Según HELLRIEGEL, Jackson S. 2009; en su libro Administración / Un Enfoque Basado en Competencias, afirma: “La Estructura organizacional es el proceso de elegir una estructura de tareas, responsabilidades y relaciones de autoridad dentro de las organizaciones”. (P 358)

La estructura organizativa consiste en facilitar el uso de cada recurso, tanto individual como colectivamente; a medida que el sistema administrativo trate de lograr sus metas y objetivos.

2.11 Estudio De Mercado

Según KOTLER, Philip; 2008, en su libro Principios de Marketing, manifiesta: “El estudio de mercado es la información que se usa para identificar y definir oportunidades y problemas de mercado, para generar, afinar y evaluar actos de mercadotecnia, para vigilar la actuación de esta función y para perfeccionar la comprensión del proceso mercadotécnico”. (P. 127).

Por lo anteriormente mencionado, el estudio de mercado ayuda a establecer estrategias adecuadas por medio de la encuesta, entrevista, entre otras para enfrentar la competencia.

2.11.1 Demanda

Según PARKIN, Michael; 2009, en su libro Economía, afirma: “La demanda es la cantidad demandada de un bien o servicio que los consumidores planean comprar durante un periodo de tiempo dado a un precio específico”.(P. 61)

Por lo antes mencionado la demanda es la compra de bienes y servicios que los consumidores adquieren en un mercado determinado para la satisfacer de sus necesidades.

2.11.1.1 Ley de la demanda

FISCHER, Laura (2007); expresa: “El incremento en el precio (P) causa una disminución en la cantidad demandada (Qd) y viceversa, la disminución del precio elevará la cantidad demandada”

2.11.1.2. Determinantes de la demanda

LEANDRO Gabriel, Aula de Economía, 2007, manifiesta: para obtener resultados positivos en el lanzamiento de un producto se toma en cuenta los determinantes de la demanda mismos que son detallados a continuación:

a) Precio del bien:

Al aumentar el precio de un bien disminuye la cantidad demandada y viceversa

b) Precio de bienes sustitutos:

Si el precio de un bien Y, un bien sustituto del bien X, aumenta, entonces la demanda del bien X va a aumentar, y si el precio del bien Y (bien sustituto de X) disminuye, la demanda de X va a disminuir.

c) Precio de bienes complementarios:

Si el precio de un bien Y, un bien complementario al bien X, aumenta, entonces la demanda de X va a disminuir y viceversa.

d) Ingreso de los consumidores

En los bienes normales, al aumentar el ingreso de los consumidores la demanda por un bien va a aumentar. Por el contrario en los bienes inferiores, al aumentar el ingreso del consumidor, la demanda del bien va a disminuir

e) Gustos y preferencias:

Al aumentar las preferencias por un bien (ya sea por moda, temporada, etc.) la demanda del mismo va a aumentar.

f) Población:

Al aumentar la población es de esperar que la demanda por un bien aumente ya que existe mayor número de consumidores con la misma necesidad.

g) Precios futuros esperados:

Si se espera que el precio de un bien aumente a un cierto plazo, la demanda inmediata de este bien va a aumentar. (P. 26)

2.11.1.3. Función de la demanda

NUÑEZ Fernando; (2009-2010), define: “Es la expresión matemática que muestra la relación entre el precio de un bien y la cantidad demandada del mismo.”

Son igualdades que existen en esta función ya que el fin es verificar el nivel de productividad que se presenten en el negocio.

2.11.2 Oferta

Según BACA, Gabriel; 2010, en su libro Evaluación de Proyectos, menciona: “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”, (P. 41).

2.11.2.1 Importancia

La oferta es muy importante porque permite definir de manera cómo se va a enfrentar la competencia y que inconvenientes se puede tener, como también la oportunidad que el centro de acopio presente al llegar con sus productos a todo el sector de la Parroquia de Pioter y en futuro a nivel nacional.

2.11.2.2 Ley de la oferta

FISCHER, Laura (2007); expresa: “La ley de la oferta es cuando los precios del bien aumentan las cantidades ofrecidas aumentan Cuando los precios del bien disminuyen las

cantidades ofrecidas disminuyen es así que la curva de la oferta tiene pendiente a ser positiva. $Q_s = f(P_x) \cdot C.P''$. (P.45)

La ley de la oferta establece que, ante un aumento en el precio de un bien, la cantidad ofertada que esta del producto artesanal que va a ser mayor, es decir lo que los productores tendrán un incentivo mayor a lo esperado.

2.11.2.3. Determinantes de la oferta

LEANDRO Gabriel, Aula de Economía, 2007, expresa: “Los determinantes de la oferta son base fundamental para el crecimiento de la negocio.”.

a) El precio del bien:

Al aumentar el precio del bien va a aumentar la cantidad ofrecida y viceversa.”

b) Precio de los recursos e insumos empleados en la producción del bien:

Al aumentar el precio de los insumos de un bien, su oferta va a disminuir y viceversa. Al hablar del precio de los recursos e insumos se refiere al precio del trabajo (salarios), precio de materias primas, precio de energía, tasas de interés.

c) La tecnología de producción:

Al mejorar la tecnología en la producción, la oferta de un bien aumentará.

d) Precios futuros esperados:

Si se espera que a corto plazo el precio del bien producido aumente, la oferta aumentará, y viceversa.

e) Número de oferentes:

Al haber un mayor número de oferentes la oferta de un bien aumentará el nivel económico de los productores.

2.11.2.4 Función de la oferta

A través de esta función se podrá realizar todas las cuentas necesarias que se presentan en el centro de acopio con el fin de cumplir con la trayectoria de la pendiente positiva, para el beneficio de los productores. (P. 57)

2.12. Tamaño del Proyecto

SAPAG Chaín Nassir; (2007) define: "El estudio del tamaño de un proyecto es fundamentalmente para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operaciones que, a su vez, permitirán cuantificar los costos de funcionamiento de los ingresos proyectados”.

El tamaño del proyecto es la capacidad de las instalaciones respectivas para el funcionamiento del acopio.

2.12.1. Localización del Proyecto

SAPAG Chain Nassir, (2011); expresa: “La localización que se elija para el proyecto puede ser determinante en su éxito o en su fracaso, por cuanto de ello dependerán en gran parte la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivos para su grupo familiar (colegios, entretenimiento, etc.), o los costos de acopio de la materia prima, entre muchos otros factores. Además la selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macrolocalización, donde se elige la región o zona y el de la microlocalización, que determina el lugar específico donde se instalar el proyecto.”

La localización óptima del Proyecto consiste en identificar el lugar viable para la creación del centro de acopio ya que la ubicación debe favorecer positivamente a la parroquia de Pioter que ayudara a la ejecución del proyecto para así lograr la máxima utilidad al mínimo costo posible.

2.12.1.2. Macro localización

ARÉVALO Araujo David; (2012), expresa: “La macro localización o llamada macro zona, es la selección de área, región o ciudad donde se ubicará el proyecto. Para una planta industrial. Los factores de estudio demacro localización que inciden con mayor frecuencia son la proximidad al mercado de consumo y proximidad al mercado de materias primas”. (P.36)

La macrolocalización se refiere al lugar donde se proyecta realizar el centro de acopio mismo que permita analizar varias alternativas para el mejoramiento continuo de la parroquia de Pioter y a su vez del país.

2.12.1.3. Micro localización

ARÉVALO Araujo David; (2012), manifiesta:” Una vez definido la zona de localización se determina el terreno o predio conveniente para la ubicación definitiva del proyecto, es decir el lugar exacto donde se levantarán las instalaciones donde se estarán realizando las actividades que establece el proyecto”. (P.37)

La microlocalización consiste en elegir con precisión los puntos precisos, dentro de la zona en donde se ubicará el centro de acopio.

2.13. Ingeniería del proyecto

SAPAG, Chain Nassir (2011), manifiesta: “Es el que ayuda a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado”. (P.46)

Es el objetivo verificar que el funcionamiento del acopio sea fructífero siguiendo todos los procesos que se han determinado en la distribución del local el cual estará conformado por las situaciones jurídicas mediante su organización efectiva para el desarrollo del proyecto.

2.14. Materia prima

ROJAS Medina Ricardo Alfredo, (2007); expresa: “Se define como materia prima a todos los elementos que se incluyen en la elaboración de un producto, que se transforma e incorpora en un producto final. Un producto terminado tiene incluido una serie de elementos y subproductos, que mediante un proceso de transformación permitieron la confección del producto final”. (P.67)

La materia prima es utilizada de acuerdo a la actividad económica que se esté realizando con el de mejorar la calidad de cada uno de sus productos o servicios que se encuentran destinados al mercado meta con el fin de cubrir con todas las expectativas que presentan los clientes.

2.15. Mano de obra

ROJAS Medina Ricardo Alfredo, (2007); manifiesta: “Se conoce como mano de obra al esfuerzo tanto físico como mental que se aplica durante el proceso de elaboración de un bien.” (P.68)

Al analizar los dos tipos de mano de obra se determina que la mano de obra directa es aquella interviene directamente en la fabricación u elaboración del producto terminado tratando de asociarse fácilmente con un trabajo bien cuestionado, pero la mano de obra indirecta es aquella

que no logra intervenir directamente en proceso de elaboración sino que representa un costo adicional para el funcionamiento del acopio.

2.16. Costos Fijos

Los costos fijos son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir lo que produzca o no produzca la empresa se debe pagar.

2.17. Costos Variables

Los costos variables son aquellos que se pueden modificar de acuerdo a las diferentes variaciones como por ejemplo el volumen de la producción, que se trata de bienes como servicios.

2.18. Costos Indirectos de fabricación (CIF)

Los costos indirectos de fabricación se les determinan como costos que no se los pueden relacionar directamente en la elaboración de los productos que realiza la empresa.

2.19. Gastos administrativos

SARMIENTO, 2010; explica: “Los costos administrativos conocidos como gastos de administración, son valores destinados al normal desarrollo de este departamento por ejemplo: arriendo del departamento de administración, agua, luz, teléfono, fax de oficinas, sueldos u beneficios sociales administrativos, etc.” (P.37)

Son gastos ocasionados mediante el desarrollo del ente económico el cual se basa sobre la acusación de las diferentes sumas o valores que se presentan durante el ejercicio final.

2.20. Gastos financieros

Enciclopedia de la economía, 2009; manifiesta: “Todos aquellos gastos originados como consecuencia de financiarse una empresa con recursos ajenos. En la cuenta de gastos financieros destacan entre otras las cuentas de intereses de obligaciones y bonos, los intereses de deudas, los intereses por descuento de efectos, las diferencias negativas de cambio, y se incluyen también dentro de este apartado los gastos generados por las pérdidas de valor de activos financieros” (P.45)

La tasa de interés y las condiciones de pago dependen de las opciones mismas que se efectúen en las transacciones diarias que realiza la empresa.

2.21. Capital de trabajo

Contabilidad puntual, 2012; menciona: “El capital de trabajo, como su nombre lo indica es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio.”(P.46)

El capital de trabajo es la inversión adicional liquida que se aporta en la creación del centro de acopio en el cual, se define como activo circular debido a la conformación de sus rubros, valores e inversiones dando un lugar positivo para dar su credibilidad a la sociedad y a su vez poder conformar rubros de los sueldos y salarios, proveedores, los respectivos impuestos e intereses que se presenten en su funcionamiento continuo.

2.22. Presupuesto de inversión.

PALACIOS Acero Carlos, (2012), indica: “El funcionamiento de la empresa requerirá una inversión en activos inmovilizados y capital circulante. Esta inversión es diferente de los dineros destinados a pagar los gastos corrientes de funcionamiento”.(P.56)

La inversión es importante para el funcionamiento del proyecto ya que de acuerdo a la cantidad establecida dependerá la magnitud de la comercialización del acopio.

2.23. Inversión fija

CÓRDOBA M, 2011; expresa: “La inversión fija son los activos tangibles que están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliaria, vehículos, herramientas, etc.” (P.59)

A través de esta inversión se permite vincular en forma permanente los activos que se vayan a utilizar del centro de acopio siendo: muebles y enseres, entre otros tomando en cuenta que cada uno de los activos deberán ser valorizados mediante cotizaciones.

2.24. Inversión diferida

CÓRDOBA M, 2011; define: “La inversión diferida son como los activos intangibles que están referidos al conjunto de bienes propiedad de empresa, necesario para su

funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, adquisiciones de derechos, patentes de invención, instalaciones, puesta en marcha, estructura organizativa, etc.”(P.61)

Esta inversión permite encontrar estudios d pre inversión misma que pueden ser constituidos por la sociedad mediante programas de capacitación, obtener veracidad de los gastos financieros que permitan mejorar el nivel del funcionamiento del acopio.

2.25. Ingresos

BRAVO, 2011; afirma: “Valor de cualquier naturaleza que recibe un sujeto sea en dinero o especies. Equivalente monetario de las ventas que la empresa ha realizado con sus clientes en un periodo de tiempo.”. (P.24)

En una empresa u centros de acopio, se establece que los ingresos son todo lo referente a los flujos económicos que perciben una unidad económica con la finalidad de lograr incrementar la productividad y comercialización en su negocio.

2.26. Egresos

Definición ABC, Economía General; manifiesta: “Se conoce como egreso a todo aquello que egresa o sale de un lugar o espacio determinado. El término hace referencia específicamente al dinero que se utiliza en un negocio o acción monetaria para pagar determinados gastos y que por lo tanto no puede ser contado como ganancia.” (P. 21)

Los egresos son aquellos gastos que se obtiene sea cuando se invierte o cuando ya se logra obtener utilidades del funcionamiento del proyecto tomando en cuenta que para mejorar la situación del funcionamiento del acopio se debe realizar un estudios interno mismo que permia disminuir todo tipo de gasto para que no afecte al acopio y de esta manera se evitarlos.

2.27. Evaluadores Financieros

Tiene como objeto demostrar el impacto de las inversiones monetarias sobre actividades productivas, para lo cual se realizaran diversos análisis de tipo financiero contable

tomando en cuenta diversos factores económicos que influyen sobre los capitales en espera de rendimientos.

2.28. Balance general

Según ZAPATA, P, 2011; expresa: “Es un informe contable que presenta ordenadamente y sistemáticamente las cuentas de Activo, Pasivo y Patrimonio, y determina la posición financiera de la empresa en un momento determinado.” (P.24)

El balance general, es una variedad de representación que retrata la **situación contable** del centro de acopio en una cierta fecha, utilizando los documentos necesarios para presentar un informe final el cual indique si el funcionamiento está dando productividad factible.

2.29. Estado de resultados.

ZAPATA, P, 2011; manifiesta: “Es un informe completo básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuales de renta, costo y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir utilidad o pérdida de una empresa durante un período determinado que es el producto de la gestión acertada o desacertada de la Dirección o sea del manejo adecuado o no de los recursos por parte de la gerencia.” (P.25)

Permite analizar y verificar el comportamiento de las operaciones de ingresos y egresos, que se presentan en los resultados del funcionamiento del acopio que pueden reflejarse en utilidad o pérdida.

2.30. Flujo de caja

GALINDO, R. Carlos Julio (2008). Afirma: “El flujo de efectivo es un estado financiero donde se refleja los movimientos de efectivo en un periodo determinado”. (P.35)

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez del centro de acopio.

2.31. Valor Actual Neto (Van)

Es un método que calcula el valor de un proyecto de inversión en valores actuales. A este valor se le resta la inversión inicial el valor así obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Según BACA, Gabriel; 2010. en su libro *Evaluación de Proyectos*, menciona: “El valor presente neto es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero”. (P. 182).

Formula

$$VAN = -1 + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \dots + \frac{FNE + VS}{(1+r)^n}$$

2.32. Tasa Interna De Retorno

Según GITMAN, Laurence J; 2007, en su libro *Principios de Administración Financiera* afirma: “La tasa Interna de retorno es una técnica compleja del presupuesto de capital; la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión a cero dólares (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial; es la tasa de rendimiento anual compuesta que la empresa ganará si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas”., (P. 359)

La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo, durante la vida útil del proyecto, conjuntamente con el VAN, nos permitirá la acertada toma de decisiones dentro de la ejecución del presente estudio de factibilidad.

A continuación se muestra su expresión matemática:

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts}$$

2.33. Relación Costo Beneficio

Según COSTALES, Bolívar; 2002, en su libro *DISEÑO, ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*, dice: “La tasa interna de retorno se define como el valor de la tasa de actualización en que se iguala el valor actual de los ingresos con el valor actual de los egresos: para lo cual, es necesario calcular un CASH FLOW resultante de la operación anual durante la vida útil del proyecto considerando además el valor residual o valor de salvamento de los activos., (P. 227).

Este parámetro sirve como retorno de los ingresos en función de los egresos lo cual sirve de insumos a los ingresos y egresos proyectados en el flujo de caja. La tasa de rendimiento permite determinar el beneficio que se ha obtenido en un periodo de acuerdo a los ingresos y egresos que se han proyectado.

CAPÍTULO III

3.- ESTUDIO DE MERCADO

3.1.- Introducción

La leche es uno de los alimentos más completos que podemos encontrar, es indispensable para una alimentación debido a su alto contenido de nutrientes de fácil digestión.

La leche forma parte de una dieta saludable que aporta al cuerpo con un valor de nutriente que incluye: proteínas, Vitamina D y B, Calcio, entre otros beneficios.

La Provincia del Carchi es una de las Provincias de mayor producción de leche en su estado natural, debido a que posee una variedad de climas que permiten que se desarrolle en favorables condiciones de la Agricultura y Ganadería.

Las principales causas que originen la necesidad de poner en marcha el presente proyecto, tiene su razón de ser en la carencia de centros de acopio de leche que ayuden a mejorar el desarrollo de la comunidad mediante la mejora de la calidad y precio del producto.

Para definir las características del producto, identificar el mercado, analizar comportamiento de la oferta y demanda, y para la comercialización se utilizaron las encuestas realizadas a los habitantes de la Parroquia de Pioter.

3.2.- Mercado

El centro de acopio para la compra y venta de leche en su estado natural, se basa en la oferta y la demanda de los proveedores de leche con el fin de satisfacer las necesidades de las familias.

3.3.- Objetivos del Estudio de Mercado

3.3.1-Objetivo General

Analizar el mercado que permita identificar la oferta, demanda, precio y canales de distribución y estrategias de ventas entorno a la producción y recolección de leche.

3.3.2.- Objetivos Específicos

- Analizar la oferta y la demanda del producto que se pretende comercializar.
- Realizar las proyecciones de oferta y demanda futura.
- Conocer la demanda por cubrir a fin de determinar la capacidad que tendría el centro de acopio para operar.
- Realizar el análisis de precios, competencia y comercialización del producto.

3.4.- Descripción Del Producto

El producto principal que se pretende comercializar es la leche cruda.

Según CRUZ, B (2006), manifiesta que “La leche es un tipo de secreción de color blanquecino, de alto valor nutricional, propio de las hembras de los mamíferos, adecuadamente adaptada para formar parte del alimento de los humanos.

Su principal componente es el agua, seguido por grasas (ácidos grasos saturados en mayor proporción y colesterol), proteínas (caseína, lacto albúminas y lacto globulinas) e hidratos de carbono. Además contiene minerales tales como: fósforo, calcio, zinc y magnesio: Agua 87%, Azúcar 5%, Proteínas 3.5%, Grasas 3.5%, Sales minerales 1%, Vitaminas A, B, D, E.

La leche tiene un sabor ligeramente dulce y un aroma delicado. El sabor dulce proviene de la lactosa, mientras que el aroma procede de la grasa. Sin embargo, la leche absorbe fácilmente olores del ambiente.

