



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**PLAN DE TRABAJO DE GRADO**

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA DE TARDÓN INDUSTRIALIZADO  
EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA

**AUTOR:**

OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO

**DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO:**

Msc. ANA ARCINIEGAS

Ibarra, enero 2017

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El desarrollo del estudio de factibilidad está enfocado en la creación de una empresa productora de Tardon industrializado en el cantón Mira provincia del Carchi, la misma que se denomina “EL MIRADOR”

La creación de esta empresa tiene la finalidad de mejorar la producción y los estándares de calidad e higiene. Dado que hasta hoy en la actualidad en el cantón todo el proceso de elaboración de esta bebida es artesanal, por ello es necesario invertir en la adquisición de maquinaria la misma que ayudara a mejorar la producción y optimización de tiempo en la elaboración del licor, aprovechando que esta bebida representa la tradición de un pueblo.


Este proyecto está organizado por VII capítulos los mismos que muestran la rentabilidad del proyecto, entre ellos el estudio de mercado con el que se determina la oferta, la demanda el precio y la comercialización, los mismos que permiten establecer y estructurar la demanda potencial. Así mismo el estudio financiero da un resultado positivo después de haber evaluado a través de indicadores financieros que sustentan la factibilidad del proyecto, luego de haber tomado en cuenta las inversiones iniciales y operativas que se requieren para el funcionamiento de la empresa.

Finalizando se puede señalar que la creación de esta empresa será de gran utilidad y beneficio ya que se podrá incentivar a la ciudadanía a mejor el sector productivo y económico del pueblo mireño, aprovechando las políticas gubernamentales que incentivan al desarrollo y cambios en la matriz productiva para mejorar la calidad de vida de la población.

## EXECUTIVE SUMMARY

The development of the feasibility study is focused to create a production company to industrialize "El Tardón" in Mira canton, Carchi province, this is called "EL MIRADOR". The purpose is to improve the production, quality and hygiene standards. Since until nowadays, whole elaboration process of this drink is handmade. Therefore, it is necessary the investment to acquire machinery, so it will help to improve the production and optimization of time to make this liquor, taking the advantage that it represents a tradition for the people. This research was organized in VII chapters, it showed the profitability of this project, such as the market study which determines supply, demand, price and commercialization, it allowed to establish and to structure the possible demand. Likewise, the financial study gave a positive result evaluated through financial indicators, which supported the feasibility of this project, taking into account the initial and operational investments required for the operation of the company. Finally, it can be pointed out that the creation of this company will be of a great use and benefit since it will be possible to encourage people to improve the production and economic sector from Mira, taking advantage of the governmental policies which encourage the development and changes in the productive matrix for a better quality of life of the population.

**KEYWORDS:** Commercialization, feasibility, investments, production, advantage.



**AUTORIA**

Yo, **OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO**, portador de la Cédula de Identidad No.- 1003575907, declaro bajo juramento que las ideas y contenidos expuestos en el presente informe de trabajo de fin de carrera, son de exclusiva responsabilidad de mí autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TARDÓN INDUSTRIALIZADO EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”**, el mismo que no sido previamente presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.

  
\_\_\_\_\_  
**OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO**  
1003575907

## CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado **OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO**, para optar por el título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA C.P.A.**, cuyo tema es: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TARDÓN INDUSTRIALIZADO EN EL CANTÓN MIRA 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 24 días del mes de enero del 2017.



---

Msc. Ana Arciniegas.



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003575907, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor del trabajo de grado denominado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TARDÓN INDUSTRIALIZADO EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor 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.

  
\_\_\_\_\_  
**OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO**  
1003575907

Ibarra, a los 24 días del mes de enero del 2017



**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**

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	1003575907	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO	
<b>DIRECCIÓN:</b>		IBARRA, CALLE RIOBAMBA 4-16 Y SAN SALVADOR	
<b>EMAIL:</b>		danielfranc_1905_@hotmail.com	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>		<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0968952788
<b>DATOS DE LA OBRA</b>			
<b>TÍTULO:</b>		“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE TARDÓN INDUSTRIALIZADO EN EL CANTÓN MIRA PROVINCIA DEL CARCHI”	
<b>AUTOR :</b>		OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO	
<b>FECHA:</b>		24 DE ENERO DEL 2017	
<b>SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO</b>			
<b>PROGRAMA:</b>		<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b>	<input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO QUE OPTA:</b>		INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA CPA	
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>		ING. ANITA ARCINIEGAS	

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

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

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO**, con cédula de ciudadanía Nro. 1003573907, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

### 3. CONSTANCIAS

Yo como autor manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y soy el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 24 días del mes de enero de 2017

**EL AUTOR:**

  
\_\_\_\_\_  
OSCAR DANIEL MUÑOZ FRANCO  
1003575907



**DEDICATORIA**

*Esta tesis dedico a mi madre y padre, a mi hermano, hermana y mis tíos que me han apoyado para poder llegar a esta instancia de mis estudios, ya que ellos han estado presentes para apoyarme.*

*También se la dedico a todos mis amigos y compañeros con los que he compartido momentos inolvidables en esta etapa de mi vida.*

*Oscar Daniel Muñoz Franco*

## AGRADECIMIENTO

*A la primera persona, que se lo quiero agradecer es a mi madre Dolores Franco, que con su ayuda cada día de mi vida me ha permitido hacerme ver la vida de una forma diferente y confiar en mis decisiones, que con su esfuerzo, trabajo y constancia todo se consigue.*

*A mi asesora de tesis que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto.*

*En especial mis profesores que han sido parte de mi vida estudiantil y que sin egoísmo alguno han compartido sus conocimientos y sus experiencias formándome como mejor persona y buen profesional.*

*En especial a mi abuelita Enma Salazar (+), mi hermano, mi hermana, a mis tíos y primos y todos mis familiares que cada momento han estado pendientes y que me han enseñado que en la vida hay que seguir adelante, a todos aquellos que han compartido su tiempo y han hecho que la vida tome otro sentido.*

*A mis amigos, mis compañeros de aula, por estar siempre a mi lado, que, con su ayuda, su confianza y su apoyo han hecho que días normales se conviertan en días inolvidables.*

*A todos aquellos que siguen estando cerca de mí y que le regalan a mi vida algo más de ellos.*

*Oscar Daniel Muñoz Franco*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
EXECUTIVE SUMMARY .....	III
AUTORIA.....	IV
CERTIFICACIÓN.....	V
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE .....	VI
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	VII
DEDICATORIA.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	XI
ÍNDICE DE CUADROS .....	XIV
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XVII
OBJETIVOS.....	XVIII
OBJETIVO GENERAL .....	XVIII
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	XVIII
CAPÍTULO I.....	1
1. Diagnóstico Situacional.....	1
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Objetivos del diagnóstico .....	2
1.3. Justificación.....	4
1.4. Variables diagnósticas.....	5
1.5. Matriz de relación diagnóstica .....	7
1.6. Análisis de la matriz de relación diagnostica .....	8
1.7. Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos) .....	16
1.8. Oportunidad de Inversión.....	17
CAPITULO II.....	18
2. Marco Teórico .....	18
2.1. Empresa.....	18
2.2. Estudio de Mercado.....	19
2.3. Estudio Técnico.....	21
2.4. Estudio Financiero.....	23
2.5. Organización Empresarial .....	28
2.6. Impactos .....	29
CAPITULO III .....	31
3. Estudio de Mercado.....	31
3.1. Introducción.....	31

3.2.	Objetivo General .....	32
3.3.	VARIABLES del estudio .....	32
3.4.	Matriz de relación diagnóstica .....	34
3.5.	Segmentación de mercado.....	35
3.6.	Identificación de la población .....	35
3.7.	Análisis de la encuesta .....	37
3.8.	Entrevista.....	46
3.9.	Demanda.....	50
3.10.	Oferta .....	53
3.11.	Demanda potencial a satisfacer .....	55
3.12.	Precio .....	56
3.13.	Comercialización .....	57
3.14.	Conclusiones.....	59
CAPITULO IV .....		61
4.	Estudio Técnico .....	61
4.1.	Introducción .....	61
4.2.	Objetivos .....	61
4.3.	Localización .....	62
4.4.	Tamaño del proyecto .....	65
4.5.	Ingeniería del Proyecto.....	68
4.6.	Inversión.....	75
4.7.	Conclusiones: .....	80
CAPITULO V .....		81
5.	Evaluación Financiera .....	81
5.1.	Determinación de Ingresos.....	81
5.2.	Determinación de Egresos.....	82
5.3.	Gastos Administrativos .....	87
5.4.	Gastos de Ventas .....	90
5.5.	Gastos Financieros .....	90
5.6.	Depreciaciones .....	93
5.7.	Cuadro Resumen de Costos y Gastos.....	94
5.8.	Punto de Equilibrio.....	95
5.9.	Estados Financieros.....	95
5.10.	Evaluación Financiera .....	97
CAPITULO VI.....		102
6.	Estudio Organizacional.....	102
6.1.1.	Objetivo .....	102

6.1.2.	Nombre de la Empresa .....	103
6.1.3.	Filosofía Empresarial.....	103
6.1.4.	Orgánico Estructural.....	105
6.1.5.	Manual de Funciones.....	106
6.1.6.	Base legal.....	119
6.1.7.	Reglamento Interno .....	121
6.1.8.	Código de Ética .....	128
CAPITULO VII.....		131
7.	Análisis de Impactos.....	131
7.1.	Introducción .....	131
CONCLUSIONES.....		137
RECOMENDACIONES .....		138
BIBLIOGRAFÍA .....		139
LINKOGRAFÍA.....		141
ANEXOS.....		142

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica .....	7
Cuadro 2 Población hombres y mujeres del cantón Mira.....	10
Cuadro 3 Población Económicamente Activa .....	10
Cuadro 4 Ocupación de la P.E.A.....	11
Cuadro 5 Nivel de educación en el cantón Mira .....	13
Cuadro 6 Matriz de relación diagnóstica .....	34
Cuadro 7 Segmentación Según el Género .....	37
Cuadro 8 Segmentación por edad de los clientes .....	38
Cuadro 9 población consumidora de licor .....	39
Cuadro 10 Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas.....	40
Cuadro 11 Personas que han degustado licor de naranja “Tardon .....	41
Cuadro 12 Bebidas de preferencia.....	42
Cuadro 13 Tipo de establecimiento en los que adquieren el producto .....	43
Cuadro 14 Aceptación de la empresa industrializadora de tardón dentro del cantón Mira.44	44
Cuadro 15 Existencia de una empresa dedicada a la elaboración de Tardon industrializado .....	45
Cuadro 16 Demanda nacional de licores .....	50
Cuadro 17 Demanda de licores en la provincia del Carchi .....	51
Cuadro 18 Proyección de la demanda de licores en la provincia del Carchi .....	52
Cuadro 19 demanda según la preferencia de licor industrializado .....	52
Cuadro 20 Oferta Asociación Manos Productivas .....	53
Cuadro 21 Oferta Asociación el Tardoncito.....	53
Cuadro 22 Asociación Manos Productivas.....	54
Cuadro 23 Asociación El Tardoncito .....	55
Cuadro 24 Oferta total proyectada.....	55
Cuadro 25 Demanda Insatisfecha .....	56
Cuadro 26 Pronóstico de Ventas .....	56
Cuadro 27 Proyección del precio .....	57
Cuadro 28 Canales de distribución.....	59
Cuadro 29 simbología de flujogramas.....	70
Cuadro 30 Maquinaria y Equipo .....	75

Cuadro 31 Equipo de cómputo .....	76
Cuadro 32 Muebles de Oficina.....	76
Cuadro 33 Capital de Trabajo.....	77
Cuadro 34 Financiamiento .....	78
Cuadro 35 Talento Humano .....	78
Cuadro 36 Materia Prima Directa.....	79
Cuadro 37 Materia Prima indirecta .....	80
Cuadro 38 Proyección de Ingresos .....	81
Cuadro 39 Materia Prima Directa.....	82
Cuadro 40 Proyección de Materia Prima Directa .....	82
Cuadro 41 Materia Prima Indirecta .....	83
Cuadro 42 Proyección de Materia Prima Indirecta .....	83
Cuadro 43 Mano de obra Directa .....	84
Cuadro 44 Proyección del SBU.....	84
Cuadro 45 Salario Mensual .....	85
Cuadro 46 Salario Anual .....	85
Cuadro 47 Mano de Obra Indirecta .....	86
Cuadro 48 Costos Indirectos de Fabricación.....	86
Cuadro 49 Costos de Producción .....	87
Cuadro 50 Gerente.....	87
Cuadro 51 Salario Mensual Gerente.....	88
Cuadro 52 Salario Anual Gerente.....	88
Cuadro 53 Secretaria/contadora.....	88
Cuadro 54 Salario Mensual Secretaria Contadora.....	89
Cuadro 55 Salario Anual Secretaria Contadora.....	89
Cuadro 56 Gastos de Venta .....	90
Cuadro 57 Amortización del Crédito.....	91
Cuadro 58 Gastos Financieros .....	93
Cuadro 59 Depreciaciones.....	94
Cuadro 60 Balance General .....	95
Cuadro 61 Estado de Pérdidas y Ganancias .....	96
Cuadro 62 Flujo de Caja Proyectado .....	97
Cuadro 63 Distribución de la Inversión.....	97
Cuadro 64 Cálculo del VAN .....	98

Cuadro 65 determinación de la TIR .....	99
Cuadro 66 Periodo de Recuperación de la Inversión .....	101
Cuadro 67 Medición de Impactos.....	131
Cuadro 68 Medición de Impacto Social .....	132
Cuadro 69 Medición de Impacto Económico .....	133
Cuadro 70 Medición de Impacto Ambiental .....	134
Cuadro 71 Medición de Impacto Ambiental .....	136



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Mapa Geográfico del Cantón Mira.....	8
Gráfico 2 Segmentación por género de la población.....	37
Gráfico 3 Segmentación por edad de los clientes.....	38
Gráfico 4 Población consumidora de licor .....	39
Gráfico 5 Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas .....	40
Gráfico 6 Personas que han degustado licor de naranja “Tardon” .....	41
Gráfico 7 Bebidas de Preferencia .....	42
Gráfico 8 Tipo de establecimiento en los que adquieren el producto .....	43
Gráfico 9 Aceptación de la empresa industrializadora de tardón dentro del cantón Mira ..	44
Gráfico 10 existencia de una empresa dedicada a la elaboración de Tardon industrializado .....	45
Gráfico 11 Etiqueta del producto.....	58
Gráfico 12 Mapa de la Provincia del Carchi .....	62
Gráfico 13 Mapa del Cantón Mira.....	65
Gráfico 14 Disponibilidad de Tecnología .....	67
Gráfico 15 Proceso Productivo.....	71
Gráfico 16 Lavadora de Naranjas .....	72
Gráfico 17 Exprimidor industrial .....	72
Gráfico 18 Mezcladora .....	73
Gráfico 19 Dosificadora .....	74
Gráfico 20 Selladora.....	75

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora de Tardón industrializado en el cantón Mira provincia del Carchi.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Efectuar un diagnóstico situacional del cantón Mira, mediante instrumentos de investigación adecuados que permita definir el entorno en el cual se va a ejecutar el proyecto.
- Recopilar información secundaria sostenida en una investigación bibliográfica que servirán como fundamentos teóricos para sustentar teóricamente el proyecto.
- Realizar el estudio de mercado de la determinación de las variables que influyan en la realización del proyecto para analizar la factibilidad de la creación de una empresa productora de Tardon industrializado.
- Elaborar un estudio técnico del proyecto por medio de técnicas de investigación apropiadas, con el fin de establecer los diferentes procesos de elaboración del licor, la capacidad de producción y la inversión necesaria.
- Realizar un estudio financiero sustentado en el análisis de indicadores e instrumentos financieros para conocer la viabilidad del proyecto.
- Proponer la estructura administrativa de cada una de las unidades de la organización para evidenciar los niveles jerárquicos e identificar los requisitos legales de la constitución de la empresa.
- Determinar los impactos del proyecto a través del uso de herramientas de investigación, para mitigar los posibles efectos negativos que se deriven de la ejecución del proyecto.

## CAPÍTULO I

### 1. Diagnóstico Situacional

#### 1.1. Antecedentes

El Ecuador es uno de los países con mayor consumo de bebidas alcohólicas en América Latina según la Organización Mundial de la Salud. El consumo de licor en el país se asocia a las reuniones familiares o de amigos, fiestas tradicionales o populares como, por ejemplo, en época de navidad, fin de año y el Inti Raymi. La calidad de vida de sus habitantes y la cultura ha hecho que el licor sea uno de los productos más cotizados a nivel nacional, por ello la industria nacional de licores ha aumentado en un 50%. (INEC, 2013)

La población que consume licor en el país es de 912 mil personas aproximadamente, de las cuales, la mayoría son hombres, con un 89,7%, frente a un 10,3% de mujeres, según las proyecciones del (INEC, 2010). La mayor parte de ciudades o pueblos del país poseen un licor icono que nace de la pluralidad de culturas y tradiciones, a pesar que éstas bebidas en su mayoría sean producidas de manera artesanal y no estén industrializadas, tienen una alta aceptabilidad en sus consumidores, éste es el caso de la ciudad de Mira, ubicada al suroeste de la Provincia del Carchi.

Mira está asentada en un mirador natural conocido como “Balcón de los Andes”, donde desde hace algún tiempo atrás se ha elaborado licor de manera artesanal, uno de ellos es un Licor de Naranja conocido como “Tardón”, que está compuesto del jugo de naranja, aguardiente puro de caña y endulzante, este licor con el tiempo se ha convertido en un ícono de cultura y tradición tanto para la ciudad de Mira, como para la provincia.

Según datos obtenidos a través de la entrevista realizada al señor Gustavo Valverde gerente de la Asociación Manos Productivas y el señor Renato Bastidas presidente de la Asociación Tardoncito se obtuvo que la cantidad promedio de Tardon que se produce es de 1700 litros al mes ya que su elaboración es artesanal.

La mayoría de artesanos que se dedican a esta actividad comercializan los licores de manera informal y limitada, a esto se asocia la falta de recursos, infraestructura, organización y la baja productividad a pesar de la gran aceptación de este licor.

En la actualidad el Estado Ecuatoriano está incentivando la creación de pequeñas y medianas empresas con la finalidad de apoyar iniciativas familiares o formar grupos organizados con el objetivo de realizar emprendimientos rentables como puede ser a través de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS).

Por ello, el propósito de este proyecto es la implementación de una empresa industrializadora de licor denominado “Tardon”. para mejorar la calidad y dando un producto de mejor calidad a sus comensales sin dejar a un lado las culturas y tradiciones que esta bebida representa.

## **1.2. Objetivos del diagnóstico**

### **1.2.1. Objetivo general**

Efectuar un diagnóstico situacional del cantón Mira, mediante instrumentos de investigación adecuados que permita definir el entorno en el cual se va a ejecutar el proyecto.

### **1.2.2. Objetivos específicos**

- Identificar los datos geográficos y demográficos del cantón Mira para determinar el lugar correcto donde se implementará la empresa.
- Identificar factores que incrementan la situación económica del cantón Mira, para tener un amplio panorama de cómo está el sector industrial en el cantón.
- Conocer los aspectos sociales del cantón Mira para interpretar cual es la situación actual de la población y la tendencia de la misma.
- Conocer acerca de la producción de este tradicional licor para identificar las características que darán como resultado si es viable o la creación de una empresa industrializadora de esta bebida.

### **1.3. Justificación**

Con la vigencia de la Constitución Política en el año 2008, reconoce un nuevo sistema económico popular y solidario que integra todas las formas de organización públicas, privadas mixtas estableciendo que para este nuevo sistema se constituya su propia ley.

Con la creación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria el Estado está impulsando la creación de medianas y pequeñas empresas con la finalidad de agrupar a personas con el propósito de promover el desarrollo de la economía en las familias.

Sustentado en el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir que hace mención a la transformación de la Matriz productiva a través del establecimiento de mecanismos para la incorporación de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas y de servicios, en cadenas productivas vinculadas directa o indirectamente a los sectores prioritarios, de conformidad con las características productivas por sector, la intensidad de mano de obra y la generación de ingresos.

Actualmente en la ciudad existen personas que miran una oportunidad de negocio, con un licor icono del cantón llamado Tardon, las cuales han tenido la necesidad de agruparse para la elaboración y comercialización de esta bebida que lo han venido procesando de manera artesanal, por consecuencia existen varias limitaciones en cuanto a su nivel de producción y la durabilidad del producto, siendo estos los principales factores que restringen la expansión hacia nuevos mercados.

Ante este escenario se ve como oportunidad y viable la creación de una empresa que produzca y comercialice el Tardon bebida tradicional del cantón; el presente proyecto pretende focalizar, maximizar y potencializar la producción de este licor, crear nuevas líneas productivas, dar a conocer los productos y distribuirlos a mercados con mayor movimiento

comercial, dar a conocer el Tardon a través del turismo a personas nacionales y extranjeras que visitan la ciudad en la fiesta religiosa de febrero y cantonización en el mes de agosto.

Otro factor importante que hay que resaltar es que la materia prima utilizada son productos naturales como la naranja, el licor de caña y azúcar, lo que dinamizara la economía en varios sectores del cantón ya que Mira se caracteriza por ser un pueblo agrícola.

#### **1.4. Variables diagnósticas**

Las variables son aspectos generales que durante la elaboración del proyecto se utilizarán para su desarrollo, de la que pueden derivar algunos objetivos específicos.

Las variables que serán motivo de estudio del siguiente diagnóstico son las que presentamos a continuación:

- a) Situación geográfica y demográfica.
- b) Situación económica.
- c) Aspectos sociales.
- d) Producción y comercialización del licor.

##### **1.4.1. Indicadores.**

Son todos aquellos sub aspectos que definen a las variables más importantes que brindarán información para un mejor análisis y desarrollo del proyecto.

#### **1.4.1.1. Situación Geográfica y Demografía**

- Superficie
- Organización política
- Población total
- Población económicamente activa

#### **1.4.1.2. Situación Económica**

- Sector agrícola
- Sector industrial

#### **1.4.1.3. Aspectos Sociales**

- Educación
- Salud
- Organización Social
- Empleo

#### **1.4.1.4. Producción y Comercialización**

- Condiciones de producción
- Volúmenes de producción
- Distribución



## 1.5. Matriz de relación diagnóstica

*Cuadro 1 Matriz de relación diagnóstica*

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de Información</b>	<b>Técnica</b>
Identificar los datos históricos, geográficos demográficos y climáticos del cantón Mira.	Geográficos Demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Superficie,</li> <li>• Organización política,</li> <li>• población total, PEA</li> </ul>	Secundaria	Documental Bibliográfica Páginas web
Determinar los aspectos relacionados con la economía del cantón Mira.	Económicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Economía,</li> <li>• sector agrícola,</li> <li>• sector industrial,</li> <li>• sector servicios.</li> </ul>	Secundaria	Información estadística, Plan de Ordenamiento Territorial GAD MIRA
Identificar los aspectos relacionados con la parte social del cantón Mira.	Sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educación,</li> <li>• salud,</li> <li>• Organización Social,</li> <li>• Empleo.</li> </ul>	Secundaria	Información estadística, Plan de Ordenamiento Territorial GAD MIRA
Conocer aspectos relevantes acerca de la producción del licor, en el sector.	Producción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones de producción,</li> <li>• Distribución.</li> </ul>	Primaria Secundaria	Entrevista dirigida al Sr. Gustavo Valverde Presidente de la Asociación Manos Productivas. Libros Páginas web

*Fuente: Diagnóstico Situacional*

*Realizado por: EL Autor*

## 1.6. Análisis de la matriz de relación diagnóstica

Según los objetivos específicos hemos podido llegar a visualizar las variables diagnósticas que nos permitirán identificar los aspectos o indicadores más relevantes.

- a) Situación geográfica y demográfica
- b) Situación económica
- c) Aspectos sociales
- d) Producción y comercialización.

Estos indicadores nos permitirán determinar el público meta y las técnicas a utilizar para llevar a cabo el desarrollo del presente proyecto.

