



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESOS AMASADOS EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”

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

**AUTORAS:**

GUERRÓN FARINANGO ANDREA MARISSEL

MOLINA MÉNDEZ MARIBEL ISAMAR

**DIRECTOR:**

MSC. SCACCO FRANCO EDISON BENITO

IBARRA, 2022

## **RESUMEN EJECUTIVO**

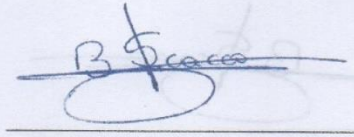
Un estudio de factibilidad permite conocer la viabilidad de un proyecto y la disponibilidad de recursos necesarios para que este tenga éxito, además es la respuesta a una necesidad de un bien o servicio. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo la implementación de una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados. Entre los referentes teóricos se puede mencionar a Menéndez (2018) y Fernández (2015), también se describió la metodología de forma sistemática con los métodos deductivo, inductivo y analítico-sintético que tienen un enfoque cualitativo, cuantitativo y descriptivo para la recopilación de información relevante. Se realizaron encuestas para conocer los gustos y preferencias acerca del producto; se determinó la macro y micro localización, tamaño, capacidad instalada, tecnología e ingeniería, se elaboraron estados financieros que permiten conocer la situación financiera y los resultados operacionales de la empresa. En conclusión, se tuvo resultados favorables de los indicadores financieros, el tiempo de período de recuperación de la inversión inicial es de tres años y siete meses aproximadamente, además la tasa interna de retorno es mayor al costo de capital considerando que es factible poner en marcha el negocio.

## **ABSTRACT**

A feasibility study determines the viability of a project as well as the availability of resources required for its success. It also addresses a need for a product or service. The goal of this research project is to set up a micro-business that produces and sells kneaded cheeses. Menéndez (2018) and Fernández (2018) are two theoretical references (2015). Deductive, inductive, and analytical-synthetic methodologies with a qualitative, quantitative, and descriptive approach were used to define the process. To learn about people's tastes and preferences for the product, surveys were conducted. The company's macro and micro-locations, size, installed capacity, technology, and engineering were determined, and financial statements were generated to enable an understanding of the company's financial status and operating results. In conclusion, there were favorable results from the financial indicators; the recovery period for the initial investment is approximately three years and seven months; the internal rate of return is higher than the cost of capital considering it is feasible to start up the business.

## INFORME DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

En mi calidad de director del Trabajo de Grado, presentado por las egresadas **Andrea Marissel Guerrón Farinango** y **Maribel Isamar Molina Méndez**, para optar por el Título de Licenciadas en Contabilidad y Auditoría CPA, cuyo tema es: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESOS AMASADOS EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”, consideramos 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.



Msc. Scacco Franco Edison Benito

En la ciudad de Ibarra, a los 19 días del mes de enero del 2022.

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

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

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1550104747		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Guerrón Farinango Andrea Marissel		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Barrio "El Sagrario"; Av. Jaime Roldós Aguilera y 13 de abril		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:marisselguerron@gmail.com">marisselguerron@gmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062856124	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0979446736

<b>DATOS DE CONTACTO</b>			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1753775095		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	Molina Méndez Maribel Isamar		
<b>DIRECCIÓN:</b>	Humberto Fierro y Seymour, Cayambe		
<b>EMAIL:</b>	<a href="mailto:isamolina1405@gmail.com">isamolina1405@gmail.com</a>		
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	022364854	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0959591315

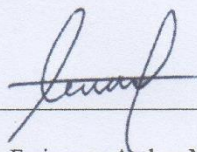


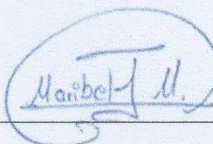
DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESOS AMASADOS EN EL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA
<b>AUTOR/ (A):</b>	Guerrón Farinango Andrea Marissel Molina Méndez Maribel Isamar
<b>FECHA: AAAAMMDD</b>	2022/01/28
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TÍTULO POR EL QUE OPTA:</b>	Licenciatura en Contabilidad y Auditoría C.P.A
<b>ASESOR /DIRECTOR:</b>	Msc. Scacco Franco Edison Benito

## 2. CONSTANCIAS

Los autores manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que son los titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 28 días del mes de enero de 2022

  
 \_\_\_\_\_  
 Guerrón Farinango Andrea Marissel  
 CI. 155010474-7

  
 \_\_\_\_\_  
 Molina Méndez Maribel Isamar  
 CI. 175377509-5

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de investigación lo dedico principalmente a Dios, por derramar bendiciones sobre mí y darme fuerzas para seguir adelante para culminar con éxito una meta planteada en mi vida como profesional. A mi padre Jaime Rodrigo Guerrón Arcos que, con su cariño, amor y su apoyo incondicional siempre ha estado en todo momento aconsejándome y guiándome para seguir adelante en toda mi carrera universitaria.*

*Andrea Marissel Guerrón Farinango*

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de titulación está dedicado principalmente a Dios por todas las bendiciones y fuerzas que me da siempre para seguir adelante, a mi madre Lilia Méndez, quien ha sido un apoyo para continuar mis estudios que sin ella no lo hubiera logrado, a mi padre, mi hermana y hermano que siempre estuvieron conmigo en todo momento.*

*Molina Méndez Maribel Isamar*



## **AGRADECIMIENTO**

*Agradecida con Dios por no por su amor incondicional por no dejarme caer en momentos difíciles, por darme fuerzas para continuar, por ayudarme a nunca perder la fe. De manera especial agradezco a la Universidad Técnica del Norte, por abrirme las puertas y brindarme una educación de calidad, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas, a todos los docentes quienes me formaron académicamente a lo largo de este desarrollo como profesional.*

*Andrea Marissel Guerrón Farinango*

## **AGRADECIMIENTO**

*Agradezco a Dios por las fuerzas que me dio para seguir adelante, superando cualquier obstáculo que se ha presentado a lo largo de mi vida personal y universitaria. A mi madre por darme apoyo incondicional en los momentos buenos y malos, a mi padre y a mis hermanos que estuvieron conmigo en todo momento. A mis amigas y compañeros /as de clase que juntos compartimos muchas experiencias y anécdotas dentro y fuera de las aulas.*

*También agradecer a la Universidad Técnica del Norte por haberme dado la oportunidad de estudiar en tan prestigiosa institución y en especial a todos los docentes que fueron parte de mi formación profesional a lo largo de mi carrera universitaria.*

*Molina Méndez, Maribel Isamar*

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO .....	II
ABSTRACT .....	III
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN .....	V
DEDICATORIA .....	VII
DEDICATORIA .....	VIII
AGRADECIMIENTO.....	IX
AGRADECIMIENTO.....	X
ÍNDICE GENERAL.....	XI
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIX
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XXIII
OBJETIVOS .....	XXVI
Objetivo general .....	XXVI
Objetivos específicos .....	XXVI
CAPÍTULO I.....	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 Introducción .....	1
1.2 Objetivo.....	1
1.3 La microempresa.....	1
1.3.1 Categorías de las microempresas. ....	1
1.4 La leche .....	2
1.4.1 Propiedades nutricionales.....	2
1.4.2 Beneficios.....	2
1.5 El queso .....	3

1.5.1 Historia del queso en el Ecuador.....	3
1.5.2 Valor nutricional. ....	4
1.5.3 Producción y consumo de quesos en el mundo.....	4
1.5.4 El queso amasado Carchense. ....	5
1.5.5 Proceso de elaboración del queso amasado. ....	5
1.6 Estudio de mercado.....	6
1.6.1 Oferta.....	6
1.6.2 Demanda. ....	6
1.6.3 Precio.....	6
1.6.4 Producto. ....	7
1.6.5 Comercialización.....	7
1.6.6 Marketing Mix. ....	7
1.7 Estudio técnico.....	8
1.7.1 Ingeniería del proyecto.....	8
1.7.2 Localización. ....	8
1.8 Estudio financiero.....	9
1.8.1 Activos. ....	10
1.8.2 Pasivos.....	10
1.8.3 Patrimonio. ....	11
1.8.4 Ingresos. ....	11
1.8.5 Costos.....	11
1.8.6 Gastos.....	12
1.9 Estados financieros.....	12
1.9.1 Estado de situación financiera.....	12
1.9.2 Estado de resultados integral.....	12
1.9.3 Estado de flujo de efectivo.....	13
1.10 Evaluación financiera de proyectos.....	13
1.10.1 Valor actual neto. ....	14
1.10.2 Tasa interna de retorno.....	14

1.10.3 Relación costo-beneficio.....	14
1.10.4 Periodo de recuperación.....	14
1.11 Estudio organizacional.....	15
1.11.1 Misión.....	15
1.11.2 Visión.....	15
1.11.3 Objetivos estratégicos.....	16
CAPITULO II.....	17
PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS.....	17
2.1 Introducción.....	17
2.2 Objetivo.....	17
2.3 Tipos de investigación.....	17
2.3.1 Investigación cuantitativa.....	17
2.3.2 Investigación cualitativa.....	17
2.3.3 Investigación descriptiva.....	18
2.4 Métodos.....	18
2.4.1 Inductivo.....	18
2.4.2 Deductivo.....	18
2.4.3 Analítico – sintético.....	19
2.5 Técnicas.....	19
2.5.1 La encuesta.....	19
2.5.2 Fuentes de datos secundarios.....	20
2.6 Instrumentos.....	20
2.6.1 Cuestionarios.....	20
2.7 Tipo de muestreo.....	21
2.7.1 Población.....	21
2.7.2 Muestra.....	21
2.7.3 Muestreo.....	22

2.8 Identificación de variables diagnósticas (PEST).....	22
2.8.1 Político. ....	22
2.8.2 Económico.....	23
2.8.3 Social.....	23
2.8.4 Tecnológicos. ....	23
2.8.5 Ecológicos. ....	24
2.8.6 Legislación. ....	24
2.8.7 Matriz PEST.....	25
 CAPITULO III.....	 26
 DIAGNÓSTICO .....	 26
3.1 Introducción .....	26
3.2 Objetivo.....	26
3.3 Desarrollo de las variables .....	26
3.3.1 Variables diagnósticas.....	27
3.3.2 Indicadores de las variables diagnósticas.....	27
3.4 Matriz de relación diagnóstica .....	29
3.5 Variable económica.....	30
3.5.1 Nivel de ingresos.....	30
3.5.2 Tasa de inflación. ....	31
3.5.3 Producto interno bruto (PIB).....	31
3.5.4 Población económicamente activa. ....	31
3.5.5 Tasa de desempleo. ....	32
3.6 Variable situación geográfica.....	33
3.6.1 Ubicación. ....	33
3.6.2 División política.....	33
3.6.3 Límites.....	33
3.6.4 Clima. ....	33
3.7 Variable tecnológica.....	34



3.8 Variable legislación.....	34
3.8.1 Notificación sanitaria de alimentos procesados. ....	34
3.8.2 Ley de fomento productivo. ....	35
3.8.3 Ley del consumidor.....	35
3.8.4 Buenas prácticas de manufactura (BPM).....	35
3.8.5 Ley de gestión ambiental. ....	36
3.9 Ecología.....	36
3.10 Alianzas estratégicas .....	37
3.11 Matriz de aliados oportunidades oponentes y riesgos (AOOR).....	37
3.12 Conclusión diagnóstica .....	39
CAPÍTULO IV .....	41
PROPUESTA.....	41
4.1 Introducción .....	41
4.2 Objetivo.....	41
4.3 Estudio de mercado .....	41
4.3.1 Introducción. ....	41
4.3.2 Objetivo.....	42
4.3.3 Variables de segmentación.....	42
4.3.4 Segmentación del mercado. ....	42
4.3.5 Mercado potencial.....	43
4.3.6 Determinación de la muestra.....	43
4.3.7 Aplicación del instrumento, tabulación, análisis e interpretación de resultados.....	46
4.3.8 Conclusión general del instrumento aplicado (encuesta).....	59
4.3.9 Determinación de la demanda potencial. ....	59
4.3.10 Identificación y proyección de la demanda del proyecto (demanda objetivo).....	60
4.3.11 Identificación de la oferta.....	61
4.3.12 Proyección de la oferta.....	62
4.3.13 Balance oferta – demanda (demanda insatisfecha). ....	62

4.3.14 Análisis de precios. ....	63
4.3.15 Estrategias de comercialización. ....	64
4.3.16 Publicidad.....	68
4.3.17 Promoción. ....	69
4.3.18 Conclusiones del estudio de mercado. ....	70
4.4 Estudio técnico.....	70
4.4.1 Introducción. ....	70
4.4.2 Objetivo.....	71
4.4.3 Localización de proyecto. ....	71
4.4.4 Factores determinantes de la macro localización.....	71
4.4.5 Costos de transporte. ....	73
4.4.6 Infraestructura básica. ....	74
4.4.7 Riesgos de desastres e impactos ambientales.....	74
4.4.8 Micro localización.....	74
4.4.9 Accesibilidad.....	75
4.4.10 Costo de terreno. ....	75
4.4.11 Costo de servicios básicos.....	76
4.4.12 Ubicación estratégica. ....	76
4.4.13 Localización definitiva.....	76
4.4.14 Tamaño del proyecto.....	77
4.4.15 El mercado (demanda insatisfecha). ....	77
4.4.16 La tecnología.....	78
4.4.17 Disponibilidad de recursos.....	87
4.4.18 El financiamiento. ....	88
4.4.19 Capacidad instalada.....	89
4.5 Ingeniería del proyecto.....	90
4.5.1 Diseño. ....	90
4.5.2 Descripción técnica de las áreas.....	90
4.5.3 Descripción técnica del producto. ....	91
4.5.4 Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo. ....	95