La grasa de la leche está conformada principalmente por la combinación física de triglicéridos y éstos a su vez están formados por un alcohol (glicerol) y 14 o más ácidos grasos que en su mayoría son saturados excepto el ácido oleico que es insaturado y se encuentra en mayor cantidad. La combinación de éste ácido con el linoleico, el butírico y caproico es lo que hace que la grasa de la leche tenga un bajo punto de fusión.

Existen diferentes factores que influyen notablemente en las características físicas, químicas y de estructura de la leche y que determinan su variabilidad, su complejidad y alterabilidad.

La leche por sus propiedades funcionales es un producto que se utiliza en la elaboración de un sinnúmero de alimentos, por lo que su demanda es muy alta, no sólo por su valor en la alimentación. Como bien de consumo intermedio se utiliza para su transformación a leche pasteurizada, ultra pasteurizada, quesos, yogurt, mantequilla, leche en polvo, leche condensada, dulces y otros.

Productos sustitutos: En la industria de los alimentos donde la leche también tiene gran demanda, se han elaborado formulas a base de otros productos biológicos que pueden sustituir de forma parcial las propiedades funcionales que aporta la leche a los alimentos donde se utiliza. Estos productos son: leche en polvo, sustitutos de grasa, polisacáridos, etc.

Productos complementarios: Los productos complementarios de la leche dependen de su proceso de transformación, pero de manera general se pueden considerar los siguientes: enzimas cultivos lácticos, sales fundentes, glucosa, sacarosa, lecitina, sal, colorantes y saborizantes.

Los minerales se encuentran en la leche en una proporción entre 0.6 –0.8% del peso de la leche. Estos se pueden determinar mediante las cenizas obtenidas de la incineración de la leche a temperaturas muy altas. Sin embargo los compuestos obtenidos después de la incineración sufren una reacción de oxidación que hace que cambien su forma química natural, lo que se demuestra, reacción alcalina de las cenizas y en la reacción ácida de la leche”.(P.79)

3.5 Segmentación del Mercado

En la Parroquia de Pioter no existe un lugar seguro en donde se pueda comercializar la leche en su estado natural por lo cual se plantea realizar la creación de un Centro de Acopio para la compra y venta de leche en su estado natural en el cual de determinada que el producto a ofertar se encuentra apropiado y destinado especialmente a las distintas Industrias Lecheras de la Provincia del Carchi, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

3.6.- Matriz de Relación de Mercado

Tabla 8
Matriz de Relación de Mercado

Matriz de Mercado					
Objetivo	Variable	Indicadores	Fuentes	Técnicas	Población Objeto de Estudio
Identificar la demanda potencial del producto que se va a comercializar en el centro de acopio.	Demanda	Beneficios del producto Cantidades de demanda Calidad del producto Frecuencia de compra Uso de la Materia Prima	Primaria	Entrevista Encuesta	Sr. Nelson Aldas Consumidor Final
Conocer la oferta actual de la leche en su estado natural en el mercado, para determinar el nivel de producción del sector.	Oferta	Nivel de Producción Mercado Meta Rentabilidad Mano de Obra Materia Prima	Primaria	Entrevista	Proveedores de la Materia prima
Conocer los precios actuales de la leche en su estado natural, que existen en el sector.	Precios	Costos de producción Competencia Cliente y Proveedores Presentación del Producto Asignación del precio	Secundaria Primaria	Investigación bibliográfica Entrevista	Archivos empresariales G.A.D. de Pioter
Definir estrategias de comercialización de la leche en su estado natural.	Comercialización	Producto Precio Plaza Publicidad	Primaria Secundaria	Entrevista Investigación por la Web	Proveedores de la Materia prima G.A.D. de Pioter

Elaborado por: Cristina Guacanes

3.7.- Mecánica Operativa

3.7.1.- Identificación de la Población

Este proyecto, está dirigido a los proveedores de leche de la Parroquia de Pioter, información obtenida del Gobierno Autónomo Descentralizado de Pioter, es decir que la población a dirigirse es de 358 productores de leche.

3.7.2.- Identificación de la Muestra

n= Tamaño de la Muestra

δ = Varianza 0,5

E= Error 0,05

N= Tamaño de la población (617)

Z= Valor tipificado corresponde 1.96

La fórmula matemática para identificar el tamaño de la muestra se calcula en base a la población económicamente activa (PEA) es:

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

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)^2 (358)}{(0.05)^2 (358 - 1) + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{343.8232}{1.8191}$$

n = 189 Numero de encuestas a aplicar

3.7.3. Técnicas E Instrumentos

3.7.3.1. Información primaria.

Mediante la investigación de campo se ha logrado obtener información precisa para el desarrollo del proyecto misma que se obtuvo a través de encuestas, entrevistas y observación directa.

La entrevista fue aplicada al recolector de leche de la Parroquia de Pioter, al señor Nelson Aldas, lo cual mencionó que la labor que realiza es con el fin de que los proveedores se encuentren satisfechos con la entrega del producto que en este caso es la leche en su estado natural y por ende estabilizar los ingresos económicos de los productores ganaderos.

La encuesta fue aplicada a los consumidores finales de la Parroquia de Pioter, quienes demostraron mayor interés para la creación de este proyecto.

3.7.1.2. Información Secundaria

La información más importante del proyecto se encuentra tomada de los archivos guardados por el G.A.D de Pioter, estadísticas a través del INEC, además se tomó datos de libros, páginas web mismas que fueron de gran utilidad para el desarrollo de la investigación.

3.8. Tabulación y Análisis de la Información

3.8.1 Resultados y Análisis de las Encuestas Aplicadas a los Productores de leche en estado natural de la Parroquia de Pioter.

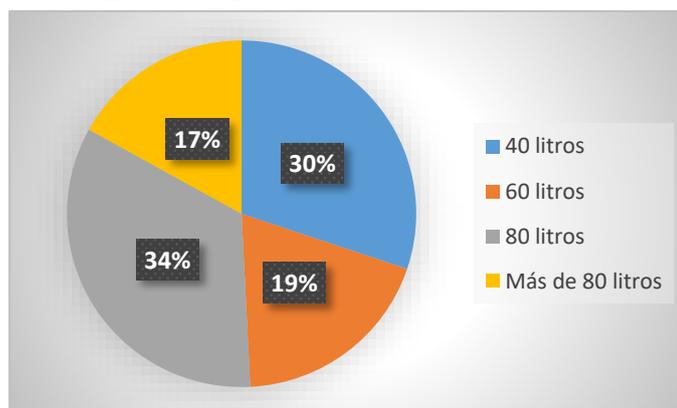
1. Cuantos litros de leche produce en su hato ganadero.

Tabla 9
Litros de Leche de los Proveedores

Alternativas	Frecuencias	%
40 litros	57	30.16%
60 litros	36	19.05%
80 litros	64	33.86%
Más de 80 litros	32	16.93%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

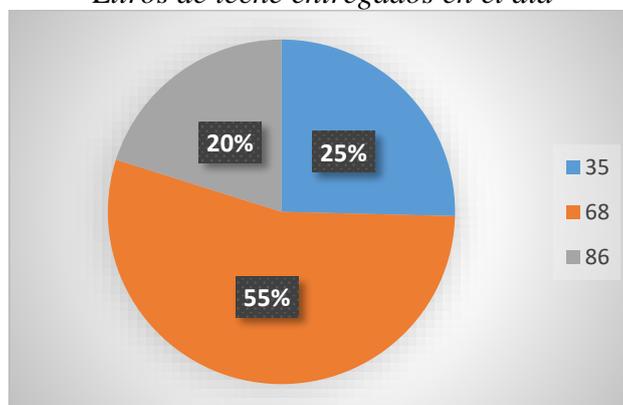
Fuente: Encuestas realizadas.

Grafico 2*Litros de Leche de los Proveedores***Elaborado por:** Cristina Guacanes, 2016**Fuente:** Encuestas realizadas.**Análisis**

Según la encuesta realizada, se puede mencionar que la mayoría de los productores de leche entregan 80 litros al día, seguido de 40 y 60 litros de leche diarios recaudados.

2.- Cuantos litros de leche entrega al recolector al día**Tabla 10***Litros de leche entregados en el día*

Alternativas	Frecuencia	%
35	48	25%
68	103	54%
86	38	20%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016**Fuente:** Encuestas realizadas.**Grafico 3***Litros de leche entregados en el día***Elaborado por:** Cristina Guacanes, 2016**Fuente:** Encuestas realizadas.

Análisis

Según la encuesta realizada, se puede determinar que la mayoría de los productores de leche de la parroquia de Pioter entregan 68 litros de leche diarios al recolector, seguidos por 35 y 86 litros de leche el día.

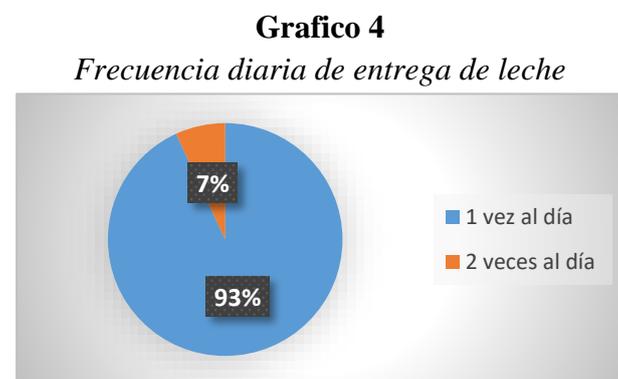
3.- Cuantas veces al día entrega leche al recolector.

Tabla 11
Frecuencia diaria de entrega de leche

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	176	93.12%
2 veces al día	13	6.88%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.



Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Análisis

Según la encuesta realizada, se puede determinar que la frecuencia más alta de entrega de la leche es de 1 vez al día, debido a que el recolector no puede llegar al lugar en donde se encuentran los proveedores.

4. A que recolector entrega la leche.

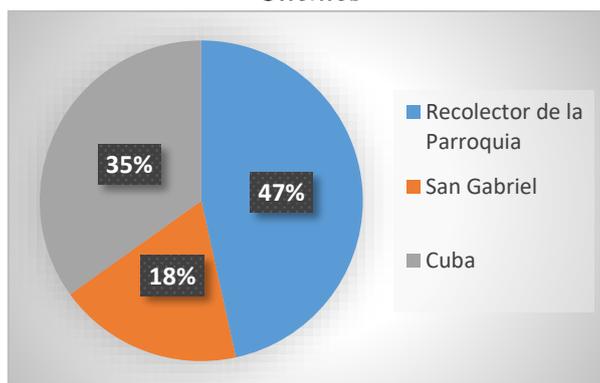
Tabla 15
Clientes

Alternativas	Frecuencia	%
Recolector de la Parroquia	88	45.76%
San Gabriel	35	18.64%
Cuba	66	35.59%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Grafico 5
Cientes



Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Análisis

Según la encuesta realizada, se puede señalar que el recolector más frecuente es el señor Nelson Aldas ya que él es el recolector de la Parroquia de Pioter, seguido de la ciudad de San Gabriel y del centro de acopio de Cuba.

3. Porque prefiere vender la leche a estos recolectores.

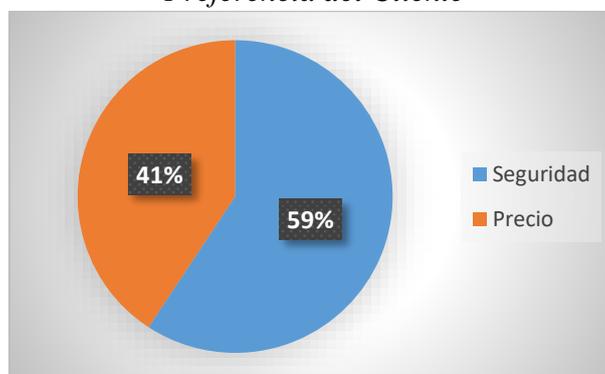
Tabla 12
Preferencia del Cliente

Alternativas	Frecuencias	%
Seguridad	112	59.26%
Precio	77	40.74%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas

Grafico 6
Preferencia del Cliente



Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Análisis

Según la encuesta realizada, se puede definir que la mayoría de los proveedores de la Parroquia de Pioter venden su producto por tener una seguridad de entrega de su producto.

6. En qué horario le gustaría que el recolector retire el producto.

Tabla 13

Hora de recolección de leche

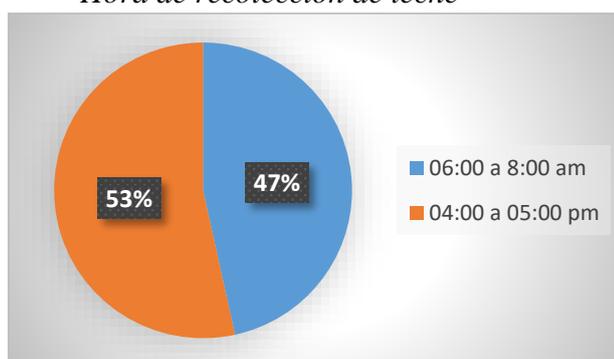
Alternativas	Frecuencia	%
06:00 a 8:00 am	88	46.56%
04:00 a 05:00 pm	101	53.44%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Grafico 7

Hora de recolección de leche



Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Análisis

Según la encuesta realizada, se puede determinar que el horario recomendable para la recolección de la leche en la Parroquia de Pioter es a las 04:00 a 05:00 pm de la tarde

7. Le gustaría que un recolector vaya hasta su domicilio a recolectar la leche.

Tabla 14

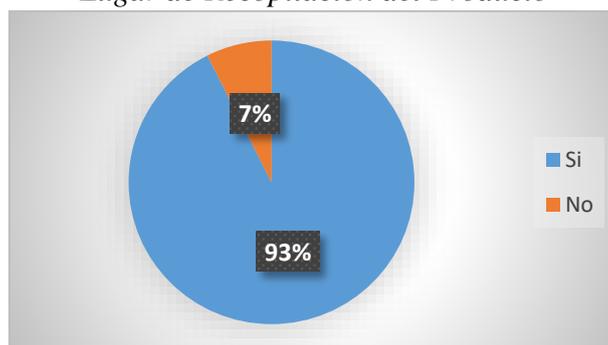
Lugar de Recopilación del Producto

Alternativas	Frecuencias	%
Si	175	92.59%
No	14	7.41%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Grafico 8
Lugar de Recopilación del Producto



Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Análisis

Según la encuesta realizada, se puede identificar que la mayoría de la población de la Parroquia de Pioter prefiere que el recolector vaya hasta el lugar en donde los proveedores tienen su hato ganadero.

8.Cuál es el precio de ventas que pagan los recolectores.

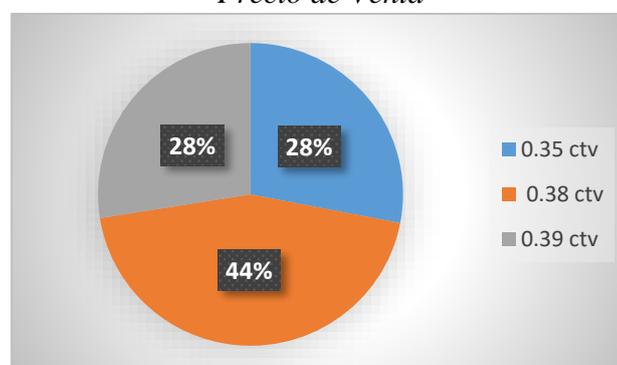
Tabla 19
Precio de Venta

Alternativas	Frecuencia	%
0.35 ctv	53	28.04%
0.38 ctv	84	44.44%
0.39 ctv	52	27.51%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Grafico 9
Precio de Venta



Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Análisis

Según la encuesta realizada, se puede señalar que la mayoría de los proveedores reciben por su producto la cantidad de 0.38 centavos, seguido de 0.35 y 0.38 centavos.

9.- Está usted de acuerdo que se cree un centro de acopio para la recolección de leche.

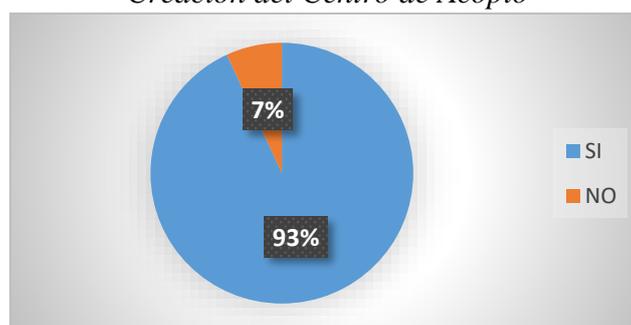
Tabla 15
Creación del Centro de Acopio

Alternativa	Frecuencia	%
SI	176	93.12%
NO	13	6.88%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Grafico 10
Creación del Centro de Acopio



Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Análisis

La mayoría de los productos de la Parroquia de Pioter están de acuerdo con la creación de un centro de acopio de leche porque esto ayudaría a que las familias tengan un lugar seguro en donde entregar su producto y así poder mejorar su estilo de vida.

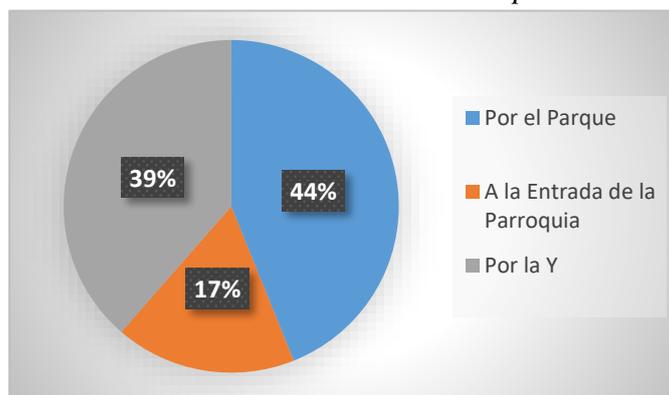
10.- Donde le gustaría que se ubique este centro de acopio

Tabla 16
Ubicación del Centro de Acopio

Alternativa	Frecuencia	%
Por el Parque	83	43.92%
A la Entrada de la Parroquia	33	17.46%
Por la Y	73	38.62%
Total	189	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes, 2016

Fuente: Encuestas realizadas.

Grafico 11*Ubicación del Centro de Acopio***Elaborado por:** Cristina Guacanes, 2016**Fuente:** Encuestas realizadas.**Análisis**

Según la opinión de los encuestados, se puede determinar que la ubicación para la creación del centro de acopio debe de ser por el Parque porque en ese sector existe la mayor producción de leche.

3.8.2 Entrevista realizada al recolector de la Parroquia de Pioter el señor Nelson Aldas que el recolecta a una cierta cantidad de proveedores de la Parroquia.

1. ¿Qué tiempo lleva usted recolectando leche en su estado natural?

Yo recolecto la leche desde hace 10 años, inicié con esta actividad porque vi la necesidad que tenían los moradores de esta Parroquia al ver que no podían vender sus productos, y a veces desperdiciaban el producto sin saber que esto les podría generar una fuente económica.

2. ¿Cuántos litros de leche recolecta diariamente?

Recolecto aproximadamente entre 8.843 litros de leche diarios, solo de 59 proveedores, porque mi enfriador no abastece para más litros, por eso veo que es necesario crear el centro de acopio para que todos los ganaderos puedan entregar la leche y así mejora su economía.

3. ¿Usted recolecta la leche de toda la Parroquia de Pioter?

No, yo solo recolecto la leche de aquellos ganaderos que están cerca del sector en este caso que están en el centro de la Parroquia de Pioter.

4. ¿Qué tipo de instrumentos utiliza para la recolección de leche?

Por momento solo cuento con un enfriador que abastece 5.000 litros y para cubrir los demás litros de leches coloco el resto en lecheras de hormigón de 100 litros cada una.

5. ¿Cómo calificaría a la tecnología que dispone usted para la recolección de leche?