### 1.6.1. Aspecto Geográfico y Demográfico

Gráfico 1 Mapa Geográfico del Cantón Mira



Fuente: (Mira Balcón de los Andes, 2013)

El cantón Mira fue creado mediante Decreto Legislativo N° 047 del 18 de agosto de 1980 y publicado en el Registro Oficial N° 026; está situado al Suroeste de la Región Interandina y al sur-poniente de la Provincia del Carchi, sus límites son: al norte con el cantón Espejo y el cantón Tulcán; hacia el nororiente con el cantón Espejo; hacia el este con el cantón Bolívar; al sur y suroeste con el cantón Ibarra de la provincia de Imbabura; y al oeste con el cantón Tulcán. Sus coordenadas geográficas alcanzan desde los 77° 59' 10" hasta 78° 27' 36" longitud oeste; y, 00° 28' 30" hasta 00° 57' 30" latitud norte. Su cabecera cantonal está ubicada a 94km de Tulcán, 21km de El Ángel, 39km de Bolívar, y 42km de Ibarra. Cuenta con una superficie de 582,20 km<sup>2</sup> y una densidad demográfica de 20,92 habitantes/km<sup>2</sup>, presenta una oscilación altitudinal entre los 480 m.s.n.m. hasta los 3.880 m.s.n.m. (Mira Balcón de los Andes, 2013)

### **1.6.2. Organización Política y Territorial**

“El cantón Mira está conformado por tres parroquias rurales: La Concepción, Juan Montalvo y Jacinto Jijón y Caamaño, y por una parroquia urbana: Mira (Chontahuasi).” (Mira Balcón de los Andes, 2013)

### **1.6.3. Población**

Según datos del (INEC, 2010), la población del cantón Mira es de 12.180 habitantes, correspondiente al 7.4% de la población de la Provincia del Carchi, y al 0.08% del total de la población nacional; la diferencia entre hombres y mujeres es del 0.25% del total de los habitantes.

### 1.6.3.1. Población Hombres y Mujeres

*Cuadro 2 Población hombres y mujeres del cantón Mira*

<b>Género</b>	<b>Población</b>	<b>Porcentaje %</b>
Mujeres	6059	49,79%
Hombres	6121	50,25%
<b>Total</b>	<b>12180</b>	<b>100%</b>

*Fuente: INEC, censo de población y vivienda 2010*

### 1.6.3.2. Población económicamente activa según su distribución por edades

En el gráfico a continuación se puede observar la distribución de la población del cantón Mira, la categoría de 15 a 64 años que representa el 58.25% que corresponde a Población Económicamente Activa (PEA)

*Cuadro 3 Población Económicamente Activa*

<b>Edad</b>	<b>Habitantes</b>	<b>Porcentaje %</b>
0 a 14 años	3677	30,19%
15 a 64 años	7095	58,25%
65 años y más	1408	11,56%
<b>Total</b>	<b>12180</b>	<b>100%</b>

*Fuente: INEC 2010*

### 1.6.3.3. Ocupación, Población Económicamente Activa del Cantón Mira

*Cuadro 4 Ocupación de la P.E.A.*

Ocupación	Nº
Agricultura, ganadería, silvicultura	2824
Explotación de minas y canteras	3
Industrias manufactureras	161
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	4
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	3
Construcción	110
Comercio al por mayor y menor	225
Transporte y almacenamiento	131
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	40
Información y comunicación	26
Actividades financieras y de seguros	16
Actividades inmobiliarias	4
Actividades profesionales, científicas y técnicas	28
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	43
Administración pública y defensa	218
Enseñanza	232
Actividades de la atención de la salud humana	61
Artes, entretenimiento y recreación	14
Otras actividades de servicios	26
Actividades de los hogares como empleadores	87
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	1
No declarado	538
Trabajador nuevo	100

*Fuente: INEC 2010*

#### **1.6.4. Situación Económica**

Desde la antigüedad y hasta hoy Mira siempre se ha distinguido por ser un cantón agricultor, pero en la actualidad está buscando desarrollar otra actividad como es la manufactura a través de los productos que se originan en algunas de las parroquias del cantón, se puede decir que entre las principales actividades económicas del territorio tenemos las siguientes:

##### **1.6.4.1. Sector Agrícola**

La principal actividad del cantón Mira ha sido la agricultura que representa el 59% de la PEA donde se centra principalmente en el cultivo de fréjol, maíz, aguacate, rosas, cebada, limón y una gran diversidad de cultivos tanto de clima frío como cálido, además de pasto destinados para producción de leche; todos estos cultivos de importancia económica tienen como destino los mercados mayoristas de las provincias de Pichincha, Carchi e Imbabura, Guayas, además de Colombia (fréjol), Estados Unidos y Rusia (rosas). (Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Mira, 2014-2019, pág. 75)

##### **1.6.4.2. Sector Empresarial**

En el cantón Mira el sector manufacturero y artesanal ocupa un 3.6%, este sistema de producción utiliza una inversión alta de capital, en la compra de paquetes tecnológicos que se utilizan en las labores productivas de las áreas: agrícola, pecuaria, acuícola, porcícola y avícola; al igual que emplea mano de obra asalariada permanente y ocasional. Su producción se vincula con los productos agroindustriales y de exportación, su objetivo principal es maximizar la tasa de rentabilidad. (Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Mira, 2014-2019, pág. 86)

## 1.6.5. Aspectos Sociales

### 1.6.4.3. Educación

Según el (Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Mira, 2014-2019), de acuerdo con el Archivo Maestro de Instituciones Educativas (AMIE) del Ministerio de Educación, actualmente el Cantón Mira cuenta con 62 centros educativos, de los cuales el 75% ofertan Educación Básica, un 10% ofertan Educación Básica y Bachillerato, un 11% disponen de Educación Inicial y Básica, y el 4% restante corresponden a Centros de Alfabetización y otros.

Los recientes procesos de evaluación y capacitación docente, han ampliado las capacidades de los profesores, especialmente en áreas de enseñanza como el inglés y la informática, lo que ha contribuido de manera significativa a mejorar la calidad educativa y los niveles de preparación de los estudiantes. (pág. 43)

*Cuadro 5 Nivel de educación en el cantón Mira*

<b>Nivel de educación</b>	<b>Casos</b>
Ninguno	730
Centro de Alfabetización/(EBA)	174
Preescolar	90
Primario	5.097
Secundario	1.674
Educación Básica	1.752
Bachillerato - Educación Media	560
Ciclo Pos bachillerato	55
Superior	906
Postgrado	34
Se ignora	121
<b>Total</b>	<b>11.193</b>

*Fuente: Censo INEC 2010*

#### **1.6.4.4. Salud**

Según el (Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Mira, 2014-2019, pág. 86), el cantón cuenta con un total de 6 centros de salud y 10 puestos de salud repartidos alrededor de su cabecera cantonal y sus cabeceras parroquiales. De estos 13 corresponden al Ministerio de Salud Pública y brindan servicios relacionados con el primer nivel de atención, en áreas como medicina general, ginecología, atención prenatal, planificación familiar y odontología. La atención y los medicamentos son gratuitos, gracias a la inversión que ha realizado el Estado en esta área, lo que favorece a los más pobres y mejora el servicio de atención de salud. También en el cantón existen 3 dispensarios del Seguro Social Campesino, ubicados en las zonas dispersas de las parroquias de Mira, Concepción y Juan Montalvo. (pág. 48)

#### **1.6.4.5. Organización Social**

Según datos del (Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Mira, 2014-2019), actualmente existen asociaciones de diversos tipos, las cuales se convierten en la base de la organización y el empoderamiento ciudadano. Entre las principales organizaciones del cantón, es importante resaltar a los comités barriales, las organizaciones de mujeres, adultos mayores y de personas con discapacidad, además de las juntas de agua que juegan un papel fundamental, especialmente en las zonas agrícolas. (pág. 53)

#### **1.6.4.6. Empleo**

Según datos del (Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Mira, 2014-2019), los hombres tienen un 97% de participación laboral mientras lo que quiere decir que casi existe una totalidad de aceptación laboral, las mujeres refieren un 41% de participación lo que se considera



que representa un grupo vulnerable en cuanto al acceso a trabajo, también se ha identificado que existe un 4% de niños entre 5 a 14 años situación que se vincula con el núcleo familiar agrícola, al igual que existe un 36% de discapacitados que se encuentran laborando este es el grupo más vulnerable ya q la mayor parte de la población se dedica a la agricultura y en caso de discapacidad severa impide todo trabajo en el campo. (pág. 72)

### **1.6.5. Producción y Comercialización**

#### **1.6.5.1. Condiciones de producción**

Según la entrevista realizada a la Sr. Gustavo Valverde Gerente de la Asociación Manos Productivas, manifestó que desde hace tiempo atrás y hasta la actualidad la forma como producen el Tardón es artesanal sin la utilización de ningún equipo tecnológico.

Mediante un proceso artesanal, se tiene listo el jugo de naranja, se agrega el azúcar y se mece constantemente hasta que se convierte en almíbar, cuando la mezcla está en su punto se agrega el aguardiente en la misma cantidad, es decir que, si contamos con un galón de jugo, se agregará un galón de aguardiente de caña “puntas”, se mezcla la preparación hasta obtener una mezcla uniforme, y queda lista para su envasado

#### **1.6.5.2. Distribución**

Este licor es distribuido de manera directa ya que cuenta con un local propio donde se puede comercializar hacia el consumidor final, al igual que se distribuye indirectamente dando la oportunidad a diversas tiendas del cantón, en especial en la ciudad de Mira al igual que en sus parroquias y algunos cantones cercanos al mismo, otra forma de comercialización es a través

del internet donde se ha conseguido poder enviar y poder llegar a otros lugares tanto nacionales como internacionales como Estados Unidos y países de Europa como España y Alemania.

### 1.7. Matriz AOOR (Aliados, Oponentes, Oportunidades y Riesgos)

<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• GAD Municipal de Mira</li> <li>• Dirección de Turismo del GAD Municipal de Mira.</li> <li>• Proveedores permanentes de materia prima.</li> <li>• Tiendas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima (naranja) pertenece a Colombia en la mayor parte del año.</li> <li>• Venta artesanal del producto en mercados locales</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con materia prima permanente.</li> <li>• La producción contara con todos los permisos sanitarios.</li> <li>• Producto declarado patrimonio intangible del cantón Mira.</li> <li>• Producto de bajo costo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación económica del país es favorable</li> <li>• El periodo de caducidad es muy corto.</li> </ul>

Realizado por: EL Autor

## **1.8. Oportunidad de Inversión**

Por tratarse de un producto tradicional que solo en este rincón de la provincia del Carchi se elabora, además la materia prima principal que es la naranja se consigue en cualquier época del año de igual manera sus componentes adicionales son fáciles de conseguir, la realización del proyecto se convierte en una oportunidad de inversión.

La Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, el Estado impulsan la creación de medianas y pequeñas empresas con la finalidad de agrupar a personas con el propósito de promover el desarrollo de la economía en las familias.

Por lo tanto, con la creación de esta empresa se pretende mejorar la calidad de vida de los socios y de la comunidad en general.

## CAPITULO II

### 2. Marco Teórico

#### 2.1. Empresa

“Es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y/o Servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general”. (Zapata, 2011, pág. 5)

La empresa es aquella organización el cual tiene como fin común el dar un bien o un servicio a un consumidor final, la cual dinamiza el desarrollo económico y social de la localidad o país.

##### 2.1.1. Clasificación de las Empresas

En la figura de presenta un resumen de la clasificación de las empresas de los que existen diferentes tipos de empresas.

##### Cuadro 6 clasificación de las empresas

Según su Naturaleza	Según el Sector o la Procesadora del Capital	Segun la Integración del Capital o Numero de Socios
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Industriales:</b> Transformación de materias primas en nuevos productos</li> <li>• <b>Comerciales:</b> compra y venta de productos, intermediarias entre productores y compradores</li> <li>• <b>Servicios:</b> generación y ventas de productos intangibles</li> <li>• <b>Agropecuarias:</b> explotan productos agrícolas y pecuarios</li> <li>• <b>Mineras:</b> explotan los recursos del subsuelo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Públicas:</b> el capital pertenece al sector público</li> <li>• <b>Privadas:</b> el capital pertenece al sector privado</li> <li>• <b>Mixtas:</b> el capital es público y privado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Unipersonales:</b> el capital es el aporte de una sola persona.</li> <li>• <b>Sociedades:</b> aporte de capital por personas jurídicas o naturales</li> </ul>

## **2.2. Estudio de Mercado**

### **2.2.1. Oferta**

(HOYO, 2014) “Se entiende por Oferta (O) la cantidad de un bien que las empresas productoras están dispuestas a producir en una unidad de tiempo” (pág. 22).

La oferta es un bien o servicio que las empresas están dispuestos a entregar a los clientes para la satisfacción de los mismos.

### **2.2.2. Demanda**

(HOYO, 2014)“Se entiende por Demanda (D) la cantidad de un bien que los consumidores están dispuestos a adquirir en una unidad de tiempo” (pág. 16).

La Demanda es la acción de adquirir un bien o servicio que se encuentra en mayor o menor cantidad en el mercado, el cual tiende a subir o bajar de precio por exceso o escasez del producto.

### **2.2.3. Producto**

(TORRES, 2014) “Por producto se entiende cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad. El termino producto se utilizará, de forma genérica, no incluyendo únicamente bienes materiales o tangibles, sino también servicios o ideas” (pág. 13).

Un producto es un bien o servicio que satisface total o parcialmente las necesidades del consumidor.

#### **2.2.4. Precio**

(Enar & Josefa, 2013)“Es el conjunto de esfuerzos y sacrificios, monetarios y no monetarios, que un comprador debe realizar como contrapartida de un determinado nivel de utilidad” (pág. 82).

El precio es el valor monetario que se le denomina a la obtención de bienes o servicios.

#### **2.2.5. Mercado**

(SANTESMASES, 2012)“El Mercado puede definirse como un lugar físico en el que se produce una relación de intercambio” (pág. 127).

El mercado es el espacio donde se lleva a cabo transacciones para la comercialización de bienes o servicios.

#### **2.2.6. Distribución**

(CORDOBA, 2011)“La distribución es la transferencia de un bien o servicio del productor al consumidor o usuario industrial. Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia” (pág. 78).

Distribución hace referencia a los diferentes canales que puede tomar un bien o servicio para poder llegar hasta el consumidor de manera accesible.

### **2.3. Estudio Técnico**

(MEZA OROZCO, 2010) “Con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. Su objetivo es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos, recursos humanos, etc.” (pág. 23).

El estudio técnico determina la cantidad necesaria de distintos componentes que permite conocer la viabilidad del proyecto para poder producir y vender un producto o servicio.

#### **2.3.1. Tamaño del Proyecto**

(MEZA OROZCO, 2010) “Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como también la capacidad de maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo” (pág. 25).

Hace énfasis a los requerimientos físicos del proyecto, para determinar la capacidad de bienes o servicios a producir en un tiempo determinado

#### **2.3.2. Localización**

(ARAUJO, 2013) “Comprende la definición de criterios requeridos para ubicar el lugar donde se instalará el proyecto la enumeración de las posibles alternativas de ubicación, y la selección de la opción más ventajosa posible para las características específicas del mismo”. (pág. 62)

La localización nos permite evaluar el lugar más idóneo para la creación de la empresa, en donde se optimicen los costos y gastos que genera el proyecto.

### **2.3.3. Procesos de Producción**

(MEZA OROZCO, 2010) “Este proceso determina la forma como una serie de insumos (materias primas) se transforman en producto terminados, mediante la aplicación de una determinada tecnología que combina la mano de obra, maquinaria y equipos y procedimientos de operación” (pág. 28).

Proceso se denomina a la acción de transformar materia prima en producto terminado adicionándole un valor agregado, mediante un suceso de diferentes etapas en las cuales el producto estará sometido a un control de calidad en puntos específicos garantizando de esta manera un producto apto para el consumo humano.

### **2.3.4. Diagrama de Flujo de Proceso**

El flujograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo si secuencia cronológica. Según su formato o propósito, pueda contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc. (Acosta, Robert; Arellano Miriam; Barrios Francis, 2010, pág. 150),

Es una herramienta de gran valor que permite ver un proceso en forma, en donde se puede apreciar gráficamente cada uno de sus pasos.



### **2.3.5. Infraestructura**

“Son el conjunto de equipos y máquinas que comprenden todos aquellos elementos que se necesitan para desarrollar el proceso de producción o prestación de servicio, y su selección debe hacerse con base en los siguientes aspectos: características técnicas, costos, vida útil, capacidad y requerimientos especiales”. (MEZA OROZCO, 2010, pág. 27)

Infraestructura se refiere al espacio adecuado para la elaboración de productos o servicios para el consumidor o cliente.

### **2.3.6. Talento Humano**

(MEZA OROZCO, 2010) “El personal de producción está estrechamente relacionado con el tipo de tecnología con el de maquinaria a utilizar en el proceso de producción del bien o servicio” (pág. 27).

Talento Humano se refiere a la capacidad que tiene cada persona para manipular maquinarias y equipos, que están relacionados directamente con el producto.

## **2.4. Estudio Financiero**

### **2.4.1. Costos de Producción**

(SINISTERRA, 2011) “Se entiende que los costos de producción son la suma de todas las erogaciones y cargos incurridos para convertir la materia prima en producto terminado. Para manufacturar un producto se hace uso de tres componentes conocidos como los elementos del costo de producción, a saber: materias primas, mano de obra y costos indirectos” (pág. 13).

Costo de producción hace referencia a cuanto se invierte y cuanto debería agregarse al producto final para luego poder comercializarlo.

#### **2.4.1.1. Materia Prima.**

“Es toda aquella materia prima que físicamente puede ser observada como formando parte integrante del producto terminado y que su cantidad en el producto puede ser determinada mediante una forma que sea factible económicamente” (COLECTIVO DE AUTORES, 2011, pág. 28)

La materia prima es la base fundamental sobre la cual el obrero forjara su trabajo, su capacidad para poder brindar un producto satisfactorio con estándares de calidad.

#### **2.4.1.2. Mano de Obra Directa**

“Es toda la mano de obra físicamente pueda correlacionarse con el producto terminado en una forma plausible económicamente” (COLECTIVO DE AUTORES, 2011, pág. 28)

La mano de obra directa hace relación al recurso humano que está en contacto directo con la elaboración del producto.

#### **2.4.1.3. Costos Indirectos de Fabricación**

(COLECTIVO DE AUTORES, 2011) “Son todos los costos de fabricación diferentes al material directo y a la mano de obra directa que están asociados con el proceso de fabricación” (pág. 28).

Los costos indirectos son la mano de obra y los materiales que no están en contacto directo con la elaboración del producto, pero son indispensables para producción del mismo.

### **2.4.2. Gastos Administrativos**

Son los ocasionados en el desarrollo del objetivo social principal del ente económico y registra, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión administrativa encaminada a la dirección, planeación y organización de las políticas establecidas para el desarrollo de la actividad operativa del ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, financiera, comercial, legal y administrativa. (FIERRO, 2011, pág. 207)

Son todos aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas, es decir los gastos que se dan dentro de las oficinas generados por el personal de todas estas áreas, por otra parte, generalmente a estos gastos se suman los gastos por selección y reclutamiento de personal.

### **2.4.3. Gastos de Venta**

Comprende los gastos ocasionados en el desarrollo principal del objeto social del ente económico y se registran, sobre la base de causación, las sumas o valores en que se incurre durante el ejercicio, directamente relacionados con la gestión de ventas encaminada a la dirección, planeación, organización de las políticas establecidas para el desarrollo de las actividades de ventas del ente económico incluyendo básicamente las incurridas en las áreas ejecutiva, de la distribución, comercialización, promoción, publicidad y ventas. (FIERRO, 2011, pág. 208)

Estos gastos son los originados por la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta que se hacen dentro de la empresa, tales como: comisiones, propagandas, promociones de ventas entre otras, mismos que facilitan que el producto se introduzca y sea conocido en el mercado, ya sea este local o internacional en algunos casos.

#### **2.4.4. Gastos Financieros**

“Aquellos en los que incurre un sujeto económico para la obtención, uso o devolución de capitales financieros puestos a disposición por terceras personas”. (La Gran Enciclopedia de la Economía, 2010)

Los gastos están relacionados con el origen de la consecuencia financiera de una empresa con recursos ajenos para el buen funcionamiento de la misma, en las cuales se destacan cuentas como: intereses de obligaciones y bonos, intereses de deudas entre otras.

#### **2.4.5. Estados Financieros**

##### **2.4.5.1. Estado de Resultados**

Informe contable básico que presenta de manera clasificada y ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, con el propósito de medir los resultados económicos, es decir, utilidad o pérdida de una empresa durante un periodo 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. (Zapata, 2011, pág. 284)

Refleja la eficiencia en la producción y comercialización del producto dando resultados económicos ya sea una utilidad o pérdida para la empresa al final del periodo contable.

##### **2.4.5.2. Estado de Situación Financiera**

El estado de situación financiera muestra, en unidades monetarias, la situación financiera de una empresa o entidad económica en una fecha determinada. Tiene el propósito de mostrar la naturaleza de los recursos económicos de la empresa así los derechos de los acreedores y de la participación de los dueños o accionistas. Si el estado de situación

financiera es comparativo, muestra además los cambios en la naturaleza de los recursos, derechos y participación de un periodo a otro. (MORENO, 2014, pág. 172)

Es un informe contable que presenta de forma ordenada las cuentas de activo, pasivo y patrimonio que muestra la posición de la empresa en un periodo determinado.

#### **2.4.5.3. Flujos de Caja**

Es el informe contable principal que presenta de manera significativa, resumida y clasificada por actividades de operación, inversión y financiamiento, los diversos conceptos de entrada y salida de recursos monetarios efectuados durante un periodo, con el propósito de medir la habilidad gerencial en recaudar y usar el dinero, así como evaluar la capacidad financiera de la empresa, en función de su liquidez presente y futura. (Zapata, 2011, pág. 389)

Constituyen un informe que representa el procedimiento de las actividades de operación, inversión y financiamiento del proyecto; son pronósticos de los ingresos y egresos en efectivo que tienen el propósito de conseguir una idea del comportamiento del proyecto en el tiempo.

#### **2.4.6. Evaluación Económica**

##### **2.4.6.1. Valor Actual Neto (VAN)**

“El valor presente neto es simplemente la suma actualizada al presente de todos los beneficios, costos e inversiones del proyecto. A efectos prácticos, es la suma actualizada de los flujos netos de cada período” (CORDOBA, 2011, pág. 236)

Es un indicador financiero que refleja todos los flujos netos de cada periodo traídos al presente.

#### **2.4.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)**

(CORDOBA, 2011) La tasa interna de retorno, conocida como la TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. (pág. 242).

Es un indicador financiero que representa la rentabilidad del proyecto que se verá reflejado año tras año.

### **2.5. Organización Empresarial**

#### **2.5.1. Misión**

La misión se puede definir como la razón de ser de la empresa u organización, que enuncia a que el cliente sirve, que necesidades satisface y que tipos de productos o servicios ofrece, estableciendo en general los límites o alcances de sus actividades; es un propósito que se crea compromisos e induce comportamientos. (GALLARDO, 2012, pág. 62)

Es la actividad principal de cualquier empresa que le permite alcanzar el éxito y su permanencia dentro del mercado, integrando a todos quienes forman parte de la entidad.

#### **2.5.2. Visión**

(GALLARDO, 2012) Toda estrategia parte de una visión, es decir de un anhelo, de una concepción imaginaria de una empresa que puede ser susceptible de realizarse en el

futuro. Es la capacidad de plantear un futuro posible, basado en los motivos por los cuales se desea dicho futuro. (pág. 69).

Es el enfoque a futuro, en el cual se detalla las aspiraciones y metas que la empresa desea lograr, a través de estrategias y actividades que involucren el comportamiento y movimiento de todos quienes forman parte de la entidad.

### **2.5.3. Organigrama Estructural**

(ABACO CORPORACIÓN, 2013) “Representación gráfica que, únicamente, muestra la imagen en conjunto de las diversas unidades organizativas que integran una entidad determinada, así como las relaciones entre ellas. Un organigrama de este tipo permite conocer, en forma objetiva, las distintas partes constitutivas de una determinada organización y de las interrelaciones consideradas como un todo”.

Los organigramas permiten conocer la estructura organizacional de los puestos de trabajo dentro de una empresa, siendo estos ubicados desde el mayor rango hasta el menor rango.

## **2.6. Impactos**

### **2.6.1. Económico**

“La evaluación económica consiste en identificar el impacto del proyecto sobre los recursos que generan utilidad (o de su utilidad) económica y asignar a este impacto un valor que refleja el aporte marginal de cada recurso del bienestar nacional”  
(CORDOBA, 2011, pág. 267)

### **2.6.2. Social**

La evaluación social constituye la verdadera manera de medir la rentabilidad para la sociedad de la realización de un proyecto. En este análisis se incluyen todos aquellos aspectos que no tienen valoración clara en el mercado o que simplemente no pueden ser apropiados por el proyecto. La evaluación social estudia y mide el aporte neto de éste al bienestar nacional. (CORDOBA, 2011, pág. 271)

### **2.6.3. Ambiental**

(CORDOBA, 2011) “Con la evaluación ambiental se busca identificar, predecir, cuantificar, y describir los efectos negativos y de beneficio de un proyecto propuesto, valorar los impactos de un proyecto sobre el entorno y los posibles efectos del entorno sobre el proyecto, aspecto importante de incorporar en la formulación del mismo” (pág. 280).

La evaluación de impactos determina los posibles efectos que pueden presentarse cuando se implemente este tipo de manufactura, por lo tanto, es importante analizar el efecto que causará dentro de la sociedad y en el medio ambiente, permitiendo establecer las posibles bondades o defectos que pudiera generar la ejecución del proyecto.