4.5.5 Inversión del proyecto.....	97
4.5.6 Inversión intangible.....	100
4.5.7 Gastos de operación.....	100
4.5.8 Gastos administrativos.....	102
4.5.9 Gastos de venta.....	104
4.5.10 Inversión en capital de trabajo.....	104
4.5.11 Inversión total del proyecto.....	105
4.5.12 Financiamiento.....	105
4.6 Estudio financiero.....	106
4.6.1 Introducción.....	106
4.6.2 Objetivo.....	106
4.6.3 Presupuesto de la inversión.....	106
4.6.4 Estados financieros.....	119
4.6.5 Análisis de sensibilidad.....	123
4.6.6 Evaluación financiera.....	123
4.6.7 Conclusiones de la evaluación financiera.....	129
4.7 Estudio organizacional.....	130
4.7.1 Introducción.....	130
4.7.2 Objetivo.....	130
4.7.3 La empresa.....	130
4.7.4 Niveles administrativos.....	133
4.7.5 Nivel directivo.....	134
4.7.6 Manuales de funciones.....	135
4.7.7 Constitución jurídica.....	141
4.7.8 Nombre o razón social.....	141
4.7.9 Figura jurídica.....	141
4.7.10 Domicilio.....	141
4.7.11 Requisitos para la constitución.....	141
4.7.12 Registro patronal.....	142
4.7.13 Registro único de contribuyentes RUC.....	143

4.7.14 Permiso de funcionamiento.....	143
4.7.15 Patente municipal.....	143
4.7.16 Permiso del cuerpo de bomberos.....	144
4.7.17 Permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud Pública.....	144
CAPÍTULO V .....	145
VALIDACIÓN.....	145
5.1 Introducción .....	145
5.2 Descripción del estudio.....	145
5.2.1 Objetivo.....	145
5.2.2 Equipo de trabajo.....	145
5.3 Metodología de verificación .....	146
5.3.1 Factores para validar.....	146
5.3.2 Método de calificación.....	147
5.3.3 Rango de interpretación.....	147
5.4 Resultados .....	148
CONCLUSIONES .....	152
RECOMENDACIONES .....	153
BIBLIOGRAFÍA.....	154
ANEXOS.....	159

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población total del cantón Ibarra .....	21
Tabla 2 Matriz PEST.....	25
Tabla 3 Nivel de ingresos.....	30
Tabla 4 Población económicamente activa del cantón Ibarra por sectores.....	32
Tabla 5 Tasa de desempleo de la provincia de Imbabura .....	32
Tabla 6 Matriz AOOR.....	38
Tabla 7 Segmentación geográfica .....	43
Tabla 8 Segmentación demográfica .....	43
Tabla 9 Matriz de relación de variables del estudio de mercado .....	45
Tabla 10 Tipo de elaboración de queso.....	47
Tabla 11 Lugar de compra del queso amasado .....	48
Tabla 12 Frecuencia de consumo .....	49
Tabla 13 Aspectos importantes .....	50
Tabla 14 Tamaño de presentación.....	51
Tabla 15 Precio del queso de 500 gr .....	52
Tabla 16 Marca del producto .....	53
Tabla 17 Desventajas del queso amasado .....	54
Tabla 18 Forma de presentación del producto .....	55
Tabla 19 Tipo de empaque del producto.....	56
Tabla 20 Medios de publicidad .....	57
Tabla 21 Aceptación del proyecto.....	58
Tabla 22 Demanda potencial.....	60
Tabla 23 Demanda del proyecto .....	60
Tabla 24 Demanda objetivo proyectada.....	61
Tabla 25 Marcas de queso amasado.....	61
Tabla 26 Proyección de la oferta.....	62
Tabla 27 Proyección de la demanda insatisfecha.....	63
Tabla 28 Precios del queso amasado.....	63
Tabla 29 Proyección de precios .....	64

Tabla 30 Comparación de características con la competencia .....	65
Tabla 31 Personal de la microempresa.....	72
Tabla 32 Instalaciones de la microempresa .....	73
Tabla 33 Matriz de evaluación de los factores para la micro localización .....	75
Tabla 34 Costo del terreno .....	75
Tabla 35 Costos de servicios básicos .....	76
Tabla 36 Capacidad instalada.....	78
Tabla 37 Cantidad de leche a utilizar .....	78
Tabla 38 Maquinaria y equipos de producción .....	79
Tabla 39 Materia prima directa .....	87
Tabla 40 Materia prima indirecta .....	87
Tabla 41 Insumos del área de administración .....	88
Tabla 42 Insumos de limpieza.....	88
Tabla 43 Capacidad de unidades a producir .....	89
Tabla 44 Maquinaria .....	97
Tabla 45 Equipos.....	98
Tabla 46 Herramientas .....	98
Tabla 47 Equipo de computación.....	99
Tabla 48 Muebles y enseres .....	99
Tabla 49 Vehículos .....	99
Tabla 50 Gastos de constitución e instalación del proyecto .....	100
Tabla 51 Costos de la materia prima directa .....	100
Tabla 52 Remuneración mano de obra directa.....	100
Tabla 53 Costos de la materia prima indirecta.....	101
Tabla 54 Remuneración mano de obra indirecta.....	101
Tabla 55 Costo anual de servicios básicos.....	101
Tabla 56 Equipos de protección del personal.....	101
Tabla 57 Gasto anual de servicios básicos administrativos .....	102
Tabla 58 Remuneraciones del personal administrativo .....	102
Tabla 59 Gasto anual de suministros y materiales de oficina .....	103



Tabla 60 Gasto anual de materiales de aseo y limpieza.....	103
Tabla 61 Remuneración del personal de ventas.....	104
Tabla 62 Gasto de transporte.....	104
Tabla 63 Gasto anual de publicidad.....	104
Tabla 64 Capital de trabajo de un mes.....	105
Tabla 65 Inversión total del proyecto.....	105
Tabla 66 Financiamiento de la inversión total.....	106
Tabla 67 Tasa de inflación promedio.....	107
Tabla 68 Proyección de ingresos.....	107
Tabla 69 Proyección de la prima directa.....	108
Tabla 70 Proyección de materia prima indirecta.....	108
Tabla 71 Tasa promedio del SBU.....	109
Tabla 72 Mano de obra directa proyectada.....	109
Tabla 73 Mano de obra indirecta proyectada.....	110
Tabla 74 Proyección de otros CIF.....	111
Tabla 75 Proyección de servicios básicos.....	111
Tabla 76 Proyección de suministros de oficina.....	112
Tabla 77 Proyección de materiales de limpieza.....	112
Tabla 78 Proyección de la remuneración del personal de administración.....	113
Tabla 79 Resumen de gastos administrativos proyectados.....	113
Tabla 80 Gastos de transporte proyectados.....	113
Tabla 81 Gastos de publicidad proyectados.....	114
Tabla 82 Proyección de remuneración del personal de ventas.....	114
Tabla 83 Resumen de gastos de venta proyectados.....	114
Tabla 84 Depreciación de activos fijos.....	115
Tabla 85 Cálculo del gasto financiero.....	116
Tabla 86 Resumen de capital e interés anual.....	116
Tabla 87 Tabla de amortización.....	116
Tabla 88 Amortización de activos intangibles.....	117
Tabla 89 Resumen de costos y gastos.....	118

Tabla 90 Estado de resultados integral.....	119
Tabla 91 Estado de fuentes y usos proyectado.....	120
Tabla 92 Estado de flujo de efectivo proyectado .....	121
Tabla 93 Estado de situación financiera.....	122
Tabla 94 Análisis de sensibilidad.....	123
Tabla 95 Cálculo del costo de capital .....	124
Tabla 96 VAN con tasa inferior .....	125
Tabla 97 VAN con tasa superior.....	125
Tabla 98 Relación costo beneficio .....	126
Tabla 99 Período de recuperación de la inversión .....	127
Tabla 100 Punto de equilibrio .....	128
Tabla 101 Resumen de la evaluación financiera.....	129
Tabla 102 Manual de funciones del gerente .....	135
Tabla 103 Manual de funciones del contador .....	136
Tabla 104 Manual de funciones del jefe de producción .....	137
Tabla 105 Manual de funciones de los operarios.....	138
Tabla 106 Manual de funciones del vendedor .....	139
Tabla 107 Manual de funciones del chofer .....	140
Tabla 108 Equipo de trabajo .....	146
Tabla 109 Factores para validar .....	146
Tabla 110 Rango de interpretación .....	148

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tipo de elaboración del queso amasado .....	47
Figura 2 Lugares frecuentes de compra .....	48
Figura 3 Frecuencia de consumo del queso amasado .....	49
Figura 4 Aspectos importantes en la compra .....	50
Figura 5 Tamaño de presentación .....	51
Figura 6 Precio del queso amasado.....	52
Figura 7 Marca del producto.....	53
Figura 8 Desventajas del producto.....	54
Figura 9 Forma de presentación del producto.....	55
Figura 10 Tipo de empaque .....	56
Figura 11 Medios de publicidad .....	57
Figura 12 Aceptación del proyecto .....	58
Figura 13 Etiqueta.....	66
Figura 14 Distribución directa .....	67
Figura 15 Distribución indirecta .....	68
Figura 16 Código QR.....	69
Figura 17 Afiche publicitario.....	69
Figura 18 Macro localización del proyecto .....	71
Figura 19 Vista satelital de la parroquia la Esperanza .....	77
Figura 20 Pasteurizadora.....	79
Figura 21 Marmita .....	80
Figura 22 Empacadora al vacío.....	80
Figura 23 Caldero .....	81
Figura 24 Lactodensímetro .....	81
Figura 25 Pistola de alcohol.....	82
Figura 26 Molino .....	82
Figura 27 Moldes .....	82
Figura 28 Mesas para moldes .....	83
Figura 29 Estanterías.....	83

Figura 30 Liras vertical y horizontal.....	84
Figura 31 Balanza digital.....	84
Figura 32 Termómetro.....	85
Figura 33 Tinajas de doble fondo.....	85
Figura 34 Frigorífico.....	86
Figura 35 Tanque de enfriamiento.....	86
Figura 36 Cuarto frío.....	87
Figura 37 Distribución de las instalaciones de la planta.....	90
Figura 38 Proceso de elaboración del queso amasado.....	92
Figura 39 Mapa de procesos.....	95
Figura 40 Flujograma de cada proceso del queso amasado.....	96
Figura 41 Logotipo.....	131
Figura 42 Organigrama estructural de la microempresa.....	133

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto está enfocado a la implementación de una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura; tiene como finalidad satisfacer la demanda que existe del producto. El estudio consta de cinco capítulos que se detallan a continuación:

**CAPÍTULO I.** Fundamentación teórica: comprende las bases científicas y teóricas, con conceptos básicos, complementarios y específicos, que permitan al lector tener una idea más clara acerca de este proyecto.

**CAPÍTULO II.** Procedimientos metodológicos: se define el proceso de investigación, aplicando los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, para recolectar información real y verídica.

**CAPÍTULO III.** Diagnóstico situacional: determina los riesgos que pueden influir directa o indirectamente en el proyecto y las oportunidades que se tendrán al implementar la micro empresa productora y comercializadora de quesos amasados, ofertando un producto de calidad, saludable y a un precio accesible.

**CAPÍTULO IV.** Propuesta: se realizan cuatro estudios; de mercado, que analiza el comportamiento de la población objetivo, la oferta y demanda del producto; el estudio técnico, que determina la capacidad de producción, los recursos y la localización estratégica de la microempresa; en el estudio financiero se comprueba a través del uso de indicadores que el proyecto es factible; y el estudio organizacional que establece la filosofía institucional los aspectos legales para la constitución jurídica de la empresa.

**CAPÍTULO V.** Validación: luego de los diferentes estudios realizados se concluye con los aspectos más importantes del proyecto para dar a conocer los resultados obtenidos y el grado de aplicabilidad de la propuesta.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados en el cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

### **Objetivos específicos**

- Determinar las bases científicas y teóricas para la sustentación del presente estudio de factibilidad.
- Describir los procedimientos metodológicos a través de métodos, técnicas, instrumentos y tipos de investigación.
- Realizar el estudio diagnóstico mediante un análisis de la situación actual del entorno, donde será implementada la microempresa.
- Desarrollar la propuesta a través de los estudios de mercado, técnico, financiero y organizacional con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto.
- Describir la validación del estudio donde se identifica la metodología de verificación y los resultados que se han obtenido al finalizar el estudio del proyecto.



# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1 Introducción

El marco teórico que se desarrolla a continuación comprende las bases científicas y teóricas que fundamentan el tema de investigación, contiene términos complementarios y específicos que permiten al lector tener una idea más clara de este proyecto.