Buena en un aspecto porque tengo el enfriador y la leche no se puede dañar pero por el otro lado en las lecheras no es tan seguro que la leche perdure es por eso que no cuento con la tecnología necesaria para la recolección de leche.

6. ¿De acuerdo a su conocimiento y experiencia que factores afectan a la producción de leche?

Lo que afecta a la producción de leche es la sequía por que disminuye la producción de leche de la Parroquia, otro factor también sería la falta de experiencia en el manejo de los balanceados para el ganado, todos estos factores perjudican a la producción de leche en la Parroquia de Pioter.

7. ¿Qué opina usted sobre la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en su estado natural de la Parroquia de Pioter?

Es una muy buena idea porque de ese modo todos los proveedores ganaderos tendrán un lugar en donde puedan vender su producto y de esta manera mejoraría el nivel económica de la Parroquia de Pioter, y esto ayudaría a todos los moradores de la Parroquia a que tengan un estilo de vida adecuado para sus necesidades.

3.9. Oferta.

La oferta constituye el número litros de leche que los productores están dispuestos a vender a determinados precios.

Los principales abastecedores de leche al Centro de Acopio serán los productores de la Parroquia de Pioter. El 96% de ellos está dispuesto a entregar el producto, cabe mencionar que en la Parroquia de Pioter hay 358 productores que se dedican a la producción diaria de leche.

Tabla 17
Oferta Histórica de Leche en litros de Leche

Años	Oferta Histórica	Tasa de Crecimiento
2011	6.994.725	
2012	6.661.643	0,05
2013	6.344.422	-0,2
2014	6.473.900	0,38
2015	4.691.232	-0,05
2016	5.226.800	0,09
Suma Total de Índices		0,18
Promedio de Índices		0,045

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: GAD-Pioter (Producción de Leche de la Parroquia de Pioter)

Debido a que se tenía solamente la oferta del año 2010 de acuerdo con el dato del MAGAP-INEC, y la del 2015 de acuerdo con las encuestas realizadas, se tomó la tasa de crecimiento de la producción de leche en estado natural de la Parroquia de Pioter de los cinco años anteriores y se procedió a calcular en base a la oferta de los dos años (2010-2015).

Esta forma de cálculo permite conocer el nuevo índice de crecimiento promedio para la proyección de la oferta en los cinco años posteriores.

3.9.1 Producción de leche actual.

El número de productores que ofertan la leche a los intermediarios es de 358 con una producción aproximada de 40 litros de leche en estado natural diarios que cada uno de los proveedores recolecta dando así un resultado aproximado de 5.226.800 litros de leche en estado natural anualmente.

Tabla 18
Oferta de la Leche en su estado natural en litros de Leche

Descripción	Frecuencia de la Oferta	Oferta
Productores de la Parroquia de Pioter	358	5.226.800
Total Oferta Anual de Litros de Leche		5.226.800

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: G.A.D Pioter

El cálculo de la oferta se la hizo de la siguiente manera:

Oferta Anual = Prom. Producción Diaria * No Productores * Días del año

Oferta Anual = 40 litros * 358 proveedores * 365 días

Oferta Anual = 5.226.800 litros de leche

3.9.2 Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta futura de la leche en estado natural se la calcula en base a la tasa de crecimiento de la producción lechera de la Parroquia de Pioter que se la obtuvo en base a la producción de cada año presentada por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) que es de 4.5% en promedio de los 5 años anteriores.

El cálculo de la oferta proyectada se obtuvo mediante la siguiente formula.

$$O = OO. (1 + i)^n$$

En donde:

O= Oferta Proyectada

OO. = Oferta Inicial

i= Tasa de Crecimiento de la Producción de Leche (Promedio)

n= Numero de periodos

Tabla 19
Proyección de la Oferta en litros de Leche

Años	Oferta Actual 2015	Oferta Proyectada	
2016	5.226.800		
2017	5.226.800	$5.226.800(1 + 0,045)^1$	5.462.006
2018	5.226.800	$5.226.800(1 + 0,045)^2$	5.707.796
2019	5.226.800	$5.226.800(1 + 0,045)^3$	5.964.647
2020	5.226.800	$5.226.800(1 + 0,045)^4$	6.233.056
2021	5.226.800	$5.226.800(1 + 0,045)^5$	6.5135.43

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: MAGAP

3.10. Demanda

Para determinar la demanda de leche se ha hecho una visita al gerente de producción de la empresa, Alpina de la ciudad de San Gabriel, así como la empresa Lechera Carchi y la empresa Quesinor, Alpina demanda 160.000 litros diarios de leche; comprara al proyecto la cantidad de 8.000 litros de leche al día, Lechera Carchi compra 120.000 litros de leche diarios; dice comprara 6.250 litros de leche al día y Quesinor quien demanda 95.000 litros de leche diarios asegura que comprara 4.000 litros de leche al día, a partir de la puesta en marcha del proyecto.

3.10.1 Demanda Actual de la leche

La demanda de la leche en su estado natural está encaminada hacia las industrias lecheras, en este caso es la Industria lechera Alpina de la ciudad de San Gabriel, la Empresa Quesinor y la Empresa Lechera Carchi que en su totalidad demandarán 18.250 litros de leche diarios.

Se realizó el siguiente cálculo para la determinación de esta demanda:

Demanda Anual = Prom. Demanda Diaria * Días

Demanda Anual = 18.250 * 365

Demanda Anual = 6.661.250 litros de leche

Tabla 20
Demanda Actual 2015 en litros de Leche

Empresas	Demanda	Demanda Actual
Alpina	8.000	2.920.000
Lechería Carchi	6.250	2.281.250
Quesinor	4.000	1.460.000
Total Demanda en litros		6.661.250

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

3.10.2 Demanda Proyectada

Para realizar la proyección de la demanda se ha tomado como variable el promedio de la tasa de crecimiento de la producción industrial de los cinco años anteriores que es de 4,57% según el INEC.

El cálculo de la demanda requiere utilizar la siguiente formula:

$$D_{pb} = D_o (1 + i)^n$$

En donde:

D_{pb} = Demanda Proyectada

D_o = Demanda Inicial

i= Índice de crecimiento de las industrias (Promedio)

n= Numero de periodos

Tabla 21

Demanda Proyectada en litros de Leche

Años	Demanda Actual 2015	Demanda Proyectada	
2016	6.661.250		
2017	6.661.250	$6.661.250(1 + 0.0457)^1$	6.965.669
2018	6.661.250	$6.661.250(1 + 0.0457)^2$	7.284.000
2019	6.661.250	$6.661.250(1 + 0.0457)^3$	7.616.879
2020	6.661.250	$6.661.250(1 + 0.0457)^4$	7.964.970
2021	6.661.250	$6.661.250(1 + 0.0457)^5$	8.328.969

Fuente: Investigación del Proyecto

3.11. Balance Oferta – Demanda

El cálculo de la oferta y de la demanda permite conocer la demanda por cubrir, es la cantidad de leche que es probable que el mercado consuma en los años futuros.

Tabla 22

Balance de Oferta y Demanda en litros de Leche

Años	Oferta	Demanda	Demanda por Cubrir
2016	5.226.800	6.661.250	1.434.450
2017	5.707.796	6.965.669	1.503.663
2018	5.964.647	7.284.000	1.576.204
2019	6.233.056	7.616.879	1.652.232
2020	6.5135.43	7.964.970	1.731.914
2021	5.462.006	8.328.969	1.815.426

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Como se puede observar la demanda por cubrir el producto que en este caso es la leche en su estado natural es bastante alentador para la empresa que se pretende crear en la Parroquia de Pioter, ya que la producción de los pequeños productores no abastece la demanda de las grandes industrias.

3.12 Mercado Proyectado

El mercado potencial está proyectada la creación del centro de acopio es para las familias de la Parroquia de Pioter a demás también está enfocada en las comunidades aledañas.

El fin de la creación del centro de acopio es dar a conocer a los ganaderos de la Parroquia de Pioter que a través de la producción de leche su ingresos económicos pueden aumentar dándoles así un estilo de vida mejor para lo cual pueden satisfacer sus necesidad y en un futuro llegando a obtener una estabilidad económica para su familia.

Los principales clientes son las Industrias Lecheras de la Provincia del Carchi y por ende las pequeñas industrias el donde su materia prima es la leche en estado natural, lo que permitirá tener una buena comercialización de leche en estado natural, para que a través de este modo se pueda mejorar la economía de las familias de la Parroquia de Pioter.

3.13 Estrategias de Mercado

Para diseñar estrategias de mercadotecnia se realiza un análisis a las industrias lecheras en las cuales vamos a entregar el producto, en las cuales se analizó las buenas prácticas de manufactura, ya que el fin de este estudio es satisfacer las necesidades de nuestros clientes, incrementando las ventas y a su mejora el nivel de vida de los habitantes de la Parroquia de Pioter.

Para cumplir con las estrategias del Centro de Acopio se basa en los siguientes puntos que son:

3.13.1 Estrategias del producto

El producto es el bien que ofrecemos a los respectivos clientes ya que es de buena calidad lo cual es muy satisfactorio para nuestros clientes ya que contara con un estándar de calidad que puede certificar que la leche está en buen estado y bajo los estándares establecidos del PHD lo cual es necesario para la elaboración de algunos productos derivados de la leche.

3.13.2 Estrategias para el precio

El precio del producto en la actualidad está en constante cambio, esto sucede porque existen intermediarios que pagan a diferente precio dependiendo de la calidad del producto y de la empresa a quien vendan.

El precio que se pagará, se tomará dependiendo del costo que implique transportar la leche de los terrenos hacia el centro de acopio, de la calidad del producto, del costo de mantenimiento de la leche y tomando en cuenta la competencia que en este caso serán los intermediarios. El precio de la leche oscila entre 0.40 y 0.44 ctvs. Por litro de leche. Para la proyección se tomó en cuenta el porcentaje de inflación que es de 3,38% según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 23
Proyección del Precio por cada litro de Leche

Producto	Precio Actual	Precio 2016	Precio 2017	Precio 2018	Precio 2019	Precio 2020
Leche en estado natural	0,40	0,42	0,44	0,46	0,48	0,50

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: M.A.G.A.P.

3.13.3 Estrategias para la promoción

En este caso consiste en comunicar, informar y dar a conocer el Centro de Acopio a varios proveedores, por medio de la comunicación principalmente en radios más escuchadas por los habitantes de la Parroquia de Pioter, a su vez realizar volantes, tarjetas, para dar a conocer más sobre la actividad del centro de acopio, también entregar pequeños regalos que motiven a los posibles proveedores y lograr así los objetivos propuestos.

➤ **Productos de Promoción**

GORRAS



CAMISAS**JARROS****VOLANTES**

**EL CENTRO DE ACOPIO LOS ALPES OFRECE A SUS
CLIENTES Y A SUS PROVEEDORES LOS MEJORES
PRECIOS PARA LA COMPRA Y VENTA DE LA LECHE EN
SU ESTADO NATURAL.**

VEN Y VISITANOS EN NUESTRA LOCACIÓN

3.14 Competencia

Los principales competidores son , el centro de acopio ubicado en la parroquia de Cuba la cual recibe alrededor de 6.756.430 litros de leche diarios ya que tiene 450 proveedores de leche en todo el sector, también existe un centro de recolección de leche en la parroquia de Pioter que no tiene las instalaciones adecuadas para brindar un buen servicio, además existen un sin número de intermediarios que compran la leche a diferentes precios, perjudicando así a los ganaderos del con precios que no son justos para las familias de la parroquia de Pioter dando así como resultado un mal manejo del producto en donde no se toman en cuenta las buenas prácticas de manufactura.

Al inicio del negocio la competencia será muy fuerte porque recién se dará a conocer el Centro de Acopio, y los productores no conocerán este lugar, por lo que no todos los ganaderos ofrecerán la leche en estado natural a este lugar, pero luego de un corto tiempo los ganaderos se convertirán en nuestros proveedores y tendrán la seguridad de que se cancelara lo justo por su producto.

3.15 Canales de Comercialización

De acuerdo a la investigación realizada se determina que los canales de distribución son lugares donde se ofrecerá el producto para que llegue al consumidor y por ende satisfagan sus necesidades a continuación se detalla los productos para el centro de acopio.

El centro de acopio ha considerado un esquema para llegar directamente al consumidor final, sin intermediarios el cual permitirá fijar un precio económico el cual beneficie a ellos y por ende a los productores que integran este centro de acopio, esto se realiza debido al segmento de mercado. Además se llega a considerar que el objetivo principal es disponer de productos que en este caso es la leche en su estado natural de buena calidad, con el fin de satisfacer las necesidades de nuestros proveedores como el de nuestros clientes, mediante la fijación de ideales futuros donde se establezcan canales de comercialización que se encuentren diseñados para el mejoramiento continuo de las expectativas del mercado nacional.

3.16 Conclusiones del Estudio de Mercado

- Debido a que la comercialización de la leche se la hace a través de intermediarios en forma indirecta, los productores están muy insatisfechos por la diferencia de precios, por lo que todos los productores están de acuerdo con la creación del centro de acopio.
- Con la implementación del centro de acopio se podrá ayudar a mejorar los precios de la leche lo que permitirá que las familias de la Parroquia de Pioter mejore su nivel de vida.
- La demanda insatisfecha es significativa por lo que es importante incentivar a los productores a mejorar la productividad con calidad y así aprovechar esta oportunidad del mercado.
- La leche que se produce en la Parroquia de Pioter es de buena calidad ya que es aprobada por una política de buena práctica manufacturera.

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 Tamaño del Proyecto

De acuerdo a la información obtenida se determinó que para realizar el tamaño del proyecto de la creación del centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural se debe considerar factores importantes que se encuentran relacionados como:

4.1.1 El Mercado

La demanda de la leche en estado natural de la Parroquia de Pioter, es una de las principales actividades económicas que ha logrado mejorar los ingresos en las familias, es por lo cual se ha planteado crear un centro de acopio para la compra y venta de la leche en su estado natural, con la producción de leche por las familias en sus hatos ganaderos, se pudo determinar que constituye una oportunidad para comercializar la leche en forma directa y buenos precios. Ya que la demanda de leche rebasa la capacidad de producción de las familias de la Parroquia de Pioter.

4.1.2 Disponibilidad de Recursos

Los recursos financieros se encuentran establecidos mediante un 47.17% que estará constituida por un préstamo bancario obtenido por el Banco Nacional de Fomentos es decir que está compuesto por la cantidad de \$ 36.173,24 dólares y el 52.33% está establecido por una inversión propia es decir que la cantidad de \$ 40.500,00 dólares que logra cubrir los requisitos que necesita el centro de acopio para su funcionamiento.

4.1.3 Disponibilidad de insumos, materiales

Para determinar las cantidades suficientes del producto para la compra y venta de leche se basara en la calidad del producto que se adquirirá a través de nuestros proveedores, ya que la leche en su estado natural destinadas para la venta deben encontrarse en un lugar adecuado para que no pierda su calidad y sus vitaminas de esta manera tenga mayor adquisición en el mercado meta, que es la base fundamental para el desarrollo continuo del proyecto.

4.1.4 Optimización del tamaño del Proyecto

Para definir la optimización del tamaño del proyecto, se analiza varios puntos que identifiquen las ventajas y desventajas que se presenten ante la competencia, sin embargo para

hacer frente a cada situación se realiza estrategias para la venta, logrando medios económicos que establezcan un nivel de competencia ante la leche en estado natural.

4.2 Localización del Proyecto

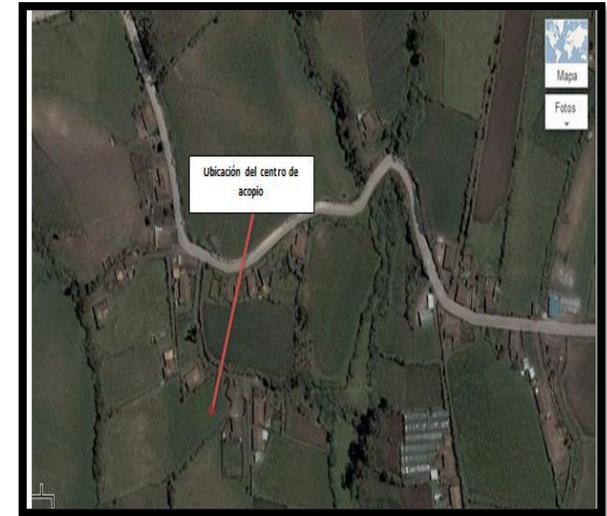
4.2.1 Macro Localización

El presente proyecto estará localizado en la Sierra Norte del Ecuador Provincia del Carchi, Cantón Tulcán, Parroquia Pioter la cual se distingue por tener una variedad de climas que permite que se desarrollen en condiciones favorables la Agricultura y Ganadería. La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; entre los paralelos $1^{\circ} 12' 43''$ y $0^{\circ} 21' 50''$ de Latitud Norte y entre los meridianos $77^{\circ} 31' 36''$ y $78 33' 12''$ de Longitud Occidental.

El Cantón Tulcán se encuentra en un rango altitudinal que va desde los 300 msnm en la zona baja al occidente del cantón en la parroquia Tobar Donoso a los 4.723 msnm en el Volcán Chiles. La temperatura media anual de la zona urbana varía entre 11 a 12 °C. Los pisos climáticos fluctúan desde el frío entre los 3.800 a 4.723 msnm, el sub-templado comprendido entre los 3.200 a 3.800, el templado que fluctúa entre los 2.000 hasta los 3.200 y el sub-cálido comprendido entre los 1.100 a 2.000 msnm.

La Parroquia Pioter se encuentra en el Sector septentrional del País, al noreste de la Provincia de Carchi, y al suroeste del cantón Tulcán del que forma parte. Tiene una extensión territorial de 17,81 km², que representa el 0,98% del área total del cantón Tulcán, mismo que tiene 1817,82 km² y el 0,47% del área total de la Provincia del Carchi, que es de 3749,7 km²

Tabla 24
Ubicación del Proyecto



Ubicación del Proyecto en el Mapa del País “ECUADOR”

Provincia del Carchi y sus Cantones

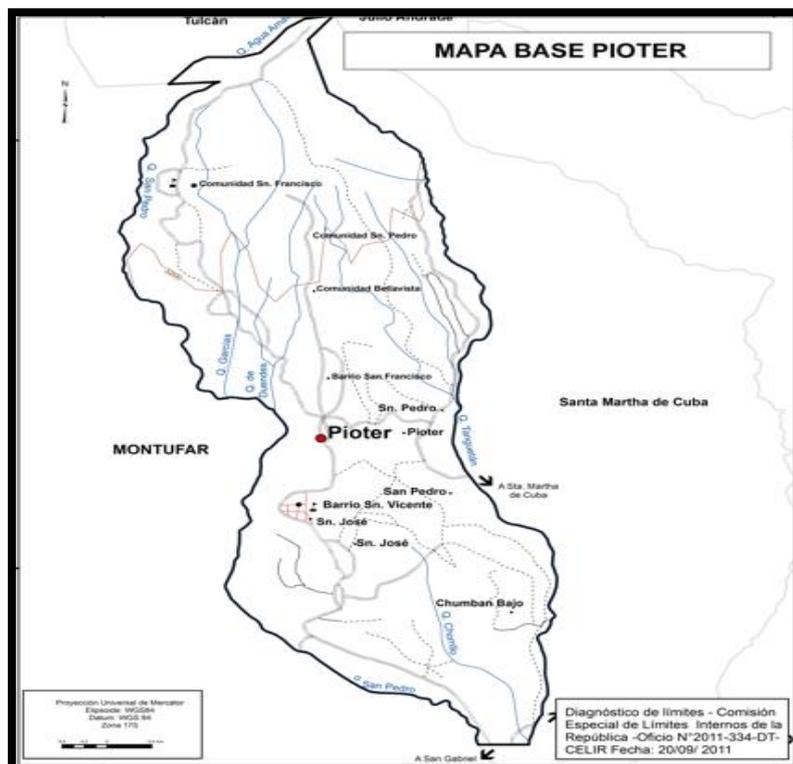
Enfoque del Proyecto Centro de la Parroquia de Pioter

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: G.A.D de Pioter

4.2.2 Micro Localización

Una vez analizado los puntos estratégicos para la ubicación del centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural, se determinó que su ubicación es en el centro de la Parroquia de Pioter, debido a que en esta zona existen muchos productores de leche.