## CAPITULO III

### 3. Estudio de Mercado

#### 3.1. Introducción

El mercado y su estructura constituyen un factor muy importante para la realización y desarrollo de cualquier proyecto, el estudio de mercado consiste en la determinación que tienen las empresas para producir una cantidad de bienes y servicios para atender las necesidades de la población a un nivel de precio fijado por la competencia.

A través del estudio de mercado es posible la recopilación de información por medio de indicadores que permitan determinar la demanda, oferta, y la demanda insatisfecha del sector al igual que el precio del producto, la plaza donde se comercializará, la promoción y el tipo de publicidad que tendrá para acaparar el mercado.

La creación de la empresa industrializadora de Tardón en el cantón Mira, tiene como fin proporcionar un licor de moderación a un costo accesible con estándares de higiene y calidad, producto que no se encuentra en el mercado a excepción de licores importados los mismos que son escasos y poseen precios altos.

Tomando en cuenta que en la ciudad de Mira no existen empresas industriales que produzcan este licor, esta es una ventaja con relación a la forma de elaboración que la competencia maneja ya que su producción es artesanal; el licor será de buena calidad, agradable al paladar, se puede servir en comidas o reuniones de carácter social.

Al realizar un estudio de mercado se busca obtener información actual sobre las necesidades en la ciudad de Mira, en cuanto al consumo de licor, gustos, preferencias, y otros

### **3.2. Objetivo General**

Realizar el estudio de mercado para analizar la factibilidad de la creación de una empresa productora de Tardón industrializado, a través del análisis y determinación de las variables que influyan en la realización del proyecto.

#### **3.2.1. Objetivos específicos**

- Identificar la oferta de Tardón en el cantón Mira para conocer la existencia de empresas dedicadas a la producción de este licor.
- Determinar la demanda del Tardón en el cantón Mira a través de herramientas que proporcionen la información conveniente para satisfacer un segmento de mercado.
- Analizar los precios actuales de la competencia para el licor producido y comecilizado en la ciudad de Mira.
- Establecer los canales de distribución para la venta del tardón.

### **3.3. Variables del estudio**

Las variables son aspectos generales que durante la elaboración del proyecto se utiliza para su desarrollo, de la que pueden derivar algunos objetivos específicos.

Para el presente trabajo se estima importantes las siguientes variables que serán motivo de investigación en el estudio de mercado.

1. Oferta
2. Demanda
3. Precio
4. Comercialización

### **3.3.1. Indicadores**

Son todos aquellos sub aspectos que definen a las variables más importantes que brinda información para un mejor análisis y desarrollo del proyecto.

Los siguientes indicadores se han tomado para las variables anteriores.

#### **3.3.1.1. Oferta**

- Volumen de producción
- Presentación del producto
- Frecuencia de venta
- Estudio de la competencia

#### **3.3.1.2. Demanda**

- Nivel de consumo
- Puntos de venta
- Frecuencia de consumo

#### **3.3.1.3. Precio**

- Precio compra
- Precio venta

#### **3.3.1.4. Comercialización**

- Estrategias de mercadeo
- Canales de distribución directos e indirectos

### 3.4. Matriz de relación diagnóstica

*Cuadro 6 Matriz de relación diagnóstica*

<b>Objetivos</b>	<b>Variables</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Fuentes de Información</b>	<b>Técnica</b>
Determinar la demanda del Tardón en el cantón Mira a través de herramientas que proporcionen la información conveniente para satisfacer un segmento de mercado.	Demanda	Nivel de consumo Puntos de venta Frecuencia de consumo	Primaria	Encuesta y Entrevista dirigida al Sr. Gustavo Valverde Presidente de la Asociación Manos Productivas y otros.
Identificar la oferta de Tardón en el cantón Mira para conocer la existencia de empresas dedicadas a la producción de este licor.	Oferta	Volumen de producción Presentación del producto Frecuencia de venta Estudio de la competencia	Primaria	Encuesta y Entrevista dirigida al Sr. Gustavo Valverde Presidente de la Asociación Manos Productivas y otros.
Analizar los precios actuales de la competencia para el licor producido y comecilizado en la ciudad de Mira	Precio	Precio compra Precio venta	Primaria	Entrevista dirigida al Sr. Gustavo Valverde Presidente de la Asociación Manos Productivas y otros.
Establecer los canales de distribución para la venta del Tardón .	Comercialización y Distribución	Estrategias de mercadeo Canales de distribución directos, cortos y largos Publicidad	Primaria	Entrevista dirigida al Sr. Gustavo Valverde Presidente de la Asociación Manos Productivas y otros.

*Fuente: Diagnóstico Situacional  
Realizado por: autor*

### 3.5. Segmentación de mercado

Dentro del estudio se ha determinado la segmentación de mercado que se utilizará para el proyecto se basa en las siguientes variables:

- Segmentación por género de los clientes
- Segmentación por edad de los clientes

### 3.6. Identificación de la población

Para la investigación los datos obtenidos fueron de las estadísticas del VII censo de población y VI de vivienda INEC 2010, donde se establece que la tasa de crecimiento poblacional de la provincia del Carchi es de 0,81%, lo que servirá para determinar la oferta del estudio de mercado.

#### 3.6.1. Identificación de la muestra

Para la identificación de la muestra se toma en cuenta el total de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Mira que es de 7.095 habitantes, que es donde se pretende la creación de la empresa productora de tardón industrializado.

#### Fórmula

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

De donde:

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Número de familias

**&**= Varianza de la población respecto de las principales características que van a representar, es un valor contable que equivale 0.25.

**Z**= Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivalente a 1.96.

**n-1**= Es una corrección que se usa para muestras mayores a 30.000

**e**= Limite aceptable de error que generalmente varía entre 0.01 y 0.09 para este caso tomaremos 0.05 equivalente al 5%.

### 5.6.1.1. Cálculo de la muestra

Datos tomados según el censo realizado por el INEC en el año 2010 se determinó la muestra así:

Total, Población Económicamente Activa del cantón Mira= 7095

**Datos:**

$$n = \frac{7095 * (1.96)^2 * (0.25)}{(0.05)^2 (45.294 - 1) + (1.96)^2 (0.25)} = \frac{6814.038}{18.6954} = 364$$

### Determinación

Con la aplicación de la fórmula, se obtiene una muestra de 364 personas a las que se les debe levantar la información, mediante las encuestas y cuyos datos serán utilizados para la cuantificación de la oferta, demanda, plaza, los canales de distribución y la aceptación del producto.

### 3.7. Análisis de la encuesta

La encuesta está dirigida a la población del cantón Mira para conocer el criterio de la constitución de una empresa productora de Tardón industrializado dentro de la ciudad de Mira.

#### Datos generales:

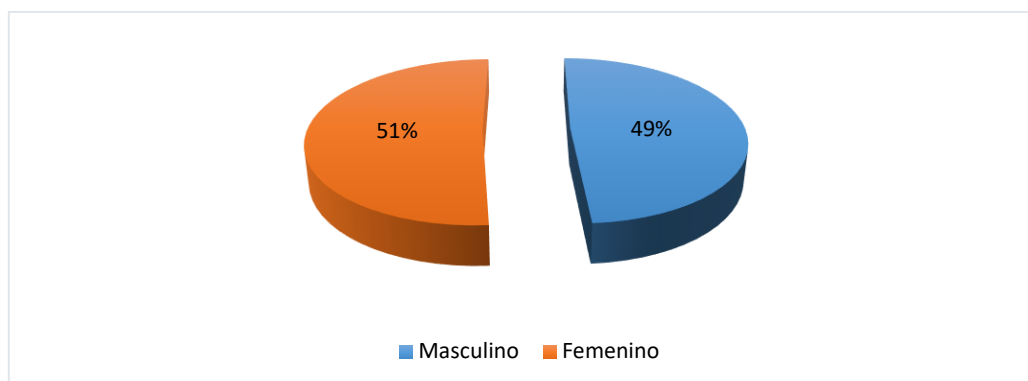
#### 1. Segmentación según el género de la población

*Cuadro 7 Segmentación Según el Género*

Alternativa	Frecuencia	%
Masculino	178	49
Femenino	186	51
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: Autor*

*Gráfico 2 segmentación por género de la población*



*Fuente: Encuesta  
Elaborado por: Autor*

#### Análisis

Se puede evidenciar que existe un equilibrio entre los dos géneros, esta información nos permitirá llegar a segmentar el mercado y encontrar gustos y preferencias en cuanto al consumo del tardón.

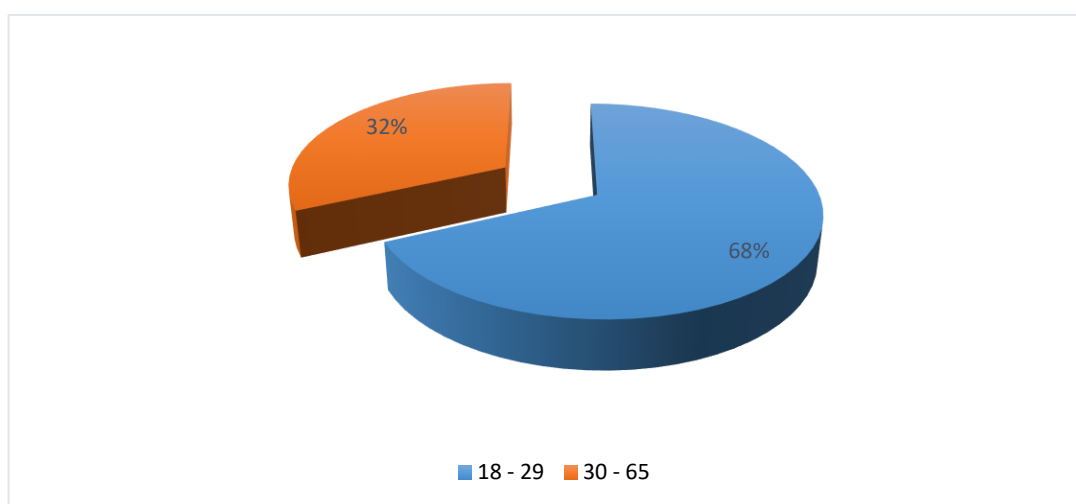
## 2. Segmentación por edad de los clientes

*Cuadro 8 Segmentación por edad de los clientes*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
18 – 29	248	68
30 – 65	116	32
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: Autor*

*Gráfico 3 segmentación por edad de los clientes*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

### **Análisis**

De acuerdo a las encuestas aplicadas a la población de la ciudad de Mira determina que las personas entre los 18 a 29 años consumen con mayor frecuencia licor, mientras que la población entre 30 a 65 años consumen en menores cantidades. Esto ayuda para direccionar las estrategias de comercialización según las características del mercado.



## Preguntas

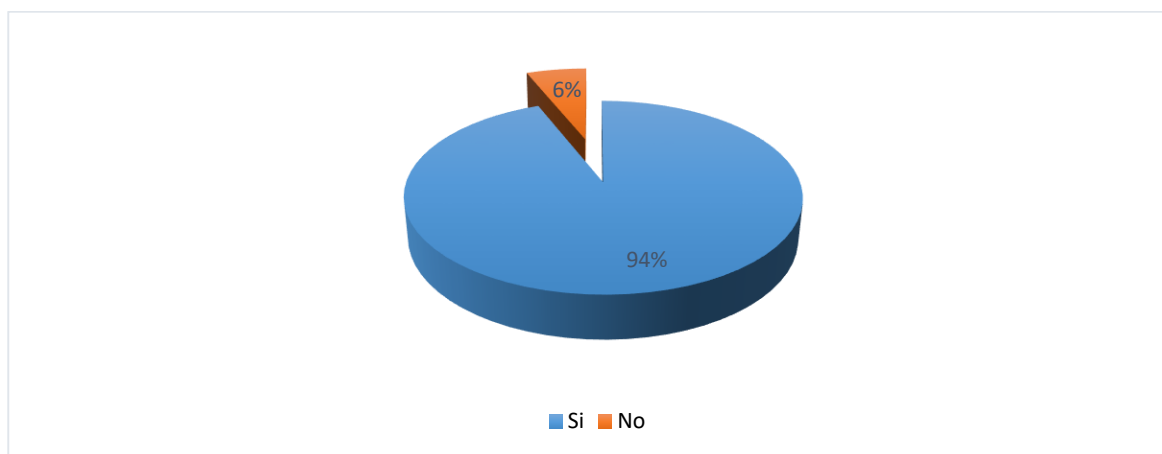
### 3. ¿Ha consumido algún tipo de licor?

*Cuadro 9 población consumidora de licor*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	342	94
No	22	6
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: El Autor*

*Gráfico 4 Población consumidora de licor*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

### Análisis:

De la investigación realizada a la población de la ciudad de Mira se obtuvo que en su mayoría si consume algún tipo de licor mientras que en un mínimo porcentaje no lo hace. Los datos ayudan a establecer la viabilidad del proyecto.

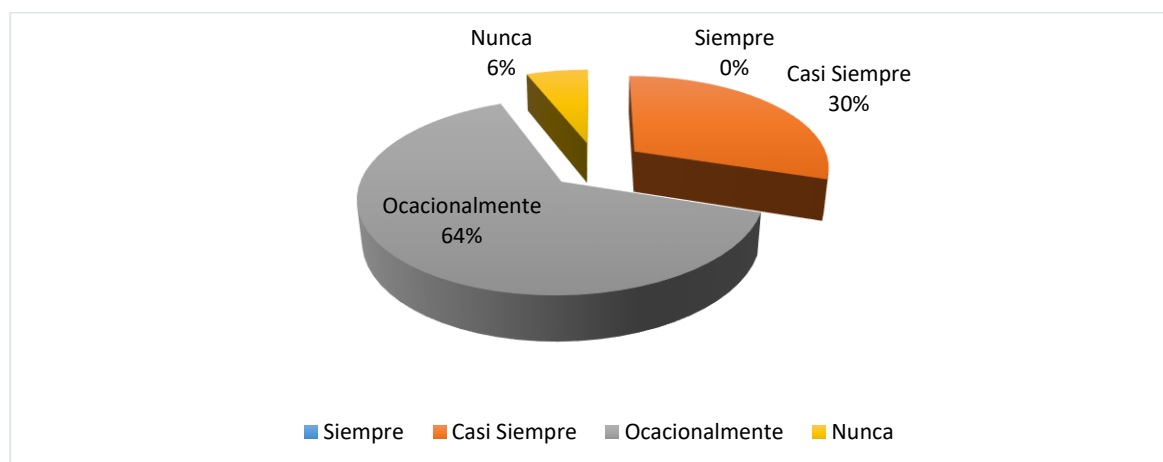
#### 4. ¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas?

*Cuadro 10 Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Siempre	0	0
Casi Siempre	109	30
Ocasionalmente	233	64
Nunca	22	6
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: El Autor*

*Gráfico 5 Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

#### **Análisis:**

La mayor parte de la población consume licor ocasionalmente, una tercera parte lo hace casi siempre y un mínimo de personas no consume ningún tipo de licor. Los datos recopilados permitirán determinar los meses del año donde aumenta el consumo de licor como es en época de fiestas que existen en el cantón.

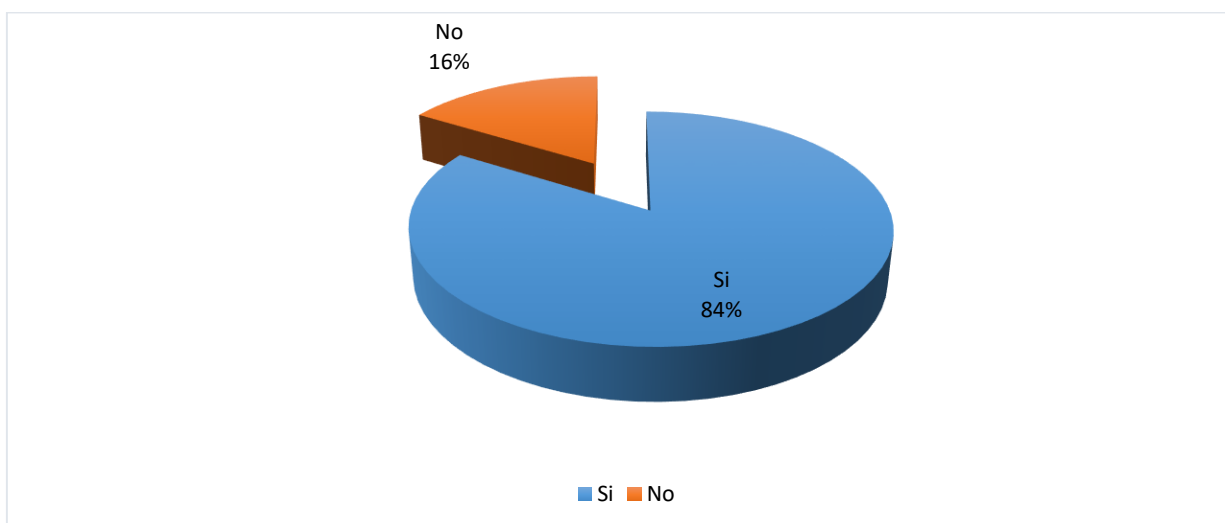
## 5. ¿Ha degustado licor de naranja “Tardon”?

*Cuadro 11 Personas que han degustado licor de naranja “Tardon”*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	305	84
No	59	16
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: Autor*

*Gráfico 6 Personas que han degustado licor de naranja “Tardon”*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

### **Análisis:**

La degustación del licor de naranja es gustada por la mayoría de la población, dando a reflejar una ventaja para introducirse más en el mercado, satisfaciendo así gustos y preferencias de quienes consumen este licor.

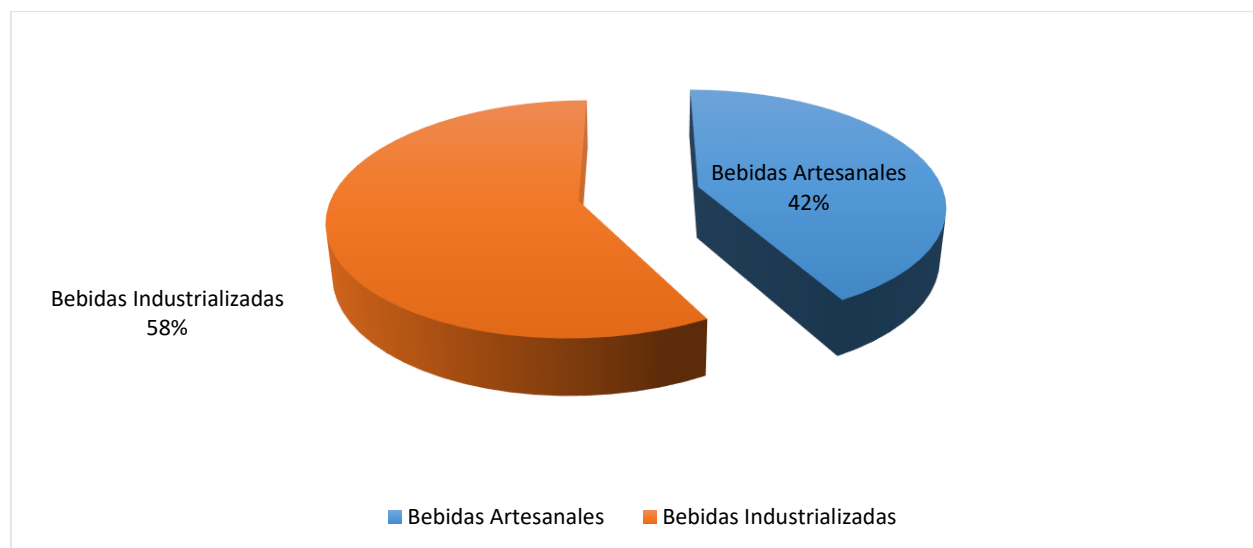
## 6. Según el proceso de los licores ¿Cuál es la bebida de su mayor preferencia?

*Cuadro 12 Bebidas de preferencia*

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
Bebidas Artesanales	153	42
Bebidas Industrializadas	211	58
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: Autor*

*Gráfico 7 Bebidas de Preferencia*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

### **Análisis**

Según la investigación de campo efectuada se puede constatar que en su mayoría la población prefiere la bebida industrializada, dando a notar la acogida del producto.

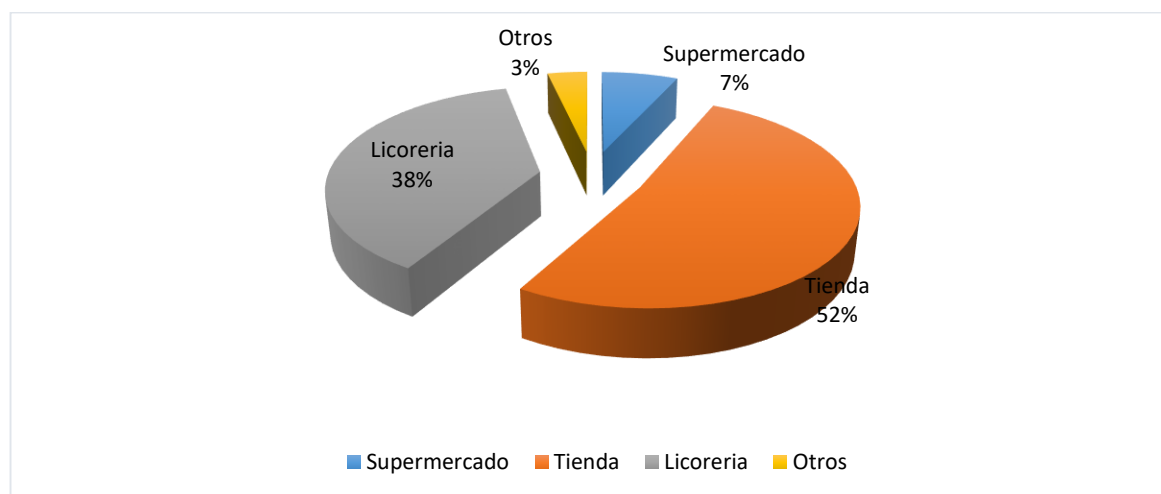
## 7. ¿En qué tipo de establecimiento adquiere el producto?

*Cuadro 13 Tipo de establecimiento en los que adquieren el producto*

Alternativa	Frecuencia	%
Supermercado	25	7
Tienda	188	52
Licorería	138	38
Otros	13	4
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: Autor*

*Gráfico 8 Tipo de establecimiento en los que adquieren el producto*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

### **Análisis**

De la población encuestada en su mayoría prefieren adquirir su producto en tiendas, una tercera parte en licorerías y con un mínimo porcentaje en otros lugares, permitiendo establecer puntos estratégicos para la distribución del producto.

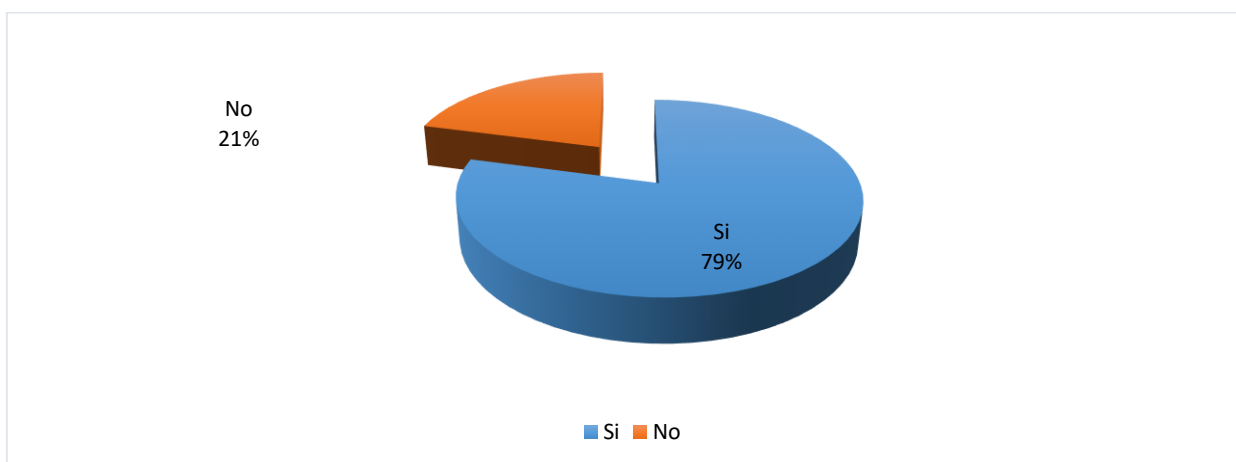
## 8. Es conveniente la creación de una empresa industrializadora de Tardon dentro del cantón Mira

*Cuadro 14 Aceptación de la empresa industrializadora de tardón dentro del cantón Mira*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	288	79
No	76	21
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: Autor*

*Gráfico 9 Aceptación de la empresa industrializadora de tardón dentro del cantón Mira*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

### Análisis

Con un alto porcentaje se puede establecer que la acogida para la creación de una empresa industrializadora de Tardon es factible, demostrando gran aceptación por parte de la población de Mira.