Es importante cada definición que se ha considerado porque da una visión más segura para el desarrollo del presente proyecto.

### 1.2 Objetivo

Determinar las bases científicas y teóricas para la sustentación del presente estudio de factibilidad.

### 1.3 La microempresa

Las microempresas son de vital importancia para generar empleo y permitir la innovación de los procesos económicos, productivos y sociales que utilizan estrategias para cumplir con el objetivo principal. En ciertos casos tienen como proyección llegar a ser una empresa.

*La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría.* (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI], Art. 53).

#### 1.3.1 Categorías de las microempresas.

Según el (COPCI, 2018) en el Artículo 56, indica las MIPYMES están clasificadas de la siguiente forma:

- *Producción de bienes: transformación de materia prima.*
- *Servicios: se brinda un servicio intangible satisfaciendo las necesidades.*
- *Manufactura o comercio: compra y venta de productos.*

Las microempresas según la clasificación también pueden realizar cualquier tipo de actividad económica, como: producción, servicios, comercio o manufactura lo cual indica que son un medio importante que aportan al desarrollo tanto social como económico de un país.

## **1.4 La leche**

La materia prima es esencial para la elaboración de los quesos amasados por las propiedades nutricionales que posee, es un alimento insustituible y completo. Para Buendía (2016) “La leche es una alternativa alimenticia equilibrada en nutrientes y de máxima importancia para la humanidad” (p.18). Antes de la utilización, debe pasar por el proceso de control de calidad que garantice el uso para la elaboración del producto.

### **1.4.1 Propiedades nutricionales.**

La leche es el alimento más completo y equilibrado por las propiedades nutricionales que posee, proporcionando un elevado contenido de nutrientes en relación al contenido calórico: aporta proteínas de alto valor biológico, hidratos de carbono (fundamentalmente en forma de lactosa), grasas, vitaminas liposolubles, vitaminas del complejo B y minerales, especialmente calcio y fósforo (Fernández et al., 2015). Al momento de la transformación de la materia prima el queso debe seguir manteniendo los beneficios que garanticen el consumo del producto.

### **1.4.2 Beneficios.**

La leche de vaca proporciona beneficios al consumidor que son importantes en el desarrollo y crecimiento de una persona, además previene enfermedades y contribuye a una dieta más

equilibrada, aportan altos niveles de nutrientes, minerales y vitaminas. Para Fernández et al. (2015) menciona:

Los beneficios de la leche de vaca no se limitan exclusivamente al valor nutricional, sino que se extienden más allá y constituyen un factor de prevención en determinadas patologías afluentes como son la enfermedad cardiovascular, algunos tipos de cáncer, la hipertensión arterial o en patología ósea o dental. Puede contribuir también en la lucha frente al sobrepeso y la obesidad infantil (p.92).

La leche es la materia prima principal para la elaboración del queso amasado, la cual debe cumplir con los estándares de calidad para que mantenga los beneficios alimenticios y se garantice al consumo humano.

## **1.5 El queso**

Se denomina queso al producto fresco o madurado obtenido por coagulación y separación del suero, Menéndez (2018) describe: “Es un alimento sólido, blanco, semiduro, duro o extraduro; madurado o no, con o sin revestimientos, elaborado a partir de leche de vaca, cabra, oveja, búfala, camella u otros mamíferos” (p.17). Es uno de los lácteos más apetecidos por la mayor parte de la población Ibarreña por la textura y agradable sabor que posee.

### **1.5.1 Historia del queso en el Ecuador.**

El queso es un producto reconocido desde hace mucho tiempo, puede ser elaborado de diferentes formas y presentaciones al gusto y preferencia del consumidor, depende de la forma que utilizan los insumos para procesar la leche. Lasso y Jiménez (2015) dan a conocer cómo se dio este producto en el país.

La historia del queso en Ecuador nace muy temprano, cuando se ordeñaron las primeras vacas que llegaron con Sebastián de Benalcázar. Siendo el queso la forma más fácil de

guardar la leche, darle consistencia sólida y en muchos casos aplicar el nuevo producto a muchas formas de gastronomía nacional. Ya en la temprana colonia del Ecuador, apenas 10 años después de fundada la ciudad de Quito, ya se habla del queso (p.66).

El queso es una buena forma de utilizar la leche para no ser desperdiciada, llegando a ser un derivado de esta; este producto forma parte de la gastronomía y consumo en el país.

### **1.5.2 Valor nutricional.**

El valor nutricional de la leche es diferente al queso, debido a que son alimentos de origen animal y están compuestos de proteínas, grasas y agua. Según, Menéndez (2018) menciona:

Son concentrados proteicos con un alto contenido de proteínas de la leche (25-35%) que contienen aminoácidos esenciales de alto valor biológico y una considerable variación de contenidos de grasa y agua según el tipo de la leche que sea utilizada y tipo de fabricación (p.45).

El queso posee propiedades nutricionales y forma parte de la alimentación diaria de las personas, a excepción de aquellas que no puedan consumir por ser intolerantes a la lactosa, en algunas ocasiones el consumo moderado puede ser la solución.

### **1.5.3 Producción y consumo de quesos en el mundo.**

La producción de quesos es una actividad importante en el mundo tiene diferentes presentaciones y tipos de elaboración, poseen un sabor exquisito y propiedades nutritivas, existen varias formas de consumo que depende del gusto y uso de la persona que lo compra. Menéndez (2018) menciona:

La leche, particularmente se consume en todo el mundo que conlleva importantes costos de almacenamiento y transportación, variables según las estaciones del año. En cambio, los productos lácteos tienen patrones de consumo muy diferentes, aunque ocupan menor

tamaño, tienen mayor durabilidad, son superiores en sabor, valor nutricional y digestibilidad y se producen con tecnologías sencillas y artesanales (p.29).

Para ofrecer un producto de calidad las empresas necesitan obtener tecnología actualizada para que el proceso de elaboración del queso amasado sea más seguro e higiénico, implica realizar una inversión grande en máquinas y materiales que sean adecuados para la producción, que en la actualidad se puede conseguir con facilidad en el país.

#### **1.5.4 El queso amasado Carchense.**

Por la actividad ganadera que existe en la provincia del Carchi, se da la producción de leche y lácteos, entre los principales se encuentra el queso amasado; se trata de un producto que se realiza de manera artesanal y desde la época de los antiguos pobladores se mantiene como 'el rey' de los lácteos ("El queso amasado, un producto con sabor a historia y tradición", 2019). También se adquiere en el cantón Ibarra por la cercanía que existe entre estos lugares para el transporte y comercialización, es un alimento ecuatoriano que se distingue por la textura que posee y las formas de elaboración.

#### **1.5.5 Proceso de elaboración del queso amasado.**

El queso amasado es muy reconocido, característico del cantón Montúfar por la fabricación popular en diversos rincones se la realiza de manera automatizada o artesanal. Los pequeños pedazos de queso se exprimen minuciosamente para dejar salir todo el suero, enseguida se los coloca en un molino para amasar la mezcla y finalmente se la ubica en moldes para dejarla reposar y obtener el producto final, esa es la razón de donde proviene el nombre; anteriormente esta actividad se realizaba a mano ("El queso amasado, un producto con sabor a historia y tradición", 2019). Este es el proceso de elaboración artesanal utilizado por mayor parte de la población de la provincia del Carchi.

## **1.6 Estudio de mercado**

Es necesario realizar esta investigación para conocer la respuesta de los posibles clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto. Es un documento que se realiza con el objetivo de conocer la demanda de un bien o servicio que tendrá en el mercado meta (Rodríguez, 2018). Además, se determina el precio, los medios para la distribución, estrategias de comercialización, para la publicidad, venta y promoción del queso amasado.

### **1.6.1 Oferta.**

Es necesario conocer la oferta que existe del producto en el mercado con la finalidad de determinar la proporción que va cubrir el proyecto. Es la cantidad de un bien o servicio que las empresas o unidades de producción están dispuestas a ofrecer a los consumidores a un determinado precio (O’Kean, 2015).

### **1.6.2 Demanda.**

La demanda es la cantidad de personas que adquieren un cierto producto o servicio, es el proceso mediante el cual se logran determinar las condiciones que afectan el consumo (Flórez, 2016). Para esto es necesario realizar un análisis del comportamiento y necesidades ilimitadas, asignando recursos eficientemente.

### **1.6.3 Precio.**

Tiene gran incidencia en el estudio de mercado debido a que las posibles variaciones pueden determinar el éxito o fracaso de la microempresa, además se consideran los costos y gastos que se tienen al momento de la fabricación, más un porcentaje de margen de utilidad. Maubert y Hernández (2017) afirman: “El precio es el valor expresado en moneda, o bien la cantidad de dinero que se necesita para adquirir un producto, puede lograr un impacto psicológico en los



clientes y comercializadores o intermediarios, pues llegan a utilizarlos de manera simbólica” (p.356).

Se estudia el comportamiento de la competencia a fin de mantener un equilibrio y no sobrepasar el valor de un bien o servicio que este definido dentro del mercado. Depende la demanda que exista el precio puede ser alto o bajo.

#### **1.6.4 Producto.**

Es un bien o servicio que busca cubrir el deseo de comprar del consumidor. “Un producto puede significar un satisfactor de necesidades o ser considerado con un valor agregado para el consumidor. Asimismo, puede catalogarse como un conjunto de atributos y beneficios o visualizarse como un concepto de negocios” (Maubert y Hernández, 2017, p.224). Por lo que debe ser diferenciado según el ciclo de vida que posea o la durabilidad.

#### **1.6.5 Comercialización.**

Es fundamental este término porque es una actividad que va a realizar la microempresa, por medio de esta el queso amasado va a ser comercializado. Está enfocada en ofertar un producto a través de canales de distribución para satisfacer las necesidades del consumidor con la finalidad de crear lealtad del comprador para que sigan regresando y recomienden el negocio a otros (Mileman y Sibanda, 2016).

Por lo tanto, es de vital importancia conocer las diferentes técnicas de comercialización considerando siempre que el producto llegue al consumidor en buenas condiciones y que puedan ser un portavoz del negocio.

#### **1.6.6 Marketing Mix.**

Se lo realiza como una estrategia para posicionar un bien o servicio en el mercado, en el análisis sistemático y permanente de las necesidades de los demandantes. Schnarch (2019) define:

“Desarrollo de conceptos de productos rentables, destinados a unos grupos de compradores específicos y que presentan cualidades distintivas que les diferencien de los competidores inmediatos, asegurando así al productor una ventaja competitiva duradera y defendible” (p.72). Además, tiene los siguientes elementos: producto, precio, plaza y promoción.

## **1.7 Estudio técnico**

Es un paso importante para conocer la inversión que debe realizar el proyecto en cuanto a las máquinas y equipos para la producción del queso amasado. Sánchez, et al. (2015) afirma que en el estudio técnico se “implementará tecnologías oportunas para satisfacerlas, lo cual implica decisiones de tamaño y localización del futuro proyecto y cada una de ellas responde a diferentes interrogantes: el tamaño ¿al cuánto?, la tecnología ¿al cómo? y la localización ¿a dónde?” (p.23). Además, se analizan los diferentes factores para que el proyecto se desarrolle de una forma correcta.

### **1.7.1 Ingeniería del proyecto.**

Es importante la ingeniería porque se conoce la inversión total del proyecto la cual está conformada por bienes tangibles, intangibles y el capital de trabajo de un mes. Flórez (2016) hace referencia: “la tecnología brinda diferentes alternativas de utilización y combinación que afectan a las inversiones, los costos, gastos e ingresos del plan de negocios” (p.80). Finalmente, determina el monto que será financiado por aportes propios y el valor que se va a solicitar mediante un crédito.

### **1.7.2 Localización.**

La localización es imprescindible para determinar el lugar estratégico donde se va a crear la microempresa. Rodríguez (2018) manifiesta: “la ubicación de un proyecto es importante porque puede presentar el éxito o fracaso, en lugares de afluencia de clientes” (p.21). Se debe analizar diferentes factores antes de decidir la ubicación final:

- Necesidades de espacio.
- Apariencia de negocio y área, seguridad, acceso.
- Instalaciones y servicios básicos.
- Costos de adquisición y financiamiento.

#### ***1.7.2.1. Macro localización.***

Se analiza distintas alternativas para determinar cuál propuesta será aceptada para establecer la localización en el país. “Se tendrán en cuenta las condiciones básicas de la región en cuanto a la infraestructura de vías, amplitud de los mercados, disponibilidad de insumos, calidad de los servicios públicos” (Vergara, 2020, p.77). Se debe conocer la zona con las características que puedan impactar de manera positiva y describir la zona geográfica donde se ubicará el proyecto.

#### ***1.7.2.2. Micro localización.***

Después de analizar la macro localización se determina la mejor alternativa. “Una vez elegida la región donde se puede localizar al proyecto comienza el proceso de elegir la zona y dentro de esta el sitio preciso” (Flórez, 2016, p.73). Para llegar a la ubicación estratégica y precisa de la microempresa se debe analizar rigurosamente la disponibilidad de área, estudios de mercado, precio del terreno, vías de acceso, servicios básicos y condiciones ambientales que son aspectos relevantes para tomar la decisión.