Grafico 12
Ubicación de la Parroquia de Pioter



Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: G.A.D de Pioter

4.2.2.1 Identificación de los posibles lugares

Tabla 25
Posibles Lugares

LUGARES	CLASIFICADOR	
Pioter (centro de la Parroquia)	A	
En la entrada de la Parroquia de Pioter	B	1-10
En la Y en la intersección de la Parroquia de Pioter con la Parroquia de Chitan	C	

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: G.A.D de Piote.

4.2.2.2 Matriz de Factores Intervinientes

Tabla 26
Matriz de Factores

FACTORES	A	B	C
Geografía			
Espacio Físico	9	5	3
Ubicación	9	5	3
Total Parcial	18	10	6
Comerciales			
Posición Estratégica	8	5	3
Flujo de Personas	9	7	6
Competencias	8	7	5
Canales de Distribución	9	6	4
Seguridad	9	5	3
Total Parcial	43	30	21
Productivo			
Transporte	9	7	6
Tecnología	8	6	5
Gestión de calidad y diseño	8	6	5
Vías de Acceso	9	5	6
Servicios Básicos	9	3	3
Total Parcial	43	27	25
Aspectos legales			
Obtención del RUC	9	8	8
Ley de Compañías	7	7	7
Ordenanzas y Patentes Municipales	8	6	6
Total Parcial	24	21	21
Total Final	128	88	73

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Observación

La mejor alternativa de ubicación para la creación del centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural, se ha determinado de acuerdo a la calificación de lugares específicos e idóneos destinados a la mayor comercialización del producto que es este caso es la leche en estado natural que logre beneficiar al centro de acopio, a los proveedores y por ende a sus familias.

4.2.2.3 Matriz de Factores Ponderados

Tabla 27
Ponderación de Factores Principales

Ponderación de Factores Principales	
Geográficos	50%
Comerciales	25%
Productivos	15%
Legales	10%
Total	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Observación

4.2.2.4 Matriz de Factores Ponderados

Tabla 28
Factores Ponderados

FACTORES	%	A	B	C
Geografía				
Espacio Físico		4,5	2,5	1,5
Ubicación		4,5	2,5	1,5
Total Parcial	50%	9	7	3
Comerciales				
Posición Estratégica		2	1.25	0.75
Flujo de Personas		2.25	1.75	1.5
Competencias		2	1.75	1.25
Canales de Distribución		2.25	1.5	1
Seguridad		2.25	1.25	0.75
Total Parcial	25%	10.75	7.5	5.25
Productivo				
Transporte		1.35	1.05	0.9
Tecnología		1.2	0.9	0.75
Gestión de calidad y diseño		1.2	0.9	0.75
Vías de Acceso		1.35	0.75	0.9
Servicios Básicos		1.35	0.45	0.45
Total Parcial	15%	6.45	4.05	3.75
Aspectos legales				
Obtención del RUC		0.9	0.8	0.8
Ley de Compañías		0.7	0.7	0.7
Ordenanzas y Patentes Municipales		0.8	0.6	0.6
Total Parcial	10%	2.4	2.1	2.1
Total Final	100%	28.6	18.65	14.1

Elaborado por: Cristina Guacanes

De acuerdo al análisis realizado en la matriz, indica que el 50% del área geográfica se encuentra por encima del nivel comercial del cantón el cual permite realizar estrategias que logren capitalizaciones a través de las oportunidades externas y a su vez evitar las amenazas que se permitan en el transcurso del negocio.

4.2.3 Ubicación del Centro de Acopio

Una vez realizado el estudio técnico, se llega a determinar que la ubicación del Centro de Acopio, se establecerá en el Centro de la Parroquia de Pioter del Cantón Tulcán de la Provincia del Carchi, este proyecto estará ubicado en el centro de la Parroquia antes mencionado porque tiene fluencia de personas que trabajan en el sector ganadero los mismos que hacen progresar el nivel económico de la Parroquia.

Grafico 13

Ubicación del Centro de Acopio



El Centro de Acopio de Leche estará ubicado en un terreno de la Parroquia de Pioter, el mismo que es de propiedad del Señor Julio Potosí el cual está a la venta y este terreno consta con todos los servicios básicos para que pueda dar lugar a este proyecto, también cabe mencionar que las vías de acceso son despejadas las cuales facilitara el transporte del producto al Centro de Acopio.

El espacio de terreno que se incluirá en el proyecto para la instalación del Centro de Acopio es de 800 m², en el mismo que instalará una infraestructura de construcción de doble

planta en donde se distribuirá en la planta baja todo con lo que respecta a la recolección del producto, y en la planta alta estarán ubicadas las oficinas.

Además, el centro de acopio dispondrá de los servicios básicos necesarios ya que en el lugar en donde estará ubicado el proyecto cuenta con agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, caminos asfaltados, telefonía móvil y fija.

4.2.3 Diseño de las Instalaciones y Distribución de la Planta.

4.2.3.1 Diseño de las instalaciones

El diseño de las instalaciones de la empresa, estarán acorde a las especificaciones técnicas que implica el desarrollo de las diferentes actividades a realizarse, además de seleccionar la ubicación exacta de los diferentes espacios para el buen funcionamiento de los equipos y la adecuada conservación del producto.

El centro de acopio se instalara de acuerdo a los procesos para el funcionamiento para la compra y venta de la leche en su estado natural, en donde las instalaciones y divisiones de la planta serán de concreto, determinando un espacio para el área de recepción, laboratorio, enfriamiento, almacenamiento de productos ganaderos, parqueaderos y oficinas. Como se puede observar en el diseño de la planta.

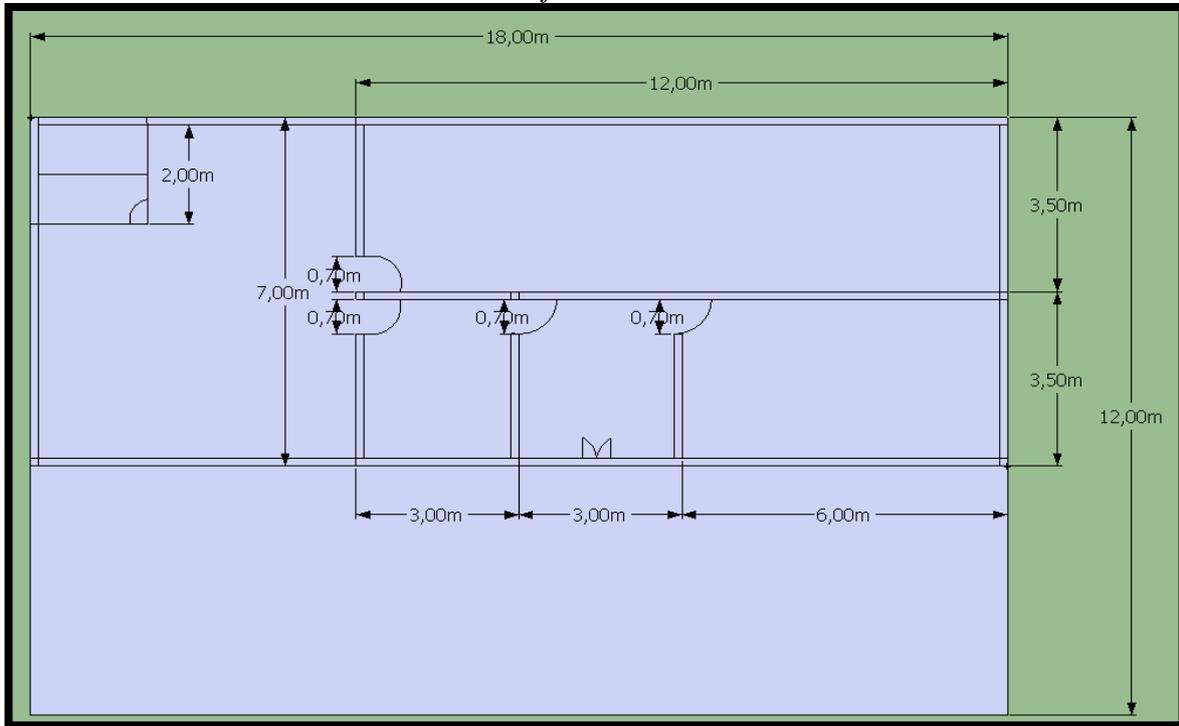
4.2.3.2 Distribución del Proyecto

El centro de acopio contara con las siguientes áreas:

- Recepción
- Laboratorio
- Oficinas: Gerencia- Contabilidad- Financiero
- Enfriamiento
- Parqueadero
- Bodega
- Almacenamiento de Productos Ganadero.

4.2.3.3 Distribución de la Planta Baja

Grafico 14
Planta Baja con Acotaciones



Elaborado por: Ing. Darío Amaguaña

Grafico 15
Planta Baja Amoblada



Elaborado por: Ing. Darío Amaguaña

Grafico 17
Planta alta amoblada



Elaborado por: Ing. Darío Amaguaña

En la planta alta se encontraran algunos departamentos como son; el departamento de ventas, el cual se encarga de llevar el registro de todos los proveedores y clientes que tenga la empresa, y dará apertura a los nuevos proveedores o a los posibles cliente, también contarán con el departamento de contabilidad y el financiero que se encargaran de llevar las contabilidad del centro de acopio y todo lo que abarque en sus responsabilidades.

Además está el departamento de gerencia en donde los clientes o los proveedores pueden dialogar con el gerente para dar algún tipo de comentario o dialogar acerca del producto o situaciones que tengan que ver con el producto, también hay una cafetería en donde los empleados pueden tomar un tiempo de descanso para que puedan realizar su trabajo sin presión y desempeñarse correctamente en su trabajo.

4.3 Ingeniería del Proyecto

El objetivo del estudio de la ingeniería del proyecto es verificar que el funcionamiento del centro de acopio sea fructífero, logrando cumplir con la publicidad, los canales de distribución y un esquema inicial esperados.

4.3.1 Descripción del proyecto

4.3.1.1 Forma de Presentación

La leche se presenta en forma líquida, sin modificar ninguno de sus componentes; tan solo su temperatura.

FORMA DE ALMACENAMIENTO: La leche es almacenada en los silos termo aislados, allí podrá permanecer hasta por un periodo de 24 horas.

VIDA ÚTIL ESPERADA: La leche cruda es un producto altamente perecedero, y su vida útil, sin ser sometida a procesos de conservación como el enfriamiento, puede oscilar entre 6 a 8 horas.

Si es sometida a procesos de enfriamiento la vida útil podrá expirar entre 12 y 24 horas, según la calidad y temperatura del proceso.

4.3.1.2 Identificación del proceso

Para el proceso de enfriamiento o conservación de la leche por medio de temperatura baja, existen varios métodos a utilizar, los cuales varían según la capacidad, capital disponible, oferta de leche, costo, etc.

A continuación se describirá únicamente el o los procesos a utilizar en el centro de acopio.

4.3.1.3 Enfriamiento por intercambiador de calor

Este es el medio de enfriamiento más aconsejable para grandes cantidades de leche; consiste en pasar la leche por un intercambiador de calor, donde es enfriada por agua helada que cede frío a la leche. El tránsito de la leche y el agua son regulados por placas o tubos, donde son transportadas permitiendo que se intercambien las temperaturas, pero sin ser mezclados.

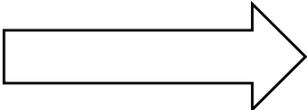
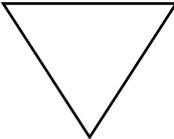
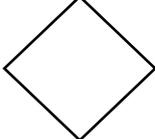
Después la leche es conducida a un tanque de almacenamiento o silo de doble camisa, el cual tiene un aislamiento térmico en poliuretano permitiendo mantener la temperatura constante, hasta un periodo de 24 horas.

Con este tipo de proceso se disminuyen los costos, pues la leche es rápidamente enfriada disminuyendo el gasto en tiempo y consumo de energía, y después tan solo se conserva en tanques, que no consumen ningún tipo de energía para mantener la temperatura constante. El único costo del almacenamiento es la agitación constante, que es obligatorio para cualquier tipo de método de enfriamiento.

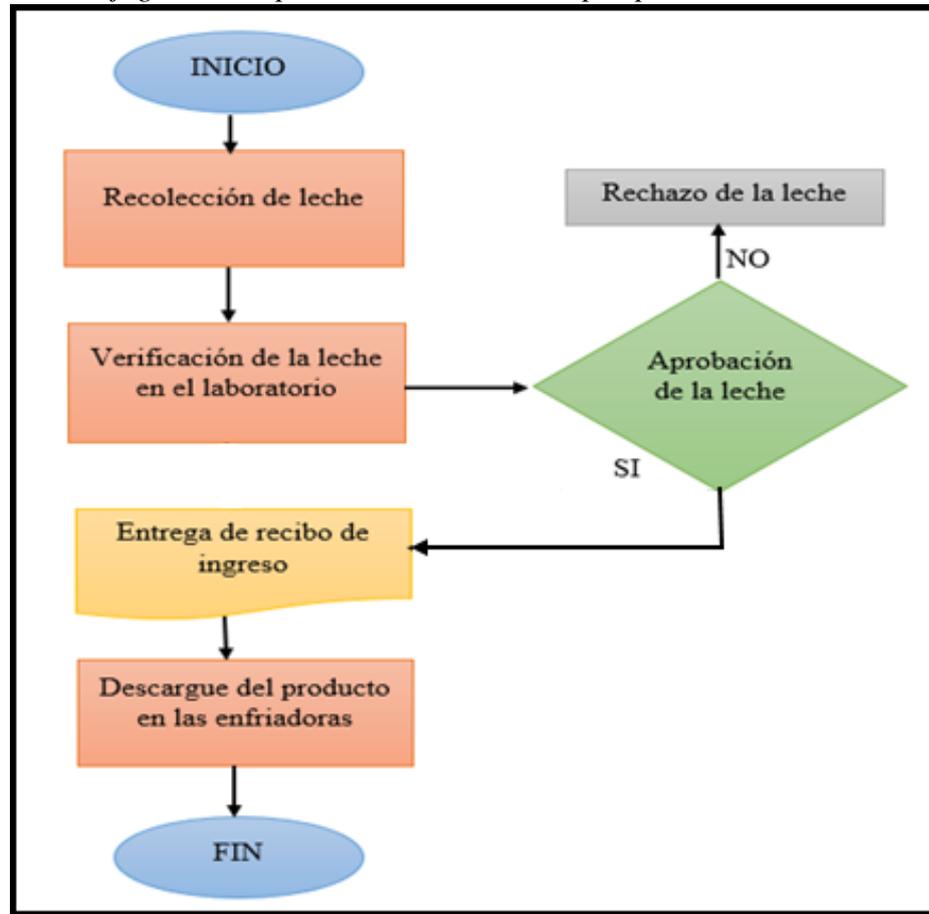
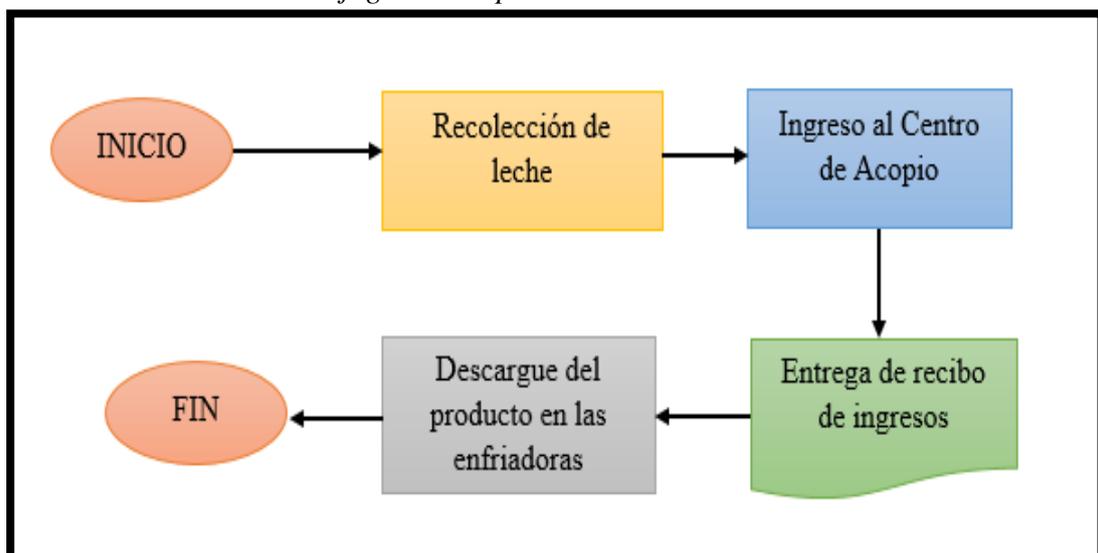
En el segundo método se utiliza como refrigerante el Freón 12 o 22 según el diseño del equipo, este Freón circula libremente por los serpentines, es menos contaminante que el amoníaco y las diferencias de presión de gas pueden hacer que el equipo de enfriamiento se encienda o se apague automáticamente, regulando la temperatura sin gastar energía innecesariamente. Por esta razón el método a utilizar para el enfriamiento de la leche es el de enfriamiento de calor, como se mencionó anteriormente, con refrigerante de Freón.

4.3.1.4 Simbología para las operaciones

Tabla 29
Simbología de Funciones

	Actividad.- Describe las funciones que desempeñan las personas involucradas en el procedimiento
	Transporte.- Indica una acción de movilización de algún elemento en determinada operación.
	Almacenamiento.- Puede ser de materia prima, de productos en proceso o de productos terminados.
	Inicio/Fin.- Representa una interrupción programada que sea necesaria realizar.
	Documento.- Representa cualquier documento que se utilice, que genere, o que salga de un procedimiento.
	Decisión.- Es utilizado para la toma de decisiones, para la indicación de operaciones lógicas o de comparación entre datos.