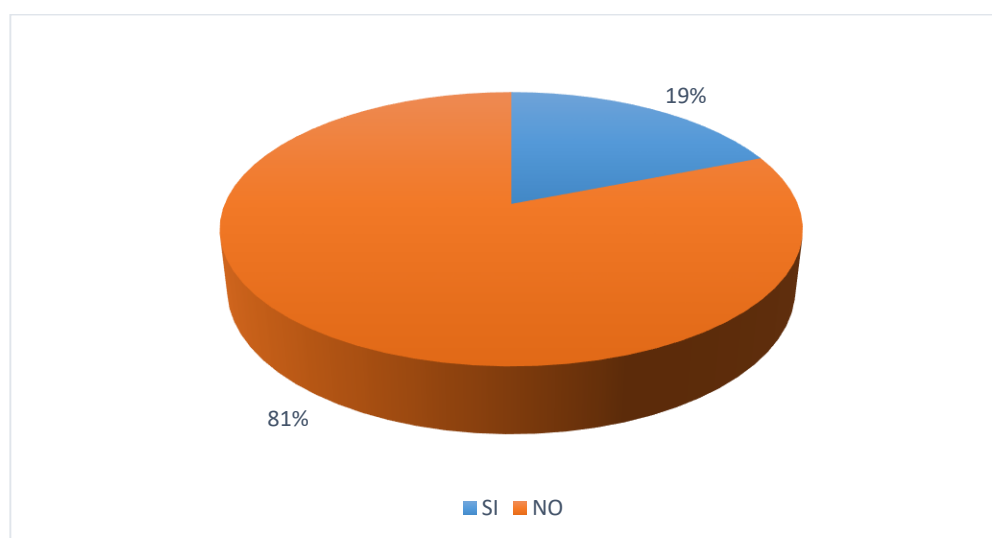
## 9. ¿Conoce usted de la existencia de una empresa dedicada a la elaboración de Tardon totalmente industrializado en la ciudad?

*Cuadro 15 Existencia de una empresa dedicada a la elaboración de Tardon industrializado*

Alternativa	Frecuencia	%
Si	68	19
No	296	81
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100</b>

*Elaborado por: Autor*

*Gráfico 10 existencia de una empresa dedicada a la elaboración de Tardon industrializado*



*Fuente: Encuesta*

*Elaborado por: Autor*

### **Análisis**

En la ciudad de Mira según la población encuestada no tiene conocimiento de la existencia de la empresa dedicada a la elaboración de Tardon industrializado, con lo que se observa una ventaja competitiva dentro del mercado.

### **3.8. Entrevista**

La entrevista está dirigida a los productores del Tardon en la ciudad de Mira.

**Nombre:** Gustavo Valverde

**Cargo:** Gerente de la Asociación Manos Productivas

#### **¿Cómo inicio la producción del Tardon?**

La producción de tardón dentro de nuestra asociación nació de la necesidad de abastecer a un mercado con una bebida tradicional del cantón, que con el tiempo se ha convertido en uno de las bebidas tradicionales dentro de nuestra gastronomía.

#### **¿Desde hace que tiempo se formó la asociación o usted viene elaborando el Tardon?**

La Asociación Manos Productivas se formó desde el 2005 jurídicamente

#### **¿Qué les motivo a organizarse o iniciar con la elaboración del Tardon?**

Lo que nos motivó a organizarnos fue la necesidad y aprovechar la oportunidad de elaborar una bebida que a través del tiempo se volvió tradicional del cantón denominado el tardón mireño, el grupo se formó con 12 personas desde el 2003 y jurídicamente desde el año 2005.

#### **¿Cuál es la estructura organizativa del grupo?**

- Presidente
- Gerente
- Vocales
- Vocales de vigilancia

#### **¿Qué niveles de producción de licor comercializa mensualmente y cada cuanto es su elaboración?**

Según los años anteriores y con respecto a este año hemos siempre tenido un crecimiento y una buena acogida por parte del consumidor



El volumen que cada mes tenemos desde el año 2014 ha sido de 850 litros mensuales mientras el en el 2015 aumento a 1500 litros mensuales

**¿Cree usted que la producción abastece la demanda? ¿Por qué?**

Si, por el momento nos encontramos distribuyendo en los cantones como es Mira, Tulcán, Ibarra, San Gabriel y este año 2015 lo que es la ciudad de Quito y para este nuevo año la exportación al País de España.

**¿Cuánta mano de obra se utiliza para la elaboración del licor?**

Para la elaboración del Tardón trabajan 16 personas

**¿La Naranja como materia principal la obtienen de manera permanente?**

Tenemos un contrato entre un productor el cual nos provee 14000 naranjas al año el cual nos garantiza que nos abastecerá durante todo el año.

**¿La infraestructura con la cuenta la organización es adecuada para la elaboración del licor?**

La infraestructura con la que contamos es la apropiada la que garantiza un producto con estándares de calidad, contamos con equipos como las exprimidoras donde ya no se necesita de mano de obra para obtener el jugo de la naranja.

**¿Qué valor agregado o lo que hace diferente a su producto con respecto a la competencia?**

Nuestro producto se diferencia de los demás por que el alcohol que utilizamos es alcohol potabilizado y no con el licor de la caña, al igual que nuestro producto no contiene ningún tipo de preservantes para su duración, así también cuenta con registro sanitario.

## **Entrevista**

La entrevista está dirigida a los productores del Tardón en la ciudad de Mira.

**Nombre:** Renato Bastidas Mafla

**Cargo:** Gerente productor de asociación Tardoncito

### **¿Cómo inicio la producción del Tardon?**

Por la demanda de la ciudadanía, ya que antes solo se encontraba el Tardón en fiestas de la Virgen de la Caridad (02 de febrero) y en fiestas de Cantonización (18 de agosto)

### **¿Desde hace que tiempo se formó la asociación o usted viene elaborando el Tardon?**

Desde hace 6 años aproximadamente nos propusimos organizarnos como familia, para elaborar éste producto típico tradicional de Mira, manteniendo los conocimientos adquiridos por parte de José Félix Mafla quien aprendió a elaborar el Tardon de sus mayores y lo ha trasmitido a Renato Bastidas Mafla.

### **¿Qué les motivo a organizarse o iniciar con la elaboración del Tardon?**

Por la demanda ciudadana que llegaba a Mira y solo les contaban que hay una bebida muy sabrosa, que lamentablemente solo se la brindaba en festividades y en días muy especiales; la gente se resignaba a llegar y no encontrar una copa para degustar. Razón por la que nos propusimos lanzar al mercado la marca TARDONCITO, y gracias a buena acogida de la gente nos hemos mantenido con nuestro producto.

**¿Cuál es la estructura organizativa del grupo?**

TARDONCITO, ésta microempresa está conformada por la familia de José Félix Mafla y la familia de Renato Bastidas Mafla.

**¿Qué niveles de producción de licor comercializa mensualmente y cada cuanto es su elaboración?**

Nosotros elaboramos éste producto en temporada alta cada semana y en temporada baja cada 15 días, se realiza una producción promedio de 200 unidades al mes.

**¿Cree usted que la producción abastece la demanda? ¿Por qué?**

Si, ya que hay veces en que se termina todo el producto y otras en que no; como todo negocio, como es un producto que carece de conservantes y colorantes, siempre tenemos un producto fresco para su consumo ya que no lo podemos tener guardado por largo tiempo.

**¿Cuánta mano de obra se utiliza para la elaboración del licor?**

Tres a cinco personas

**¿La Naranja como materia principal la obtienen de manera permanente?**

Si nos abastecemos principalmente del mercado mayorista de Ibarra, en otras temporadas de algunos huertos de la zona cálida de nuestro Cantón.

### ¿La infraestructura con la cuenta la organización es adecuada para la elaboración del licor?

Hasta aquí como la producción no es muy grande si nos abastece la infraestructura, pero estamos viendo como poder entrar en los mercados del resto de ciudades del Carchi e Imbabura y tendríamos que realizar una gran inversión para abarcar más territorio.

### ¿Qué valor agregado o lo que hace diferente a su producto con respecto a la competencia?

El sabor de nuestro producto cautiva a quien lo degusta, por eso siempre decimos "este es el sabor original del Tardón", además siempre tenemos un producto fresco, no es guardado ya que no contiene preservantes ni colorantes; y cuando viene un forastero siempre tenemos una historia, una leyenda o una anécdota que contarle a cerca de ésta tradicional bebida.

### 3.9. Demanda

Luego de la investigación realizada se puede indicar la demanda nacional de bebidas alcohólicas anual expresada en número de litros.

*Cuadro 16 Demanda nacional de licores*

<b>Año</b>	<b>Número de litros</b>
2007	2'780.010
2008	1'830.520
2009	2'050.480
2010	2'210.540
2011	2'460.300
2012	2'700.000

*Fuente: Informe Estadístico del Comité de Comercio Exterior (Comex) y Asociación de Industriales y Licoreros del Ecuador ADILE 2012*

*Elaborado: Autor*

En el siguiente cuadro se puede apreciar la cantidad de litros de bebidas alcohólicas demandadas en la provincia del Carchi.

*Cuadro 17 Demanda de licores en la provincia del Carchi*

<b>Año</b>	<b>Número de Litros de Licor que Demanda la Provincia del Carchi</b>
2010	105.413
2011	105.662
2012	105.913
2013	106.163
2014	106.415
2015	106.667

*Fuente: Informe Estadístico del Comité de Comercio Exterior (Comex), Asociación de Industriales y Licoreros del Ecuador ADILE 2012 y datos obtenidos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos INEC 2010.  
Elaborado: Autor*

### **3.9.1. Proyección de la demanda**

Para la proyección de la demanda se ha tomado en cuenta la siguiente manera:

#### **Fórmula:**

Índice Individual de Consumo de Licor.

$$x = \frac{\text{Demanda de licor del Ecuador}}{\text{Población Económicamente Activa Nacional (18años a 65años)}}$$

$$x = \frac{2'210.540}{9'338.022}$$

Índice Individual de Consumo de Licor= 0,24 o 24%

El siguiente cuadro muestra una proyección de la cantidad de litros de bebidas alcohólicas demandadas en la provincia del Carchi.

*Cuadro 18 Proyección de la demanda de licores en la provincia del Carchi*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
2016	106.919
2017	107.172
2018	107.426
2019	107.680
2020	107.935
2021	108.191

*Elaborado: Autor*

### 3.9.2. Demanda según la preferencia de licor

Para la determinación de la demanda se tomó en cuenta el consumo de licor que existe en la provincia del Carchi por el porcentaje de preferencia de licor industrializado, estos datos fueron recogidos según la encuesta.

#### Calculo:

$$x = \text{Demanda de la provincia del Carchi} * \% \text{ Preferencia de licor industrializado}$$

$$x = 106.667 * 58\%$$

*Cuadro 19 demanda según la preferencia de licor industrializado*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>
2016	62.013
2017	62.160
2018	62.307
2019	62.454
2020	62.602
2021	62.751

*Fuente: Encuesta**Elaborado por: Autor*

### 3.10. Oferta

Según la entrevista realiza la siguiente información indica el número de litros que se ofertan en el cantón por parte de las asociaciones que se dedican a la producción del licor Tardon.

#### 3.10.1. Oferta de licor Asociación Manos Productivas

Según la información recogida a través de la entrevista se recopiló la siguiente información expresada en litros vendidos en los años 2014 y 2015.

*Cuadro 20 Oferta Asociación Manos Productivas*

<b>Año</b>	<b>Oferta Mensual</b>	<b>Oferta Anual</b>
2014	850	10.200
2015	1.500	18.000

*Fuente: Asociación Manos Productivas*

*Elaborado por: Autor*

#### 3.10.2. Oferta de licor Asociación Tardoncito

Según la información recogida a través de la entrevista se recopiló la siguiente información expresada en litros vendidos en los años 2014 y 2015.

*Cuadro 21 Oferta Asociación el Tardoncito*

<b>Año</b>	<b>Oferta Mensual</b>	<b>Oferta Anual</b>
2014	200	2400
2015	200	2400

*Fuente: Asociación El Tardoncito*

*Elaborado por: Autor*

### 3.10.3. Proyección para oferta

Para la proyección de la oferta se recopiló datos de años pasados, con la tasa de crecimiento de la provincia del Carchi que es del 0,81% y con el factor de proporcionalidad que da 1,0081

#### 3.10.3.1. Asociación Manos Productivas

Según datos de la Asociación Manos Productivas actualmente tiene una producción anual de 18.000 litros de Tardon, por lo cual para cálculo de la oferta se proyecta esta cantidad por la de crecimiento poblacional de la provincia del Carchi que es del 0,81%.

*Cuadro 22 Asociación Manos Productivas*

<b>Año</b>	<b>Oferta Proyectada</b>
2015	18.000
2016	18.146
2017	18.293
2018	18.441
2019	18.590
2020	18.741
2021	18.893

*Elaborado por: Autor*

#### 3.10.3.2. Asociación El Tardoncito

Según datos de la Asociación El Tardoncito actualmente tiene una producción anual de 2.400 litros de Tardon, por lo cual para cálculo de la oferta se proyecta esta cantidad por la de crecimiento poblacional de la provincia del Carchi que es del 0,81%.



*Cuadro 23 Asociación El Tardoncito*

<b>Año</b>	<b>Oferta proyectada</b>
2015	2.400
2016	2.419
2017	2.439
2018	2.459
2019	2.479
2020	2.499
2021	2.519

*Elaborado por: Autor*

### 3.10.3.3. Oferta total proyectada

Para cálculo total de la oferta se ha sumado las cantidades estimadas de lo que produciría cada una de las asociaciones durante los próximos 5 años.

*Cuadro 24 Oferta total proyectada*

<b>Año</b>	<b>Asociación</b>		<b>Total Oferta</b>
	<b>Manos productivas</b>	<b>Tardoncito</b>	
2015	18.000	2.400	20.400
2016	18.146	2.419	20.565
2017	18.293	2.439	20.732
2018	18.441	2.459	20.900
2019	18.590	2.479	21.069
2020	18.741	2.499	21.240
2021	18.893	2.519	21.412

*Elaborado por: Autor*

### 3.11. Demanda potencial a satisfacer

Está basada en la diferencia que existe entre la demanda menos la oferta, para determinar si existe mercado para el nuevo producto.

*Cuadro 25 Demanda Insatisfecha*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
2015	61867	20.400	41.467
2016	62013	20.565	41.448
2017	62160	20.732	41.428
2018	62307	20.900	41.407
2019	62454	21.069	41.385
2020	62602	21.240	41.362
2021	62751	21.412	41.339

*Elaborado por: Autor*

### 3.11.1. Demanda a satisfacer por el proyecto

Por la alta demanda de consumo de licor que existe en la provincia del Carchi y el reconocimiento que tiene esta bebida en el cantón y la provincia, la empresa incrementara cada año un 25% en su producción dado que la capacidad de elaboración es alta y se podría cubrir el mercado.

*Cuadro 26 Pronóstico de Ventas*

<b>Año</b>	<b>Proyección de Ventas de Licor Mensual</b>	<b>Proyección de Ventas de Licor Anual</b>
2016	1700	20400
2017	2125	25500
2018	2656	31875
2019	3320	39844
2020	4150	49805
2021	5188	62256

*Elaborado por: Autor*

### 3.12. Precio

Una vez realizada la entrevista a las dos asociaciones que actualmente producen el licor “Tardon” de forma artesanal, se evidencio que las dos empresas comercializan su producto a un

costo de 5,00 dólares, donde se pudo apreciar que existen algunos factores para determinar el precio, esto se presentara en el capítulo IV del proyecto donde se detalla y establece el precio correcto para la venta del “Tardon”.

### 3.12.1. Proyección del precio

Para la proyección del precio se utilizó la tasa de inflación proyectada de años anteriores que es de 3,68% de los últimos 5 años

*Cuadro 27 Proyección del precio*

AÑO	PRECIO
2015	5,00
2016	5,18
2017	5,37
2018	5,57
2019	5,78
2020	5,99
2021	6,21
2022	6,44

*Elaborado por: Autor*

## 3.13. Comercialización

### 3.13.1. Estrategias de publicidad

La publicidad será muy importante para llegar al mercado, en el momento en que la población tenga conocimiento de un producto de calidad del cantón Mira.

Como estrategias para dar a conocer el producto se utilizará las redes sociales como medio de difusión. Se diseñará postales donde se dé a conocer sobre las distintas tradiciones y leyendas

que existen dentro del cantón como es de las voladoras, se puede crear auspicios en eventos sociales, y la creación de un sitio web donde el consumidor pueda adquirir directamente a la empresa.

### 3.13.2. Estrategias de producto

La presentación es en una botella de cristal de 750 ml. color café con una respectiva etiqueta que identifique el nombre del licor, sus componentes, registro sanitario, y grado de alcohol, la etiqueta del producto representará a una bruja vestida de blanco en la que demuestra una de las leyendas tradicionales del cantón Mira.

*Gráfico 11 Etiqueta del producto*



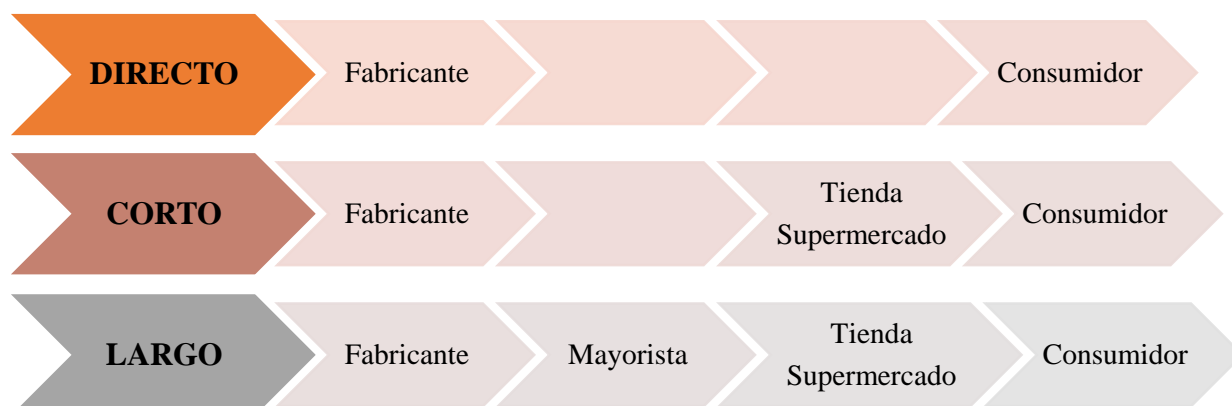
*Elaborado y diseñado por: Autor*

### 3.13.3. Estrategias de plaza

La empresa podrá abastecer a los mercados locales, provinciales e internacionales, consiguiendo así una fidelización y buen consumo del licor “Tardon”. Nuestros principales clientes son los minoristas como: tiendas y licorerías; el canal de distribución que se utilizará será de forma directa entre Productor – Intermediario – consumidor final.

### 3.13.4. Canales de distribución

*Cuadro 28 Canales de distribución*



*Fuente: Entrevista  
Elaborado por: Autor*

### 3.14. Conclusiones

- En el estudio de mercado realizado se determinó que en la ciudad de Mira existe productores de Tardon con una elaboración artesanal lo que vuelve a este proyecto factible por el nivel de preferencia que existe hacia los licores que tienen un proceso industrial.
- El Tardón por ser una bebida artesanal se determinó en el estudio de mercado que hay una demanda insatisfecha potencial debido a que este licor no es conocido a nivel nacional.

- Según el estudio se pudo determinar que los consumidores potenciales se encuentran en los rangos de edad de 18 – 29 años, también se determinó un alto nivel de consumo en las festividades que se realizan en el cantón en el mes de febrero y agosto donde las ventas sobre pasan las expectativas de los productores.
- Según la investigación realizada se pudo determinar que la producción de Tardon es limitada ya que toda la elaboración es artesanal por lo que hay un alto nivel de demanda que no se puede satisfacer ya que la fabricación entre las asociaciones llega hasta 1.700 litros cada mes.
- A través del estudio de mercado se logró determinar las estrategias necesarias para la distribución del Tardon, al igual que los sitios donde más concurre la ciudadanía para adquirir el licor.

## CAPITULO IV

### 4. Estudio Técnico

#### 4.1. Introducción

Para la creación de la empresa productora de Tardón industrializado es indispensable realizar un estudio técnico o de ingeniería del proyecto, que permitirá definir el tamaño del proyecto de manera descriptiva, a través de los factores que condicionan el tamaño de la empresa como son: la demanda insatisfecha determinada en el capítulo del estudio de mercado, los suministros e insumos, la tecnología y los equipos, el financiamiento, la organización y otros factores que conducirán a una mejor proyección para que el proyecto sea rentable.

#### 4.2. Objetivos

##### 4.2.1. Objetivo General

Elaborar un estudio técnico del proyecto con el fin de establecer los diferentes procesos de elaboración del licor, la capacidad de producción y la inversión necesaria, por medio de técnicas de investigación apropiadas.

##### 4.2.2. Objetivos Especificos

- Determinar la macrolocalización y microlocalización para el establecimiento de la empresa.
- Conocer y determinar el tamaño del proyecto a través de la ingeniería del proyecto.
- Establecer el diseño del proceso productivo para la elaboración del tardón.
- Determinar los costos, gastos e inversión, para la creación de la empresa.

### 4.3. Localización

#### 4.3.1. Macro localización

La provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; esta ubicada en la region uno, la provincia limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas. (Prefectura, 2015)

Gráfico 12 Mapa de la Provincia del Carchi



Fuente: (Prefectura, 2015)

#### 4.3.1.1. Población

La provincia del Carchi tiene una población de 164.524 habitantes que representa el 1.1 % de la población total del Ecuador (81.155 hombres y 83.369 mujeres) 82.495 sector urbano y 82.029 sector rural. (INEC, 2010)



#### **4.3.1.2. Aspectos Socio – Económicos**

Según informes de la prefectura del Carchi establece que esta provincia, como muchas otras regiones del Ecuador, se caracteriza por ser una provincia eminentemente agrícola, productora principalmente de papa y de leche (en la zona alto andina), así como de fréjol (en la zona cálida y cálida seca) y de ciertos frutales propios de las zonas cálida seca y subtropical del noroccidente y suroccidente de la Provincia.

La población económicamente activa (PEA) del Carchi trabaja para el desarrollo y progreso de la provincia y su composición por actividades está distribuida de la siguiente manera: Agricultura 47% Servicios 32% Industria 12% Desocupados 9.00%. (Prefectura, 2015)

#### **4.3.1.3. Minería e Industrias**

Hasta el año 1983 no se había registrado ningún establecimiento minero. En 1985 se localizaron depósitos mineros de metales, minerales no metálicos y canteras. En cuanto al desarrollo industrial de la provincia, éste es todavía incipiente. Existen unas doce empresas en las ramas de alimentos y bebidas, tabaco. Merece destacarse en la agroindustria la Lechera Carchi con una amplia red de distribución en el país. (Prefectura, 2015)

#### **4.3.1.4. El Comercio Fronterizo**

El comercio del Carchi se sustenta principalmente en el comercio fronterizo con el departamento de Nariño de Colombia. En el pasado, el contrabando de productos fue una institución tolerada por las autoridades. Actualmente los convenios de integración

entre los dos países y la baja de aranceles han legalizado lo que antes era un comercio ilegal. Gran diversidad de productos son objeto del comercio fronterizo.

Ecuador exporta especialmente productos agropecuarios y en menor escala algunos productos manufacturados.

Actualmente el comercio fronterizo disminuyó considerablemente por razones de la dolarización, por lo que se está gestionando la creación de una zona especial de libre comercio para la Provincia del Carchi. (Prefectura, 2015)

#### **4.3.1.5. Sistema Vial Provincial**

La Provincia del Carchi tiene como eje principal a la vía Panamericana, concesionada por 20 años a la Empresa constructora Panavial, inicia en el Norte en el Puente Internacional de Rumichaca y termina en el Sur en el Puente de río Chota.

Como eje secundario esta la vía asfaltada que parte de la ciudad de Bolívar, pasa por los sectores de García Moreno, El Ángel, San Isidro, Mira y termina en Mascarilla. (Prefectura, 2015)

#### **4.3.2. Micro localización**

La empresa productora de Tardón industrializado estará ubicada en la ciudad de Mira, localizada en el sector occidental de la provincia del Carchi que limita al norte con el cantón Tulcán, al oriente con los cantones Espejo y Bolívar, al occidente con las provincias de Imbabura y Esmeraldas y al sur con la provincia de Imbabura.