### **1.8 Estudio financiero**

Facilita la toma de decisiones de un negocio, empresa o proyecto, se realiza un análisis profundo con el objetivo de demostrar la viabilidad y rentabilidad en el tiempo. Sánchez et al. (2015) afirma:

En esta etapa se ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron estudios anteriores, se elaboran los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación de rentabilidad. La sistematización de la información

financiera consiste en identificar y ordenar todos los ítems de inversiones, costos e ingresos deducidos de los estudios previos (p.34).

El estudio financiero tiene como propósito determinar la factibilidad del proyecto, analizando aspectos como inversiones, fuentes de financiamiento, evaluación económica y financiera; toda la información recolectada es analizada para conocer los riesgos y evaluar la viabilidad.

### **1.8.1 Activos.**

Es una cuenta acreedora que se encuentra en el estado de situación financiera de una entidad. Los activos son bienes, derechos y otros recursos controlados económicamente por la empresa, resultantes de sucesos pasados, de los que se espera que la empresa obtenga beneficios o rendimiento económicos en el futuro (Omecaña, 2017). Sirve para solventar las obligaciones que se tienen en el pasivo.

### **1.8.2 Pasivos.**

Una empresa financia la actividad económica contrayendo deudas y obligaciones, que conlleva a obtener a activos necesarios para el funcionamiento del negocio. Alcarria (2016) hace referencia:

Los pasivos son obligaciones actuales, deudas, en que la empresa incurre en el ejercicio de su actividad. Estas derivan de cualquier transacción o hecho pasado que genere una segura o posible deuda que en el futuro puedan originar la entrega de activos para su cancelación (p.27).

El pasivo es una cuenta reflejada en el estado de situación financiera, representa las obligaciones a corto, mediano y largo plazo con terceras personas o ajenas a la empresa que se pagan periódicamente, adquiridas para financiamiento, inversión u operación. Se debe contar con disponibilidad en el activo corriente para solventar las deudas contraídas.

### **1.8.3 Patrimonio.**

Está ligado a la contabilidad, refleja el valor final del resultado de un ejercicio económico y los aportes de accionistas. Alcarria (2016) define “El patrimonio neto es parte residual de los activos de la empresa una vez deducidos sus pasivos, es decir es la diferencia entre el valor de sus activos y sus pasivos” (p,28). Es una fuente de financiamiento que tiene la posibilidad de ser estimados y valorados económicamente.

### **1.8.4 Ingresos.**

Esta cuenta se ve reflejada en el estado de resultados expresada en términos nominales y reales. Según Alcarria (2016) menciona:

Los ingresos son incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios o como consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente (p.28).

Los ingresos hacen referencia al incremento en el patrimonio de una empresa, son entradas que se obtienen por la venta de bienes o la prestación de un servicio durante un período determinado.

### **1.8.5 Costos.**

Es la cantidad de dinero que se invierte para la elaboración de un producto. Morales, Smeke & Huerta (2018) mencionan: “El costo como cualquier erogación o salida de efectivo que realiza la empresa para obtener un bien o un servicio de cual se espera un beneficio” (p.30). Se debe tener un adecuado control del valor invertido de la producción para calcular el precio de venta al consumidor final.

### **1.8.6 Gastos.**

Es una salida de dinero que no está relacionado directamente a la producción de un bien, pero aporta para que este pueda ser terminado. Huerta, Morales & Smeke (2018) aseguran “Un gasto es un costo expirado. Se deben identificar los gastos con los ingresos que generaron en cada período” (p.31). Es un egreso no recuperable que son necesarios para el funcionamiento de la empresa y deben ser administrados de manera correcta.

## **1.9 Estados financieros**

Los estados financieros muestran la situación económica de una empresa o entidad a un año específico. Son los reportes cuantitativos más importantes que tiene una organización, pueden proporcionar información de la situación financiera actual de los flujos de efectivo y de los resultados obtenidos en un determinado período (García, 2016). El área contable está encargada de la elaboración y presentación de estos informes, los principales encargados en esta área pueden ser un contador, administrador o un especialista en finanzas.

### **1.9.1 Estado de situación financiera.**

Es importante porque contiene datos relevantes para conocer la rentabilidad y tomar decisiones adecuadas al momento de invertir. El estado de situación financiera muestra información detallada a una fecha determinada sobre las propiedades, derechos, obligaciones y patrimonio de una empresa (Angulo, 2016). Es conocido como balance general, se encuentra estructurado por las cuentas de activo, pasivo y patrimonio.

### **1.9.2 Estado de resultados integral.**

Denominado también estado de pérdidas y ganancias, proporciona información de manera relativa al resultado y muestra lo sucedido en la entidad en un período determinado.

Para entidades lucrativas o, en su caso, estado de actividades, para entidades con propósitos no lucrativos, que muestra la información relativa al resultado de sus operaciones en un período y, por ende, de los ingresos, gastos, así como, de la utilidad o cambios netos en el patrimonio contable resultante en el período (Román, 2017, p.91).

El estado de resultados integral es un documento contable que tiene como objetivo mostrar información de forma detallada de las operaciones de ingresos, costos y gastos para determinar la utilidad o pérdida del ejercicio económico.

### **1.9.3 Estado de flujo de efectivo.**

Es un estado financiero básico que informa sobre las variaciones y movimientos de efectivo, además muestra información sobre los recaudos y desembolsos de dinero.

El principal objetivo del estado de flujo de efectivo es proporcionar información relevante acerca de los ingresos y pagos; indica los efectos de las actividades de operación, inversión y financiamiento de una empresa durante un período contable específico (Román, 2017).

En este estado financiero se muestran las entradas y salidas del efectivo generado en las actividades operativas, de inversión y financiamiento durante la operación de la empresa, para tener un nivel de liquidez óptimo, se debe analizar de manera correcta los movimientos financieros que garantice el funcionamiento.

### **1.10 Evaluación financiera de proyectos**

La evaluación financiera permite determinar los niveles de rentabilidad con un análisis del entorno financiero, al iniciar un proyecto se analizan los riesgos, beneficios y ganancias previo a una investigación para no afrontar los problemas futuros, por consiguiente, facilita tomar decisiones.

### **1.10.1 Valor actual neto.**

También es conocido como valor presente neto, representa la utilidad que genera al invertir en un proyecto. Ramírez (2019) afirma: “Es un indicador financiero que cuantifica la generación o destrucción de la riqueza de una inversión” (p.17). Es una herramienta fundamental para la evaluación financiera que determina la rentabilidad a futuro mediante los flujos de caja proyectados y conocer la viabilidad.

### **1.10.2 Tasa interna de retorno.**

Es un método de evaluación financiera que mide en porcentaje el beneficio o pérdida. Ramírez (2019) manifiesta: “La tasa interna de retorno es la rentabilidad de una empresa o de un proyecto de inversión. Matemáticamente, es la tasa de interés que igual a cero el valor presente neto” (p.144). Es una herramienta complementaria que ayuda a definir la decisión final que tomen los accionistas.

### **1.10.3 Relación costo-beneficio.**

El análisis es un proceso de evaluación de un proyecto o de un esquema para tomar decisiones de cualquier tipo. Que involucra, de manera explícita o implícita, determinar el total de costos y beneficios de todas las alternativas para seleccionar la mejor o más rentable (Aguilera, 2017). Consiste en tomar los ingresos y egresos de estado de resultado para analizar la relación que existe entre sí.

### **1.10.4 Periodo de recuperación.**

Permite conocer el número de años en que se espera recuperar la inversión inicial tomando en cuenta los flujos de caja proyectados. “Estima el plazo que debe transcurrir desde que se prevé realizar el primer desembolso del proyecto, para que se anule su movimiento de fondos



acumulados y actualizado a dicho origen” (Pérez, 2017, p.44). Es un método financiero que se puede evaluar a corto tiempo, optimizando el proceso de la toma de decisiones.

### **1.11 Estudio organizacional**

Consiste en el análisis de la capacidad operativa que a empresa debe considerar para el establecimiento. El estudio organizacional presenta, de forma ordenada y explícita, las actividades que se desarrollen; organiza la gestión de personal y el desarrollo organizacional e identifica los procedimientos administrativos y la aplicación para la realización del proyecto (Ramírez, 2019). Debe estar separado por áreas de apoyo para realizar una investigación a fondo evaluando fortalezas y debilidades de la organización.

#### **1.11.1 Misión.**

Es la descripción de la razón de ser de la empresa, considerando los objetivos y valores planteados. La misión se refiere a los propósitos o la función que se desempeña en la sociedad, debe de ser amplia, realista y concreta que tienden a cumplirse en el presente; además trata de lo que debe hacer para alcanzar la visión propuesta por la organización (González, 2020). Se centra en la perspectiva actual de la microempresa dando a conocer las características importantes al público, donde se ve reflejado las necesidades que se intenta satisfacer a los consumidores.

#### **1.11.2 Visión.**

Se centra en describir las metas que se espera alcanzar a largo plazo. La visión es entendida como el lugar o resultado que se desea alcanzar con la organización, es un enfoque de lo que se espera llegar a ser en el futuro y sirve como motivación para los trabajadores en cumplir los objetivos propuestos (González, 2020).

A lo expuesto se puede argumentar que la visión es parte fundamental de una empresa porque se plantean objetivos que se desean alcanzar a futuro, describe como conseguir las metas y que

deben ser socializadas a todos los integrantes de la organización para ser alcanzadas, además es una guía necesaria para la toma de decisiones enfocado principalmente a los clientes.

### **1.11.3 Objetivos estratégicos.**

Se realizan a largo plazo, deben ser medibles y alcanzables. Los objetivos estratégicos son metas formuladas que se pretenden alcanzar en un tiempo determinado, las instituciones se basan en la visión y misión para el cumplimiento de estos. Se enfoca en las siguientes preguntas: ¿Qué queremos?, ¿Qué deseamos?, ¿Qué vamos hacer? (Luna, 2015). Funcionan como parámetros para evaluar el progreso y desempeño de la organización.

## **CAPITULO II**

### **PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS**

#### **2.1 Introducción**

En el capítulo se detallan los procedimientos metodológicos que proporcionan información, así como los métodos, técnicas e instrumentos de investigación, variables e indicadores aplicados de manera ordenada y sistematizada en el proyecto, de modo que permitan a los lectores comprender sobre el tema.

#### **2.2 Objetivo**

Describir los procedimientos metodológicos mediante métodos, técnicas e instrumentos, tipos de investigación y muestreo.

#### **2.3 Tipos de investigación**

##### **2.3.1 Investigación cuantitativa.**

Es una estrategia de apoyo para recopilar y analizar información a través de diferentes fuentes. Serrano (2020) manifiesta: “La finalidad de naturaleza numérica y estadística, un ejemplo de este tipo de investigación son los censos de población o estudios socioeconómicos que realiza un gobierno sobre una población” (p.42). De esta manera permite tabular los datos obtenidos en el desarrollo del estudio de mercado, donde se aplicó las encuestas.

##### **2.3.2 Investigación cualitativa.**

La investigación cualitativa es un método científico que trata de la observación para la recopilación de datos no numéricos. Serrano (2020) menciona: “Se centra en conocer entender comportamientos, cualidades, tradiciones y patrones sociales” (p.42). Permite obtener información detallada, en cuanto a costumbres, hábitos y frecuencia de consumo de los quesos amasados en el cantón Ibarra.

### **2.3.3 Investigación descriptiva.**

Las funciones principales de la investigación descriptiva, es la facultad sobre escoger ciertas características fundamentales del objeto de estudio y descripción detallada de las partes, categorías o clases de ese objeto por esta razón es de vital importancia (Baena, 2017). Es utilizada para desarrollar cada capítulo del proyecto, en consecuencia, se describe cada componente a emplear y los posibles factores que pueden ser positivos o negativos.

## **2.4 Métodos**

El objetivo de aplicar los métodos es recopilar datos de la investigación para realizar un análisis profundo con la finalidad de obtener información y comprender acerca del tema de estudio.

El método significa el camino por seguir mediante una serie de operaciones y reglas prefijadas de antemano para alcanzar el resultado propuesto, procurando establecer los procedimientos que deben seguirse, en el orden de las observaciones, experimentaciones, experiencia y razonamiento y la esfera de los objetos a los cuales se aplica (Baena, 2017, p.45).

### **2.4.1 Inductivo.**

Mediante el método inductivo se investiga y se crean hipótesis de los datos recolectados, a través de elementos y conceptos generales (Serrano, 2020). Es aplicado al momento de realizar las encuestas y con la información obtenida conocer el nivel de aceptación del proyecto.

### **2.4.2 Deductivo.**

Se aplican leyes o teorías de manera jerárquica de razonamiento. El método deductivo parte de lo general para ir a lo particular, es decir, se comienza trabajando conocimientos, habilidades o actitudes generales para, por último, trabajar contenidos en forma concreta, es decir parte de

generalizaciones ya establecidas de reglas o principios para resolver problemas particulares (Andrés, 2019).

Se puede concluir que el método inductivo es utilizado como estrategia de razonamiento para deducir conclusiones lógicas después de haber desarrollado los capítulos de la investigación, se llega a tener una visión general la cual es plasmada en una conclusión.