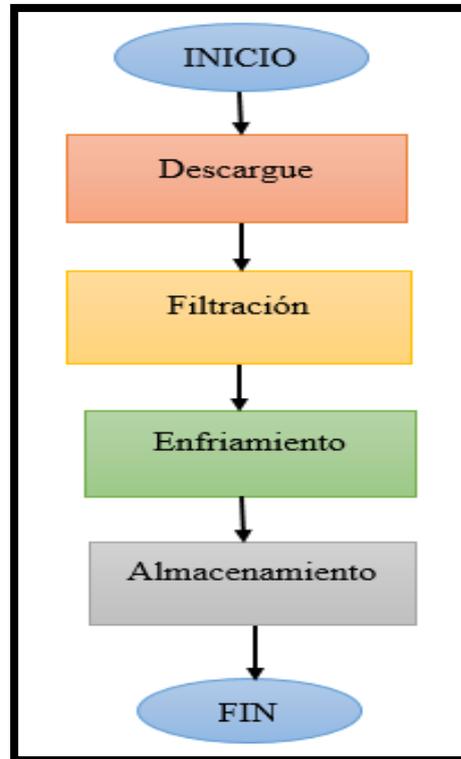
Elaborado por: Cristina Guacanes

Grafico 18*Flujograma del proceso de recolección por primera vez***Elaborado por:** Cristina Guacanes**Fuente:** Investigación del Proyecto**Grafico 19***Flujograma de procesos de recolección***Elaborado por:** Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Grafico 20

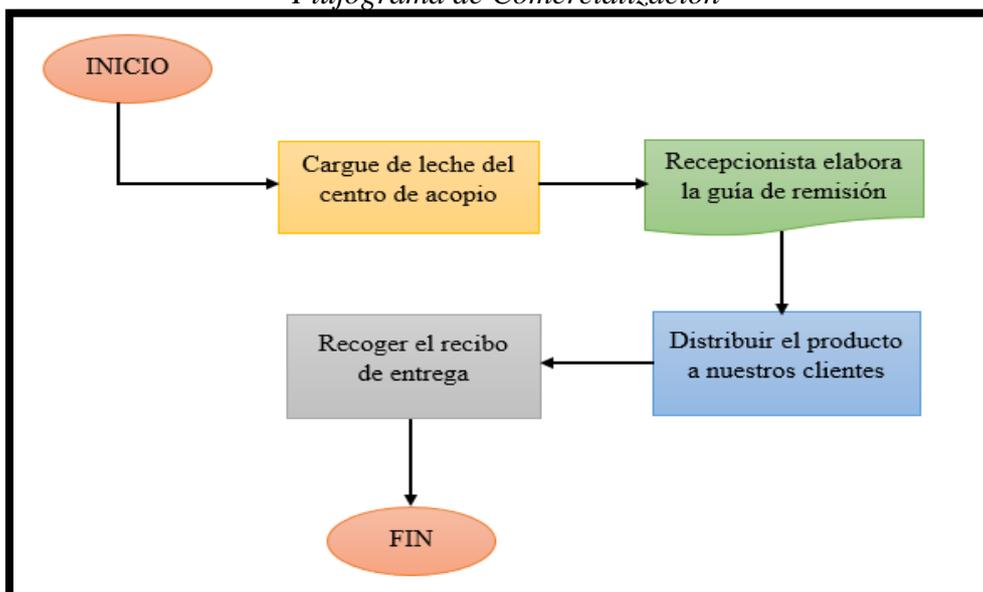
Almacenamiento del Producto



Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

Grafico 21

Flujograma de Comercialización



Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

4.3.2 Proceso de Comercialización.

Para la compra y venta de leche en estado natural del centro de acopio se realizara un plan estratégico comercial, el cual abarca todas las necesidades y deseos de los clientes y de los proveedores y de esta manera llegar a determinar la satisfacción de cada uno de ellos, siendo los pilares fundamentales de la creación de este centro de acopio, además es necesario analizar los precios que se encuentran al alcance del cliente y por ende que beneficie el proyecto.

4.3.3 Tecnología

La tecnología que se va a utilizar en el centro de acopio se basa en los equipos útiles para el desempeño del almacenamiento del producto que constituirá este proyecto para lo cual se toma en cuentas lo siguiente como se lo detalla en el presente cuadro.

Tabla 30
<i>Descripción de la tecnología a utilizar</i>
Detalle
Filtro Sanitario para la leche
Tanques de recepción
Bomba descargadora
Enfriadores Portátiles
Enfriadores de placas
Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

4.3.4 Obras Civiles

1.2 4.3.4.1. Diseño del área del centro de acopio

El diseño del área del centro de acopio se encuentra de acorde con los procesos de compra y venta de la leche en su estado natural, fijando un espacio físico para el almacenamiento del producto y para las oficinas.

Para cada área se toma en cuenta aspectos importantes como:

- En el área de almacenamiento se ubicara iluminación y suficiente ventilación con el fin de realizar con plenitud y exactitud el almacenamiento de la leche en su estado natural.
- Las oficinas del centro de acopio estarán ubicadas en el segundo piso en donde se puede desempeñar el trabajo en forma satisfactoria y sobre todo demostrando su ética profesional.

4.4 Inversión del Proyecto

4.4.1 Inversión Fija

4.4.1.1 Determinación de la Inversión

Para el funcionamiento del centro de acopio para la compra y venta de la leche en estado natural, estará equipada por activos fijos como: Muebles y Enseres, Propiedad Planta y Equipo, Equipo de Oficina.

1.- Activos Fijos

Los activos fijos a tomarse en cuenta son los siguientes.

➤ Terreno

Este es el espacio físico en donde se construirá el centro de acopio

Tabla 31

Terreno

Detalle	M2	Valor m2	Valor Total
Terreno	800 m2	5,58	\$ 4.464,00
Total	800 m2	5,58	\$ 4.464,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.1.2. Construcción del Proyecto

En esta sección se incluye todos los valores para la construcción de las áreas según el estudio técnico, más los gastos de instalación.

Tabla 32

Obra Civil

Detalle	M2	Valor m2	Valor Total
Obra Civil	216 m2	125,00	\$ 27.000,00
Total	216 m2	125,00	\$ 27.000,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.1.3 Vehículo

Se considera importante y necesario adquirir un camión que estén debidamente instalados que serán utilizados para la recolección de la leche en su estado natural de los respectivos proveedores.

Tabla 33
Vehículo

Detalle	Marca	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camión ELF 300	ISUZU	1	15.000,00	\$ 15.000,00
Total			15.000,00	\$ 15.000,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.1.4 Maquinaria y Equipo

Para el almacenamiento de la leche son necesario las siguientes maquinarias y equipos:

Tabla 34
Propiedad Planta y Equipo

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Filtro Sanitario para la Leche	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Tanque de Recepción	2	\$ 2,000.00	\$ 4,000.00
Bomba Descargadora	1	\$ 700.00	\$ 700.00
Bomba de Transferencia	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Equipo de Laboratorio	1	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
Banco de Hielo	2	\$ 400.00	\$ 800.00
Mangueras	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Enfriadores portátiles	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Enfriadores de placas	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Total			\$ 10.500,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.1.5 Muebles y Enseres

Los Muebles y Enseres se clasifican de acuerdo a las distintas distribuciones que son: oficina del gerente, oficina del contador, secretaria, laboratorio, recepción.

Tabla 35
Muebles y Enseres

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorios Ejecutivos	4	\$ 165.89	\$ 663.56
Sillas giratorias	6	\$ 85.00	\$ 510.00
Sillas individuales	8	\$ 38.00	\$ 304.00
Anaqueles	5	\$ 54.00	\$ 270.00
Estanterías	5	\$ 45.00	\$ 225.00
Sillas de Espera	3	\$ 35.00	\$ 105.00
Mesa	1	\$ 58.00	\$ 58.00
Sillas	4	\$ 15.00	\$ 60.00
Cafetera	1	\$ 58.00	\$ 58.00
Total			\$ 2.253.56

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.1.6 Equipo de Oficina

Tabla 36

Equipo de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sumadora	3	\$ 10.00	\$ 30.00
Línea Telefónico	1	\$ 30.00	\$ 30.00
Teléfonos	6	\$ 12.00	\$ 72.00
Papeleras	6	\$ 15.00	\$ 90.00
Perforadora	6	\$ 1.00	\$ 6.00
Esferos cajas	3	\$ 2.50	\$ 7.50
Lápices cajas	3	\$ 2.50	\$ 7.50
Resmas de Papel Boom	10	\$ 5.00	\$ 50.00
Total			\$ 293,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.1.7 Equipo de Computación

Tabla 37

Equipo de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadores	6	\$ 279.69	\$ 1,678.14
Impresora	2	\$ 68.43	\$ 136.86
Copiadora	1	\$ 157.00	\$ 157.00
Software	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
Otros Equipos		\$ 687.00	\$ 687.00
Total			\$ 3,659,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.1.8 Resumen de la Inversión Fija

Tabla 38

Inversión Fija

Detalle	Valor Total
Terreno	\$ 4,464.00
Vehículos	\$ 15,000.00
Obra civil	\$ 27,000.00
Propiedad Planta y Equipa	\$ 10,500.00
Muebles y Enseres	\$ 2,253.56
Equipo de Oficina	\$ 293.00
Equipo de Computación	\$ 3,659.00
Total	\$ 63,169.56

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.4.2 Inversión Diferida

Los gastos de constitución que genera el centro de acopio, corresponde a las partidas de: permiso municipal, bomberos, sanitarios, Registro Único del Contribuyente, patentes e impuestos prediales. El monto de estos gastos es de \$ 550 dólares.

Tala 39*Inversión Diferida*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gastos de Constitución		\$ 550,00	\$ 550,00
Patentes	1		
Permisos de Salud	1		
Permisos de Bomberos	1		
RUC	1		
Valor de Estudio y Diseño		\$ 800,00	\$ 800,00
Total			\$ 1.350,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5 Capital de Trabajo

4.5.1 Materia Prima

La cantidad de materia prima diaria es de 14.328 litros de leche, que equivale a \$171.936,00 dólares mensuales que se comprara a los proveedores de la Parroquia de Pioter.

Tabla 40*Materia Prima*

Descripción	Cantidad Mensual	Valor Unitario	Total Mensual
Compra de leche en estado natural	429.840	\$ 0.40	\$ 171,936.00
Total	429.840	\$ 0.40	\$ 171,936.00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

La proyección de materia prima para los cinco años de producción está determinada en base a la proyección de precios de los cinco años que se la hizo con la tasa de crecimiento de la inflación acumulada del 2016, que es de 3.38%.

Tabla 41*Materia Prima Proyectada en Litros de Leche Diarios*

Descripción	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Leche en Estado Natural	5.158.080	5.395.352	5.643.538	5.903.141	6.174.685	6.458.721
Precio	\$ 0.38	\$ 0.40	\$ 0.42	\$ 0.44	\$ 0.46	\$ 0.48
Total	\$1,960,070.40	\$2,158,140.67	\$2,370,285.90	\$2,597,381.86	\$2,840,355.13	\$3,100,185.88

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.2 Mano de Obra

Tabla 42
Mano de Obra Directa

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual
Operario		
Recolector	1	\$ 366,00
Recibidor	1	\$ 366,00
Laboratorista	1	\$ 366,00
Total		\$1.098 ,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

La mano de obra proyectada está dada en función de la tasa de la variación del sueldo básico de este año es de 4.11%.

Tabla 43
Proyección de la Mano de Obra Directa Anual con todos los Beneficios de Ley

Cargo	RMU Mensual	RMU Anual	IESS Patronal	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual
Recibidor	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 533,63	\$ 183,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 5.840,63
Laboratorista	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 533,63	\$ 183,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 5.840,63
Recolector	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 533,63	\$ 183,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 5.840,63

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Tabla 44
Proyección de la Mano de Obra Directa Anual

Cargo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Operario						
Recolector	\$ 5.840,63	\$ 6.080,68	\$ 6.330,60	\$ 6,590.78	\$ 6.861,66	\$ 7.143,68
Recibidor	\$ 5.840,63	\$ 6.080,68	\$ 6.330,60	\$ 6,590.78	\$ 6.861,66	\$ 7.143,68
Laboratorista	\$ 5.840,63	\$ 6.080,68	\$ 6.330,60	\$ 6,590.78	\$ 6.861,66	\$ 7.143,68
Total	\$17.521,89	\$18.242,04	\$18.991,79	\$19,772.35	\$20.584,99	\$21.431,04

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Tabla 45
Proyección de Sueldos con Beneficios de Ley

Cargo	RMU Mensual	RMU Anual	IESS Patronal	Vacaciones	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Total Anual
Gerente	\$ 390,00	\$ 4.680,00	\$ 568,62	\$ 195,00	\$ 390,00	\$ 366,00	\$ 6.199,62
Contador	\$ 375,00	\$ 4.500,00	\$ 546,75	\$ 195,00	\$ 375,00	\$ 366,00	\$ 5.975,25

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Tabla 46
Proyección de Sueldos Anual

Cargo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Operario						
Gerente	\$ 6,199.62	\$ 6,454.42	\$ 6,719.70	\$ 6,995.88	\$ 7,283.41	\$ 7,582.76
Contador	\$ 5,975.25	\$ 6,220.83	\$ 6,476.51	\$ 6,742.69	\$ 7,019.82	\$ 7,308.33
Total	\$12,174.87	\$12,675.25	\$13,196.21	\$13,738.57	\$14,303.23	\$ 14,891.09

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.3 Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de Fabricación se tienen un monto de \$ dólares para el primer año de producción tomando en cuenta la mano de obra indirecta y otros costos indirectos de fabricación.

4.5.3.1. Mano de Obra Indirecta

Tabla 47
Mano de Obra Indirecta

Cargo	Cantidad	Sueldo Mensual
Administración		
Gerente	1	\$ 390,00
Contador	1	\$ 375,00
Total		\$ 765,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.3.2. Suministros de Aseo y Limpieza

Tabla 48
Suministro de aseo y limpieza

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Detergente	2	\$ 1,25	\$ 2,50	\$ 30,00
Esponjas	5	\$ 0,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Escobas	2	\$ 1,50	\$ 3,00	\$ 36,00
Trapeadores	2	\$ 2,25	\$ 4,50	\$ 54,00
Basureros	3	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Recogedores	2	\$ 1,75	\$ 3,50	\$ 42,00
Total			\$ 31,00	\$ 372,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.3.3. Servicios Básicos

Tabla 49
Servicios Básicos

Detalle	Mensual	Valor Mensual	Valor Anual
Luz y Agua	1	\$ 113,00	\$ 1.356,00
Internet	1	\$ 22,90	\$ 270,80
Teléfono	1	\$ 30,00	\$ 360,00
Total		\$ 165,90	\$ 1.986,80

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.3.4. Depreciación de Propiedad Planta y Equipo

Tabla 50
Depreciación Propiedad Planta y Equipo

Detalle	Valor total	Depreciación anual	Depreciación mensual
Propiedad Planta y Equipo	\$ 10.500,00	\$ 1.050,00	\$ 87,50
Total	\$ 10.500,00	\$ 1.050,00	\$ 87,50

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.3.5. Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Tabla 51
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Detalle	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Mantenimiento de Maquinaria	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 840,00
Mantenimiento de equipos de computación	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Mantenimiento del Vehículo	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Total		\$ 140,00	\$ 1.680,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.3.6. Gastos Adicionales

Tabla 52
Gastos Adicionales

Detalle	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Gasolina del Vehículo		\$ 80,00	\$ 960,00
Aceite	6 galones	\$ 8,81	\$ 105,72
Llantas	4 llantas	\$ 83,16	\$ 998,00
Total		\$ 171,97	\$ 2.063,72

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.3.7. Total de Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 53

Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	C.I.F Mensual
Suministro de Aseo y Limpieza	\$ 31,00
Servicios Básicos	\$ 165,90
Depreciación de propiedad planta y equipo	\$ 87,50
Mantenimiento P.P y E.	\$ 140,00
Otros Gastos Adicionales	\$ 171,97
Total	\$ 596,37

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.4 Gastos

En los gastos se encuentran los administrativos, operación y ventas; para la proyección se utilizó la tasa de inflación que es de 3.38% según el Banco Central del Ecuador.

4.5.4.1 Gastos de Suministros de Oficina.

Tabla 54

Suministros de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sumadora	3	\$ 5.00	\$ 15.00
Papeleras	5	\$ 10.00	\$ 30.00
Perforadora	5	\$ 1.00	\$ 5.00
Esferos cajas	3	\$ 2.50	\$ 7.50
Lápices cajas	3	\$ 2.50	\$ 7.50
Resmas de Papel Boom	8	\$ 3.00	\$ 24.00
Total			\$ 89.00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.4.2. Gastos de Publicidad y Propaganda

Tabla 55

Publicidad y Propaganda

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual.
Cuña Radial	4	\$ 15,00	\$ 60,00	\$ 720,00
Gorras con el nombre del centro de acopio	25	\$ 2,50	\$ 62,50	\$ 750,00
Camisas con el nombre del centro del acopio	25	\$ 2,50	\$ 62,50	\$ 750,00
Tasas con el nombre del centro de acopio	25	\$ 1,50	\$ 37,50	\$ 450,00
Volantes	100	\$ 0,10	\$ 10,00	\$ 120,00
Total			\$ 232,50	\$ 2.790,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.4.3 Total Gastos

Tabla 56

Total Gastos

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Suministro de Oficina	\$ 89.00	\$ 429,00
Publicidad y Propaganda	\$ 232.50	\$ 2.790,00
Total	\$ 321.50	\$ 3.219,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

4.5.5 Gatos Projectados

En los gastos proyectados se tendrá en consideración las partidas siguientes: suministros de aseo y limpieza, suministros de oficina, pago de servicios básicos administrativos y de ventas.

Tabla 57

Porcentajes de Distribución de Gastos

Detalle	Operación	Administrativo	Total
Suministros de Aseo y Limpieza	60%	40%	100%
Suministros de Oficina	25%	75%	100%
Servicios Básicos	80%	20%	100%
Publicada y propaganda			100%
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	70%	30%	100%
Gastos adicionales	90%	10%	100%

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Tabla 58

Distribución de Gastos Mensual

Detalle	Operación	Administrativo	Total
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 18,60	\$ 12,40	\$ 31,00
Suministros de Oficina	\$ 22,25	\$ 66,75	\$ 89,00
Servicios Básicos	\$ 132,72	\$ 33,18	\$ 165,90
Publicada y propaganda		\$232,50	\$ 232,50
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	\$ 98,00	\$ 42,00	\$ 140,00
Gastos adicionales	\$ 154,77	\$ 17,19	\$ 171,97

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Tabla 59
Distribución Proyectada de Gastos Mensual

Cargo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 372,00	\$ 389,11	\$ 407,00	\$ 425,72	\$ 445,30	\$ 465,78
Suministros de Oficina	\$ 1.068,00	\$ 1.117,12	\$ 1.168,50	\$ 1.222,25	\$ 1.278,47	\$ 1.337,27
Servicios Básicos	\$ 1.990,80	\$ 2.082,37	\$ 2.178,15	\$ 2.278,34	\$ 2.383,14	\$ 2.492,76
Publicada y propaganda	\$ 2.790,50	\$ 2.918,86	\$ 3.053,12	\$ 3.193,56	\$ 3.340,46	\$ 3.494,12
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	\$ 1.680,00	\$ 1.757,28	\$ 1.838,11	\$ 1.922,66	\$ 2.011,10	\$ 2.103,61
Gastos adicionales	\$ 2.063,64	\$ 2.158,56	\$ 2.257,85	\$ 2.361,71	\$ 2.470,34	\$ 2.583,97
Total	\$ 9964,94	\$10.423,30	\$10.902,73	\$11.404,24	\$11.928,81	\$12.477,51

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

Para realizar la distribución de gastos proyectados se toma en cuenta la tasa del 3.38% de inflación según el Banco Central del Ecuador

CAPÍTULO V

5. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

5.1 Introducción.

A través de este estudio se planteara realizar un análisis de proyecto mismo que identifique la totalidad de los recursos en valor monetario dentro del proceso operacional, determinando el proyecto a un periodo de cinco años.

La finalidad del estudio es proporcionar datos económicos cuantitativos y verificables de proyecto, cuyo fin es mejorar la toma de decisiones futuras tomando en cuenta la información obtenida mediante la aplicación de entrevistas realizadas en el estudio de mercado.

El mismo que facilita la verificación de los resultados que genera el proyecto, al igual que la liquidez para cumplir con sus obligaciones operacionales, y finalmente, la organización financiera.

Aquí se demuestra lo importante del proyecto, vemos si es rentable y para saberlo se tiene tres presupuestos que son el de ventas, inventarios y gastos, que salieron de los estudios anteriores.

5.1.1 Presupuesto de inversión

5.1.1.1. Inversión Fija

Tabla 60
Inversión Fija

Detalle	Valor Total
Activos Fijos	\$ 63.169.56
Total	\$ 63.169.56

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.1.1.2 Inversión Diferida

Tabla 61
Inversión Diferida

Descripción	Valor
Gastos de Constitución	\$ 1.350,00
Total	\$ 1.350,00

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.1.1.3 Capital de Trabajo

Para la determinación del capital de trabajo se determinara de quince dias para la comercialización para la compra y venta de leche en estado natural.