Se considera a la ciudad de Mira como un punto estratégico para la creación de la empresa por el progreso notable en los aspectos urbanístico, poblacional, agrícola y comercial. Mira es una ciudad situada en un lugar estratégico, porque a través de sus vías conecta con otros

cantones del Carchi, con la provincia de Imbabura y salida al mar hacia la provincia de Esmeraldas.

El Tardon al ser icono de cultura y tradición del pueblo mireño la municipalidad ha declarado patrimonio intangible del cantón por ello es necesaria la creación de la empresa dentro de la localidad de Mira.

*Gráfico 13 Mapa del Cantón Mira*



*Fuente: (Mira Balcon de los Andes, 2013)*

#### **4.4. Tamaño del proyecto**

Dentro de la elaboración de este estudio se ha determinado los siguientes factores que permitirán el desarrollo del proyecto.

##### **4.4.1. Disponibilidad de Materia Prima**

La empresa para la adquisición de la materia prima como es la naranja, el licor y el azúcar no tendrá dificultad alguna, se ha considerado firmar convenios y contratos establecidos con los

proveedores para que la organización no tenga desabastecimiento de ninguno de los insumos que se necesita para la preparación de este licor.

#### **4.4.2. Disponibilidad de Mano de Obra**

La mano de obra es importante para la producción del licor “Tardon”, la cual no necesita ser calificada, la disponibilidad que existe en el cantón Mira es alta, de modo que en la ciudad de Mira si existe esta mano de obra para la elaboración del producto.

Tomando en cuenta que en la ciudad existe un alto porcentaje de migración, ésta es una alternativa para disminuir el porcentaje de personas que viajan a otras ciudades o países en busca de trabajo.

#### **4.4.3. Disponibilidad de Vías de Acceso**

La Ciudad de Mira en su mayor parte cuenta con calles adoquinadas al igual que se encuentra en la panamericana por ende es importante para la organización. La empresa está ubicada en un sector donde las vías son de primer orden lo que facilitara a que los proveedores y clientes lleguen con facilidad hasta las instalaciones.

#### **4.4.4. Disponibilidad de Financiamiento**

Es indispensable realizar un análisis financiero mediante los aspectos referentes a las inversiones necesarias, las posibilidades de ingresos, las estimaciones de gastos y las fuentes de financiamiento. Este aspecto se lo detallará con más profundidad en el siguiente capítulo en la página 90-91.

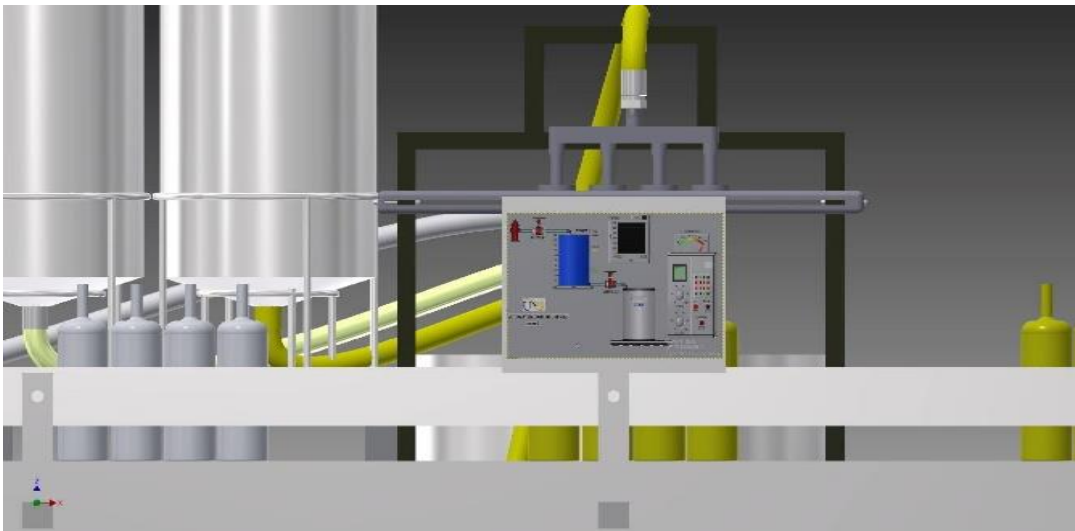
#### 4.4.5. Disponibilidad de Tecnología

La tecnología a utilizar desarrollará un desempeño eficiente de las actividades de la empresa, son los equipos de oficina y computo, con programas actualizados y acorde a las necesidades de le empresa.

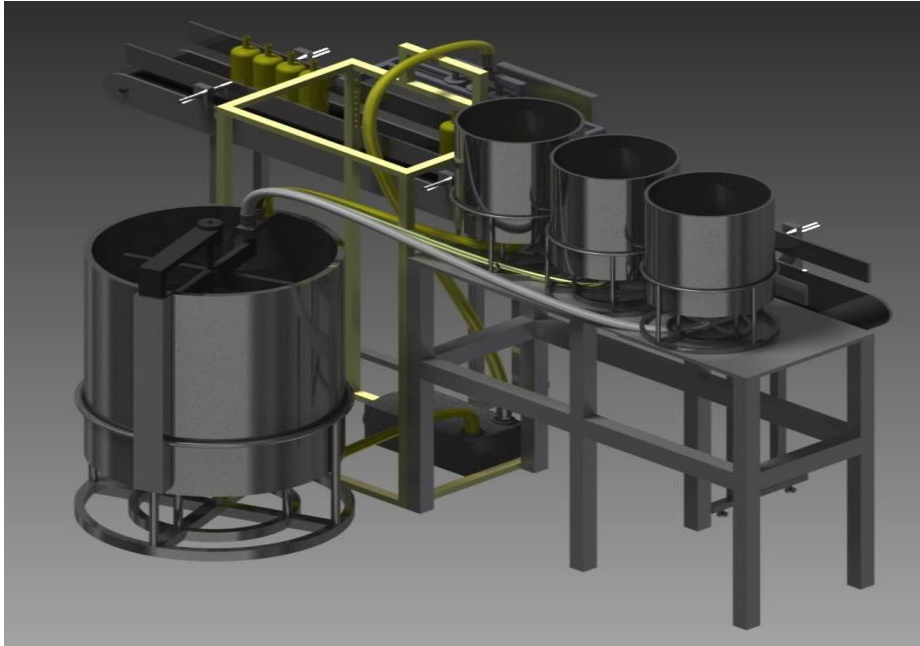
Las maquinas a utilizar en el proceso de producción son elaboradas en el país y son de bajo costo y buena calidad, ya que el proceso no es complejo de realizar, al ser elaboradas en el país se disminuye el pago por importación y demás impuestos arancelarios.

Entre las maquinas que se requiere para la elaboración del Tardon se encuentra la mezcladora y dosificadora que serán elaboradas por estudiantes de la Carrera de Mecatrónica de la Universidad Técnica del Norte.

*Gráfico 14 Disponibilidad de Tecnología*



*Fuente: Prototipo de Máquina Fabricada por estudiantes de la "UTN"*



*Fuente: Prototipo de Máquina Fabricada por estudiantes de la “UTN”*

#### **4.5. Ingeniería del Proyecto.**

##### **4.5.1. Diseño del proceso productivo**

El proceso productivo para la elaboración del Tardón cuenta con varias etapas, considerando actividades a ser realizadas en cada una estas tales como:

- Verificación de la fruta
- Lavado de la fruta
- Extracción del jugo de naranja
- Mezcla del jugo de naranja con licor y azúcar
- Dosificación
- Sellado de botella
- Empaque de botellas en cajas

Para ellos se necesita una buena organización y control de calidad, para facilitar un seguimiento continuo al proceso de transformación de materia prima a producto terminado.

#### **4.5.2. Permisos Sanitarios**



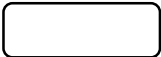


Según el (ARCSA, 2016) establece las Practicas Correctas de Higiene (PCH) como normas que regirán a los establecimientos procesadores de alimentos categorizados como artesanales y Organizaciones del sistema de Economía Popular y Solidaria, estableciendo los siguientes beneficios y controles:

- Todas las organizaciones del Sistema de Economía Popular y Solidara pueden obtener su permiso de funcionamiento, el cual su costo de funcionamiento es cero.
- El registro sanitario tendrá un costo de 103,54.
- Posteriormente se puede realizar verificación de los establecimientos procesadores de alimentos o realizar muestreos a los productos elaborados por estos establecimientos.
- Se elaborará una guía de inspección basada en los puntos establecidos en la normativa técnica sanitaria, la cual contempla los puntos críticos y no críticos a verificar.

#### **4.5.3. Flujograma**

Se utiliza una simbología aceptada para representar operaciones efectuadas tenemos:

*Cuadro 29 simbología de flujogramas*

	Indica Inicio y finalización
	Indica interrogante para decidir
	Indica un proceso alternativo
	Indica Preparación
	Indica acción de algún proceso

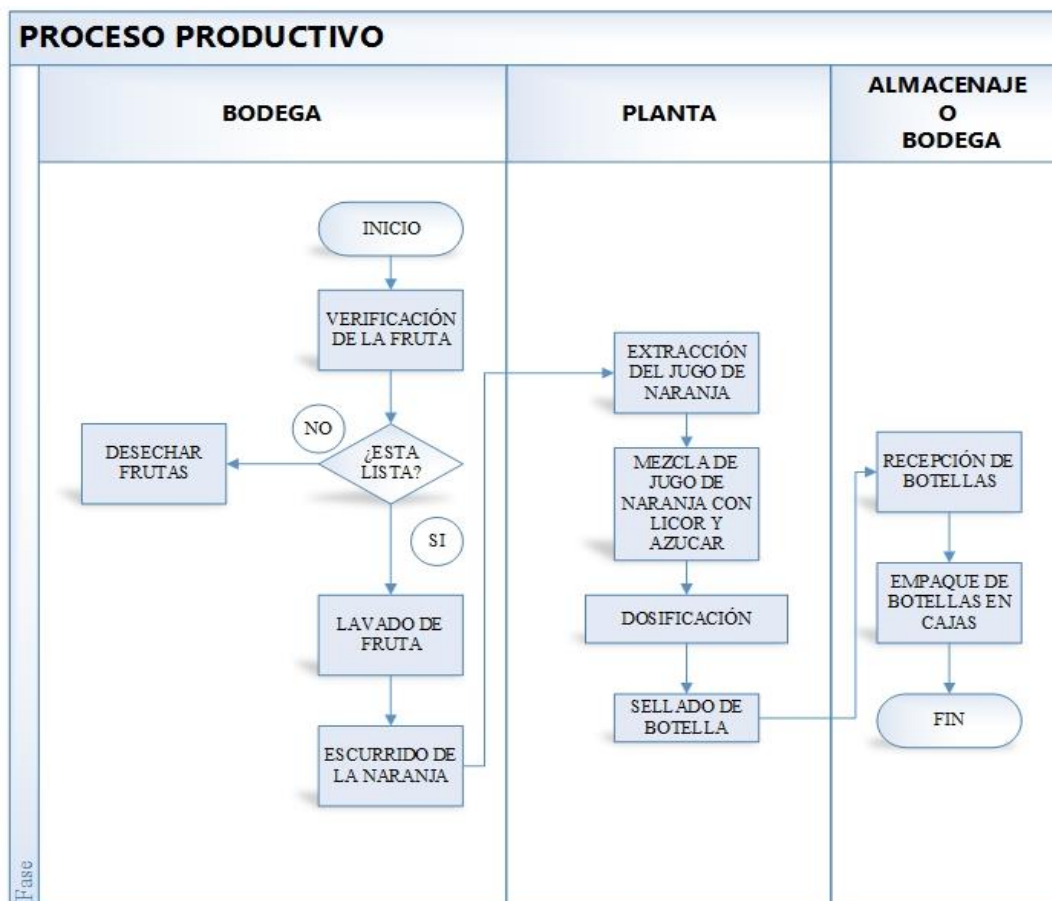
*Fuente: (Edwin, 2011)*



#### 4.5.4. Flujograma de proceso

##### 4.5.4.1. Proceso Productivo

Gráfico 15 Proceso Productivo



*Elaborado por: El Autor*

El proceso productivo, inicia con la verificación de la fruta que se encuentre en buen estado en caso de no estarlo se desecha la fruta, luego se procede al lavado, desinfección y escurrido de la naranja, la misma que pasa a la planta para que la fruta sea exprimida para extraer su jugo, una vez obtenido el jugo se mezcla con el alcohol potabilizado y el azúcar, cuando la mezcla está en su punto pasa a ser dosificado o embotellado el nuevo licor, al que se lo sella y pasa a recepción y empaque de botellas listos para su distribución

#### 4.5.5. Requerimiento de Maquinaria

##### 4.5.5.1. Lavadora de naranjas

Limpian con agua toda clase de productos tanto frutas como vegetales, esta lavadora elimina tierra, fertilizantes, insectos, pesticidas y otros elementos no deseados. Este tipo de lavadora elimina el aceite esencial de cítricos como naranja, limón y toronja, antes de la extracción de su jugo. (Jersa, 2015)

*Gráfico 16 Lavadora de Naranjas*



*Fuentes: (Jersa, 2015)*

##### 4.5.5.2. Exprimidor industrial

Es un instrumento diseñado para poder extraer el jugo de los cítricos en nuestro caso para a naranja que es parte de los materiales directos para la elaboración del licor “Tardón”, este tipo de exprimidora permite separar y triturar la pulpa de la fruta.

*Gráfico 17 Exprimidor industrial*



*Fuente: (MASMAQUINAS, 2015)*

#### 4.5.5.3. Mezcladora

Esta máquina será diseñada y creada por los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte, la que tendrá con especificación propias para la fabricación del Tardon, La mezcladora tendrá la capacidad de  $8000\text{cm}^3$  (80litros) misma que abastece una producción de 106 botellas cada  $\frac{1}{2}$  hora; al igual que poseerá un flujometro que se encarga de regular el PH y a la vez regula el edulcorante.

La mezcladora será donde los ingredientes necesarios para la elaboración del Tardón como es el jugo de naranja, el licor, y el azúcar se añadirán en las cantidades conformes para que se realice un correcto mezclado antes de ser envasado el nuevo producto.

*Gráfico 18 Mezcladora*



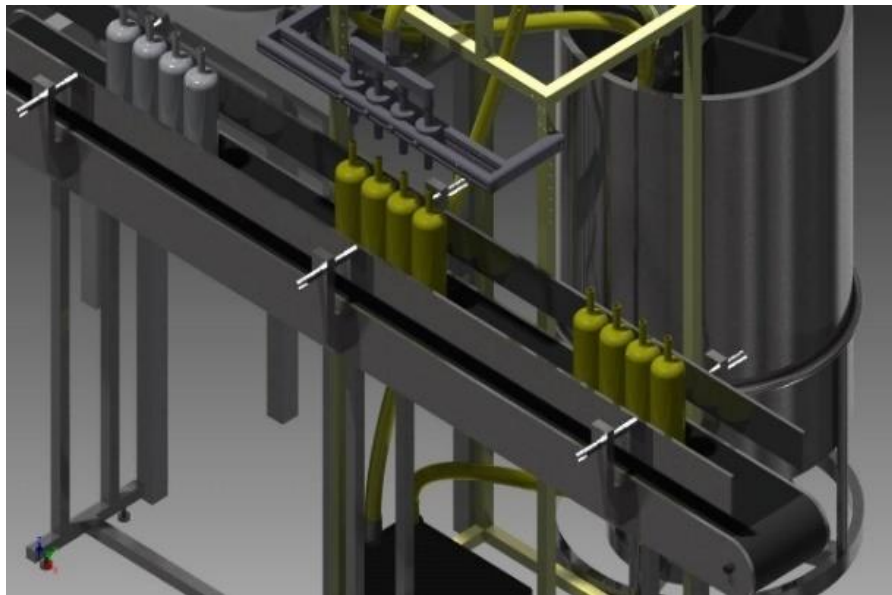
*Fuente: Prototipo de Máquina Fabricada por estudiantes de la UTN*

#### 4.5.5.4. Dosificadora

Es un instrumento o medidor con el cual se administran dosis específicas de algún producto, esta dosificadora será de cuatro boquillas lo que permitirá que se elabore más pronto el producto y en menor tiempo.

La Dosificadora al igual que la mezcladora está diseñada y creada por los estudiantes de la Universidad Técnica del Norte, la que tendrá una pantalla táctil HMI (Interfase Hombre Máquina) la que regula y controla el nivel y el graduaje de alcohol al igual que la cantidad de botellas a producir, esta máquina tiene la capacidad de dosificar hasta 4 botellas cada 20 segundos.

*Gráfico 19 Dosificadora*



*Fuente: Prototipo de Máquina Fabricada por estudiantes de la UTN*

#### 4.5.5.5. Selladora

Esta máquina permitirá que se realice con mayor velocidad el tapado de las botellas, lo que agilizará que no se quede estancado el proceso final de la producción del Tardón.

*Gráfico 20 Selladora*



*Fuente: (Jersa, 2015)*

### 4.6. Inversión

#### 4.6.1. Activos fijos

##### 4.6.1.1. Maquinaria y Equipo

A continuación, se presenta los activos a adquirir para la implementación del proyecto.

*Cuadro 30 Maquinaria y Equipo*

Descripción	Unidad Medida	Cant.	V. Unit.	V. Total
Lavadora de naranjas	Unid	1	10.000	10.000
Exprimidor industrial	Unid	1	8.000	8.000
Mezcladora y Dosificadora	Unid	1	17.000	17.000
Selladora	Unid	1	3.000	3.000
<b>Total</b>				<b>38.000</b>

*Elaborado: Autor*

#### 4.6.1.2. Equipo de Cómputo

Los equipos de cómputo son indispensables para el uso del área administrativa de la empresa, que ayudarán para el desarrollo de una buena gestión de todas las actividades.

*Cuadro 31 Equipo de cómputo*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cant</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
	<b>Medida</b>	<b>.</b>		
Computador	unid.	2	500	1.000
Impresora	unid.	1	120	120
<b>Total</b>				<b>1.120</b>

*Elaborado: Autor*

#### 4.6.1.3. Muebles de Oficina

Los muebles de oficina son de mucha importancia para dar un mejor ambiente y presentación de la empresa por ello se adquirirá los siguientes:

*Cuadro 32 Muebles de Oficina*

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cant.</b>	<b>V. Unit.</b>	<b>V. Total</b>
	<b>Medida</b>			
Escritorio metálico	Unid	2	150	300
Sillas	Unid	6	25	150
Archivador	Unid	2	140	280
<b>Total</b>				<b>730</b>

*Elaborado: Autor*

#### 4.6.2. Activos Diferidos

Es una inversión intangible que se necesita realizar para la constitución de la empresa, ya sea por trámites judiciales para la legalización de la misma y todos los gastos de gestión realizados en la investigación.

##### 4.6.2.1. Gastos Diferidos

*Cuadro 34 Gastos Diferidos*

Descripción	V. Unit.	V. Total
Gastos de investigación	1.500	1.500
Gastos de constitución	600	600
<b>Total</b>		<b>2.100</b>

*Elaborado: Autor*

#### 4.6.3. Capital de Trabajo

Son valores necesarios para la puesta en marcha del proyecto hasta alcanzar los primeros ingresos por venta del producto, cuyo valor es de 49.290,00 USD. y corresponde a costos y gastos para 6 meses de operación del proyecto.

*Cuadro 33 Capital de Trabajo*

Descripción	Parcial	V. Total
Costos de Venta		28.208
Materia Prima	11.805	
Mano de Obra	14.915	
Servicios Básicos (anual)	1.488	
Gastos Administrativos		18.082
Gastos de Ventas		3.000
<b>TOTAL</b>		<b>49.290</b>

*Elaborado: Autor*

#### 4.6.4. Financiamiento

Para el financiamiento de la unidad productiva en estudio involucran fondos propios como financiados tal como se detalla en el cuadro siguiente.

*Cuadro 34 Financiamiento*

<b>Estructura</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Fondos propios	37.336	40
Fondos financiados	56.004	60
<b>Total</b>	<b>93.340</b>	<b>100</b>

*Elaborado: Autor*

#### 4.6.5. Talento Humano

Los requerimientos de talento humano para este emprendimiento productivo es el siguiente.

*Cuadro 35 Talento Humano*

<b>Requerimiento</b>	<b>Cant.</b>	<b>Mes</b>	<b>SBU</b>	<b>Salario Anual</b>
Gerente	1	12	700	8.400
Secretaria/Contador/a	1	12	500	6.000
Operadores	2	12	366	8.784
Jefe de Marketing	1	12	200	2.400
Distribuidor	1	12	100	1200
<b>Total</b>			<b>1.866</b>	<b>26.784</b>

*Elaborado: Autor*

El Jefe de Marketing y el distribuidor serán contratados por servicios profesionales ya que su labor será por horas y no de tiempo completo en la organización, para lo que se requerirá que cuenten con RUC para hacer el pago a través de facturación.



#### 4.6.6. Materia prima

##### 4.6.6.1. Determinación de la Materia Prima Directa

Para las cantidades de producción planificadas será necesario adquirir la siguiente materia prima directa.

*Cuadro 36 Materia Prima Directa*

Rubros	Unid. Med.	Mensual			Total
		Cant.	P. Unit	V. Total	Anual
Naranja	Ciento	16	20,00	325,00	3.900,00
Licor potabilizado neutro 95%	Litro	175	3,63	634,38	7.612,50
Azúcar	Arroba	2	16,25	24,38	292,50
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>				<b>983,75</b>	<b>11.805,00</b>

*Elaborado: Autor*

La naranja, el licor potabilizado de 95% y el azúcar son los materiales directos para la elaboración del Tardon.

#### 4.6.6.1. Determinación de la Materia Prima Indirecta

*Cuadro 37 Materia Prima indirecta*

<b>Rubros</b>	<b>Mensual</b>				<b>Total</b>
					<b>Anual</b>
<u><b>Materiales:</b></u>	<b>Unid.Med.</b>	<b>Cant.</b>	<b>P. Unit</b>	<b>V. Total</b>	
Botellas 750ml	u.	1.700	0,75	1.275,00	15300,00
Cajas de Cartón	u.	1.700	0,53	892,50	10710,00
Etiquetas	u.	3.500	0,05	175,00	2100,00
Indumentaria y útiles de aseo	u.	2	25,00	50,00	200,00
Baldes de 20 litros	u.	2	37,50	75,00	300,00
<b>TOTAL MPI</b>					<b>28.610</b>

*Elaborado: Autor*

#### 4.7. Conclusiones:

De acuerdo a la localización y los implementos requeridos para la industrialización y tanto los costos como gastos que se originan durante el proceso de elaboración de licor no se requieren inversiones excesivas sino también darle un valor agregado al producto.

## CAPITULO V

### 5. Evaluación Financiera

#### 5.1. Determinación de Ingresos

Para determinar los ingresos es conveniente determinar la proyección de las ventas que será de un 25% más de la producción actual que es de 1500 litros mensuales, el precio de venta se determinará en base a la competencia y la rentabilidad de la empresa.

##### 5.1.1. Proyección de Ingresos

*Cuadro 38 Proyección de Ingresos*

<b>Rubros</b>	<b>Año Base 2016</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b><u>BOTELLAS</u></b>						
Cantidad	1700	2125	2656	3320	4150	5188
Precio	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>TOTAL</b>	<b>102.000</b>	<b>127.500</b>	<b>159.375</b>	<b>199.219</b>	<b>249.023</b>	<b>311.279</b>

*Elaborado por: Autor*

## 5.2. Determinación de Egresos

### 5.2.1. Costos de Producción

#### 5.2.1.1. Materia Prima

La elaboración del licor Tardon se la realiza con tres materiales directos los cuales se detallan a continuación:

*Cuadro 39 Materia Prima Directa*

Rubros	Unid. Med.	Mensual			Total Anual
		Cant.	P. Unit	V. Total	
<u>Materiales:</u>					
Naranja	Ciento	16	20,00	325,00	3.900,00
Licor potabilizado neutro 95%	Litro	175	3,63	634,38	7.612,50
Azúcar	Arroba	2	16,25	24,38	292,50
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>				<b>983,75</b>	<b>11.805,00</b>

*Elaborado por: Autor*

*Cuadro 40 Proyección de Materia Prima Directa*

Rubros	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Materiales:</u>					
Naranja	4.875,00	6.093,75	7.617,19	9.521,48	11.901,86
Licor potabilizado neutro 95%	9.515,63	11.894,53	14.868,16	18.585,21	23.231,51
Azúcar	365,63	457,03	571,29	714,11	892,64
<b>TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>14.756,25</b>	<b>18.445,31</b>	<b>23.056,64</b>	<b>28.820,80</b>	<b>36.026,00</b>

*Elaborado por: Autor*

Cuadro 41 Materia Prima Indirecta

Rubros	Mensual			
	Unid.Med.	Cant.	P. Unit	V. Total
<b><u>Materiales:</u></b>				
Botellas 750ml	u.	1.700	0,75	1.275,00
Cajas de Cartón	u.	1.700	0,53	892,50
Etiquetas	u.	3.500	0,05	175,00
Indumentaria y útiles de aseo	u	2	25,00	50,00
Baldes de 20 litros	u.	2	37,50	75,00
<b>TOTAL MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>				<b>2.467,50</b>

*Elaborado por: Autor*

Cuadro 42 Proyección de Materia Prima Indirecta

Años	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Rubros</b>						
<b><u>Materiales:</u></b>						
Botellas 750ml	15300,00	19.125,00	23.906,25	29.882,81	37.353,52	46.691,89
Cajas de Cartón	10710,00	13.387,50	16.734,38	20.917,97	26.147,46	32.684,33
Etiquetas	2100,00	2.625,00	3.281,25	4.101,56	5.126,95	6.408,69
Indumentaria y útiles de aseo	200,00	206,84	213,91	221,23	228,80	236,62
Baldes de 20 litros	300,00	310,26	320,87	331,84	343,19	354,93
<b>TOTAL MPI</b>	<b>28.610</b>	<b>35.655</b>	<b>44.457</b>	<b>55.455</b>	<b>69.200</b>	<b>86.376</b>

*Elaborado por: Autor*

### 5.2.1.2. Mano de Obra

*Cuadro 43 Mano de obra Directa*

Cargo	Año Base	Meses
	2016	
Operadores	2	12

*Elaborado: Autor*

Para el cálculo del Salario Básico Unificado se tomó como referencia años anteriores para determinar la tasa de crecimiento y proyectar con la misma en los siguientes años.