### **2.4.3 Analítico – sintético.**

El método analítico-sintético consiste en la separación de un todo para realizar un resumen. Rodríguez y Pérez (2017) afirma: “El análisis se produce mediante la síntesis de las propiedades y características de cada parte del todo, mientras que la síntesis se realiza sobre la base de los resultados del análisis” (p.186). Permite la descomposición de la información para luego concluir con la interpretación de los resultados obtenidos de los estudios y determinar si el proyecto es o no factible.

## **2.5 Técnicas**

Son herramientas fundamentales que se utilizan para obtener información relevante de la investigación, según (Baena, 2017) hace referencia que son “respuestas al “cómo hacer” y permiten la aplicación de método en el ámbito donde se aplica. Hay técnicas para todas las actividades humanas que tienen como fin alcanzar ciertos objetivos” (p.99). Siguiendo procedimientos y normas que permitan alcanzar un resultado seguro.

### **2.5.1 La encuesta.**

Es un proceso de la investigación descriptiva los cuales recogen y analizan datos. Según López y Fachelli (2015) mencionan:

La encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática

medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida (p.8).

Esta técnica permite la recopilación de datos de la muestra y según los resultados obtenidos se conocen las variables del estudio de mercado donde se interpreta y analiza la información acerca el entorno y estrategias de comercialización.

### **2.5.2 Fuentes de datos secundarios.**

En el proceso de investigación se distinguen dos tipos fundamentales para la recolección de información: primaria y secundaria.

Las fuentes primarias proporcionan información de datos nuevos, originales o directos, que no remiten a otras; las secundarias son las que se relacionan con los documentos auténticos, se diferencian con las siguientes características: autenticidad, tiempo y espacio (Monroy y Nava, 2018).

Las fuentes secundarias contienen información elaborada producto de un análisis que se basa en un documento original o de investigaciones históricas, son utilizadas para definir los términos empleados en el proyecto.

## **2.6 Instrumentos**

Son recursos que se utilizan para recolectar y registrar la información obtenida de las técnicas aplicadas en la investigación, estas dependen del tipo de proyecto a desarrollar, en el presente estudio se ha considerado como instrumento el cuestionario.

### **2.6.1 Cuestionarios.**

Estos cuestionarios ayudan a obtener datos importantes sobre la demanda que va a tener el proyecto. Se elaboran con preguntas abiertas, cerradas o mixtas, es aplicado por un encuestador para dirigir al encuestado a dar información que se requiere, respetando siempre la respuesta que

se obtenga (Monroy y Nava, 2018). Son realizados con la finalidad de conocer los gustos y preferencias del queso amasado además la cantidad de personas dispuestas a adquirir el producto.

## 2.7 Tipo de muestreo

### 2.7.1 Población.

La población para este proyecto es el cantón Ibarra. Rodríguez (2015) indica como un grupo de todos los elementos que se proponen para obtener una medida característica, se selecciona un subgrupo representativo que constituye lo que se denomina muestra.

Actualmente el cantón Ibarra se divide en siete parroquias entre urbanas y rurales, con un total de 221.149 habitantes, donde el 65,13% representa la Población Económicamente Activa (PEA) que corresponde a 144.043 personas. Con la información obtenida se va a establecer la segmentación de mercado para conocer las necesidades, preferencias y comportamiento de los consumidores.

Tabla 1  
*Población total del cantón Ibarra*

<b>PARROQUIA</b>	<b>AÑO 2020</b>	<b>POBLACIÓN EN EDAD DE TRABAJAR</b>
IBARRA	170.549	24.813
AMBUQUÍ	6.685	4.354
ANGOCHAGUA	3.983	2.594
CAROLINA	3.343	2.178
LA ESPERANZA	8.988	5.854
LITA	4.088	2.663
SALINAS	2.125	1.384
SAN ANTONIO	21.388	13.931
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>221.149</b>	<b>161.844</b>

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2020

Elaborado por: Las autoras

### 2.7.2 Muestra.

Es importante definir la muestra porque existe un número alto de habitantes y resulta difícil de estudiar a todo el grupo. Martínez (2018) menciona: “Para que sea representativa la población

requiere que todas las unidades tengan la misma probabilidad de ser seleccionadas, es decir debe ser aleatoria, al azar o probabilística” (p.275). En el presente proyecto se ha determinado la cantidad de hogares que existen en el cantón Ibarra para establecer el tamaño muestral.

### **2.7.3 Muestreo.**

El muestreo es un procedimiento primordial para la selección de la muestra de una población que responde a las necesidades de información estadística y los conjuntos de elementos que la conforman (Gutiérrez, 2016).

El tipo de muestreo que se aplica en la investigación es aleatorio simple debido a que los elementos que constituyen como la población o universo investigado tienen la misma posibilidad de ser seleccionados, lo que genera ahorro de tiempo y recursos en el estudio.

## **2.8 Identificación de variables diagnósticas (PEST)**

Se debe definir con la ayuda de un análisis estratégico que factores externos influyen en los niveles de oferta y demanda para obtener la información sobre el comportamiento del entorno. En el proyecto las variables diagnósticas que se van a desarrollar son: políticas, económicas, sociales y tecnológicas, además las ecológicas que generan conciencia en el cuidado del medio ambiente.

### **2.8.1 Político.**

Los factores políticos están inmersos al gobierno donde se aprueban leyes que en algunos casos afectan los negocios y estos deben adaptarse a los cambios, pero que en ocasiones no todas tienen la capacidad para afrontar las medidas y se van a la quiebra. El estado constitucional regula el entorno económico de las empresas mediante la formulación de políticas, regulaciones en el mercado laboral y de aspectos financieros (Sánchez, 2015).

Con lo anterior mencionado se puede dar una definición general acerca de lo político como un factor externo y de amenaza para la empresa si no se aplican, al ser estudiada esta variable se puede



conocer las leyes y políticas que se deben adoptar para la creación y funcionamiento de organización.

### **2.8.2 Económico.**

Los factores económicos están directamente relacionados con el desarrollo económico y acceso a recursos, siendo necesario evaluarlo con el fin de determinar los indicadores macroeconómicos que puedan influenciar de manera negativa y positiva a la empresa, por ejemplo: la evolución del producto interno bruto (PIB), las tasas de interés, inflación, tasa de desempleo, entre otras (Luna, 2015).

Para definir el costo del producto, las proyecciones de ventas y gastos, se deben considerar los factores económicos que puedan afectar directa e indirectamente a la operatividad de la empresa al igual que los beneficios que se pueda tener.

### **2.8.3 Social.**

Para comprender de mejor manera este factor se debe relacionar con la demografía la cual cuantifica y comprende el tamaño de la población, estructura de los grupos de edad, crecientes o decrecientes niveles de riqueza, composición étnica, distribución geográfica y disparidad en el nivel de ingresos (Luna, 2015). Se puede establecer la publicidad, cambios de estilo de vida, gustos, modas que puedan afectar o favorecer al consumo del producto, la opinión y actitud del cliente es importante porque se debe analizar el entorno de manera detallada.

### **2.8.4 Tecnológicos.**

La tecnología se ha convertido en una de las principales ventajas competitivas en las empresas por la existencia de nuevos productos, negocios y maneras de fabricación que sirven como estrategia para captar la mayor parte de los clientes del mercado y generar más utilidades de las

previstas. Es importante tener conocimientos tecnológicos que, en caso de existir maquinaria o procesos de producción más actualizados, estos puedan aplicarse eficientemente.

### **2.8.5 Ecológicos.**

Es importante analizar esta variable porque se determinan los elementos internos y externos que puedan afectar directa o indirectamente a la empresa. Los factores ecológicos y negocios están vinculados a la sostenibilidad, por políticas medioambientales y regulaciones que ayudan a mitigar los problemas ambientales (Celma, 2018). Generando que las personas tomen conciencia con el cuidado de entorno para evitar en el futuro posibles desastres naturales.

### **2.8.6 Legislación.**

Las leyes o normas establecidas deben ser cumplidas por la población. La legislación influye en el entorno y pueden beneficiar o perjudicar los intereses de las organizaciones. El gobierno establece políticas y marcos jurídicos que deben ser respetados y cumplidos oportunamente, además se consideran para la formulación de estrategias (Luna, 2015). Estas evitan que la empresa cometa actos ilícitos que son penados por la ley, manteniendo orden y cumpliendo con todo lo que se necesita para que pueda funcionar con la autorización de los organismos de control.

### 2.8.7 Matriz PEST.

Tabla 2  
*Matriz Pest*

<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>FUENTE</b>
Económica	Nivel de ingresos	Información secundaria
	Tasa de inflación	
	Producto Interno Bruto	
	Tasa de interés	
	Tasa de desempleo	
Geográfica	Ubicación	Información secundaria
	Limites	
	Clima	
	Agua	
Tecnología	Maquinaria y equipos	Información secundaria
	Procesos	
Legislación	Notificación sanitaria (ARCSA)	Información primaria
	Código de producción	
	Ley de consumidor	
	Buenas prácticas de manufactura	
	Ley Orgánica de Salud Pública del Ecuador	
Ecología	Ley de Gestión Ambiental	Información secundaria
	Uso eficiente de materias primas, agua, y energía	
	Desarrollo de productos más seguros para el medio ambiente.	
Alianzas estratégicas	Proveedores de leche	Información secundaria
	Distribuidores de queso	

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

## **CAPITULO III DIAGNÓSTICO**

### **3.1 Introducción**

El diagnóstico situacional tiene como propósito conocer los factores externos e internos que puedan influir en el proyecto, se analiza la información relevante acerca del lugar y la población, se identifica el problema para dar una solución a la necesidad mediante la implementación de una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados en el cantón Ibarra.

*El cantón Ibarra tienen una población total actualizada de 221.149 habitantes. La actividad ganadera se localiza en las parroquias de Angochagua, Lita y Salinas, con grandes propiedades donde existe una gran concentración de ganado lechero, producen entre 12 a 14 litros diarios de le leche, comercializada a través de intermediarios y luego a las industrias (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Ibarra [PDYOT], 2020).*

En este capítulo se estudiaron las variables diagnósticas e indicadores que permiten identificar a la población, se desarrolla la matriz AOOR que analiza la información acerca de los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos.

### **3.2 Objetivo**

Realizar el estudio diagnóstico mediante un análisis de la situación actual del entorno, donde será implementada la microempresa.

### **3.3 Desarrollo de las variables**

Para el desarrollo del diagnóstico situacional se identifican las variables que pueden representar ventajas o amenazas para la implementación de la microempresa.

### **3.3.1 Variables diagnósticas.**

- ✓ Económica
- ✓ Geográfica
- ✓ Tecnología
- ✓ Legislación
- ✓ Ecología
- ✓ Alianzas estratégicas

### **3.3.2 Indicadores de las variables diagnósticas.**

#### **Económica.**

- Nivel de ingresos
- Tasa de inflación
- Producto Interno Bruto
- Tasa de interés
- Tasa de desempleo

#### **Geográfica.**

- Ubicación
- Límites
- Clima
- Agua

#### **Tecnología.**

- Maquinaria y equipos
- Procesos

### **Legislación.**

- Notificación sanitaria
- Código de producción
- Ley de consumidor
- Buenas prácticas de manufactura
- Ley Orgánica de Salud del Ecuador
- Ley de Gestión Ambiental

### **Ecología.**

- Uso eficiente de materias primas, agua y energía
- Desarrollo de productos más seguros para el medio ambiente

### **Alianzas estratégicas.**

- Proveedores de leche
- Distribuidores de queso

### 3.4 Matriz de relación diagnóstica

OBJETIVO	VARIABLE	INDICADORES	FUENTE	REFERENCIAS
Identificar los factores económicos del cantón Ibarra.	Económica	Nivel de ingresos Tasa de inflación Producto Interno Bruto Tasa de interés Tasa de desempleo	Información secundaria	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de San Miguel de Ibarra, 2020 Banco central del Ecuador
Analizar el contexto de la situación geográfica.	Geográfica	Ubicación Límites Clima Agua	Información secundaria	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del GAD de San Miguel de Ibarra, 2020
Determinar las nuevas tecnologías para el proceso de producción de quesos amasados.	Tecnología	Maquinaria y equipos Procesos	Información secundaria	Ministerio de Industria y Productividad
Identificar las normas, leyes y reglamentos vigentes para el desarrollo de este proyecto.	Legislación	Notificación sanitaria Ley de fomento productivo Ley de consumidor Buenas prácticas de manufactura Ley de Gestión Ambiental Ley de Régimen tributario Interno Ley de Régimen impositivo para microempresas	Información primaria	ARCOSA SRI INEN GAD MUNICIPAL DE IBARRA Sitios web
Conocer los factores que pueden afectar o provocar daños al medioambiente.	Ecología	Uso eficiente de materias primas, agua, y energía Utilizar productos de empaque amigables para el medio ambiente	Información secundaria	ISO Ley de Gestión Ambiental
Identificar las alianzas estratégicas que influyan en el proyecto.	Alianzas estratégicas	Proveedores de leche Distribuidores de queso	Información secundaria	Centros de acopio de leche cruda Personal de la empresa

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

### 3.5 Variable económica

Las variables económicas se expresan en cantidades medibles o valores numéricos, de esta forma se puede interpretar mejor los resultados obtenidos, en esta sección se consideran los aspectos relevantes como el nivel de ingresos, tasa de inflación, producto interno bruto, tasa de interés y de desempleo que influyen dentro de la empresa.