Tabla 62
Capital de Trabajo Quincenal

Descripción	Valor Total
Materia Prima Directa	\$ 11.462,00
Mano de Obra Directa	\$ 73,20
Costos Indirectos de Fabricación	
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 2,06
Servicios Básicos	\$ 11,06
Depreciación Maquinaria y Equipo	\$ 5,83
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	\$ 9,33
Otros gastos adicionales	\$ 11,46
Subtotal	\$ 11.574,94
5% de Imprevistos	\$ 578,74
Total	\$ 12.153,68

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.1.1.4 Inversión Total

Tabla 63
Inversión del Proyecto

Detalle	Valor
Inversión Fija	\$ 63.169,56
Inversión Diferida	\$ 1.350,00
Capital de Trabajo	\$ 12.153,68
Total de la Inversión	\$ 76.673,24

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.1.1.5 Resumen para obtener el préstamo

Tabla 64
Resumen del Préstamo para la inversión

Detalle	Cantidad
Capital Propio	\$ 40.500,00
Capital Financiado	\$ 36.173,24
Total de la inversión	\$ 76.673,24

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

La inversión para la creación el centro de acopio para la compra y venta de leche en estado natural se la hará con la ayuda del Banco Nacional de Fomentos, el cual nos ayudara con el 47.17% del total de la inversión del proyecto.

5.2 Presupuesto de Ingresos

5.2.1 Ingresos por ventas Proyectadas

Los ingresos por las ventas se las proyecto de acuerdo a la inflación y también dependiendo del porcentaje de utilidad que se quiera ganar.

Tabla 65
Ingresos por venta Proyectada

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Total litros de leche Proyectados	5.462.006	5.707.796	5.964.647	6.233.056	6.513.543
Precio unitario Proyectado	\$ 0,42	\$ 0,44	\$ 0,46	\$ 0,48	\$ 0,50
Total Ingresos	\$2.294.042,52	\$2.511.430,24	\$2.743.737,62	\$2.901.866,88	\$3.256.771,50

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

5.2.2 Precio de Venta

El precio de venta del producto se determina en base al costo de producción y aplicando un margen de utilidad que se pretenda ganar del costo de producción, además para los siguientes años se estima un crecimiento del 3.38% tomando como referencia la inflación.

Tabla 66
Precio de Venta de la Leche en estado natural

Producto	Precio Actual	Precio 2016	Precio 2017	Precio 2018	Precio 2019	Precio 2020
Leche en estado natural	0,40	0,42	0,44	0,46	0,48	0,50

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: M.A.G.A.P.

5.2.3 Costos y Gastos

5.2.3.1 Costos de Producción

La materia prima directa se calculó de acuerdo al precio que se les han pagando en este momento y el precio proyectado de acuerdo al porcentaje de inflación.

Tabla 67
Materia Prima Directa Proyectada en litros de Leche

Detalle	Año	Cantidad en litros de leche	Valor unitario por litro	Valor anual
COMPRA DE LECHE EN ESTADO NATURAL	2015	5.226.800	\$ 0.38	\$ 1,986,184.00
	2016	5.462.006	\$ 0.40	\$ 2,184,802.40
	2017	5.707.796	\$ 0.42	\$ 2,397,274.32
	2018	5.964.647	\$ 0.44	\$ 2,624,444.68
	2019	6.233.056	\$ 0.46	\$ 2,867,205.76
	2020	6.513.543	\$ 0.48	\$ 3,126,500.64

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.2.3.2 Costo de Distribución

Presentación

Tabla 68
Estado de Costos de Distribución
CENTRO DE ACOPIO LOS ALPES

Estado de Costo de Producción			
Materia Prima	5.395.352		
1.Materiales directos utilizados		\$2.158.140,80	99.14 %
Inventario Inicial	\$ 0,00		
(+) Compras netas	\$2.158.140,80		
=Materiales disponibles para la distribución	\$2.158.140,80		
2.Mano de Obra Utilizada		\$ 17.521,89	0.84%
(=)Costo Primo = [MD+ MOD]		\$ 2.175.663	
3.(+)Costos Indirectos de Fabricación		\$ 340,50	0.02%
Energía Eléctrica	\$ 113,00		
Mantenimiento y Reparación de Maquinaria	\$ 140,00		
Depreciaciones	\$ 87,50		
(=) Costo de Distribución		\$ 2.176.003	100%
(=) Costo de Distribución y Ventas		\$ 0,40	

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.2.4 Mano de Obra Directa

El siguiente cuadro se especifica los sueldos básicos proyectados para cinco años de los operadores de la planta incluido los beneficios de ley, la cual la estimación de todos los beneficios es del 4.11%

Tabla 69
Proyección de la Mano de Obra Directa

Cargo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Operario						
Recolector	\$ 5.840,63	\$ 6.080,68	\$ 6.330,60	\$ 6,590.78	\$ 6.861,66	\$ 7.143,68
Recibidor	\$ 5.840,63	\$ 6.080,68	\$ 6.330,60	\$ 6,590.78	\$ 6.861,66	\$ 7.143,68
Laboratorista	\$ 5.840,63	\$ 6.080,68	\$ 6.330,60	\$ 6,590.78	\$ 6.861,66	\$ 7.143,68
Total	\$17.521,89	\$18.242,04	\$18.991,79	\$19,772.35	\$20.584,99	\$21.431,04

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.2.5 Costos Indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación están proyectados en base a la tasa de inflación que es del 3.38% según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 70
Distribución Proyectada de Gastos Mensual

Cargo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Suministros de Aseo y Limpieza	\$ 372,00	\$ 389,11	\$ 407,00	\$ 425,72	\$ 445,30	\$ 465,78
Suministros de Oficina	\$ 1.068,00	\$ 1.117,12	\$ 1.168,50	\$ 1.222,25	\$ 1.278,47	\$ 1.337,27
Servicios Básicos	\$ 1.990,80	\$ 2.082,37	\$ 2.178,15	\$ 2.278,34	\$ 2.383,14	\$ 2.492,76
Publicada y propaganda	\$ 2.790,50	\$ 2.918,86	\$ 3.053,12	\$ 3.193,56	\$ 3.340,46	\$ 3.494,12
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	\$ 1.680,00	\$ 1.757,28	\$ 1.838,11	\$ 1.922,66	\$ 2.011,10	\$ 2.103,61
Gastos adicionales	\$ 2.063,64	\$ 2.158,56	\$ 2.257,85	\$ 2.361,71	\$ 2.470,34	\$ 2.583,97
Total	\$ 964,94	\$10.423,30	\$10.902,73	\$11.404,24	\$11.928,81	\$12.477,51

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.2.6 Gastos Operacionales

5.2.6.1 Gastos Administrativo

Tabla 71
Gasto Sueldos

Cargo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Operario						
Gerente	\$ 7,097.10	\$ 7,388.79	\$ 7,692.47	\$ 8,008.63	\$ 8,337.79	\$ 8,680.47
Contador	\$ 6,199.62	\$ 6,454.42	\$ 6,719.70	\$ 6,995.88	\$ 7,283.41	\$ 7,582.76
Total	\$13.296,72	\$13.843,21	\$14.412,17	\$15.004,51	\$15.621,20	\$16.263,23

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.2.6.2 Total Gastos Administrativos

Tabla 72
Total Gastos de Administración

Detalle	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Sueldos	\$13,296,72	\$13.843,22	\$14.412,17	\$ 15.004,51	\$16.263,23
Administrativos					
Suministro de Oficina	\$ 66.75	\$ 69.82	\$ 73.03	\$ 76.38	\$ 79.89
Suministros de aseo y limpieza	\$ 12.40	\$ 12,97	\$ 13,56	\$ 14.18	\$ 14,83
Servicios básicos	\$ 33.18	\$ 34,70	\$ 36,29	\$ 37,95	\$ 39,69
Depreciación Propiedad Planta y Equipo	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 225,36	\$ 225,36	\$ 225,36	\$ 225,36	\$ 225,36
Depreciación Equipo de Oficina	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30
Depreciación Equipo de Computación	\$ 1.219,67	\$ 1.219,67	\$ 1.219,67	\$ 00,00	\$ 00,00
Amortización Gasto de Constitución	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Total	\$16.203,38	\$16.755,04	\$17.329,38	\$16.707,68	\$ 17.972,30

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.3 Tabla de Amortización

Tabla 73
Tabla de Amortización

Indicadores	
Monto	\$ 36.173,24
Periodos Anuales	10
Tasa Interés Anual	11.20%

A	B	C	D	E	F
No de Periodos	Saldo Inicial (B=F)	Interés (C=F*i)	Amortización (D=E-C)	Cuota Anual	Saldo Capital (E=B-D)
0					\$ 36,173.24
1	\$ 36,173.24	\$ 4,051.40	\$ 5,785.29	\$ 9,836.69	\$ 30,387.95
2	\$ 30,387.95	\$ 3,403.45	\$ 6,433.24	\$ 9,836.69	\$ 23,954.70
3	\$ 23,954.70	\$ 2,682.93	\$ 7,153.77	\$ 9,836.69	\$ 16,800.94
4	\$ 16,800.94	\$ 1,881.70	\$ 7,954.99	\$ 9,836.69	\$ 8,845.95
5	\$ 8,845.95	\$ 990.75	\$ 8,845.95	\$ 9,836.69	\$0.00

Elaborado por: Cristina Guacanes.

El crédito que se obtendrá de la Institución Financiera que en este caso en la Banco Nacional de Fomento es del monto de \$ 36.173,24 , lo cual se paga en un periodo de 5 años, con una tasa de interés del 11.20% anual.

5.3.1 Gastos Financieros

Tabla 74
Gastos Financieros

Descripción	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Interés	\$ 4,051.40	\$ 3,403.45	\$ 2,682.93	\$ 1,881.70	\$ 990.75
Cuota Anual	\$ 9,836.69	\$ 9,836.69	\$ 9,836.69	\$ 9,836.69	\$ 9,836.69

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.3.2 Depreciaciones de los bienes muebles del Centro de Acopio

Tabla 75
Depreciación de los Bienes Muebles

Detalle	Vida Útil	%	Valor	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Vehículo	5	20	\$15.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00	\$3.000,00
Maquinaria y Equipo	10	10	\$10.500,00	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00	\$1.050,00
Muebles y enseres	10	10	\$ 2.253.56	\$ 225,36	\$ 225,36	\$ 225,36	\$ 225,36	\$ 225,36
Equipo de Oficina	10	10	\$ 293,00	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30	\$ 29,30
Equipo Computación	3	33	\$ 3.659.86	\$1.219,67	\$1.219,67	\$1.219,67	\$1.219,67	\$1.219,67
Total				\$5.524,33	\$5.524,33	\$5.524,33	\$5.524,33	\$5.524,33

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.3.3 Amortización del Gasto Constitución

Tabla 76
Amortización Gasto Constitución

Detalle	Vida Útil	%	Valor	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Gasto Constitución	20	5	\$1.350,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00	\$ 270,00
Total				\$ 270,00				

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

5.4 Estados Financieros

5.4.1 Estado de Situación Inicial

Tabla 77
Estado de Situación Inicial

Estado de Situación Inicial
Centro de Acopio “LOS ALPES”
Al 31 de Diciembre del 2015

ACTIVOS		
Activos Corrientes		
Capital de Trabajo	\$ 12.153,68	
Total Activos Corrientes		\$ 12.153,68
Activos Fijos		
Terreno	\$ 4,464.00	
Edificio	\$ 27,000.00	
Vehículo	\$ 15,000.00	
Propiedad Planta y Equipo	\$ 10,500.00	
Muebles y Enseres	\$ 2,253.56	
Equipo de Oficina	\$ 293.00	
Equipo de Computación	\$ 3,659.00	
Total Activos Fijos		\$ 63.169,56
Activos Diferidos		
Gasto Constitución	\$ 1.350,00	
Total Activo Diferido		\$ 1.350,00
Total Activos		<u>\$ 76.673,24</u>
PASIVOS		
Pasivos no Corrientes		
Préstamo Hipotecario por pagar	\$ 36.173,24	
Total Pasivos no Corrientes		\$ 36.173,24
PATRIMONIO		
Capital Social	\$ 40.500,00	
Total Pasivo + Patrimonio		<u>\$ 76.673,24</u>

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

5.4.2 Estado de Resultados

Tabla 78
Estado de Resultados

Estado de Resultados
Centro de Acopio “LOS ALPES”
Al 31 de Diciembre del 2015

Descripción	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ingresos					
Ventas	\$2,294,042.52	\$2,511,430.24	\$2,743,737.62	\$2,991,866.88	\$3,256,771.50
Total Ingresos	\$2,294,042.52	\$2,511,430.24	\$2,743,737.62	\$2,991,866.88	\$3,256,771.50
Egresos					
(-)Costo de ventas	\$2.204.009.38	\$2.426.689.41	\$2.655.119.76	\$2.899.194.99	\$3.159.860.49
Mano de Obra Directa	\$ 18.242,04	\$ 18.991,79	\$ 19,772.35	\$ 20.584,99	\$ 21.431,04
Costo de Materia Prima	\$2.184.802.40	\$2.397.274.32	\$2.624.444.68	\$2.867.205.76	\$3.126.500.64
CIF	\$ 964,94	\$ 10.423,30	\$ 10.902,73	\$ 11.404,24	\$ 11.928,81
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 90.033.14	\$ 84.740.83	\$ 88.617.86	\$ 92.671.89	\$ 96.911.01
(-) Gastos Administrativos	\$16.203,38	\$16.755,04	\$17.329,38	\$16.707,68	\$ 17.972,30
(-)Depreciaciones	\$ 5.524.33	\$ 5.524,33	\$ 5.524.33	\$ 5.524.33	\$ 5.524.33
(-)Gastos Financieros	\$ 4,051.40	\$ 3.403,45	\$ 2,682.93	\$ 1,881.70	\$ 990.75
Subtotal	\$ 25.779.11	\$ 25.682.82	\$ 25.536.64	\$ 24.113.71	\$ 24.487.38
= Utilidad neta antes del 15% Participación de Trabajadores	\$ 64.254.03	\$ 59.058.01	\$63.081.22	\$ 68.558.18	\$ 72.423.63
(-)15% Participación Trabajadores	\$ 9.638.10	\$ 8.858.70	\$ 9.462.18	\$ 10.283.72	\$ 10.863.54
= Utilidad Antes de Impuestos	\$ 54.615.93	\$ 50.199.31	\$ 53.619.04	\$ 58.274.46	\$ 61.560.09
(-)22% Impuesto a la Renta	\$ 12.015.50	\$ 11.043.84	\$ 11.796.18	\$ 12.820.38	\$ 13.543.21
= Utilidad Neta del Ejercicio	\$ 42.600.43	\$ 39.155.47	\$ 41.822.86	\$ 45.454.08	\$ 48.016.88

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

De acuerdo al Servicio de Rentas Internas se determina que la tasa para el cálculo del impuesto a la renta se basa en el 22%, debido a los ingresos obtenidos como persona natural además se toma en cuenta el servicio que se presenta ante la sociedad.

5.4.3 Flujo de Caja

El objetivo de realizar este estado financiero es por determinar los movimientos de efectivo de acuerdo a las actividades que se presenten, de igual manera permitirá estudiar las razones económicas que tenga el centro de acopio, para verificar si el proyecto es rentable.

Tabla 79
Flujo de Efectivo

Descripción	Año 0	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
INVERSION						
Capital Propio	\$ 40.500,00					
Financiada	\$ 36.173,24					
INGRESOS						
Utilidad Operacional		\$ 42.600.43	\$ 39.155.47	\$ 41.822.86	\$ 45.454.08	\$ 48.016.88
+Depreciación		\$ 5.524.33	\$ 5.524.33	\$ 5.524.33	\$ 5.524.33	\$ 5.524.33
-15% Trabaja.		\$ 9.638.10	\$ 8.858.70	\$ 9.462.18	\$ 10.283.72	\$ 10.863.54
-22% Imp. Rent.		\$ 12.015.50	\$ 11.043.84	\$ 11.796.18	\$ 12.820.38	\$ 13.543.21
Amortización Activo Diferido		\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 270.00	\$ 270.00
Total Ingresos		\$ 26.741,16	\$ 25.047,26	\$ 26.358,83	\$ 28.144,31	\$29.404,46
EGRESOS						
Interés Hipotecario		\$ 4,051.40	\$ 3,403.45	\$ 2,682.93	\$ 1,881.70	\$ 990.75
Amortización Hipotecaria		\$ 5,785.29	\$ 6,433.24	\$ 7,153.77	\$ 7,954.99	\$ 8,845.95
Total Egresos		\$ 9.836,69				
Flujo de Efectivo Neto	\$ 76.673,24	\$ 16.904,47	\$ 15.210.57	\$16.522.14	\$ 18.307.62	\$ 19.567.77

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

5.5 Evolución Financiera

5.5.1 Costo de Oportunidad

Para realizar el cálculo del costo de oportunidad se considera la tasa de inflación anual que es del 3.38% del año 2016, que se encuentra establecido por el Banco Central del Ecuador, además se considera que la tasa de rendimiento es para la inversión propia es del 4.53% de acuerdo a la tasa pasiva y la inversión financiera es de 11,20% según el Banco Nacional de Fomento.

Tabla 80
Tasa de Rendimiento

Detalle	Estructura	% de Composición	Tasa de Rendimiento	Valor Ponderado
Capital Propio	\$ 40.500,00	52.33%	4.53	2.37
Capital Financiado	\$ 36.173,24	47.17%	11.20	5.28
Total	\$ 76.673,24	100%		7.65

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

CK= Costo de Oportunidad = 7.65 %

Inflación 2016 3.38 %

i= (1+CK) (1+ Inflación) - 1

i= (1+0.0765) (1+0.0338) - 1

i= 0.1129 → 11.29%

5.5.3 Calculo del Valor Actual Neto (VAN)

El VAN es un indicador financiero el cual mide los flujos futuro de los ingresos y egresos que se obtenga a través de las actividades que se desempeñen en el centro de acopio, tomando en cuenta que al determinar la inversión inicial, se obtiene resultados positivos para poder verificar si el proyecto es viable.

$$VAN = \frac{FN1}{(1+r)^1} + \frac{FN2}{(1+r)^2} + \frac{FN3}{(1+r)^3} + \frac{FN4}{(1+r)^4} + \frac{FN5}{(1+r)^5}$$

Tabla 81
Valor Actual Neto

Años	Flujo Neto	Flujo Actual
		11.29%
0	(\$ 76.673,24)	(\$ 76.673,24)
1	\$ 16.904,47	\$ 15.189,56
2	\$ 15.210.57	\$ 14.280,99
3	\$ 16.522.14	\$ 15.986,65
4	\$ 18.307.62	\$ 16.934,58
5	\$ 19.567.77	\$ 18.462,00
VAN		\$ 62,853.79

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

$$VAN = \sum FNA - INVERSIÓN$$

$$VAN = \$ 80.853,78 - \$ 76.673,24$$

$$VAN = \$ 4.180,54$$

Una vez analizado los flujos netos y la inversión, se obtiene que el valor actual neto sea mayor a cero, por lo tanto se establece que el proyecto es factible para ponerlo en funcionamiento.

5.5.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es conocida como también una tasa de rentabilidad donde se especifica la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de las actividades que realiza el centro de acopio.

Tabla 82
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Flujo Actual
		11%
0	(\$ 76.673,24)	(\$ 76.673,24)
1	\$ 16.904,47	\$ 15,226.40
2	\$ 15.210.57	\$ 14,702.16
3	\$ 16.522.14	\$ 15,991.94
4	\$ 18.307.62	\$ 16,954.29
5	\$ 19.567.77	\$ 18,646.75
VAN		17%

Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

La TIR calculada es del 17% siendo esta mayor a la tasa de costo de oportunidad determinando que el proyecto es factible.