*Cuadro 44 Proyección del SBU*

Años	SBU	$i = \frac{Q_n}{Q_0} - 1$
2005	150	0
2006	160	6,67
2007	170	6,25
2008	185	8,82
2009	218	17,84
2010	240	10,09
2011	264	10,00
2012	292	10,61
2013	318	8,90
2014	340	6,92
2015	354	4,12
2016	366	3,39
<b>TOTAL</b>		<b>93,61</b>

*Elaborado por: autor*

En la tabla anterior se realizó un cálculo de una tasa promedio que año a año se ha venido incrementando el Salario Básico Unificado.

**Fórmula:**

La tasa promedio es:

$$\frac{\sum i}{n} = \frac{0.9361}{11} = 0.0851 \quad \text{o} \quad 8,51\%$$

Por lo tanto, el incremento anual consecutivo es del 8,51%.

*Cuadro 45 Salario Mensual*

Rubro	Años					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	732,00	794,29	861,89	935,23	1014,82	1101,18
Aporte Patronal	88,94	96,51	104,72	113,63	123,30	133,79
Fondo de Reserva		66,16	71,80	77,91	84,53	91,73
Décimo Tercero	61,00	66,19	71,82	77,94	84,57	91,77
Décimo Cuarto	61,00	66,19	71,82	77,94	84,57	91,77
<b>TOTAL</b>	<b>942,94</b>	<b>1089,35</b>	<b>1182,05</b>	<b>1282,64</b>	<b>1391,80</b>	<b>1510,24</b>

*Elaborado: Autor*

*Cuadro 46 Salario Anual*

Rubro	Años					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	8.784,00	9.531,52	10.342,65	11.222,81	12.177,87	13.214,21
Aporte Patronal	1.067,26	1.158,08	1.256,63	1.363,57	1.479,61	1.605,53
Fondo de Reserva		793,98	861,54	934,86	1.014,42	1.100,74
Décimo Tercero	732,00	794,29	861,89	935,23	1.014,82	1.101,18
Décimo Cuarto	732,00	794,29	861,89	935,23	1.014,82	1.101,18
<b>TOTAL</b>	<b>11.315,26</b>	<b>13.072,16</b>	<b>14.184,60</b>	<b>15.391,71</b>	<b>16.701,54</b>	<b>18.122,85</b>

*Elaborado: Autor*

Cuadro 47 Mano de Obra Indirecta

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>Jefe de Marketing y Ventas</u></b>	1	1	1	1	1	1
Honorario por ventas	200	200	200	200	200	200
Meses por año	12	12	12	12	12	12
Subtotal	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400	2.400
<b><u>Distribuidor</u></b>	1	1	1	1	1	1
Honorario por entrega	100	100	100	100	100	100
Meses por año	12	12	12	12	12	12
Subtotal	1200	1200	1200	1200	1200	1200
<b>TOTAL...</b>	<b>3.600</b>	<b>3.600</b>	<b>3.600</b>	<b>3.600</b>	<b>3.600</b>	<b>3.600</b>

*Elaborado: Autor*

El jefe de marketing y distribuidor serán contratados por servicios profesionales ya que su labor será por horas y no de tiempo completo en la organización, para lo que se requerirá que cuenten con RUC para hacer el pago a través de facturación.

### 5.2.1.3. Costos Indirectos de Fabricación

Cuadro 48 Costos Indirectos de Fabricación

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>Luz</u></b>						
Consumo (por mes)	50	51,71	53,48	55,31	57,20	59,16
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>600</b>	<b>618</b>	<b>637</b>	<b>656</b>	<b>675</b>	<b>696</b>
<b><u>Agua</u></b>						
Consumo (por mes)	30	31,03	32,09	33,18	34,32	35,49
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>360</b>	<b>371</b>	<b>382</b>	<b>393</b>	<b>405</b>	<b>417</b>
<b><u>Teléfono</u></b>						
Consumo (por mes)	20	20,68	21,39	22,12	22,88	23,66
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>240</b>	<b>248,21</b>	<b>256,70</b>	<b>265,48</b>	<b>274,56</b>	<b>283,94</b>
<b><u>Internet</u></b>						
Consumo (por mes)	24	24,82	25,67	26,55	27,46	28,39
Meses año	12	12	12	12	12	12
<b>Consumo (por año)</b>	<b>288</b>	<b>297,85</b>	<b>308,04</b>	<b>318,57</b>	<b>329,47</b>	<b>340,73</b>
<b>TOTAL...</b>	<b>1.488</b>	<b>1.535</b>	<b>1.583</b>	<b>1.633</b>	<b>1.685</b>	<b>1.738</b>

*Elaborado: Autor*



### 5.2.1.4. Total Costos de Producción

El total de costos de producción de cada uno de los años considerados son:

*Cuadro 49 Costos de Producción*

Descripción	Año					
	Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima Directa	11.805	14.756	18.445	23.057	28.821	36.026
Mano de Obra Directa	11.315	13.072	14.185	15.392	16.702	18.123
Costos Indirectos de Fabricación	33.698	40.789	49.640	60.688	74.484	91.714
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>56.818</b>	<b>68.618</b>	<b>82.270</b>	<b>99.137</b>	<b>120.007</b>	<b>145.863</b>

*Elaborado: Autor*

### 5.3. Gastos Administrativos

Se consideran los pagos del siguiente personal: Gerente, y Secretaria/Contadora, para la proyección se calculó con una tasa de crecimiento del 8,51%.

#### Gerente

*Cuadro 50 Gerente*

Cargo	Cantidad	Meses	SBU mes	Salario Anual
Gerente	1	12	700	8.400

*Elaborado: Autor*

Cuadro 51 Salario Mensual Gerente

Rubro	Años					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	700,00	759,57	824,21	894,35	970,46	1053,04
Aporte Patronal	85,05	92,29	100,14	108,66	117,91	127,94
Fondo de Reserva		63,27	68,66	74,50	80,84	87,72
Décimo Tercero	58,33	63,30	68,68	74,53	80,87	87,75
Décimo Cuarto	30,50	33,10	35,91	38,97	42,28	45,88
<b>TOTAL</b>	<b>873,88</b>	<b>1011,52</b>	<b>1097,60</b>	<b>1191,01</b>	<b>1292,36</b>	<b>1402,34</b>

*Elaborado: Autor*

Cuadro 52 Salario Anual Gerente

Rubro	Años					
	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SBU	8.400,00	9.114,84	9.890,51	10.732,20	11.645,51	12.636,54
Aporte Patronal	1.020,60	1.107,45	1.201,70	1.303,96	1.414,93	1.535,34
Fondo de Reserva		759,27	823,88	893,99	970,07	1.052,62
Décimo Tercero	700,00	759,57	824,21	894,35	970,46	1.053,04
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
<b>TOTAL</b>	<b>10.486,60</b>	<b>12.138,28</b>	<b>13.171,24</b>	<b>14.292,12</b>	<b>15.508,37</b>	<b>16.828,14</b>

*Elaborado: Autor***Secretaria/Contadora**

Cuadro 53 Secretaria/contadora

Cargo	Cantidad	Meses	SBU	Salario
			mes	Anual
Secretaria/Contadora	1	12	500	6.000

*Elaborado: Autor*

Cuadro 54 Salario Mensual Secretaria Contadora

Rubro	Años					
	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2016					
SBU	500,00	542,55	588,72	638,82	693,18	752,17
Aporte Patronal	60,75	65,92	71,53	77,62	84,22	91,39
Fondo de Reserva		45,19	49,04	53,21	57,74	62,66
Décimo Tercero	41,67	45,21	49,06	53,24	57,77	62,68
Décimo Cuarto	30,50	33,10	35,91	38,97	42,28	45,88
<b>TOTAL</b>	<b>632,92</b>	<b>731,97</b>	<b>794,26</b>	<b>861,85</b>	<b>935,20</b>	<b>1014,78</b>

*Elaborado: Autor*

Cuadro 55 Salario Anual Secretaria Contadora

Rubro	Años					
	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	2016					
SBU	6.000,00	6.510,60	7.064,65	7.665,85	8.318,22	9.026,10
Aporte Patronal	729,00	791,04	858,36	931,40	1.010,66	1.096,67
Fondo de Reserva		542,33	588,49	638,57	692,91	751,87
Décimo Tercero	500,00	542,55	588,72	638,82	693,18	752,17
Décimo Cuarto	366,00	397,15	430,94	467,62	507,41	550,59
<b>TOTAL</b>	<b>7.595,00</b>	<b>8.783,67</b>	<b>9.531,16</b>	<b>10.342,26</b>	<b>11.222,39</b>	<b>12.177,41</b>

*Elaborado: Autor*

#### 5.4. Gastos de Ventas

*Cuadro 56 Gastos de Venta*

Descripción	Año					
	Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b><u>Comisión en ventas:</u></b>						
Publicidad en portal web ingles	25	26	27	28	29	30
Publicidad en portal web español	25	26	27	28	29	30
Meses año	12	12	12	12	12	12
Arriendo	2400	2482,08	2566,97	2654,76	2745,55	2839,45
<b>TOTAL</b>	<b>3000,00</b>	<b>3102,60</b>	<b>3208,71</b>	<b>3318,45</b>	<b>3431,94</b>	<b>3549,31</b>

*Elaborado: Autor*

La publicidad se realizará por medio de un portal web, el cual describirá la historia, los productos y toda aquella información referente al licor “Tardon”, para de esta manera poder hacer conocer a la mayor parte de países sobre este licor que es icono de cultura dentro del cantón Mira.

#### 5.5. Gastos Financieros

Para el emprendimiento de esta unidad productiva se requiere un financiamiento de 56.004,00 USD que representa el 60% de la inversión total. Para la amortización del crédito se utiliza una tasa activa del 14% que es la referencial del Banco Central para estas operaciones crediticias, a un plazo de 5 años con pagos mensuales.

La distribución de la deuda es de acuerdo a la siguiente tabla de amortización.

## Cálculo de Amortización

Para establecer la cuota fija se aplica la siguiente fórmula financiera.

$$\text{VALOR PRESENTE} = \frac{\text{VF} \cdot i \cdot (1+i)^n}{\{(1+i)^n - 1\}}$$

$$\text{VP} = \frac{56.004 \cdot 0,17 \cdot (1+0,17)^{60}}{\{(1+0,17)^{60} - 1\}} = \frac{1316,77}{1,0096} = \mathbf{1304,27}$$

*Cuadro 57 Amortización del Crédito*

### Amortización del Crédito

Capital:	56.004					
Interés:	14%	1,17				mensual
Tiempo:	5 años	60				meses
Nº	valor presente	Interés	Saldo soluto	Saldo Insoluto	Interés	Capital
1	1304,27	655,25	649,03	55.355		
2	1304,27	647,65	656,62	54.698		
3	1304,27	639,97	664,31	54.034		
4	1304,27	632,20	672,08	53.362		
5	1304,27	624,33	679,94	52.682		
6	1304,27	616,38	687,90	51.994		
7	1304,27	608,33	695,94	51.298		
8	1304,27	600,19	704,09	50.594		
9	1304,27	591,95	712,32	49.882		
10	1304,27	583,62	720,66	49.161		
11	1304,27	575,18	729,09	48.432		
12	1304,27	566,65	737,62	47.694	7.342	8.310
13	1304,27	558,02	746,25	46.948		
14	1304,27	549,29	754,98	46.193		

<b>15</b>	1304,27	540,46	763,82	45.429		
<b>16</b>	1304,27	531,52	772,75	44.657		
<b>17</b>	1304,27	522,48	781,79	43.875		
<b>18</b>	1304,27	513,33	790,94	43.084		
<b>19</b>	1304,27	504,08	800,19	42.284		
<b>20</b>	1304,27	494,72	809,56	41.474		
<b>21</b>	1304,27	485,25	819,03	40.655		
<b>22</b>	1304,27	475,66	828,61	39.826		
<b>23</b>	1304,27	465,97	838,31	38.988		
<b>24</b>	1304,27	456,16	848,11	38.140	6.097	9.554
<b>25</b>	1304,27	446,24	858,04	37.282		
<b>26</b>	1304,27	436,20	868,08	36.414		
<b>27</b>	1304,27	426,04	878,23	35.536		
<b>28</b>	1304,27	415,77	888,51	34.647		
<b>29</b>	1304,27	405,37	898,90	33.748		
<b>30</b>	1304,27	394,85	909,42	32.839		
<b>31</b>	1304,27	384,21	920,06	31.919		
<b>32</b>	1304,27	373,45	930,83	30.988		
<b>33</b>	1304,27	362,56	941,72	30.046		
<b>34</b>	1304,27	351,54	952,73	29.093		
<b>35</b>	1304,27	340,39	963,88	28.130		
<b>36</b>	1304,27	329,12	975,16	27.154	4.666	10.986
<b>37</b>	1304,27	317,71	986,57	26.168		
<b>38</b>	1304,27	306,16	998,11	25.170		
<b>39</b>	1304,27	294,49	1009,79	24.160		
<b>40</b>	1304,27	282,67	1021,60	23.138		
<b>41</b>	1304,27	270,72	1033,56	22.105		
<b>42</b>	1304,27	258,63	1045,65	21.059		
<b>43</b>	1304,27	246,39	1057,88	20.001		
<b>44</b>	1304,27	234,01	1070,26	18.931		
<b>45</b>	1304,27	221,49	1082,78	17.848		
<b>46</b>	1304,27	208,82	1095,45	16.753		
<b>47</b>	1304,27	196,01	1108,27	15.644		
<b>48</b>	1304,27	183,04	1121,23	14.523	3.020	12.631

<b>49</b>	1304,27	169,92	1134,35	13.389		
<b>50</b>	1304,27	156,65	1147,62	12.241		
<b>51</b>	1304,27	143,22	1161,05	11.080		
<b>52</b>	1304,27	129,64	1174,64	9.906		
<b>53</b>	1304,27	115,90	1188,38	8.717		
<b>54</b>	1304,27	101,99	1202,28	7.515		
<b>55</b>	1304,27	87,92	1216,35	6.299		
<b>56</b>	1304,27	73,69	1230,58	5.068		
<b>57</b>	1304,27	59,30	1244,98	3.823		
<b>58</b>	1304,27	44,73	1259,55	2.563		
<b>59</b>	1304,27	29,99	1274,28	1.289		
<b>60</b>	1304,27	15,08	1289,19	0	1.128	14.523
<b>TOTAL</b>		<b>22.253</b>	<b>56.004</b>			

*Elaborado: Autor*

*Cuadro 58 Gastos Financieros*

<b>DESCRIPCION</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Intereses</b>	7.342	6.097	4.666	3.020	1.128
<b>Total Financieros</b>	<b>7.342</b>	<b>6.097</b>	<b>4.666</b>	<b>3.020</b>	<b>1.128</b>

*Elaborado: Autor*

Los gastos financieros son los intereses que serán pagados en forma mensual según refleja la tabla de amortización anterior.

## **5.6. Depreciaciones**

Para el cálculo de las depreciaciones de los activos fijos se tomó como referencia lo establecido en el Reglamento del SRI, Art. 25, página 10, Depreciaciones de Activos Fijos.

Cuadro 59 Depreciaciones

Activo Fijo	Vida útil	V. original	Cálculo	Cuota de depreciación
Maquinaria y Equipo	10	38.000	38.000/10	3.800
Equipo de cómputo	3	1.120	1.120 / 3	373
Muebles de Oficina	10	730	730 / 10	73
<b>TOTAL</b>		<b>39.850</b>		<b>4.246</b>

Elaborado: Autor

## 5.7. Cuadro Resumen de Costos y Gastos

Cuadro 63 Cuadro Resumen de Costos y Gastos

Cuentas	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia prima	50410,85	62901,97	78512,06	98020,72	122402,46
Mano de obra directa	13072,16	14184,60	15391,71	16701,54	18122,85
Mano de obra indirecta	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00	3600,00
<b>Total costos de producción</b>	<b>67083,01</b>	<b>80686,57</b>	<b>97503,77</b>	<b>118322,26</b>	<b>144125,31</b>
Gastos de personal Gerente	12138,28	13171,24	14292,12	15508,37	16828,14
Gastos de personal secretaria/contadora	8783,67	9531,16	10342,26	11222,39	12177,41
Energía Eléctrica	618,00	636,54	655,64	675,31	695,56
Agua	370,80	381,92	393,38	405,18	417,34
Teléfono	248,21	256,70	265,48	274,56	283,94
Internet	297,85	308,04	318,57	329,47	340,73
Imprevistos	2550,00	3187,50	3984,38	4980,47	6225,59
Depreciaciones	4246,33	4246,33	4246,33	4246,33	4246,33
<b>Total gastos de administración</b>	<b>29253,13</b>	<b>31719,43</b>	<b>34498,15</b>	<b>37642,07</b>	<b>41215,05</b>
Publicidad en portal web ingles	310,26	320,87	331,84	343,19	354,93
Publicidad en portal web español	310,26	320,87	331,84	343,19	354,93
Arriendo	2482,08	2566,97	2654,76	2745,55	2839,45
<b>Total Gastos de ventas</b>	<b>3102,60</b>	<b>3208,71</b>	<b>3318,45</b>	<b>3431,94</b>	<b>3549,31</b>
Interés	7341,70	6096,95	4665,74	3020,14	1128,04
<b>Total gastos financieros</b>	<b>7341,70</b>	<b>6096,95</b>	<b>4665,74</b>	<b>3020,14</b>	<b>1128,04</b>
<b>Total Costos y Gastos</b>	<b>106780,44</b>	<b>121711,66</b>	<b>139986,11</b>	<b>162416,42</b>	<b>190017,71</b>

Elaborado: Autor



## 5.8. Punto de Equilibrio

*Cuadro 64 Punto de Equilibrio*

TOTAL COSTOS Y G VARIABLES	63483,01	77086,57	93903,77	114722,26	140525,31
TOTAL C Y G FIJOS	43297,43	44625,09	46082,34	47694,15	49492,40
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>	<b>106780,44</b>	<b>121711,66</b>	<b>139986,11</b>	<b>162416,42</b>	<b>190017,71</b>

$$\text{P.E. DOLARES} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \text{COSTOS VARIABLES/VENTAS}} = \frac{43297,43}{0,38} = \mathbf{114659,48}$$

$$\text{P.E. UNIDADES} = \frac{\text{COSTOS FIJOS} * \text{UNIDADES PRODUCIDAS}}{\text{TOTAL VENTAS} - \text{COSTOS VARIABLES}} = \frac{73605636,41}{38516,99} = \mathbf{1911}$$

*Elaborado: Autor*

## 5.9. Estados Financieros

Para esta unidad productiva se prevé cinco años como horizonte del proyecto

### 5.9.1. Balance General

*Cuadro 60 Balance General*

<b>Balance de arranque al año (cero)</b>	
<b>ACTIVOS</b>	<b>93.340</b>
Inversión variable	51.390
Inversión diferida	2.100
Inversión fija	<b>39.850</b>
Equipo y Maquinaria	38.000
Equipo de Cómputo	1.120
Muebles de Oficina	730
<b>PASIVOS</b>	<b>56.004</b>
Deuda por pagar	56.004
<b>PATRIMONIO</b>	<b>37.336</b>
Inversión Propia	37.336
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>93.340</b>

*Elaborado: Autor*

## 5.9.2. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Cuadro 61 Estado de Pérdidas y Ganancias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Proyectadas	127.500	159.375	199.219	249.023	311.279
(-) Costos Proyectados	68.618	82.270	99.137	120.007	145.863
<b>(=) Utilidad Bruta Proyectada</b>	<b>58.882</b>	<b>77.105</b>	<b>100.082</b>	<b>129.017</b>	<b>165.416</b>
<b>(-) Gastos:</b>					
Administrativos	20.922	22.702	24.634	26.731	29.006
De Ventas	3.103	3.209	3.318	3.432	3.549
Financieros	7.342	6.097	4.666	3.020	1.128
Depreciación	4.246	4.246	4.246	4.246	4.246
Imprevistos (2% de las ventas)	2.550	3.188	3.984	4.980	6.226
<b>Total gastos proyectados</b>	<b>38.163</b>	<b>39.442</b>	<b>40.849</b>	<b>42.410</b>	<b>44.155</b>
<b>(=) Utilidad Operacional proyectada</b>	<b>20.720</b>	<b>37.663</b>	<b>59.233</b>	<b>86.607</b>	<b>121.262</b>
(-) 15% Participación Trabajadores	3.108	5.650	8.885	12.991	18.189
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>17.612</b>	<b>32.014</b>	<b>50.348</b>	<b>73.616</b>	<b>103.072</b>

*Elaborado: Autor*

Según lo establecido en (Ley de Régimen Tributario Interno, 2015) la empresa gozara de una “**exoneración del pago del impuesto a la renta durante 5 años, contados desde el primer año en el que se generen ingresos atribuibles directamente y únicamente a la nueva inversión**”(Art. 9.1)

### 5.9.3. Flujo de Caja Proyectado

*Cuadro 62 Flujo de Caja Proyectado*

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	93.340					
Utilidad Operacional		20.720	37.663	59.233	86.607	121.262
(+) Depreciación		4.246	4.246	4.246	4.246	4.246
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>-</b>	<b>24.966</b>	<b>41.910</b>	<b>63.479</b>	<b>90.853</b>	<b>125.508</b>
(-) Inversión de reposición					2.000	
(+) Ventas de activos						-
Pago del principal		8.310	9.554	10.986	12.631	14.523
15% Participación Trabajadores		3.108	5.650	8.885	12.991	18.189
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>-</b>	<b>11.418</b>	<b>15.204</b>	<b>19.870</b>	<b>27.622</b>	<b>32.712</b>
<b>FLUJO NETO (I-E)</b>	<b>- 93.340</b>	<b>13.548</b>	<b>26.706</b>	<b>43.609</b>	<b>63.231</b>	<b>92.795</b>

*Elaborado: Autor*

## 5.10. Evaluación Financiera

### 5.10.1. Tasa de Redescuento

*Cuadro 63 Distribución de la Inversión*

Descripción	Valor	% de estructura	Tasa ponderada	Valor ponderado
Inversión propia	37.336	40,00	6	240
Inversión financiada	56.004	60,00	14	840
<b>Inversión Total...</b>	<b>93.340</b>	<b>100,00</b>		<b>1080</b>

*Elaborado: Autor*

**Fórmula:**

$$\text{Costo de Capital} \quad 1080/100 \quad = \quad 10,80$$

$$\text{TRM} = (1 * C_k) (1 * \text{Inflación}) - 1$$

$$\text{TRM} = (1 * 0,1080) (1 * 0,0342) - 1 = \mathbf{14,59\%}$$

**5.10.2. Valor Actual Neto (VAN)***Cuadro 64 Cálculo del VAN*

<b>Años</b>	<b>Flujos Netos</b>	<b>TRM 14,59%</b>	<b>Flujos Netos actualizados</b>
0	-93.340		-93.340
1	13.548	0,872676499	11.823
2	26.706	0,761564272	20.338
3	43.609	0,664599242	28.982
4	63.231	0,57998014	36.673
5	92.795	0,506135038	46.967
		$\Sigma$	<b>51.444</b>

*Elaborado: Autor***Fórmula:**

$\Sigma$  de flujos actualizados (-) Inversión Inicial

$$144.784 - 93.340,00 = \mathbf{51.444}$$

En este caso el VAN es positivo por lo tanto es aceptable la inversión.