#### 3.5.1 Nivel de ingresos.

Las personas que generan ingresos y cuentan con trabajo en relación de dependencia se clasifica según las categorías por ocupación de la población económicamente activa (PEA) del cantón Ibarra, que determina el porcentaje de empleados en las diferentes áreas laborales que existen en este sector.

Tabla 3  
*Nivel de ingresos*

<b>Categoría</b>	<b>Porcentaje (%)</b>	<b>N.º de personas</b>
Empleados u obreros privados	32,2%	46.411
Cuenta propia	25,85%	37.235
Empleados del sector público	14,97%	21.563

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2020

Elaborado por: Las autoras

A través de la encuesta nacional de ingresos y gastos en lugares urbanos y rurales (ENIGHUR), se obtuvo como resultado el ingreso (\$ 892,2) y gasto total promedio (\$ 809,60) de los ecuatorianos, determinando que el 58,8% de la población tiene capacidad de ahorro, mientras que el 41,1% no logra cubrir totalmente las necesidades primarias (Secretaría Nacional de Planificación [SNP], 2017).



### **3.5.2 Tasa de inflación.**

*El Índice de Precios al Consumidor (IPC) es un indicador económico que mide la evolución del nivel general de precios correspondiente al conjunto de productos (bienes y servicios) de consumo, adquiridos por los hogares en un período determinado de tiempo (INEC, 2020).*

La tasa de inflación en el país especifica el coeficiente de la variación porcentual de los precios en un determinado período. *De acuerdo al Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos a noviembre del 2020 en ocho de las nueve ciudades investigadas la variación del IPC fue negativa; la excepción fue Machala que tuvo un registro positivo (Banco Central del Ecuador [BCE], 2020).*

### **3.5.3 Producto interno bruto (PIB).**

Representa el valor en el mercado de los bienes y servicios finales que han sido producidos en un tiempo determinado. *En el segundo trimestre de 2020 el Producto Interno Bruto decreció en 12,4% con respecto a igual período de 2019, la mayor caída trimestral observada desde el 2000. Se puede interpretar que el PIB totalizó USD 15.790 millones en términos constantes y USD 23.550 millones en valores corrientes (BCE, 2020).*

### **3.5.4 Población económicamente activa.**

Según el (PDYOT, 2020) menciona *que la tasa de crecimiento de la PEA en el último período intercensal es de 2% que representan a 2.881 personas.* A continuación, se presenta información sobre los porcentajes de participación que tienen el sector primario, secundario y terciario, en relación a la población económicamente activa del cantón Ibarra.

Tabla 4

*Población económicamente activa del cantón Ibarra por sectores*

<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>221.149</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>PEA</b>	144.043	65,13%
<b>CRECIMIENTO</b>	2.881	2,00%
<b>PEA SECTOR AGROPECUARIO O PRIMARIO</b>	16.723	11,61%
<b>PEA SECTOR SECUNDARIO DE INDUSTRIA, MANUFACTURA, ARTESANÍA</b>	27.916	19,38%
<b>PEA SECTOR TERCIARIO DE SERVICIOS Y COMERCIO</b>	83.574	58,02%

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2020

Elaborado por: Las autoras

### **3.5.5 Tasa de desempleo.**

La tasa de desempleo es un medio que permite conocer a las personas que no tienen un lugar de trabajo fijo, según la encuesta nacional de empleo, desempleo y subempleo muestra los datos recolectados acerca de que la población económicamente activa tiene una participación global del 66,5%, siendo el 4,6% la tasa de desempleo. *En el cantón Ibarra se reflejó una tasa de desempleo entre el 1,9% y el 3,5% como límites inferior y superior con una tasa estimada del 3,3%, a continuación, se detalla la tasa de desempleo de la provincia de Imbabura (PDYOT, 2020).*

Tabla 5

*Tasa de desempleo de la provincia de Imbabura*

<b>INDICADOR</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Tasa de desempleo (15 y más años)	5,0	5,1	2,3	5,6
Tasa de subempleo (15 y más años)	66,8	62,5	56,1	53,3
Tasa de ocupación plena (15 y más años)	27,9	32,2	36,8	40,9
Tasa de ocupación sector informal (15 y más años)	51,2	50,8	51	46,1
Tasa de desempleo (18 a 29 años)	8,9	9,7	6,1	9,9

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2020

Elaborado por: Las autoras

### **3.6 Variable situación geográfica**

Es una estrategia dentro de una organización, consiste en determinar las características de la situación geográfica y división que se relacionan entre sí, los indicadores relevantes de esta variable pueden ser los siguientes: ubicación, división política, límites, clima que serán analizados a continuación.

#### **3.6.1 Ubicación.**

Según el (PDYOT, 2020) el cantón Ibarra se encuentra en la región norte del país, capital de la provincia de Imbabura. Está ubicada a 115 km al noreste de Quito, a 125 km al sur de la ciudad de Tulcán, con una altitud de 2.225 m.s.n.m.

#### **3.6.2 División política.**

Según el (PDYOT, 2020) el cantón Ibarra está constituido por cinco parroquias urbanas: San Francisco, El Sagrario, Caranqui, Alpachaca y Priorato; y siete rurales: San Antonio, La Esperanza, Angochagua, Ambuquí, Salinas, La Carolina y Lita.

#### **3.6.3 Límites.**

San Miguel de Ibarra cuenta con los siguientes límites al norte con la provincia del Carchi, al noroeste: provincia de Esmeraldas; al oeste: cantones Urcuquí, Antonio Ante y Otavalo, al este: Pimampiro y al sur: provincia de Pichincha. La localización geográfica en UTM de 10'041.000 norte 820.000, oeste tomando como referencia el centro de la ciudad (PDYOT, 2020).

#### **3.6.4 Clima.**

Ibarra posee un clima seco templado y agradable durante el año la temperatura generalmente varía de 13°C a 24°C y rara vez baja a menos de 11°C o sube a más de 26°C, cuenta con una variedad de microclimas que van desde el frío andino en la zona de Angochagua hasta el tropical

seco valle del Chota, pasando por el cálido húmedo de la zona de Lita y La Carolina (PDYOT, 2020).

### **3.7 Variable tecnológica**

En el Ecuador aún se evidencian bajos niveles de innovación tecnológica principalmente en las MIPYMES, afectan directamente a la competitividad de estas, provocando que en las empresas de producción de alimentos no cuenten con el equipo y maquinaria adecuada para mejorar los procesos y calidad del producto. Además, no existen recursos económicos necesarios para financiar la adquisición de nueva tecnología por falta de apoyo de las entidades financieras.

### **3.8 Variable legislación**

La normativa que se ha considerado en el desarrollo del presente proyecto en cuanto a la creación de la microempresa está regida por el conjunto de leyes que regulan el estado ecuatoriano que se debe cumplir, para evitar sanciones por obligaciones tributarias, incumplimiento de la seguridad alimentaria y daños causados al ambiente.

#### **3.8.1 Notificación sanitaria de alimentos procesados.**

Es un documento obligatorio que autoriza la venta de quesos amasados, todo alimento procesado requiere notificación sanitaria, para asegurar que la distribución sea de forma legal. *Es la comunicación en la cual el interesado informa al ARCSA, bajo declaración jurada, que comercializara en el país un alimento procesado, fabricado en el territorio nacional cumpliendo con las condiciones de calidad, seguridad e inocuidad* (La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria [ARCSA], 2018).

Alimento procesado: *Es toda materia alimenticia natural o artificial que para el consumo humano ha sido sometida a operaciones tecnológicas necesarias para su transformación,*

*modificación y conservación, que se distribuye y comercializa en envases rotulados bajo una marca de fábrica determinada (ARCOSA, 2018).*

### **3.8.2 Ley de fomento productivo.**

La Ley Orgánica para Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal (2018) propone un plan de estabilidad económica a largo plazo, así también planea incentivos para atraer nuevas inversiones al país, tanto internas como externas, fomentando el empleo y dinamizando la producción y la economía.

### **3.8.3 Ley del consumidor.**

*Establece los derechos que tiene toda persona natural o jurídica que adquiera, utilice o consuma un bien o servicio determinado, así como las obligaciones de todo proveedor para garantizar la salud del consumidor (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador, 2014).*

Existen derechos fundamentales para el consumidor, los cuales se pueden agrupar de la siguiente manera: *El derecho a recibir productos y servicios de óptima calidad, garantizando la salud, vida, seguridad en el consumo y la satisfacción de necesidades fundamentales; el derecho a tener información veraz, adecuada, clara y completa sobre el bien o servicio que se ofrece (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor del Ecuador, 2014).*

### **3.8.4 Buenas prácticas de manufactura (BPM).**

Los centros de procesamientos de alimentos deben conocer y cumplir con los requisitos normativos y requerimientos legales para producir y comercializar alimentos sin afectar a la salud del consumidor. *El proceso de implementación y certificación de “Buenas Prácticas de Manufactura para Alimentos Procesados”, garantiza la inocuidad de los productos alimenticios consumidos (Servicio de Acreditación Ecuatoriano [SAE], 2018).*

Las BPM sirven para asegurar que los alimentos cumplan con las condiciones sanitarias necesarias para disminuir los riesgos potenciales que puedan ocasionar enfermedades por transmisión alimentaria. La salud de la población está alineada con la calidad de la producción.

- *Para obtener una certificación de BPM, las plantas de procesamiento deben elegir un organismo de inspección acreditado por el SAE, para que testifique y evalúe el sistema de calidad implementado para sus procesos. El número de inspectores y los días de inspección dependerán del tamaño de la empresa y de la complejidad de las actividades de la misma (SAE, 2018).*

### **3.8.5 Ley de gestión ambiental.**

*El Plan Ambiental Ecuatoriano, será el instrumento técnico de gestión que promoverá la conservación, protección y manejo ambiental; contendrá los objetivos específicos, programas, acciones a desarrollar, contenidos mínimos de financiación, así como los procedimientos de revisión y auditoría (Ley de Gestión Ambiental, 2004, Art. 18).*

## **3.9 Ecología**

Se ha considerado importante esta variable porque la contaminación ambiental hoy en día es un tema muy importante para la sociedad, en el proyecto a desarrollar se consideran algunos factores que ayuden al cuidado del medio ambiente. La implementación de un sistema de gestión ambiental es importante porque se definen políticas que aportan los siguientes beneficios:

- Reduce los impactos ambientales negativos de las actividades a realizar en el proceso de producción del queso amasado y los riesgos producidos por los accidentes ambientales.
- Evalúa de manera continua los requisitos legales, y disminuye la posibilidad de generar incumplimientos que supongan sanciones administrativas.

- Mejora el desempeño ambiental: ahorro en recursos, minimiza la generación de residuos y emisiones, etc. lo que se traduce en una reducción de costes.
- Posibilidad de obtener ayudas económicas o financieras.

Es importante la implementación del sistema para evitar daños al ambiente y también con el fin de contribuir a la protección y conservación de este. Además, se cumple con una de las variables más importantes para el desarrollo del presente capítulo.

### **3.10 Alianzas estratégicas**

Los indicadores de la variable alianzas estratégicas que influyen en este proyecto principalmente son los proveedores de leche que van abastecer de materia prima que permite la producción del queso amasado y los distribuidores del producto que son los encargados de comercializar en las principales tiendas, mercados, supermercados del cantón Ibarra.

### **3.11 Matriz de aliados oportunidades oponentes y riesgos (AOOR)**

A continuación, se analizan los principales aspectos internos y externos de la microempresa.

Tabla 6  
Matriz AOR

<b>ACTORES INTERNOS</b>	
<b>ALIADOS</b>	<b>OPONENTES</b>
Centro de acopio de la parroquia La Esperanza	Ingreso del producto desde la provincia del
Distribuidores independientes de productos lácteos	Carchi
Capacidad de la maquinaria y equipo para la producción de quesos amasados	Competencia entre empresas productoras de queso amasado.
Personal calificado y con experiencia en la elaboración de quesos amasados.	Fidelidad de los clientes a otras marcas
<b>ACTORES EXTERNOS</b>	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>RIESGOS</b>
Reconocimiento y aceptación del producto dentro y fuera del cantón.	Inestabilidad económica
Poder de negociación con los clientes potenciales (micro mercados y tiendas) del sector.	Materia prima (leche) perecible
Producto fresco y precios accesibles para el consumidor	Ventas bajas por temporadas
	No existe control de los precios del producto
	No calificar a las certificaciones y normas de calidad del producto

Fuente: Diagnóstico

Elaborado por: Las autoras



### 3.12 Conclusión diagnóstica

Luego de haber concluido el análisis diagnóstico se ha podido identificar las siguientes oportunidades en las variables que se consideraron en el desarrollo del capítulo tres:

- Los indicadores de la variable económica, son importantes porque permiten conocer y analizar cómo se encuentra actualmente la economía tanto del país como del cantón donde se va a crear la microempresa, estas son: nivel de ingresos, tasa de inflación, producto interno bruto (PIB), tasa de interés y de desempleo. La ventaja que se tiene es tener una visión más amplia de la situación actual del entorno y los posibles riesgos que se puede enfrentar el proyecto. Además, conocer la población económicamente activa para definir el mercado objetivo.
- La variable geográfica es importante para conocer a fondo el sitio donde se va a crear la microempresa, aquí se describen la ubicación, límites, clima y agua del cantón Ibarra. Esto con el fin de determinar los lugares indicados para comercialización del queso amasado.
- La tecnología hoy en día es una variable importante en el sector industrial, con el avance de la ciencia existen mejores maquinarias para el proceso de producción de alimentos, mejorando tiempo y optimizando mano de obra, fabricando un producto con menor contacto físico del personal de planta. Se necesita que exista más apoyo por parte de las autoridades competentes que fomenten a la adquisición e inversión especialmente en las micro, pequeñas y medianas empresas y con más facilidad en obtener financiamiento de las instituciones financieras.
- Para establecer una microempresa se debe considerar las normas, leyes y reglamentos vigentes en el país, estas controlan que en el proceso de elaboración se cumplan con las medidas necesarias para asegurar la inocuidad y la aptitud de quesos amasado, mediante la notificación sanitaria de alimentos procesados se garantice al consumidor la distribución y comercialización de un producto apto para el consumo.