5.5.5 Relación Costo-Beneficio

A través de esta relación se determinara el beneficio del proyecto mediante los ingresos y egresos para lo cual se realiza el siguiente cálculo:

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{\text{Flujos Netos Actualizados}}{\text{Inversion}}$$

$$\text{Costo / Beneficio} = \frac{\$ 80.853,78}{\$ 76.673,24}$$

Costo / Beneficio = 1.05

Una vez realizado el cálculo respectivo se obtiene que el costo beneficio sea mayor a uno. Por lo tanto se determina que el proyecto es aceptable.

Es decir que por cada dólar invertido se recupera 0,05 centavos de dólar obteniendo un superávit en el proyecto planteado.

5.6 Conclusiones del Estudio Financiero

- Para la puesta en marcha de este proyecto tiene como inversión de \$ \$156.107,57 de los cuales el 37.34% de la inversión es por parte de los socios y el otro 62.66% es por financiamiento del Banco Nacional de Fomentos.
- El proyecto para tener su funcionamiento debe de contener con varias inversiones fijas las cuales ayudaran al proyecto para su puesta en marcha lo cual tiene un costo de \$ 63.169,56 en los cuales se encuentran distribuidos en la siguientes áreas que tiene este centro Proyecto.
- Los ingresos por litros de leche para este proyecto son de aproximadamente de 5.462.006 anualmente los cuales abastecerán para la entrega a nuestros distintos clientes.
- Una vez analizado los flujos netos y la inversión se obtiene que el valor actual neto es mayor a cero y que por lo tanto este proyecto es factible para ponerlo en marcha.

CAPÍTULO VI

6. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En cualquier sistema económico la empresa será el motor que estremezca la economía de un país, por lo cual tiene como importancia la radicación en la capacidad generadora de riqueza, que al ser distribuida equitativamente, proporciona la paz social y por ende una tranquilidad social y un desarrollo social.

Para la instalación del centro de acopio de leche, se debe estar organizado de la mejor manera para el buen funcionamiento de esta empresa, para lo cual se establecerá su marco legal, estructura organizacional y funcional, la misma que se expresa en la siguiente manera.

6.1 La Empresa

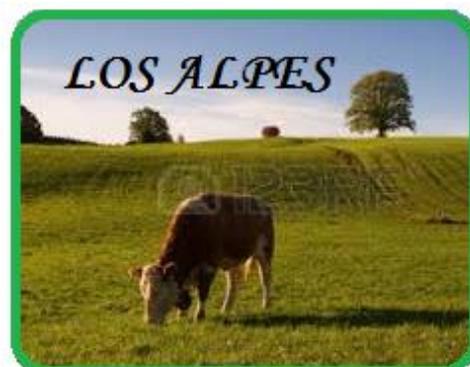
6.1.1 Nombre o Razón Social

Una vez analizado el estudio de mercado se determina que la población de la Parroquia de Pioter está de acuerdo en que se realice la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en su estado natural, misma que se le reconocerá como: “**CENTRO DE ACOPIO LOS ALPES**”, que estará ubicada en el centro de la Parroquia de Pioter, con el fin de satisfacer las necesidades de los proveedores al vendernos el producto y por ende mejorar el nivel económico de la Parroquia.

6.1.2 Slogan

Se le determinara como un instrumento más para realizar la presentación del producto con el cual la empresa puede promocionar su producto y darse a conocer en el mercado.

TRADICION CULTURAL



6.1.3 Constitución Legal

6.1.3.1 Base Legal

El centro de acopio de leche es una asociación, que se dedicara a una sola actividad que es la compra y venta de leche en estado natural de la zona, tiene la finalidad de vender el producto directamente a las industrias lecheras de la Provincia del Carchi.

6.1.3.2 Razón Social

Se denomina CENTRO DE ACOPIO LOS ANDES

6.1.3.3 Requisitos Legales para Operar

Los requisitos legales para el funcionamiento del centro de acopio de leche son los siguientes:

➤ **Registro Único de Contribuyente**

El Registro Único del Contribuyente (RUC) es el punto de partida para el proceso de administración tributaria. El Ruc constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias.

Para obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) con esta denominación el Servicio de Rentas Internas solicita:

1. Original y copia de la cedula de identidad o ciudadanía y papeleta de votación.
2. Original y copia de la planilla de luz, agua o teléfono, o pago del Impuesto Predial (año actual) o pago del servicio de Tv cable o telefonía celular o estado de cuenta que este a nombre del sujeto pasivo (contribuyente) de máximo tres meses atrás desde la fecha de emisión.

➤ **Patente Municipal**

Para obtener la Patente Municipal son necesarios los siguientes requisitos:

1. Formulario de declaración del Impuesto de Patentes, original y copia.
2. Copia de la cedula de ciudadanía Registro Único del Contribuyente (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
3. Cancelar el valor de la Patente de acuerdo a la actividad de la empresa.

➤ **Permiso de Funcionamiento de los Bomberos**

Conjuntamente con la Patente Municipal se cobra la tasa de autorización de funcionamiento para el Cuerpo de Bomberos por un monto correspondiente al 10% del impuesto de patente, pero nunca será mayor de \$ 100,00. El valor recaudado será entregado al Cuerpo de Bomberos para la implementación y funcionamiento del Plan de Control y Evaluación de los medios de prevención contra incendios, al fortalecimiento del Plan Fuego, a los programas de capacitaciones sobre prevención de incendios y a la Unidad Especializada de Quemados.

Los requisitos para la obtención de este permiso son:

1. Llenar una solicitud o formulario de Inspección que entrega en las Oficinas del Cuerpo de Bomberos y adjuntar, informe de la Inspección realizada por el Inspector del Cuerpo de Bomberos de Montufar.
2. Copia de la Patente Municipal
3. Copia de la cedula de ciudadanía si es persona natural o del representa legal en el caso de persona jurídica.
4. Registro Único de Contribuyente (RUC) original y copia, otorgado por el SRI.
5. Copia de la inspección del año anterior en caso de existir.

➤ **Permiso Sanitario**

El permiso sanitario sirve para autorizar el funcionamiento de establecimientos o actividades comerciales sujetos al control sanitario.

Este documento es expedido por la autoridad de salud competente, al establecimiento que cumple con buenas condiciones técnicas sanitarias e higiénicas.

➤ **Responsabilidad Laboral**

Según el código de trabajo vigente en el país son obligaciones del empleador a continuación enumero las principales;

1. Pagar un sueldo en la cantidad que corresponde y a su tiempo.
2. Adecuar lugares de trabajo, sujetándose a las disposiciones legales.
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieran en el trabajo.
4. Respetar las asociaciones de los trabajadores.
5. Tratar a los trabajadores con la debida consideración.

6. Dar gratuitamente al trabajo, cuantas veces lo solicite, certificado relativo a su trabajo.
7. Pagar al trabajo la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar.
8. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores.

6.2 Filosofía del Centro de Acopio

6.2.1 Misión

El Centro de Acopio LOS ALPES, trata a sus proveedores y clientes de manera profesional, competente y educada, brindándoles un servicio excelente, mejorando la productividad y calidad del producto, logrando así mejorar el precio y la economía de las familias y de este modo satisfacer a cada una de ellas.

6.2.2 Visión

El Centro de Acopio LOS ANDES lograra en los próximos cinco años este entre las primeras empresa comercializadoras de leche en estado natural en la provincia del Carchi, ofreciendo un producto de excelente calidad, a través de la innovación y el mejoramiento continuo de sus procesos, para que de esta manera ayudar a mejorar el aspecto socioeconómico de la Parroquia de Pioter.

6.2.3 Objetivo

El objetivo fundamental de la instalación del centro de acopio de leche es para apoyar a los pequeños productores ganaderos de la Parroquia de Pioter, en la compra y venta de su producto y evitar que sean aprovechadas por los intermediarios, logrando así, mejorar los ingresos de cada una de las familias.

6.2.4 Políticas

- ✓ Mejorar la calidad de ventas a través de planes estratégicos.
- ✓ Capacitar al personal para el mejoramiento continuo del centro de acopio.
- ✓ Proporcionar al cliente productos excelentes y económicos.
- ✓ Establecer estrategias de ventas a crédito para tener más accesibilidad con nuestros clientes.
- ✓ Brindar un servicio rápido y eficiente hacia nuestros clientes.

- ✓ Satisfacer a nuestros proveedores y clientes, tratándolos de una forma profesional, competente y educada.
- ✓ Presidir la colaboración entre trabajadores para que de este modo se pueda preservar las relaciones leales entre los empleados, clientes y proveedores.

6.2.5 Valores

❖ Calidad

Ser innovadores, creativos, eficientes que cuente con un buen personal para brindar la mejor calidad.

❖ Confianza

Tener ideales de unión que permita mejorar los resultados planificados para el desarrollo del centro de acopio.

❖ Honestidad

Valorar la calidad humana que posee el personal del centro de acopio, con respecto a su capacidad intelectual, su libre expresión ante las situaciones que se presentan en la sociedad.

❖ Liderazgo

Lograr la efectividad laboral, con el fin de cumplir con todos los objetivos que se plantea en el proyecto.

❖ Puntualidad

Ser puntuales en los pedidos que hacen nuestros clientes y por ende cumplir con sus expectativas.

❖ Respeto

Este valor es muy importante para el centro de acopio ya que genera la veracidad de cada individuo su comportamiento ante los clientes.

❖ Responsabilidad

Cumplir con las disposiciones legales y reglamentos establecidos con el fin de llevar correctamente las situaciones financieras que presente el centro de acopio.

❖ Trabajo en Equipo

Es el aporte general que se agrega al desempeño laboral el cual trasmite conocimientos con efectividad en los logros de los objetivos del proyecto.

❖ Integridad

Administrar las operaciones financieras y servicios con honestidad, eficiencia y responsabilidad.

6.3 Estructura Organizacional

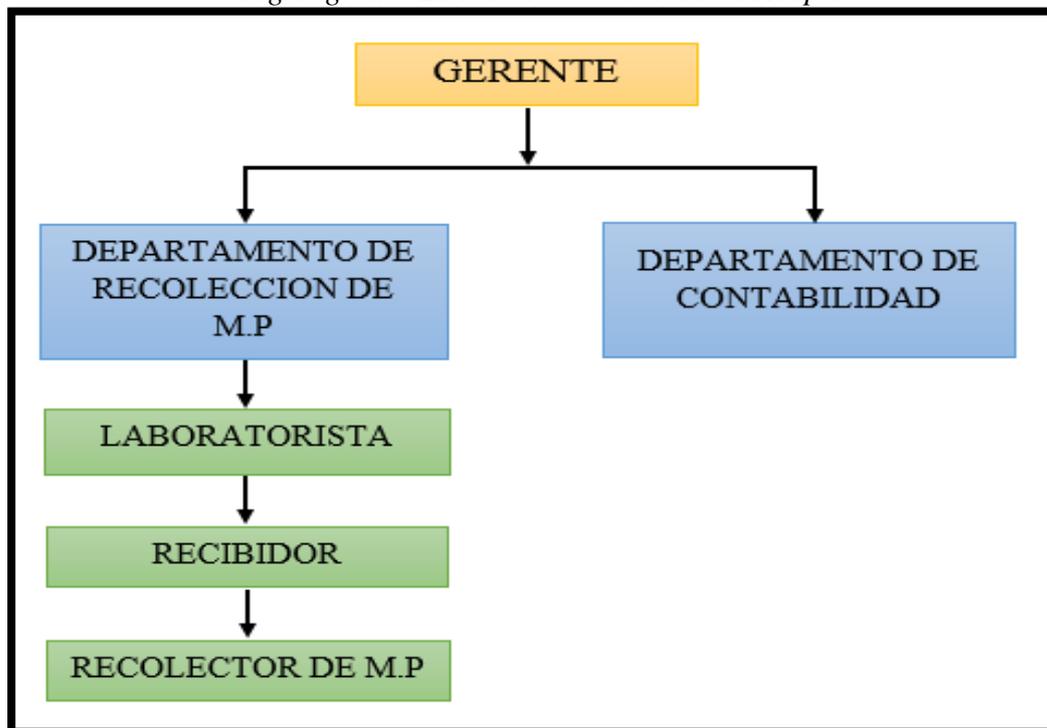
La organización es un medio por el cual se derivan los niveles de autoridad y responsabilidad, además de que con esta base, es posible identificar aspectos como los niveles salariales y niveles de responsabilidad de las personas que conforman la organización.

6.3.1 Organigrama Estructural

El organigrama es un gráfico que nos muestra la ubicación de los cargos y su responsable dentro de la organización. La estructura de la empresa, se muestra en el organigrama a través de las áreas con las que está constituida.

Grafico 22

Organigrama Estructural del Centro de Acopio

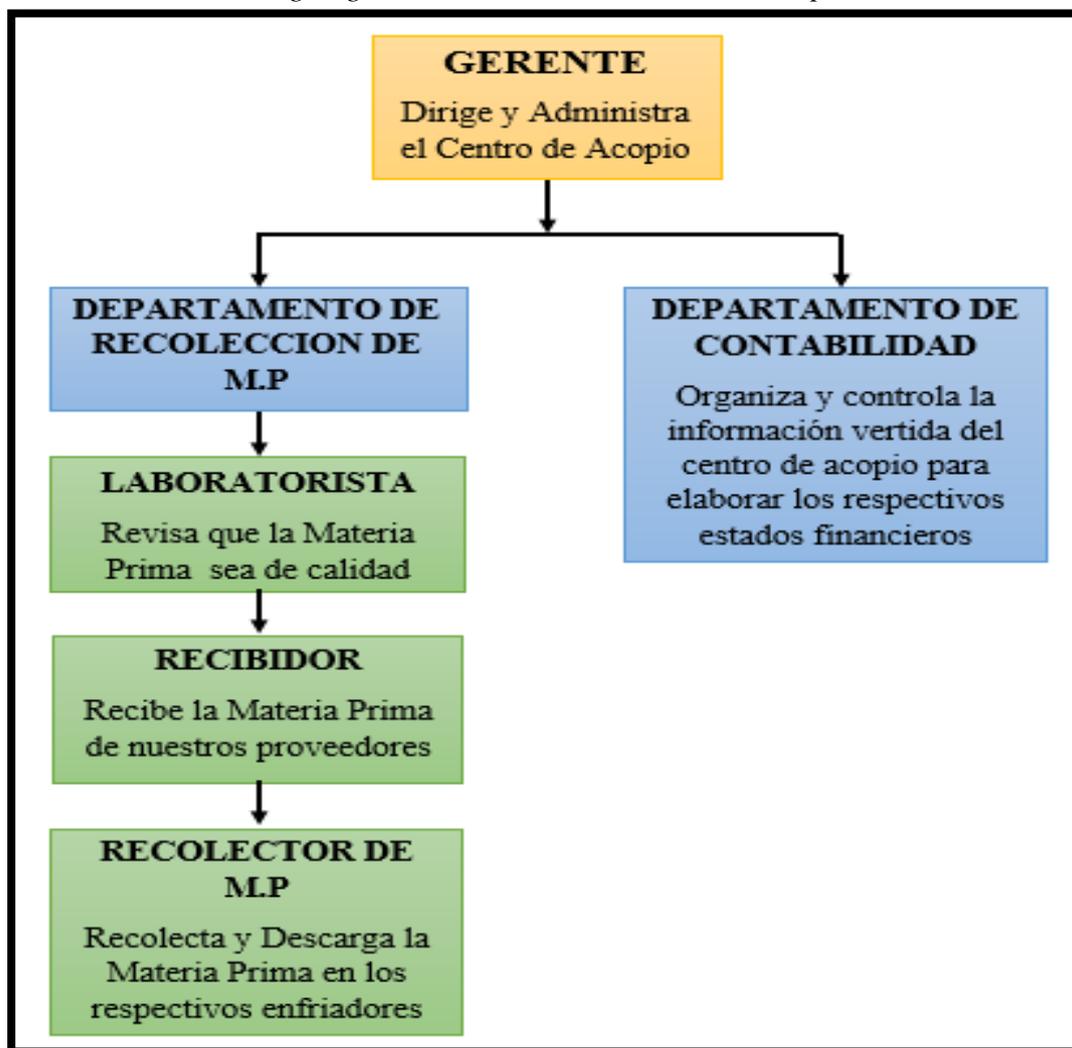


Elaborado por: Cristina Guacanes

Fuente: Investigación del Proyecto

6.3.2 Organigrama Funcional

Grafico 23
Organigrama Funcional del Centro de Acopio



Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

6.3.3 Descripción de Funciones

Para determinar las funciones que cumplirá el personal primero se toma en cuenta una matriz de componentes que se detalla a continuación.

6.3.4 Matriz de Componentes Laborales

A continuación se realizará una matriz de relación de competencia donde se especifica el perfil que debe cumplir el personal que va a desempeñar en el centro de acopio, tomando en

cuenta que se contara con cinco personas que cumplirán varias funciones para el funcionamiento del mismo.

Tabla 83
Matriz de Competencia Laboral

PUESTO	PERFIL	HABILIDADES	REQUISITOS
Gerente	Estabilidad Emocional	Habilidades para negociar	Experiencia
	Liderazgo	Capacidad analítica	Formación académica
	Trabajo en equipo	Toma de decisiones	Disponibilidad de tiempo
	Responsabilidad	Facilidad para interrelacionarse	Manejo de sistemas informáticos
Contador y Laboratorista	Honestidad	Creatividad	Presentación
	Puntualidad	Emprendedor	Experiencia
	Responsabilidad	Capacidad Analítica	Formación académica
	Trabajo a presión	Capacidad Numérica	Disponibilidad de tiempo
Recepcionista y Recolector	Honestidad	Creatividad	Disponibilidad de tiempo
	Puntualidad	Facilidad para interrelacionarse	Manejo de sistemas informáticos
	Trabajo en equipo	Agilidad	Presentación
	Responsabilidad	Agilidad	Experiencia
	Puntualidad		Formación académica (Bachillerato)
	Honestidad	Trabajo en Grupo	Disponibilidad de Tiempo

Elaborado por: Cristina Guacanes
Fuente: Investigación del Proyecto

6.3.4.1 Determinación de perfiles del personal para el logro de los objetivo del proyecto

Funciones de una agencia

MANUAL DE FUNCIONES DEL TALENTO HUAMANO DEL “CENTRO DE ACOPIO LOS ALPES”

El presente manual fue desarrollado con un propósito fundamental para el centro de acopio, cuyo fin es obtener resultados positivos de la creación, tomando en cuenta que el gerente y el contador cumplirán con funciones ampliamente administrativas, el laboratorista, el recepcionista y el recolector cumplirán con sus respectivas funciones.

6.3.4.2 Departamento de Gerencia

GERENTE

Funciones

- Administrar, coordinar y supervisar las actividades en cada una de las áreas de la microempresa para el eficiente aprovechamiento de los recursos.
- Velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos.
- Responder a la marcha administrativa, operativa y financiera del centro de acopio.
- Cumplir y hacer cumplir las disposiciones de la ley.

6.3.4.3 Departamento de Contabilidad

CONTADOR.

Funciones

- Llevar a cabo el registro de todas las operaciones contables del centro de acopio.
- Elaborar los Estados Financieros e informes especiales que le sean solicitados.
- Velar porque los libros de contabilidad se mantengan al día.
- Dirigir el inventario del Activos cada seis meses.
- Mantener registro actualizado de la disponibilidad de fondos en las cuentas de la empresa.
- Registrar las Cuentas por Pagar.

6.3.4.4. Departamento de Recolección de la Materia Prima

LABORATORISTA

Funciones

- Llevar un control adecuado de la materia prima.
- Llevar un registro del número de PHD de cada uno de los proveedores.
- Realizar los respectivos informes del número de PHD que tiene cada uno de nuestros proveedores.