### 5.10.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

*Cuadro 65 determinación de la TIR*

Años	Flujos Netos	TRM 14,59%	Flujos Netos Actualizados	FIA	TIR
0	-93.340		-93.340		-93.340
1	13.548	0,872676499	11.823	0,769560547	10.426
2	26.706	0,761564272	20.338	0,592223436	15.816
3	43.609	0,664599242	28.982	0,455751792	19.875
4	63.231	0,57998014	36.673	0,350728598	22.177
5	92.795	0,506135038	46.967	0,269906892	25.046
			<b>51.444</b>		<b>0</b>

*Elaborado: Autor*

**TIR      29,94%**

Los flujos se igualaron a cero, por lo tanto, la TIR de esta inversión es 29,94% que comparada con la tasa de redescuento del 14,59% es aceptable la inversión.

#### 5.10.4. Beneficio / Costo

**Fórmula:**

$$B/C = \frac{\sum \frac{\text{INGRESOS}}{(1+i)^n}}{\sum \frac{\text{EGRESOS}}{(1+i)^n}}$$

$$B/C = \frac{\frac{20720}{1,1459}}{\frac{11418}{1,1459}} + \frac{\frac{37663}{1,1459}}{\frac{15204}{1,1459}} + \frac{\frac{59233}{1,1459}}{\frac{19870}{1,1459}} + \frac{\frac{86607}{1,1459}}{\frac{27622}{1,1459}} + \frac{\frac{121262}{1,1459}}{\frac{32712}{1,1459}}$$

$$B/C = \frac{18081}{9964} + \frac{28683}{11579} + \frac{39366}{13206} + \frac{50230}{16020} + \frac{61375}{16557} = \frac{197736}{67326}$$

<b>B/C = 2,94</b>
-------------------

*Elaborado: Autor*

Significa que por cada dólar gastado se genera 2,92 dólares de ingreso.

### 5.10.5. Periodo de Recuperación de la Inversión

*Cuadro 66 Periodo de Recuperación de la Inversión*

<b>Años</b>	<b>Flujos Proyectados</b>	<b>Flujos Acumulados</b>
0	93.340	
1	13.548	79.791
2	26.706	106.497
3	43.609	
4	63.231	
5	92.795	

REGLA DE TRES:

106.497	3 años
93.340	x

2,6 años

*Elaborado: Autor*

En este caso el periodo de recuperación es de 2 años 7 meses y 6 días.

#### **Conclusión:**

- En el estudio financiero los indicadores de rentabilidad de este proyecto son significativos, se obtiene un VAN positivo de 51.444,00 y una TIR del 29,94%, tomando como referente una tasa de descuento u oportunidad del 14,59%.
- Es importante resaltar que para el financiamiento se requiere una inversión propia de 37.336,00 y una financiada de 56.004,00.

## **CAPITULO VI**

### **6. Estudio Organizacional**

Este capítulo tiene la finalidad de dar una estructura administrativa adecuada de la organización. Lo que se pretende es plasmar la forma adecuada y la conveniente que establece la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

Según el Acuerdo 008 del 2012, el Gobierno Nacional mediante ley creó la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, la estrategia fue eliminar a un centenar de cooperativas, asociaciones, fundaciones que muchas de ellas no tenían vida jurídica, estas fueron creadas por el ex Ministerio de Bienestar Social hoy Ministerio de Inclusión Económica Social; actualmente las organizaciones fueron reorientadas a cada ministerio según los fines que establece los estatutos. Para la estructuración de la empresa se realizará de acuerdo a lo que establece la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

#### **6.1. Aspecto Estrategico**

##### **6.1.1. Objetivo**

Proponer la estructura administrativa de cada una de las unidades de la organización para evidenciar los niveles jerárquicos e identificar los requisitos legales de la constitución de la empresa.



### **6.1.2. Nombre de la Empresa**

“EL MIRADOR”

El nombre se debe a la ciudad de Mira, sitio donde se va a emprender este proyecto se encuentra en un lugar estratégico de la provincia del Carchi, desde el cual se puede observar toda la cuenca baja del Río Mira, parte de Pimampiro e Ibarra; en vista de esto antiguamente se llamaba el Mirador que actualmente se llama Mira. Tomando en cuenta este antecedente se a designado este nombre para la empresa.

### **6.1.3. Filosofía Empresarial**

#### **6.1.3.1. Misión**

Ser una empresa pionera en la producción del “Tardon” en la provincia del Carchi, con capacidad de llegar al consumidor mediante una bebida agradable elaborada a base de naranja y licor de caña, apoyándonos de un recurso humano capacitado, tecnología de punta que permitirá dar un producto con altos estándares de calidad y un buen posicionamiento en el mercado.

#### **6.1.3.2. Visión**

Para el año 2020 será una empresa líder en la producción y comercialización del “Tardon” de óptima calidad, desarrollando importantes alianzas estratégicas que nos darán prestigio y reconocimiento a nivel nacional e internacional.

### 6.1.3.3. Políticas

Las políticas más significativas que van a orientar las disposiciones empresariales y que contribuirán al cumplimiento de la visión y misión institucional son:

- Cada actividad realizada en las diferentes áreas de la empresa, se cumplan bajo normativas legales.
- Crear programaciones de control interno en cada área y cumplir con los existentes.
- Mantener la imagen asociativa dentro y fuera de los predios de la empresa.
- Tardar los pagos y acelerar los cobros, sin dañar la imagen de la empresa.
- Todo el personal estará sujeto a evaluaciones de desempeño.
- Mantener un talento humano eficiente con alto espíritu de responsabilidad.
- Incentivar al personal por el buen desempeño.

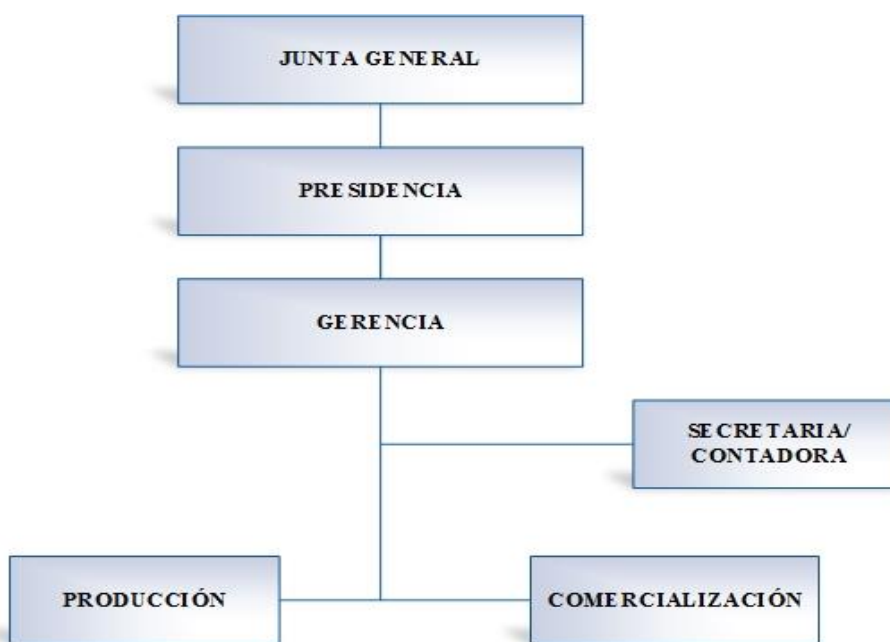
### 6.1.3.4. Valores

- **Honestidad.** - El lema de la empresa, Honestidad nuestra manera de ser. Trabajar con honradez, solidaridad, modestia, dignidad y equidad.
- **Vocación de Servicio.** - Actitud activa que deberá tener el personal de la empresa, estar atento a las necesidades del cliente y satisfacer sus expectativas.
- **Actitud de Liderazgo.** - Buscar el progreso incesante, para constituirnos en el mejor referente del desarrollo local y regional.
- **Trabajo en Equipo.** - Complementamos y desarrollamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales para que cada actividad hacerlo mejor.
- **Competitividad.** - Ofrecer un producto de calidad, con principios de eficiencia, eficacia.

- **Generadores de Desarrollo Sustentable.** - Con la unidad productiva propuesta, apoyar el desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de la colectividad.
- **Respeto.** - Este valor principal por encima de todo regirá las relaciones entre la comunidad, la empresa y todo el grupo de interés que esta conforma.
- **Lealtad.** - Estar comprometido con la empresa en todo momento, obrando con honestidad y justicia.
- **Responsabilidad.** - Cumplir con las obligaciones, brindando siempre lo mejor de uno, tomando decisiones justas y a tiempo.

#### 6.1.4. Orgánico Estructural

La estructura organizacional se realiza de acuerdo a lo establecido en la Ley de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS)



*Elaborado: Autor*

### 6.1.5. Manual de Funciones

Según el estatuto de constitución establece las siguientes funciones para quienes forman parte de la estructura interna de la empresa.

#### 6.1.5.1. Junta General

<b>EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON “EL MIRADOR”</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN</b>	
<b>Unidad Administrativa:</b>	Junta General
<b>Nivel Jerárquico</b>	Ejecutivo
<b>Ubicación del puesto</b>	Mira
<b>Informa a:</b>	Ninguno
<b>Supervisa a:</b>	Presidente
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
<pre> graph TD     A[JUNTA GENERAL] --- B[PRESIDENCIA]     B --- C[GERENCIA]     C --- D[PRODUCCIÓN]     C --- E[SECRETARÍA/CONTADORA]     C --- F[COMERCIALIZACIÓN]   </pre>	

Es la máxima autoridad de la Empresa, estará integrada por todos los asociados, quienes tendrán derecho a un solo voto. Sus decisiones serán obligatorias para los órganos internos y sus asociados, siempre que estas decisiones no sean contrarias a la ley, al reglamento o su estatuto social.

### **ATRIBUCIONES Y DEBERES**

- Aprobar y reformar el Estatuto Social y el Reglamento Interno;
- Elegir y remover a los miembros de las Juntas Directiva y de Vigilancia y al Gerente, con el voto secreto de más de la mitad de sus integrantes;
- Fijar las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias que tendrán el carácter de no reembolsables;
- Resolver las apelaciones presentadas por los asociados sancionados por la Junta Directiva;
- Aprobar los estados financieros y el balance social de la Asociación;
- Aprobar o rechazar los informes de la Junta Directiva, Junta de Vigilancia y Gerente;
- Aprobar el plan estratégico y el plan operativo anual, con sus presupuestos, presentados por la Junta Directiva;
- Resolver la transformación, fusión, disolución y liquidación, de la Asociación en Junta General extraordinaria con el voto de las dos terceras partes de los asociados.

#### **Aptitudes esenciales**

- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Honesto

## 6.1.5.2. Presidente

<b>EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON “EL MIRADOR”</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Unidad Administrativa</b>	<b>Ubicación del puesto</b>
Presidencia	Mira
<b>Ambiente del trabajo</b>	<b>Nivel jerárquico</b>
Oficina	Ejecutivo
<b>NIVEL DE PUESTO</b>	
<b>Informa a</b>	Junta General de Socios
<b>Supervisa a</b>	Gerencia
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
<pre> graph TD     A[JUNTA GENERAL] -- Informa a --&gt; B[PRE SIDENCIA]     B -- Supervisa a --&gt; C[GERENCIA]     C --- D[SECRETARIA/CONTADORA]     C -- Supervisa a --&gt; E[PRODUCCIÓN]     C -- Supervisa a --&gt; F[COMERCIALIZACIÓN]   </pre>	
<b>TAREA DEL PUESTO</b>	
Regularizar y comprobar el cumplimiento del proceso administrativo que se lleve a cabo dentro de la empresa.	

<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convocar y presedir las Juntas Generales</li> <li>• Firmar, Conjuntamente con el Secretario, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones;</li> <li>• Predecir todos los actos oficiales y protocolarios de la Asociación</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, el Reglamento Interno y demás disposiciones emitidas por la Junta General.</li> </ul>	
<b>INFORMES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los reportes serán emitidos a la Junta General de Socios</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Edad entre 30 a 50 años</li> <li>• Ser al menos vocal de la Junta Directiva</li> </ul>
<b>Aptitudes esenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Honesto</li> </ul>

*Elaborado: Autor*

## 6.1.5.3. Gerente

<b>EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON “EL MIRADOR”</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Unidad Administrativa</b>	<b>Ubicación del puesto</b>
Gerencia	Mira
<b>Ambiente del trabajo</b>	<b>Nivel jerárquico</b>
Oficina	Ejecutivo
<b>NIVEL DE PUESTO</b>	
<b>Informa a:</b>	Presidente
<b>Supervisa a:</b>	Secretaria/Contadora, Producción y Comercialización
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
<pre> graph TD     A[JUNTA GENERAL] --&gt; B[PRESIDENCIA]     B --&gt; C[GERENCIA]     C --&gt; D[SECRETARIA/CONTADORA]     C --&gt; E[PRODUCCIÓN]     C --&gt; F[COMERCIALIZACIÓN]   </pre>	



<b>TAREA DEL PUESTO</b>	
Coordinar el proceso administrativo que se lleva a cabo dentro de la asociación	
<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representar legalmente a la Asociación;</li> <li>• Cumplir y hacer cumplir a los asociados, las disposiciones emitidas por las Juntas General y Directiva;</li> <li>• Administrar la Asociación, ejecutando las políticas, planes, proyectos y presupuestos debidamente aprobados;</li> </ul>	
<b>INFORMES</b>	
Presentar el informe administrativo, los estados financieros y el balance social para conocimiento de la Junta de Vigilancia y aprobación de la Junta General.	
<b>PERFIL</b>	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título superior en Administración de Empresas o carreras afines</li> <li>• Edad entre 30 a 40 años</li> <li>• Experiencia de unos 5 años</li> <li>• No tener relación directa con ninguno de los socios</li> </ul>
<b>Aptitudes esenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Honesto</li> </ul>

*Elaborado: Autor*

## 6.1.5.4. Secretario/a

<b>EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON “EL MIRADOR”</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Unidad Administrativa</b>	<b>Ubicación del puesto</b>
Secretario/a	Mira
<b>Ambiente del trabajo</b>	<b>Nivel jerárquico</b>
Oficina	Ejecutivo
<b>NIVEL DE PUESTO</b>	
<b>Informa a:</b>	Gerente y Presidente
<b>Supervisa a:</b>	Producción y Comercialización
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
<pre> graph TD     A[JUNTA GENERAL] --&gt; B[PRESIDENCIA]     B --&gt; C[GERENCIA]     C --&gt; D[PRODUCCIÓN]     C --&gt; E[SECRETARÍA/CONTADORA]     C --&gt; F[COMERCIALIZACIÓN]   </pre>	
<b>TAREA DEL PUESTO</b>	
<p>Elaborar y registrar e informar la situación financiera de la empresa.</p> <p>Certificar y dar fe de la veracidad de los actos, resoluciones y de los documentos institucionales, previa autorización del Presidente.</p>	

**PRINCIPALES ACTIVIDADES**

- Elaborar las actas de las sesiones de Junta General y Junta Directiva, responsabilizándose por su contenido y conservación.
- Firmar, conjuntamente con el Presidente, la documentación de la Asociación y las actas de las sesiones.
- Cumplir las obligaciones relacionadas con la recepción, conocimiento y despacho de la correspondencia de la Asociación.
- Custodiar y conservar ordenadamente el archivo.
- Entregar a los asociados, previa autorización del Presidente, la información que esté a su cargo y que le sea requerida.
- Notificar las resoluciones.
- Llevar el registro actualizado de la nómina de asociados, con sus datos personales.
- Elaborar declaraciones de impuestos
- Elaborar estados financieros
- Elaboración de informes económicos
- Apoyo a las actividades administrativas

**INFORMES**

- Preparar los estados financieros para ser presentados al gerente y presidente
- Revisar los comprobantes de pago emitidos
- Revisar los ingresos y egresos efectuados en la asociación
- Controlar la mercadería que entra y sale de la asociación

<b>PERFIL</b>	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Titulo Superior en Contabilidad y Auditoria</li><li>• Experiencia mínima de 2 años</li><li>• Edad de 25 a 40 años</li><li>• Conocimiento de sistemas contables y computación</li><li>• buena presencia</li></ul>
<b>Aptitudes esenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Responsabilidad</li><li>• Trabajo en equipo</li><li>• Honesto</li></ul>

*Elaborado: Autor*

## 6.1.5.5. Operario

EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON “EL MIRADOR”	
<b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Unidad Administrativa</b>	<b>Ubicación del puesto</b>
Operario	Mira
<b>Ambiente del trabajo</b>	<b>Nivel jerárquico</b>
Área de Producción	Operativo
<b>NIVEL DE PUESTO</b>	
<b>Informa a:</b>	Gerente y Presidente
<b>Supervisa a:</b>	No Aplica
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
<pre> graph TD     A[JUNTA GENERAL] --&gt; B[PRESIDENCIA]     B --&gt; C[GERENCIA]     C --&gt; D[SECRETARIA/CONTADORA]     C --&gt; E[PRODUCCIÓN]     C --&gt; F[COMERCIALIZACIÓN]     style E stroke:#f96           </pre>	
<b>TAREA DEL PUESTO</b>	
Manejar y controlar que todo el proceso de elaboración del licor	

<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las actividades correctas de la elaboración del Tardon.</li> <li>• Realizar el manejo adecuado de los materiales.</li> <li>• Responsable de la limpieza dentro del área de producción.</li> <li>• Correcta utilización de herramienta y maquinaria.</li> </ul>	
<b>INFORMES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar informes del estado de materiales y maquinarias de la planta</li> <li>• Elaborar informes de la producción</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en Agroindustrias</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Conocimiento de sistemas contables y computación</li> <li>• Buena presencia</li> <li>• Edad 25 años en adelante</li> </ul>
<b>Aptitudes esenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Compromiso con la empresa</li> <li>• Honesto</li> </ul>

*Elaborado: Autor*

## 6.1.5.6. Marketing y Ventas

<b>EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON “EL MIRADOR”</b>	
<b>IDENTIFICACIÓN Y UBICACIÓN DEL PUESTO</b>	
<b>Unidad Administrativa</b>	<b>Ubicación del puesto</b>
Marketing y Ventas	Mira
<b>Ambiente del trabajo</b>	<b>Nivel jerárquico</b>
Comercialización	Operativo
<b>NIVEL DE PUESTO</b>	
<b>Informa a:</b>	Gerente y Presidente
<b>Supervisa a:</b>	Distribuidor
<b>ORGANIGRAMA FUNCIONAL</b>	
<pre> graph TD     A[JUNTA GENERAL] --&gt; B[PRESIDENCIA]     B --&gt; C[GERENCIA]     C --&gt; D[PRODUCCIÓN]     C --&gt; E[SECRETARIA/CONTADORA]     C --&gt; F[COMERCIALIZACIÓN]   </pre>	
<b>TAREA DEL PUESTO</b>	
Desarrollar estrategias de publicidad y venta.	

<b>PRINCIPALES ACTIVIDADES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las actividades correctas con respecto a la publicidad y venta.</li> <li>• Realizar diseños y manejo del sitio web.</li> <li>• Responsable en el área de comercialización</li> <li>• Correcta utilización de herramienta y tiempos.</li> </ul>	
<b>INFORMES</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar informes del estado de materiales y maquinarias de la planta</li> <li>• Elaborar informes de la producción</li> </ul>	
<b>PERFIL</b>	
<b>Requisitos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de tercer nivel en Marketing</li> <li>• Trabajo bajo presión</li> <li>• Trabajo en Equipo</li> <li>• Conocimiento de sistemas de diseño gráfico y computación</li> <li>• Buena presencia</li> <li>• Edad 25 años en adelante</li> </ul>
<b>Aptitudes esenciales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsabilidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Compromiso con la empresa</li> <li>• Honesto</li> </ul>

*Elaborado: Autor*



#### **6.1.6. Base legal**

La organización está constituida según lo que establece la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria en su estatuto de constitución.

Según el (Estatuto de Constitución de una Asociación, 2015)

**Artículo 9.- Personalidad Jurídica.** - Las organizaciones de la Economía Popular y Solidaria se constituirán como personas jurídicas, previo el cumplimiento de los requisitos que contemplará el Reglamento de la presente Ley.

- La personalidad jurídica se otorgará mediante acto administrativo del Superintendente que se inscribirá en el Registro Público respectivo.
- Las organizaciones en el ejercicio de sus derechos y obligaciones actuarán a su nombre y no a nombre de sus socios.

**Capital Social:** El capital social de la Asociación estará constituido por:

- Las cuotas de admisión, ordinarias y extraordinarias, que tienen el carácter de no reembolsables;
- La totalidad de las utilidades y excedentes del ejercicio económico una vez cumplidas las obligaciones legales; y,
- Las donaciones efectuadas a su favor que, en caso de disolución, no podrán ser objeto de reparto entre los asociados. La Junta General determinará, la organización pública o privada, sin fin de lucro, que será beneficiaria de estos bienes y que tendrá como objeto social una actividad relacionada con el sector de la economía popular y solidaria.

#### **6.1.6.1. Requisitos de Constitución**

- a) Reserva de denominación (Anexo 1)
- b) Formulario Único de Constitución de Asociaciones (Anexo 3)
- c) Copia de cédula (legibles),
  - a. De los Directivos elegidos,
  - b. Del Representante legal; y,
  - c. De la persona autorizada, en el caso de que el Representante Legal hubiere delegado a esta, para que continúe con el trámite de constitución de la organización en la SEPS.
  - d. Certificado de depósito del aporte al capital social inicial a nombre la Organización.
  - e. CD con listado de socios en formato Excel cuando superen los 20 socios.

#### **6.1.6.2. Requisitos para el funcionamiento**

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

#### **6.1.6.3. Requisitos para obtener la patente municipal**

- Formulario de declaración de patrimonio

- Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal
- Copia del Registro Único de Contribuyentes
- Copia del acta de constitución

#### **6.1.7. Reglamento Interno**

### **REGLAMENTO INTERNO DE LA EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON**

#### **“EL MIRADOR”**

Con la finalidad de establecer una normativa clara y general que sea cumplida por todos los miembros y quienes formen parte de la empresa bajo cualquier modalidad, establece el presente Reglamento Interno como referente básico para guiar las acciones relacionadas con el Recurso Humano de la Empresa.

El presente Reglamento Interno cumple con las disposiciones contenidas en el Código del Trabajo, y lo que establece la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, dando mayor observación sobre las relaciones cordiales y armónicas entre socios, empleador y trabajador, de manera que la aceptación y cumplimiento de las obligaciones resultantes de las normas contenidas en el presente reglamento, es de carácter obligatorio.

### **CAPITULO I**

#### **DE LA EMPRESA EN GENERAL.**

Artículo 1. La EMPRESA PRODUCTORA DE TARDON EL MIRADOR constituida al amparo de la legislación vigente se regirá por los estatutos de la asociación, por el presente

Reglamento de Régimen Interno y por todas aquellas normas que establezca la reglamentación que le sea de aplicación según las leyes.

Artículo 2. En el presente Reglamento se expresa los contenidos establecidos en los Estatutos de la asociación y en ningún caso se podrá ir en contra de la filosofía y articulado de los citados Estatutos.

Artículo 3. Se establece como domicilio de la empresa en el cantón Mira, provincia del Carchi.

## **CAPÍTULO II**

### **DEL INGRESO DE SOCIOS.**

Artículo 4. Podrán asociarse todas aquellas personas mayores de 18 años en adelante que así lo soliciten expresamente y según lo que estipule los Estatutos y el presente Reglamento.

Artículo 5. La solicitud de ingreso deberá ser tratada en reunión de la junta Directiva que deberá verificar la solicitud dando necesariamente un informe positivo o negativo. En caso de dar informe negativo deberá de especificar las causas y dar un plazo de 5 días al solicitante para reparar las causas del rechazo de su ingreso.

Artículo 6. Una vez admitido el nuevo socio, el Secretario procederá a darlo de alta en el libro de registro de socios de la asociación y a facilitar el carnet de afiliado al socio, en su caso.

Artículo 7. La junta Directiva presentará anualmente un informe a la Asamblea General sobre las altas y bajas de socios producidas en dicho periodo.

## CAPÍTULO III

### DE LOS DERECHOS Y DEBERES DE LOS SOCIOS

Artículo 8. Los socios tendrán los siguientes derechos en la asociación:

- Participar en las actividades y actos sociales de la asociación.
- Asistir con voz y voto a las Asambleas generales, pudiendo delegar su voto, conforme a las normas establecidas al efecto por la Junta Directiva.
- Elegir y ser elegido.
- Poseer un ejemplar de los estatutos y del presente reglamento desde su ingreso en la asociación.
- Tener el conocimiento oportuno de los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.
- Solicitar, mediante petición razonada, el acceso a la educación interna de la asociación.

Artículo 9. Los socios tendrán las siguientes obligaciones:

- Cumplir los preceptos que marcan los estatutos y el presente reglamento, así como los acuerdos adoptados por los órganos de la asociación.
- Abonar las cuotas que se determinen en tiempo y forma.
- Cooperar en el desarrollo del trabajo de la asociación y en la buena ejecución de las actividades que se determinen.