- Una adecuada gestión ambiental ayuda a tomar medidas necesarias para reducir la contaminación, el uso eficiente de energía eléctrica u agua potable que permiten ahorrar recursos en cualquier proceso o actividad que realice la microempresa.
- Las alianzas estratégicas contribuyen a que los objetivos planteados funcionen de manera correcta, se realiza con el apoyo de proveedores de leche que abastecerán de materia prima para la producción del queso amasado y los distribuidores del producto son los encargados de comercializar a las principales tiendas, mercados, supermercados del cantón Ibarra.

## **CAPÍTULO IV**

### **PROPUESTA**

#### **4.1 Introducción**

Para el desarrollo del presente capítulo se ha establecido realizar cuatro estudios fundamentales que son: de mercado, técnico, financiero y organizacional, con la finalidad de conocer la factibilidad del proyecto.

En el estudio de mercado se analiza el comportamiento de la población objetivo, los gustos, preferencias y necesidades del consumidor así como la oferta y demanda del producto; en el estudio técnico se va a determinar la capacidad de producción, los recursos y la localización estratégica de la microempresa; el estudio financiero donde se comprueba a través del uso de indicadores si es factible o no el proyecto; y finalmente el estudio organizacional que establece la filosofía institucional y los aspectos legales para la constitución jurídica de la empresa.

#### **4.2 Objetivo**

Desarrollar la propuesta a través de los estudios de mercado, técnico, financiero y organizacional con la finalidad de determinar la factibilidad del proyecto.

#### **4.3 Estudio de mercado**

##### **4.3.1 Introducción.**

El estudio de mercado se lo realiza con el objetivo de conocer las necesidades, gustos y preferencias del comprador a quién se pretende ofrecer el producto; determinar las variables de oferta, demanda y las estrategias de marketing mix del queso amasado a través de encuestas, que están realizadas a la población del cantón Ibarra, además estas aportan con información acerca de la competencia y principalmente sobre el comportamiento del consumidor.

Además, permite identificar si las características y especificaciones del queso amasado cumplen con las expectativas y exigencias del consumidor.

#### **4.3.2 Objetivo.**

Realizar un estudio de mercado para la determinación de los clientes objetivos, precio, oferta, demanda, los métodos de distribución y comercialización del producto.

#### **4.3.3 Variables de segmentación.**

La segmentación del mercado es un método por el cual se agrupa a los clientes con gustos, preferencias y necesidades similares con el fin de conocer al mercado objetivo al cual está enfocado el proyecto. Además, permite la optimización y el uso eficiente de los recursos en cuanto a la elaboración de las estrategias de marketing.

Las variables que se han considerado para el presente proyecto, son las siguientes:

- Segmentación geográfica.

El siguiente proyecto está dirigido a toda la población del cantón Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador.

- Segmentación demográfica

El proyecto está enfocado a los hogares que tiene el cantón Ibarra, satisfaciendo la necesidad de consumo de quesos amasados, por el sabor y textura este producto es muy demandado por las familias que habitan en este lugar.

#### **4.3.4 Segmentación del mercado.**

El proyecto tiene como finalidad segmentar el mercado a través de la población económicamente activa del cantón Ibarra, en donde existen hogares que están representados por las amas de casa, quienes efectúan la compra de los alimentos.

Los compradores potenciales del producto serán las tiendas, locales, micro mercados y mercados, en donde se pretende hacer entregas directas a precios de fábrica.

Tabla 7  
*Segmentación geográfica*

<b>SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA</b>			
<b>VARIABLES</b>		<b>PORCENTAJE</b>	<b>TOTAL</b>
País	Ecuador	100%	17.283.338
Región	Sierra	42,75%	7.388.556
Provincia	Imbabura	6,44%	476.257
Cantón	Ibarra	46,44%	221.149
Resultado:	Son 221.149 personas que habitan en el cantón Ibarra		

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020

Elaborado por: Las autoras

Tabla 8  
*Segmentación demográfica*

<b>SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA</b>			
<b>VARIABLES</b>		<b>PORCENTAJE</b>	<b>TOTAL</b>
Género	Hombres	48,56%	107.396
	Mujeres	51,44%	113.753
Población económicamente activa 2020		65,13%	144.043
Número de miembros por hogar			3.72
Total de hogares			38.721

Fuente: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra, 2020

Elaborado por: Las autoras

#### **4.3.5 Mercado potencial.**

El mercado potencial para el proyecto representa el número de hogares que corresponde al total de 38.721, valor que se obtuvo mediante la segmentación de la población económicamente activa (PEA) del cantón Ibarra.

#### **4.3.6 Determinación de la muestra.**

Para realizar el cálculo de la muestra se considera la segmentación por el número de hogares de 38.721 habitantes, valor que sirve para determinar a cuantas personas se realizan las encuestas y

estudios. Definir el tamaño de la población permite ahorrar recursos tanto económicos como humanos, además reduce el tiempo de la investigación.

Se considera la siguiente fórmula para realizar el cálculo de la muestra:

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

Donde:

- $n$  = Tamaño de la muestra
- $N$  = Población
- $\sigma$  = Desviación estándar de la población, generalmente se suele emplear una constante de 0,5 cuando no se tiene el valor.
- $Z$  = Es una constante que depende del nivel de confianza deseado, en este caso se considera el intervalo de confianza del 95% equivalente a 1,96.
- $e$  = Es el margen de error máximo admitido que puede ser del 10%, 5% o 1%.

#### ***4.3.6.1. Cálculo de la muestra.***

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$
$$n = \frac{38.721 \times 0,5^2 \times 1,96^2}{(38.721 - 1)0,05^2 + 0,5^2 \times 1,96^2}$$
$$n = 381,46$$
$$\mathbf{n = 380}$$

Luego de aplicar la fórmula el resultado obtenido es de 380 personas que deben ser encuestadas para el desarrollo del estudio de mercado.

Tabla 9  
Matriz de relación de variables del estudio de mercado

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>VARIABLE</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>TÉCNICA</b>
Realizar un estudio de mercado para la determinación de los clientes objetivos, precio, oferta, demanda, los métodos de distribución y comercialización del producto.	Determinar la demanda potencial de queso amasado en el cantón Ibarra.	Demanda	Clientes potenciales Frecuencia de consumo	Encuesta
	Identificar la competencia en el sector.	Oferta	Productos que oferta la competencia Precio del producto	Encuesta
	Analizar el precio de la competencia y lo que el consumidor está dispuesto a pagar.	Precio	Precio de compra Precio de venta	Encuesta
	Identificar las necesidades, gustos y preferencias del consumidor a través de encuestas.	Producto	Características esenciales del producto Tamaño y presentación del producto Empaque	Encuesta
	Determinar los medios de publicidad más frecuentes por el consumidor.	Promoción	Medios de información y promoción del producto	Encuesta
	Identificar las características más relevantes para la comercialización del queso amasado	Plaza	Puntos de venta Intermediarios Consumidor final	Encuesta

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

#### **4.3.7 Aplicación del instrumento, tabulación, análisis e interpretación de resultados.**

El instrumento seleccionado para el estudio de mercado es la encuesta que fue aplicada a los distintos sectores de Ibarra, mediante el cálculo de la muestra poblacional se obtuvo como resultado 380 personas encuestadas, realizadas de forma online con el fin de obtener información sobre la frecuencia de consumo, gustos y preferencias del queso amasado, además conocer la aceptación del proyecto en el cantón.



#### 4.3.7.1. Análisis e interpretación de las encuestas realizadas al cantón Ibarra.

1. ¿Qué tipo de elaboración de quesos amasados prefiere?

Tabla 10

*Tipo de elaboración de queso*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Artesanal	122	32,10%
Pasteurizado	258	67,89%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

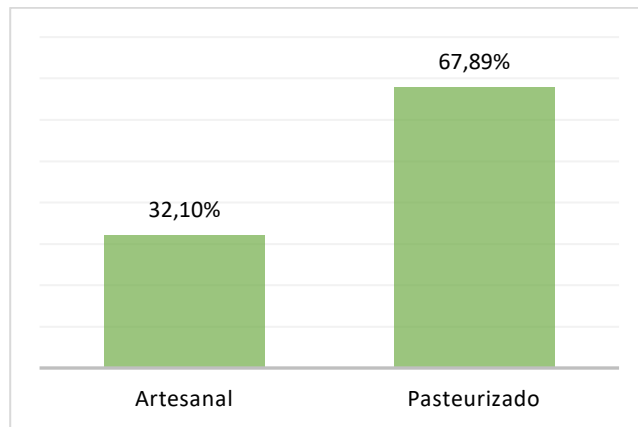


Figura 1 Tipo de elaboración del queso amasado

#### Análisis

La mayoría de encuestados prefieren los quesos amasados con elaboración de tipo pasteurizado, considerando una oportunidad que permite ofrecer un producto diferenciado y con estándares de calidad altos en la fabricación, aunque también otro porcentaje de personas tienen inclinación al queso elaborado de manera artesanal.

2. ¿En qué lugar usted compra el queso amasado?

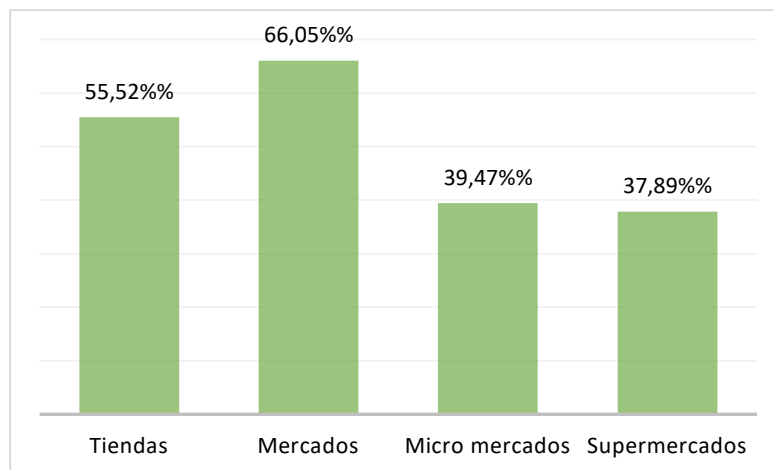
Tabla 11

*Lugar de compra del queso amasado*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	211	55,52%
Mercados	251	66,05%
Micro mercados	150	39,47%
Supermercados	144	37,89%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras



*Figura 2* Lugares frecuentes de compra

**Análisis**

Los resultados obtenidos de esta pregunta acerca del lugar de preferencia de los consumidores al momento de adquirir los quesos amasados son en los mercados, por lo que es frecuente realizar las compras en este sitio y seguido se encuentran las tiendas, supermercados como otras opciones de conseguir el producto que en ciertas ocasiones quedan cerca de los hogares.

3. ¿Cuántas unidades de queso amasado usted consume a la semana?

Tabla

12

*Frecuencia de consumo*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
1 unidad	98	25,78%
2 unidades	204	53,68%
3 o más unidades	74	19,47%
Ninguna	4	1,05%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

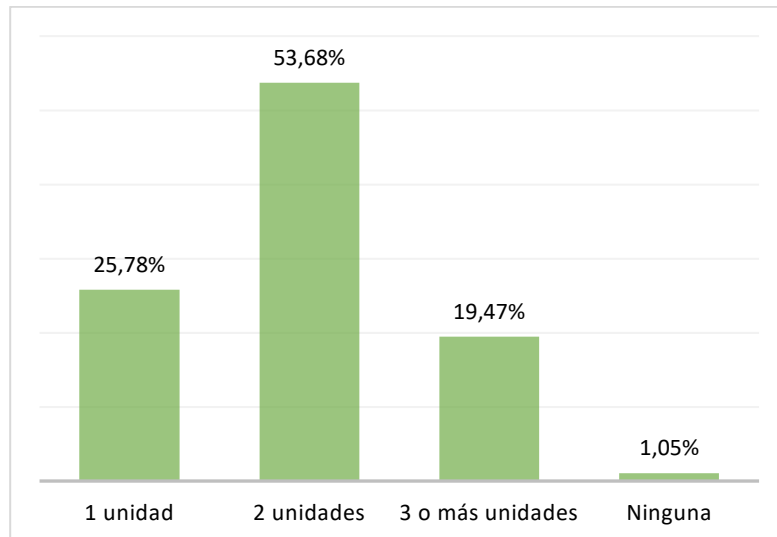


Figura 3 Frecuencia de consumo del queso amasado

**Análisis**

Según los datos obtenidos se tiene que la mayoría de las personas consumen frecuentemente de 1 a 2 unidades por semana, esta información es importante para determinar la cantidad demandada en el mercado, estimando las ventas que se realizarán y conocer la capacidad de producción de la microempresa para cubrir esta demanda.