RECIBIDOR

Funciones

- Recibir puntualmente la materia prima

- Llevar un control de litros de entrega de cada uno de los proveedores
- Llevar un registro diario de cuantos litros de leche entran al centro de acopio.
- Realizar los respectivos informes para hacer entrega a los respectivos departamentos.
- Descargar la leche en las respectivas enfriadoras.

RECOLECTOR DE LA MATERIA PRIMA

Funciones

- Llegar con puntualidad a recoger el producto de nuestros proveedores
- Llevar un registro diario de la cantidad de leche que recibe de nuestros proveedores
- Entregar un volante en donde se especifica el número de litros de leche que han sido entregados.
- Dar la información recopilada de nuestros proveedores al recepcionista.
- Descargar la leche en los diferentes frigoríficos.

6.4 Control Interno del centro de acopio.

6.4.1 Control interno de Compras

- ✓ Elaborar las estadísticas e información sobre compras, así como la comparación de cifras y precios anteriores con los existentes.
- ✓ Mantener actualizado el kardex o registro de proveedores para una oportuna información sobre estos, sus productos y servicios.
- ✓ Comprobar los precios, datos, calidad de la mercancía y servicios.
- ✓ Existencia de manual de funciones del departamento.
- ✓ Evaluar continuamente los procedimientos, procesos y política referente al área de compras.
- ✓ Elaboración del presupuesto anual de compras, analizado por meses y su verificación de cumplimiento.
- ✓ El departamento de compras debe exigir que los documentos enviados por los proveedores, llenen los requisitos de orden interno y legal.

6.4.2 Control Interno de Ventas

- ✓ Realizar ventas al contado las cuales se realizaran con distintos clientes los cuales pueden cancelarnos con dinero en efectivo o mediante cheques o débitos bancarios.
- ✓ Realizar ventas a credito a pequeños clientes los cuales necesitan un poco más de tiempo para poder pagar el producto.

- ✓ Llevar un registro en donde se especifique todas las ventas realizadas en los respectivos meses del año.

6.4.3 Control Interno de los Bines del centro de acopio

- ✓ Codificar o etiquetar los activos fijos.
- ✓ Controlar las entradas y salidas del activo fijo.
- ✓ Preservar en forma directa el mantenimiento de algunos bienes muebles e inmuebles
- ✓ Realizar reportes anuales de los bienes tales como por número de inventario, por dependencia, por artículo, por área, de cada uno de los departamentos.

CAPÍTULO VII

7. IMPACTOS DEL PROYECTO

7.1 Análisis de Impactos

Este proyecto se sustenta con un análisis técnico de los impactos: social, económico, cultural empresarial, ético y ambiental. Para lo cual se realiza análisis en el que se ha utilizado una metodología sencilla y eficaz, resultando conveniente en aplicarla, tiene la siguiente estructura en la cual se determina varias áreas en las que el proyecto influirá tanto en lo positivo como en lo negativo.

Para el análisis de los impactos se utilizara la siguiente matriz la cual se ubicara en su eje vertical a los niveles de impactos positivos como los impactos negativos lo cuales se expresaran en la siguiente tabla.

Tabla 84
Valoración de Impactos

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

Elaborado por: Cristina Guacanes

7.1.1 Impacto Social

Tabla 85
Impacto social

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Seguridad Familiar						X	
Mejoramiento de la calidad de vida							X
Comercialización Asociada						X	
Desarrollo humano							X
Total						4	6

Elaborado por: Cristina Guacanes

Total de indicadores = 10

$$\text{Impacto Social} = \frac{\text{Total de indicadores}}{\text{Total inidicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = 10 / 4 = 2.5$$

El resultado de este análisis social es de 2.5 lo que significa que es una calificación alta positiva.

Análisis

Al introducir la unidad comercial en la Parroquia de Pioter, se tiene como un nivel de impacto medio positivo, el cual pretende dar seguridad familiar y mejorar la calidad de vida de los participantes, esto se logra, mediante el incremento de los ingresos familiares, a través de las ventas de su producto que en este caso en la leche en su estado natural que genere el centro de acopio. La compra y venta asociada, se podrán beneficiar a nuestros proveedores, debido a su mejonación en el desarrollo humano de la población.

- ✓ **Seguridad Familiar:** Identifica las amenazas a las que se encuentran expuestas cada una de las familias, con el propósito de realizar un plan eficaz que beneficie a la comunidad.
- ✓ **Mejoramiento calidad de vida:** Llevara una vida activa, que logre cumplir con ls experiencias proyectadas de cada individuo.
- ✓ **Comercialización asociada:** Se determina el total de productores de leche que obtengan metas futuras que permitan mejorar sus ingresos económicos en sus familias y a su vez beneficiar la viabilidad del proyecto.
- ✓ **Desarrollo Humano:** es el proceso de una sociedad que mejora las condiciones de vida a través de un incremento de los bienes con los que logran cubrir las necesidades básicas y complementarias de toda la sociedad.

7.1.2 Impacto Económico

Tabla 86
Impacto Económico

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Generación de empleo							X
Estabilidad económica local						X	
Estabilidad económica familiar							X
Fortalecimiento de la inversión local							X
Producto Interno Bruto					X		
Total					1	2	9

Elaborado por: Cristina Guacanes

Total de indicadores = 12

$$\text{Impacto Social} = \frac{\text{Total de indicadores}}{\text{Total inidicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = 12 / 5 = 2.4$$

El resultado de este análisis económico es de 2.4 lo que significa que es una calificación medio positiva.

Análisis

Este impacto económico tiene un nivel medio positivo, debido a que en esta rama de producción la leche es una actividad tradicional del sector, generando ingresos productivos y comerciales del país, además se generara fuentes de empleo a los proveedores y habitantes del sector. De esta manera se contribuirá al desarrollo y crecimiento económico de las familias del sector y del país.

- ✓ **Generación de Empleo:** Es un esfuerzo que se realiza para generar empleo especialmente entre la población desocupada de la parroquia.
- ✓ **Estabilidad económica local:** Es un proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en la comunidad, logra conducir a elevar el bienestar de la población.
- ✓ **Estabilidad económica familiar:** Apoya escenarios del desarrollo humano, el cual permite realizar creaciones fructíferas en la comunidad.
- ✓ **Fortalecer la inversión local:** Busca la continuidad a las acciones desarrolladas, implementando proyectos visionelos que logren una gestión integra social.

7.1.3 Impacto Cultural

Tabla 87
Impacto Cultural

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Recuperación de identidad cultural						X	
Costumbres						X	
Promoción Turística					X		
Total					1	4	

Elaborado por: Cristina Guacanes

Total de indicadores = 5

$$\text{Impacto Social} = \frac{\text{Total de indicadores}}{\text{Total inidicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = 3 / 5 = 0.60$$

El resultado de este análisis cultural es de 0.60 lo que significa que es una calificación baja positiva.

Análisis

En lo cultural el impacto tiene un nivel medio esto se debe a que el proyecto permitirá la recuperación de la identidad cultural que tiene la Parroquia de Pioter, además se fomentara en mantener las formas de producción de la leche, también se dará a conocer y se promocionara al sector industrial.

- ✓ **Recuperación de identidad cultural:** Encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias, es por eso que con este proyecto se ayudara a mantener su identidad cultural.
- ✓ **Costumbres:** Son todas aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia, lo cual también forma parte de un ingreso económico para la Parroquia de Pioter.
- ✓ **Promoción Turística:** Es la referencia a la difusión de un lugar como destino para los turistas, tomando en cuenta que las llegadas de los visitantes a la Parroquia de Pioter puede generar ingresos económicos para el beneficio de la creación del proyecto.

7.1.3 Impacto Ambiental

Tabla 88
Impacto Ambiental

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo adecuado de desechos			X				
Disminución de la polución ambiental			X				
Contaminación auditiva			X				
Reciclaje de productos secundarios				X			
Total			-3	0			

Elaborado por: Cristina Guacanes

Total de indicadores = -3

$$\text{Impacto Social} = \frac{\text{Total de indicadores}}{\text{Total inidicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = -3 / 4 = -0.75$$

El resultado de este análisis ambiental es de -0.75 lo que significa que es una calificación bajo negativo.

Análisis

En lo ambiental el impacto es bajo negativo porque hay aspectos que siempre se van a ver afectados como es en el entorno interno como en lo externo pero para este impacto se puede realizar una mitigación de riesgo el cual puede prevenir los daños al ecosistema.

- ✓ **Manejo adecuado de los desechos:** En el centro de acopio hay diferentes tipos de desechos los cuales se manejaran con su respectivo cuidado ya que esto puede afectar al ambiente en donde se encuentra ubicado el centro de acopio.
- ✓ **Disminución de la polución ambiental:** Es aquella contaminación que hace que el medio ambiente tenga una serie de contaminación de cualquier tipo de empresa es por eso que el centro de acopio realizara un plan de riesgos el cual ayudara a prevenir la polución.
- ✓ **Contaminación Auditiva:** Es aquella que contamina a los seres bióticos y abióticos del sector los cuales se ven afectados por lo tanto se adaptaran las respectivas adecuaciones para que este impacto no afecte a estos seres.
- ✓ **Reciclaje de Productos Secundarios:** En este indicador no tiene impactos por lo que todos los productos secundarios tiene un proceso de reciclaje según el material y esto puede ser beneficiario tanto para la empresa como para la Parroquia de Pioter porque puede genera dinero.

7.2 Impactos Generales del Proyecto

Tabla 89
Impactos Generales

Impactos	-3	-2	-1	0	1	2	3
Impacto Social							X
Impacto Económico						X	
Impacto Cultural					X		
Impacto Ambiental			X				
Total			-1		1	2	3

Elaborado por: Cristina Guacanes

Total de indicadores = 5

$$\text{Impacto Social} = \frac{\text{Total de indicadores}}{\text{Total inidicadores}}$$

$$\text{Impacto Social} = 5 / 4 = 1.25$$

El resultado de este análisis de impactos generales es de 1.25 lo que significa que es una calificación bajo positivo.

Análisis

En forma general se puede determinar que la creación de este centro de acopia para la compra y venta de leche en su estado natural genera un impacto positivo, lo que se analiza que al implementar este proyecto es de gran importancia por lo que constituye en el crecimiento y desarrollo del sector productivo de la Parroquia de Pioter, además permite emprender y mejorar la estabilidad socioeconómica de la población.

7.3 Conclusiones

1. Una vez realizado el diagnóstico del proyecto, en la Parroquia de Pioter se llegó a determinar que existe un problema para la compra y venta del producto que en este caso es la leche en estado natural, debido a la que no existe un lugar específico donde los proveedores puedan vender.
2. En el estudio teórico se puede conocer los respectivos conceptos de las diferentes palabras claves que contiene este proyecto por lo cual fue una fuente muy importante de información en donde se pudo analizar los temas que presenta este proyecto.
3. En el estudio de mercado se demostró que no existe un centro de acopio que compre a los proveedores de la Parroquia de Pioter, lo cual hace que los intermediarios se aprovechen de estas familias perjudicándoles tanto en el servicio como en el precio
4. El estudio técnico se determinó que la Parroquia de Pioter cuenta con todos los factores necesarios para el funcionamiento adecuado del centro de acopio para compra y venta de leche en su estado natural, entre ellos esta; disponibilidad de espacio físico, servicios básicos, apoyo de la comunidad lo cual permitirá un desarrollo en su productividad.
5. Una vez realizado el estudio financiero se pudo analizar que la inversión, el pronóstico de ingresos, la determinación de egresos y el planteamiento de los estados financieros con los respectivos evaluadores se estableció la viabilidad del proyecto.
6. En el estudio organizacional se analizó que para el funcionamiento del centro de acopio, deberá cumplir con perfiles y funciones que sean establecidos por el negocio a desarrollarse.
7. Los impactos permitieron identificar las necesidades de la comunidad donde se obtuvo resultados positivos, mismos que se encuentran encaminados al cambio del buen vivir.

7.4 Recomendaciones

1. Realizar un plan estratégico para la compra y venta de la leche en su estado natural, que permita llegar a los mercados, cumpliendo con las expectativas del centro de acopio y por ende de los clientes.
2. Con la determinación de la factibilidad del presente proyecto se recomienda la implantación, sin pasar por alto el involucrarse de los gobiernos locales, ya que son los responsables del fortalecimiento de la producción de leche en su estado natural.
3. Capacitar al personal que desempeña en el centro de acopio con el fin de mejorar sus niveles de conocimiento y de esta manera obtener mejores resultados de cada una de las actividades que se realiza y a su vez lograr disminuir riesgos que se presenten en el transcurso del funcionamiento.
4. Buscar ayuda ante el Gobierno Autónomo Descentralizado para brindar seguridad a los habitantes de la Parroquia de Pioter, en especial al personal que se dedica a realizar diferentes actividades económicas.
5. Establecer estrategias que permitan que los proveedores sean capacitados sobre la compra y venta de su producto, por lo cual se hace necesario realizar convenios con las diferentes industrias lecheras con la finalidad de que los productores realicen sus actividades adecuadamente.
6. Planificar cursos de atención al cliente, como también entrenamientos del nuevo talento humano, para obtener avances fructíferos en el centro de acopio.
7. Mantener las medidas de seguridad que eviten efectos secundarios, que perjudique al entorno de sector y a su vez al crecimiento del centro de acopio.

BIBLIOGRAFÍA

- ARÉVALO Araujo David; (2012). *Macroeconomía*;
- BACA URBINA, G. (21010). *Evaluación de Proyectos. Sexta Edición*.
- BRAVO, M. (2011). *Contabilidad General*.
- CÓRDOVA Marcial; (2011)*Formulación y evaluación de proyectos*.
- COSTALES, B. (2007). *Diseño, Elaboración y Evaluación de Proyectos*.
- CRUZ, B. (2006). *Lácteos, Productos, Fabricación y Más*.
- EDUCATIVO, F. (2011). *Estudio de Factibilidad (Esquema Aplicable Para Nuevos Productos)*.
- ENCICLOPEDIA DE LA ECONOMIA, (2009), *Definición de los Gastos Financieros*.
- FISCHER Laura; (2007) *Macroeconomía*.
- GITMAN, L. J. (2007). *Principios de Administración Financiera*.
- HELLRIEGEL, J. S. (2009). *Administración/ Un Enfoque Basado en Competencias 11va Edición CENGAGE Learning México*.
- JÁCOME, W. (2005). *Dases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión - CUDIC Editorial Universitaria - Ibarra - Ecuador*.
- KOTLER, P. (2008). *Principios de Marketing. Doceava Edición, Prentice Hall, México*.
- LATINO, G. (2005). *Manual Ganadería Actual*.
- LEANDRO Gabriel, (2007), *Aula de Economía*.
- MARTINEZ, A. (2006). *Geografía Económica*.
- MENDOZA. (2005). *Centros de Acopio*.
- MEYER, M. (2007). *Elaboración de Productos Lácteos, Bogotá – Colombia*.
- MUJICA, Á. (2007). *Guía de Comercialización de Productos Agrícolas*.
- NUÑES Fernando, (2010), *Definición de las funciones de la demanda*
- PAEZ, R. (2008). *Desarrollo de la Mentalidad Empresarial*.
- PARKIN, M. (2009). *Economía, Octava Edición*.

ROJAS, Medina Ricardo Alfredo; (2007) *Sistemas de costos un proceso para su implementación*;

SAPAG Chain N, (2007), Tamaño de Proyecto.

SARMIENTO, (2010), Definición de gastos administrativos.

SCOTT Doyle Michael; FRYER T. Bruce; (2010) *CERE Ronald C. investigación de mercados*;

TORRES, R. (2009). *Gestión Micro empresarial*.

TAYLOR, Frederick Winslow; (2008) Principios de la administración científica,

TORRES, Tirado Laura; (2011) *Manual de información*, edición de la U,

ZAPATA, P; (2011) *Contabilidad General*;

LINKOGRAFÍA

ACERO, R. (26 de MAYO de 2014). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/yoshipgarzon/parroquia-de-pioter>

VALVERDE, L. (3 de ENERO de 2015). *MIISTERIO DE AGRICULTURA, GANADERIA, ACGRICULTURA Y PESCA*. Obtenido de <http://www.agricultura.gob.ec/>

http://vototransparente.ec/apps/resultados2014/images/planes_trabajo/CARCHI/VOCALES%20JUNTAS%20PARROQUIALES/TULCAN/PIOTER/LISTAS%2063/LISTAS%2063.pdf

<http://www.mintra.gob.pe/mostrarContenido.php?id=165&tip=130>

<http://www.totorasisa.blogspot.com/>

<https://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/Supuestos%20Macro2012-2015.pdf>

http://www.gisimbabura.gob.ec:8383/pdot_imb/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=57

<http://www.inec.gob.ec/cpv/>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDA Y AUDITORIA C.P.A

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS PRODUCTORES GANADEROS DE LA
 PARROQUIA DE PIOTER DE LA PROVINCIA DEL CARCHI DEL CANTON
 TULCAN.**

OBJETIVO: Determinar el nivel de producción de leche en estado natural en la Parroquia de Pioter, con la finalidad de crear un Centro de Acopio.

INSTRUCCIONES

- ❖ Lea detenidamente la pregunta y conteste con la mayor sinceridad del caso.
- ❖ Marque con una X en la opción que corresponda, escoja una sola alternativa.

1. Cuantos litros de leche produce en su hato ganadero.

40 litros

60 litros

80 litros

Mas. Cuantos.

2. Cuantos litros de leche entrega al recolector.

35

68

86

3. Cuantas veces al día usted entrega la leche en su estado natural.

1 vez al día

2 veces al día

4. A que recolector entrega leche.

Señor Nelson Aldas

Centro de Acopio San Gabriel

Centro de Acopio Cuba

5. Porque prefiere vender su producto a dicha empresa o cliente

Seguridad

Precio

6. En qué hora le gustaría que el recolector retire el producto.

06:00 a 08:00 am

04:00 a 05:00 am

7. Le gustaría que un recolector vaya hasta el lugar en donde usted recopila la leche.

SI

NO

POR QUE.

.....

8. Cuál es el precio de venta que pagan los recolectores.

0,25 ctv

0,35 ctv

0,45 ctv

9. Está usted de acuerdo en crear un centro de acopio para lo compra y venta de leche en estado natural en Pioter.

SI

NO

POR QUE.

.....

10. Donde le gustaría que se encuentre ubicado este centro de acopio.

Por el Parque

A la entrada de la Parroquia

Por la Y

GRACIAS POR SU COLABORACION



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
CARRERA DE CONTABILIDA Y AUDITORIA C.P.A

ENTREVISTA DIRIGIDA AL SEÑOR NELSON ALDAS RECOLECTOR DE
LECHE DE LA PARROQUIA DE PIOTER DE LA PROVINCIA DEL
CARCHI DEL CANTON TULCAN

OBJETIVO: Determinar la calidad de la leche en su estado natural en la Parroquia de Pioter de la Provincia del Carchi del Cantón Tulcán, con la finalidad de crear un Centro de Acopio.

1. Que tiempo lleva usted recolectando leche en su estado natural.
.....
.....
2. Cuantos litros de leche recolecta diariamente.
.....
.....
3. Usted recolecta la leche de toda la Parroquia de Pioter.
.....
.....
4. Qué tipo de instrumentos utiliza para la recolección de leche.
.....
.....
5. Cómo calificaría a la tecnología que dispone usted para la recolección de leche.
.....
.....
6. De acuerdo a su conocimiento y experiencia que factores afectan a la producción de leche.
.....
.....
7. Qué opina usted sobre la creación de un centro de acopio para la compra y venta de leche en su estado natural de la Parroquia de Pioter.

Fotos realizando las Encuestas y Entrevistas