- Desempeñar las funciones que les sean encomendadas por la Junta Directiva para la buena marcha de la asociación.

## **CAPÍTULO IV**

### **DE LA PERDIDA DE LA CALIDAD DEL SOCIO**

Artículo 10. Los socios podrán solicitar en cualquier momento su baja voluntaria en la asociación. Esta petición deberá realizarse por escrito y deberá tratarse en reunión de la Junta Directiva que acordará la baja sin más trámites.

Artículo 11. Los socios podrán ser dados de baja en la asociación por alguna de las siguientes causas:

- Cuando exista incumplimiento grave de los estatutos y del presente reglamento, a criterio de la Junta Directiva.
- Cuando el socio impida deliberadamente el cumplimiento de los fines de la asociación.
- Cuando su conducta vaya contra los principios sociales o dañen gravemente la imagen de la asociación.
- Cuando deje de asistir injustificadamente a más de 3 Asambleas Generales.

Artículo 12. En cualquier caso, los expedientes de expulsión deberán ser tratados por un Comité de Conflictos creado que estará compuesto por dos miembros de la junta directiva, el Presidente de la Asociación y dos socios elegidos por sorteo.

La Asamblea General será la encargada de ratificar o denegar el informe realizado por la Comisión, siendo necesario en todo caso al apoyo de 2/3 de los socios presentes para que se apruebe la moción de expulsión.

El comité de conflictos se autodisolvera una vez emitido su informe.

## **CAPÍTULO V**

### **DE LA JUNTA DIRECTIVA**

Artículo 13. La Junta Directiva se reunirá una vez al mes de forma Ordinaria, y cuantas veces sea necesario de forma extraordinaria a petición del Presidente o de 1/3 de sus miembros.

Artículo 14. La Junta Directiva podrá separar de sus funciones a uno de sus miembros si esta falta a 3 reuniones de la misma.

En tal caso la Asamblea General será quien decida la separación o no del miembro de la Junta y deberá cubrir está vacante en el más breve espacio posible y a propuesta de la Junta Directiva.

Artículo 15. Para que quórum en las reuniones de la Junta Directiva deberán asistir la mitad más uno de sus miembros. La Junta Directiva quedará válidamente constituida a la media hora de su convocatoria con la asistencia de 1/3 de sus miembros, siempre que entre ellos se encuentre el Presidente.

Artículo 17. La Junta Directiva podrá incorporar, por las necesidades de la asociación, a nuevos vocales a las tareas de la misma, funcionando estos de forma temporal hasta que no sean ratificados por la Asamblea General.

## CAPITULO VI

### DE LA ASAMBLEA GENERAL

Artículo 18. La Asamblea General quedará válidamente constituida en primera convocatoria con la presencia de la mitad más uno de los socios y en segunda con la presencia de 1/3 de los mismos.

Artículo 19. El derecho a voto en la Asamblea está condicionado a tener abonadas las cuotas correspondientes.

Artículo 20. La Asamblea General elegirá entre sus miembros a un moderador que será el responsable del orden de la misma.

El moderador tendrá las siguientes funciones:

- Dar el cierre de palabras solicitadas sobre un tema.
- Someter a votación los puntos del orden del día.
- Posponer la reunión, dividirla en comisiones o dar recesos.
- Interpretar los estatutos y el presente reglamento y solventar todas aquellas dudas reglamentarias.
- Si la discusión es sobre una decisión del moderador, la Asamblea General decidirá por mayoría simple la decisión final. Se podrá retirar la confianza al moderador por una cuestión de orden de uno de los socios que tendrá que ser secundada por alguien más necesariamente.



Artículo 21. El orden del día es realizado por el Presidente, oída la Junta Directiva y las peticiones de los socios. El orden del día será enviado a todos los socios con una anterioridad mínima de 3 días a la celebración de la Asamblea.

En todo caso éste deberá ser ratificado por la Asamblea al comienzo de la misma.

Artículo 22. El tiempo máximo de exposición durante la Asamblea será de cinco minutos, salvo la presentación de informes por parte de la Junta Directiva y aquellos temas de interés, a criterio del moderador.

Artículo 23. Todos los acuerdos de la Asamblea General se toman por mayoría absoluta en primera votación y simple en la segunda, salvo en los casos establecidos en los estatutos y en el presente reglamento.

Artículo 24. El procedimiento de votación será el votar en primer lugar la enmienda más alejada a la resolución y en último lugar el texto completo.

## **CAPITULO VII**

### **SELECCIÓN DE PERSONAL**

Artículo 25. El Reclutamiento: Como primera fase para el escogimiento de personal se buscará las personas que se ajusten a los requerimientos para el desempeño de una determinada función.

Artículo 26. Medios de Reclutamiento: Se empleará para dar a conocer la necesidad de personal que tiene la Empresa con el fin de buscar a los mejores aspirantes. Se utilizarán los siguientes:

Medios de comunicación (periódico, radio, televisión).

Los trabajadores de la misma Empresa, cuando el trabajador sea responsable y eficiente en sus labores.

Artículo 27. Selección: La admisión de nuevos trabajadores a la Empresa, será potestad del Gerente General; el mismo que entrevistará y verificará con relativa precisión, mediante el contacto directo, las cualidades del candidato y la adecuación de los requisitos necesarios al cargo.

#### **6.1.8. Código de Ética**

### **CÓDIGO DE ÉTICA DE LA EMPRESA PRODUCTOR DE TARDON “EL MIRADOR”**

El presente Código de Ética tiene como objetivo determinar los valores, principios y normas que deben regir el comportamiento y la actuación de cada uno de los colaboradores, gerentes, clientes y proveedores, teniendo en cuenta la misión, visión y valores primordiales.

#### **Relación con el Cliente**

El servicio al cliente se considera como un valor agregado de mayor importancia, es la esencia de la asociación con la finalidad de atraer un mercado potencial y de fidelización del mismo. La empresa debe brindar una excelente atención al cliente para ello se implementará capacitaciones y comunicación.

### **Relaciones con nuestros colaboradores**

Las relaciones entre todos los colaboradores deben basarse siempre en el respeto a la dignidad y no discriminación de las personas.

Identificar las necesidades formativas de sus colaboradores.

Se brindará oportunidad de capacitación y de mejoramiento continuo a los colaboradores con el fin de mejorar el bienestar personal y de toda la empresa.

Garantizar que los colaboradores desarrollen su trabajo bajo los estándares de seguridad e higiene.

Se garantizará la seguridad para las y los trabajadores, adoptando cuantas medidas de prevención sean razonables para minimizar los riesgos laborales.

### **Relación con nuestros proveedores**

Todos nuestros proveedores deberán estar operando, cumpliendo con las normativas vigentes en nuestro país.

Eliminar toda forma de trabajo o explotación infantil.

En condiciones iguales, se favorecerá a los proveedores que estén comprometidos con la sostenibilidad y la calidad de sus productos.

En la medida de lo posible, se favorecerá para su adquisición, equipos o productos que contengan al menos un componente de origen nacional.

### **Relación con la sociedad y el medio ambiente**

La Empresa Productora de Tardon “EL MIRADOR” se compromete a buscar el trabajo en conjunto con otras empresas. Instituciones del Estado, para desarrollar programas de Acción Social en la zona de operación.

Manifestamos nuestro compromiso de difundir y promover la adopción de buenas prácticas medioambientales entre colaboradores, administradores, clientela, proveedores, entre otros, con quienes nos relacionamos.

Utilizar racionalmente los recursos, minimizando el consumo de agua, papel y energía, reducir la generación de residuos y emisiones toxicas favoreciendo el reciclado y buscando soluciones eco-eficientes para nuestro funcionamiento.

Realizar inversión de nuevas tecnologías, mejoras constructivas y adquisiciones de equipos eficientes que promueven el ahorro de los recursos naturales como de agua, energía eléctrica etc.

Este Código de ética de la empresa “EL MIRADOR”, no tiene fecha de expiración, sin embargo, está sujeto a cambios en bienestar de todas las personas que nos visiten o que trabajen en la organización.

## CAPITULO VII

### 7. Análisis de Impactos

#### 7.1.Introducción

Esta investigación se sustenta con un análisis técnico de los impactos: social, económico, ambiental y Cultural.

Para el presente análisis se ha utilizado un método sencillo y eficaz, resultando conveniente aplicarla en las diversas áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente.

En la cual se selecciona un rango o parámetros de niveles de impacto positivos y negativos, de acuerdo a la siguiente tabla:

#### Medición de Impactos

*Cuadro 67 Medición de Impactos*

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

*Elaborado: Autor*

Se construye una matriz por cada impacto y se establecen indicadores medibles los mismos que permiten obtener información específica y puntual.

### 7.1.1. Impacto Social

La migración crece cada día más y no se puede evitar, la juventud de la ciudad de Mira toma esta alternativa por motivo de profesionalizarse en algún campo dentro de la educación superior, por el contrario, los adultos son más tradicionales de buenas costumbres y trabajadores en el sector agrícola. Con la creación de esta organización empresarial se pretende unificar a hombres y mujeres emprendedores del pueblo mireño.

### Medición de Impacto Social

*Cuadro 68 Medición de Impacto Social*

Indicador	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Seguridad Familiar								x
Calidad de vida							x	
Relaciones Interpersonales							x	
Bienestar Comunitario					x			
Fuentes de trabajo								x
<b>Total</b>					<b>1</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	

*Elaborado: Autor*

Total de Impacto Social =  $11/4 = 2,2$

Nivel de Impacto Social = medio positivo

Con el cambio de modelo de gestión lo que se pretende es que la juventud no sea el potencial consumidor sino más bien es vender la imagen de un producto tradicional de un pueblo emprendedor.

### 7.1.2. Impacto Económico

En el cantón Mira la agricultura es la actividad que genera ingresos a la economía familiar, hay actividades complementarias que son propias de las mujeres como la artesanía que consiste en la elaboración de sacos tejidos a mano los mismos que tienen un mercado potencial en los Estados Unidos. Además, existe una actividad a la que algunos grupos organizados se han dedicado como es la producción del Tardón, es por ello que se ha visto la factibilidad en la creación de una empresa procesadora de este licor.

#### Medición de Impacto Económico

*Cuadro 69 Medición de Impacto Económico*

Indicador	Nivel de Impacto							
	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Generación de empleo								x
Estabilidad Económica Local								x
Estabilidad Económica Regional						x		
Estabilidad Económica Familiar								x
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>9</b>	

*Elaborado: Autor*

Total de Impacto =  $11/4 = 2,75$

Nivel de Impacto = Alto positivo

Los emprendimientos en el país por lo general nacen de ideas familiares por lo tanto los ingresos que generan estas microempresas es para mejorar la estabilidad económica familiar, dependiendo del éxito que tengan se ve la necesidad de contratación de mano de obra generando fuentes de empleo dinamizando la economía local y regional. Esta dinámica tiene las asociaciones productoras de Tardón y con la creación de esta empresa se pretende general fuentes de empleo en la localidad.

### 7.1.3. Impacto Ambiental

Mira es una ciudad pequeña donde las autoridades y su población se preocupa por el cuidado y conservación del medio ambiente, se caracteriza por ser un pueblo limpio donde sus pobladores con el pasar de los años tomaron conciencia en cuanto a la clasificación de la basura.

Por tratarse de una actividad productiva que no involucra uso de productos químicos tóxicos, por el contrario, al tratarse de una empresa que manipula productos naturales como la naranja sus desechos servirán de aporte al medio ambiente por su descomposición y transformación en materia orgánica que se usará como abono para los cultivos.

### Medición de Impacto Ambiental

*Cuadro 70 Medición de Impacto Ambiental*

Indicador	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Uso óptimo del suelo			x				
Uso racional del agua		x					
Manejo de desechos	x						
Cuidado del Aire	x						
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>1</b>				

*Elaborado: Autor*

Total de Impacto =  $-9/4$  = -2,25

Nivel de Impacto = medio negativo



La empresa contara con áreas adecuadas para que no exista ningún tipo de derrame de líquidos que afecten al medio ambiente y a sus operarios.

El uso del agua es un recurso muy importante para el área de lavado de la naranja, no se requiere tanto uso para la elaboración directa del producto, por lo tanto, no se puede generar desperdicio o mal uso de este elemento.

El cuidado y tratamiento de los desechos serán de gran utilidad para transformar en materia orgánica que será de uso para las zonas agrícolas de la ciudad. Por lo tanto, el impacto ambiental es positivo porque no afectará los recursos naturales existentes, más bien la actividad da lugar a la protección de los mismos.

#### **7.1.4. Impacto Cultural**

La ciudad de Mira siempre se ha caracterizado por tener culturas y tradiciones que en ninguna otra parte del país existen entre ellas esta su gastronomía el cual tiene comidas típicas como las paspas (pan de maíz), las empanadas de horno, arepas de camote, vicundos entre otros más que hacen una gastronomía variada cada una para distintas épocas y otras durante todo el año.

Durante años ciudad Mira se ha distinguido entre otras ciudades del país, motivo por el cual año tras año recibe visitas de propios y extraños del cantón, por sus fiestas como son las fiestas de la virgen de la Caridad, las fiestas de cantonización en las que se realiza un espectáculo en la noche al que se le llama Novillo de Bomba, fiesta que ha dado apertura que se conozca una bebida tradicional icono de cultura, como es el Tardon.

## Medición de Impacto Cultural

*Cuadro 71 Medición de Impacto Ambiental*

Indicador	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Preservar Tradiciones							x
Promocionar Gastronomía Tradicional							x
Imagen de la Ciudad						x	
Turismo						x	
<b>Total</b>						<b>4</b>	<b>6</b>

*Elaborado: Autor*

Total de Impacto =  $10/4 = 2,50$

Nivel de Impacto = alto positivo

La creación de la empresa permitirá que se siga preservando la tradición de la elaboración del Tardon que se elaborara de una forma industrial garantizando un producto de calidad. dado que el Tardon es parte de la gastronomía del cantón permite que la ciudadanía sepa de las diversas comidas ticas del pueblo mireño. El proyecto incrementara la imagen de la cuidad a través de la publicidad como estrategia para la distribución del licor.

## CONCLUSIONES

Una vez realizada la investigación para la creación de una empresa productora de Tardon industrializado en el cantón Mira provincia del Carchi se determinó las siguientes conclusiones:

- La ciudad de Mira es el lugar indicado para la creación de la empresa productora de Tardon por motivo que esta bebida es parte de la tradición y cultura del cantón.
- En la ciudad de Mira existe productores de Tardon con una elaboración artesanal lo que vuelve a este proyecto factible por el nivel de preferencia que existe hacia los licores que tienen un proceso industrial.
- Se determinó la localización dando como resultado que por su ubicación geográfica brinda las posibilidades de realizar cualquier emprendimiento es por esto que se ha escogido como sitio estratégico para la constitución de esta industria.
- La inversión requerida para esta unidad productiva es de 93.340,00 dólares, de los cuales 37.336,00 inversión propia y 56.004,00 inversión financiada.
- Los indicadores de rentabilidad de este proyecto son significativos, se obtiene un VAN positivo de 51.444 y una TIR del 29,24%, tomando como referente una tasa de descuento del 14,59%
- Se determinó que ambientalmente no causa daños a la localidad peor aún a la región, la optimización de espacios, uso de agua limpia, el tratamiento y transformación de desechos garantiza que la unidad productiva es viable económica y socialmente.

## RECOMENDACIONES

La ciudad de Mira, sitio seleccionado para realizar la producción del licor Tardon reúne las características que se necesitan para la producción de esta bebida como es: las vías de acceso, su situación geográfica que permitirá que la comercialización y distribución sea mucho más rápida.

Se consideran todas las actividades que de alguna manera son indispensables y necesarias como para poner en marcha la propuesta, por tratarse de una unidad productiva alternativa e innovadora en la provincia del Carchi se ve conveniente recurrir a instituciones bancarias para su financiamiento.

Económica y financieramente se ve ventajoso el proyecto propuesto, Mira es una de las ciudades más pequeñas de la provincia del Carchi, pero cuenta con su gente entusiasta capaz de innovar y diseñar nuevos modelos de negocio que permitan aumentar la economía del cantón y la provincia, Mira al igual que las grandes ciudades también tiene las posibilidades de emprender sin problema alguno la producción de licores.

El Tardon al ser un producto que representa cultura y tradición del cantón Mira, ha logrado que propios y extraños conozcan sobre esta bebida lo que lo convierte en un producto capaz de llegar a mercados locales e internacionales por ello se vuelve factible la implementación de maquinaria para su elaboración.

La producción del Tardon no requiere de sustancias tóxicas que puedan alterar al medio ambiente, al contrario, al utilizar materiales agrícolas sus desechos podrán ser transformados en materia orgánica que ayude como abono para los cultivos de la localidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABACO CORPORACIÓN. (2013). *Diccionario Contable*. Ecuador: Edi-Abaco.
- Acosta, Robert; Arellano Miriam; Barrios Francis. (2010). *Flujograma*. Argentina: El Cid.
- Agencia Nacional de Regulación, C. y. (2016). ARCSA. Obtenido de ARCSA: <http://www.controlsanitario.gob.ec/practicas-correctas-de-higiene-pch/>
- Amparito Padilla Ulloa, J. B. (2013). *Mira Balcón de los Andes*. Obtenido de <http://mira.ec/canton-mira/>
- ARAUJO, A. D. (2013). *PROYECTOS DE INVERSION Y ANALISIS, FORMULACIÓN, EVALUACIÓN, PRÁCTICA*. MEXICO: TRILLAS.
- Censos, I. E. (2013). INEC. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>
- Censos, I. N. (2010). INEC. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda-2010/>
- COLECTIVO DE AUTORES. (2011). *Contabilidad de Costos I*. Félix Varela.
- CORDOBA, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Economía.com. (2010). *La Gran Enciclopedia de la Economía*. Obtenido de La Gran Enciclopedia de la Economía: <http://www.economia48.com/spa/d/gastos-financieros/gastos-financieros.htm>
- Edwin. (2011). *Simbología de Diagramas de Flujo*. Obtenido de Simbología de Diagramas de Flujo: <http://diagramasdeflujo-edwin.blogspot.com/2011/05/simbologia-de-diagrama-de-flujo.html>
- Enar, R., & Josefa, P. (2013). *Dirección de Marketing: Variables Comerciales*. ECU.
- FIERRO, Á. (2011). *Contabilidad General* (Cuarta ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- GALLARDO, J. (2012). *Administración Estratégica: de la visión a la ejecución*. Alfaomega Grupo Editor.
- HOYO, A. (2014). *El precio del mercado: ejemplos de aplicación en el análisis histórico*. Editorial de la Universidad de Cantabria.

- INTERNAS, S. D. (2015). *Ley de Régimen Tributario Interno*. QUITO.
- Jersa. (2015). *Mecalux*. Obtenido de <https://www.logismarket.com.mx/jersa/1498627054-3388902504-c.html>
- MASMAQUINAS. (2015). *QUÉBARATO*. Obtenido de QUÉBRATO:  
[http://pichincha.quebarato.com.ec/quito/exprimidora-de-naranjas-industrial\\_\\_B691AA.html](http://pichincha.quebarato.com.ec/quito/exprimidora-de-naranjas-industrial__B691AA.html)
- MEZA OROZCO, J. (2010). *Evaluación Financiera de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Mira, G. A. (2014-2019). *Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Mira*. Mira.
- MORALES, A. (1997). *Frutoterapias: Los frutos que dan vida*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- MORENO, J. (2014). *Contabilidad Superior* (Cuarta ed.). México: Grupo Editorial Patria.
- Prefectura, C. (2015). *Carchi Prefectura*. Obtenido de Carchi Prefectura:  
<http://carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/informacion-provincial>
- SANTESMASES, M. (2012). *Marketing Conceptos y Estrategias* (Sexta ed.). Larousse - Ediciones Pirámide.
- SINISTERRA. (2011). *Contabilidad de Costos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Solidaria, S. d. (2015). Estatuto de Constitución de una Asociación. En SEPS, *ESTATUTO DE CONSTITUCIÓN DE UNA ASOCIACIÓN* (págs. 3-7). Quito.
- TORRES, Z. (2014). *Administracion de proyectos*. México: Editorial Patria.
- Ulloa, P. P. (2013). *Mira Balcon de los Andes*. Obtenido de Mira Balcon de los Andes:  
<http://mira.ec/canton-mira/>
- Zapata, P. (2011). *Contabilidad General* (Séptima ed.). Mcgraw-hill Educacion.
- REGLAMENTO A LA LEY ORGÁNICA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA  
MANUAL DE USUARIO. NUEVO PROCEDIMIENTO MANUAL DE CONSTITUCIÓN  
DE ORGANIZACIONES EPS.

## LINKOGRAFÍA

[http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=615%3Amas-de-900-mil-ecuatorianos-consumen-alcohol&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es](http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=615%3Amas-de-900-mil-ecuatorianos-consumen-alcohol&catid=56%3Adestacados&Itemid=3&lang=es)

<http://carchi.gob.ec/index.php/nuestra-provincia/informacion-provincial>

<http://mira.ec/canton-mira/cantonizacion/>

<http://www.elnorte.ec/carchi/actualidad/8253-carchi-entre-las-que-mas-alcohol-se-consume-.html>

<http://mira.ec/leyendas-y-tradiciones/el-famoso-tardon/>

<http://mira.ec/leyendas-y-tradiciones/las-voladoras/>

<http://www.elnorte.ec/opinion/editorialistas/36172-el-tard%C3%B3n-mire%C3%B1o.html>

<http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/276250-inec-912575-personas-consumen-alcohol/>

[http://www.seps.gob.ec/preguntasfrecuentes?p\\_p\\_id=presentacionpreguntasfrecuentes\\_WAR\\_sepsappdataportlet&p\\_p\\_lifecycle=0&p\\_p\\_state=normal&p\\_p\\_mode=view&p\\_p\\_col\\_id=column4&p\\_p\\_col\\_count=1&\\_presentacionpreguntasfrecuentes\\_WAR\\_sepsappdataportlet\\_struts\\_action=%2Fext%2Freports%2Fview\\_reports&\\_presentacionpreguntasfrecuentes\\_WAR\\_sepsappdataportlet\\_tabs1=301](http://www.seps.gob.ec/preguntasfrecuentes?p_p_id=presentacionpreguntasfrecuentes_WAR_sepsappdataportlet&p_p_lifecycle=0&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_col_id=column4&p_p_col_count=1&_presentacionpreguntasfrecuentes_WAR_sepsappdataportlet_struts_action=%2Fext%2Freports%2Fview_reports&_presentacionpreguntasfrecuentes_WAR_sepsappdataportlet_tabs1=301)

<http://www.seps.gob.ec/documents/20181/138268/Manual+de+usuario/4b72aabf-a32a-493c-8817-b80363442de7>

# ANEXOS



## ENTREVISTA

La entrevista está dirigida a los productores del Tardon en la ciudad de Mira.

**Nombre:**

**Cargo:**

1. ¿Cómo inicio la producción del tardon?
2. ¿Desde qué tiempo se formó la asociación o usted viene elaborando el tardon?
3. ¿Qué les motivo a organizarse o iniciar con la elaboración del tardon?
4. ¿Cuál es la estructura organizativa del grupo?
5. ¿Qué niveles de producción de licor comercializa mensualmente y cada cuanto es su elaboración?
6. ¿Cree usted que la producción abastece la demanda? ¿Por qué?
7. ¿Cuánta mano de obra se utiliza para la elaboración del licor?
8. ¿La Naranja como materia principal la obtienen de manera permanente?
9. ¿La infraestructura con la cuenta la organización es adecuada para la elaboración del licor?
10. ¿Qué valor agregado o lo que hace diferente a su producto con respecto a la competencia?

## ENCUESTA

La encuesta está dirigida a la población Mireña para conocer el criterio de la constitución de una empresa productora de Tardón industrializado dentro de la ciudad de Mira.

### DATOS GENERALES:

#### GENERO

FEMENINO

MASCULINO

#### EDAD

18 – 29

30 - 65

### 1. ¿Consume algún tipo de licor?

SI

NO

### 2. ¿Con qué frecuencia consume bebidas alcohólicas?

Siempre

Casi Siempre

Ocasionalmente

Nunca

### 3. ¿Ha degustado licor de naranja “Tardon”?

SI

NO

**4. Según el proceso de los licores ¿Cuál es la bebida de su mayor preferencia?**

- Bebidas Artesanales
- Bebidas Industrializadas

**5. ¿En qué tipo de establecimiento adquiere el producto?**

- SUPERMERCADO
- TIENDA
- LICORERÍA
- OTROS

**6. Es conveniente la creación de una empresa industrializadora de Tardón dentro del cantón Mira**

SI  NO

**7. ¿Conoce usted de la existencia de una empresa dedicada a la elaboración de Tardón totalmente industrializado en la ciudad?**

SI  NO