4. ¿Qué aspectos usted considera importantes al momento de adquirir el queso amasado?

Tabla 13  
*Aspectos importantes*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	261	68,68%
Empaque	202	53,15%
Registro sanitario	229	60,26%
Duración del producto	282	74,21%
El sabor	307	80,79%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

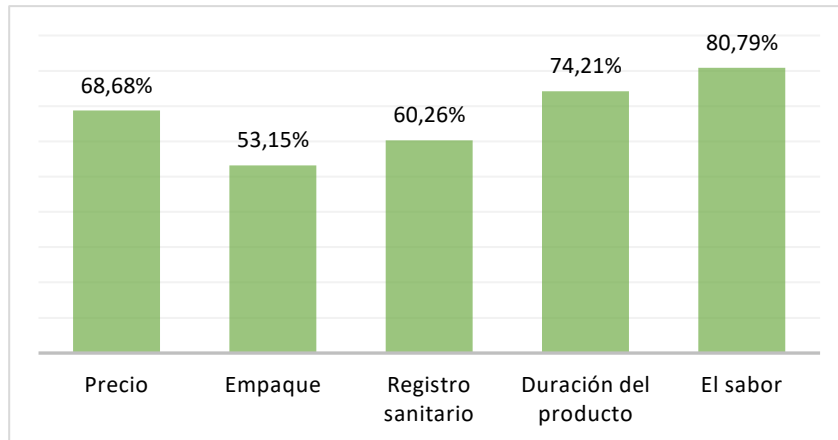


Figura 4 Aspectos importantes en la compra

### Análisis

Para ofertar un producto de calidad se deben considerar aspectos importantes en la elaboración de los quesos amasados, la mayoría de personas encuestadas se fijan en el sabor y el tiempo de duración del producto, también es fundamental que contenga el registro sanitario el cual garantiza que es apto para el consumo del ser humano.

5. ¿En qué tamaño generalmente usted adquiere el producto?

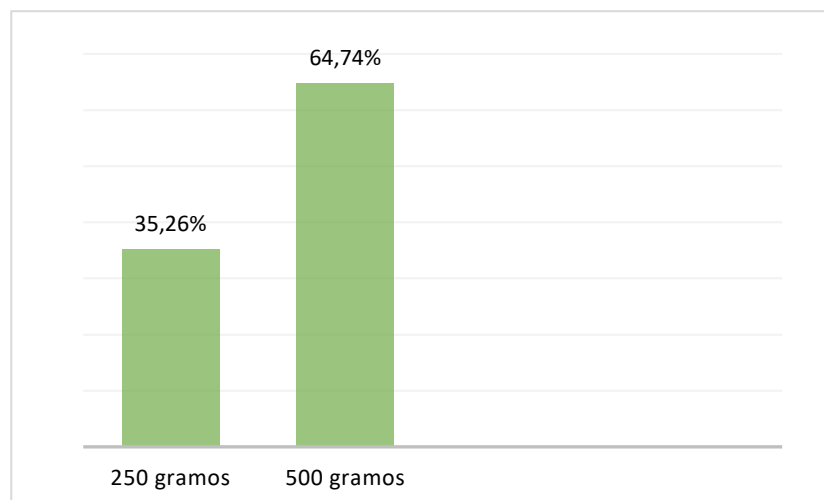
Tabla 14

*Tamaño de presentación*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
250 gramos	134	35,26%
500 gramos	246	64,74%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras



*Figura 5* Tamaño de presentación

### **Análisis**

Esta pregunta ayuda a determinar los gustos y preferencias del consumidor respecto al tamaño del producto y que la mayor acogida fue el queso amasado de 500 gramos, pero con la finalidad de ofertar variación en las presentaciones serán consideradas ambas para cubrir la necesidad de los que demandan de la otra opción.

6. ¿Qué precio usted estaría dispuesto a pagar por el queso amasado de 500 gr?

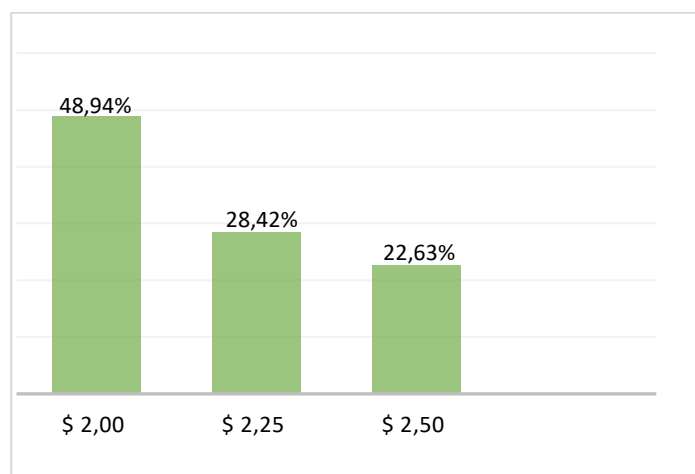
Tabla 15

*Precio del queso de 500 gr*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$ 2.00	186	48,94%
\$ 2.25	108	28,42%
\$ 2.50	86	22,63%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras



*Figura 6* Precio del queso amasado

### **Análisis**

Con el fin de determinar el precio que tendrá el producto, se realiza esta pregunta obteniendo que la mayor parte de encuestados estarían dispuestos a pagar dos dólares por un queso amasado de 500 gr, el mismo que es pagado en los diferentes sitios de venta, además es una información importante para mantener el nivel de competencia y no exagerar al momento de definir el valor de venta del producto.

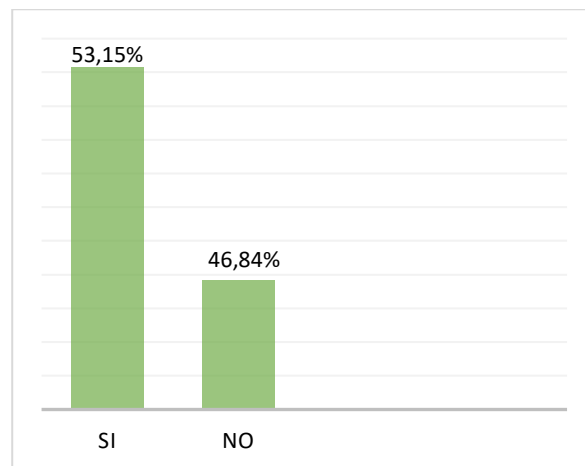
7. ¿Tiene marca el producto que usted consume actualmente?

Tabla 16  
*Marca del producto*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	202	53,15%
NO	178	46,84%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras



*Figura 7* Marca del producto

**Análisis**

Los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de la población encuestada compran quesos amasados de una marca preferencial generando seguridad al cliente al momento de consumir y el restante de personas adquieren productos sin marca elaborados artesanalmente, mediante esta pregunta se pretende identificar a la competencia tomando las medidas necesarias para entrar al mercado.

8. ¿Qué desventajas considera en los quesos amasados en el mercado?

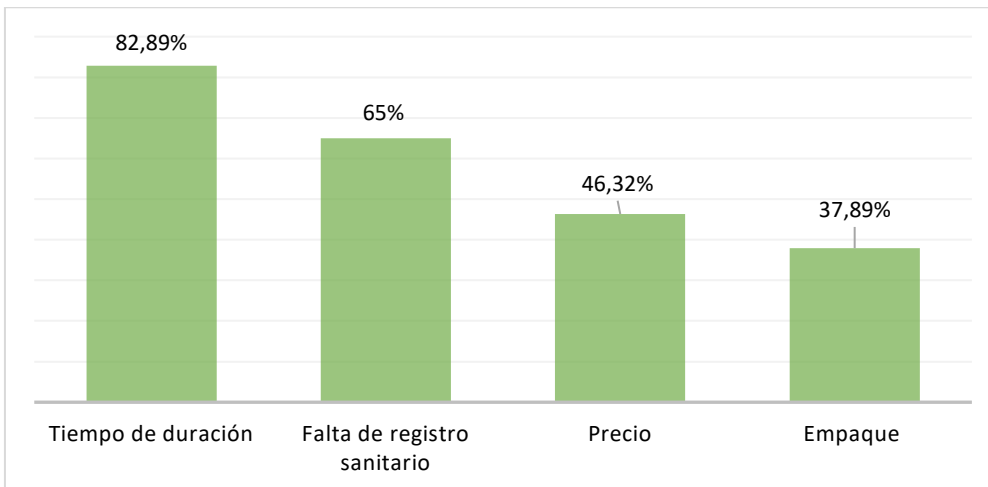
Tabla 17

*Desventajas del queso amasado*

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiempo de duración	315	82,89%
Falta de registro sanitario	247	65%
Precio	176	46,32%
Empaque	144	37,89%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras



*Figura 8 Desventajas del producto*

**Análisis**

Las desventajas del queso amasado que consideran las personas encuestadas es el tiempo de duración del queso amasado, falta de registro sanitario, el precio y finalmente el empaque, buscando de esta manera mejorar el producto al momento de comercializar, garantizando el consumo de este.



9. ¿En qué forma de presentación prefiere Ud. el producto?

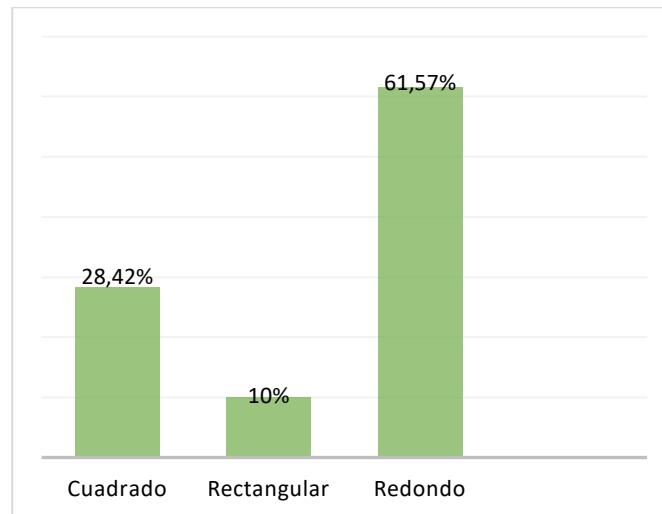
Tabla 18

*Forma de presentación del producto*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Cuadrado	108	28,42%
Rectangular	38	10%
Redondo	234	61,57%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras



*Figura 9* Forma de presentación del producto

### **Análisis**

Es importante conocer las diferentes formas de presentación del producto que son adquiridos frecuentemente. A través de la encuesta se obtuvo como resultado la preferencia de los consumidores en diseño redondo y cuadrado del queso amasado, que serán comercializados en los diferentes puntos de venta.

10. ¿Qué tipo de empaque prefiere para la presentación del queso amasado?

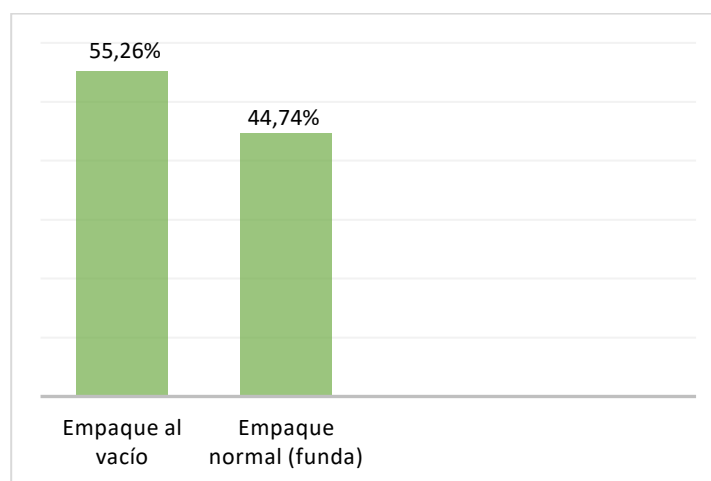
Tabla 19

*Tipo de empaque del producto*

<b>RESPUESTA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Empaque al vacío	210	55,26%
Empaque normal (funda)	170	44,74%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras



*Figura 10* Tipo de empaque

### **Análisis**

Los resultados obtenidos muestran que las personas encuestadas prefieren el tipo de empaque al vacío el cual extiende el período de conservación, manteniendo el sabor y la textura del producto, este será utilizado en el proyecto para garantizar que el queso amasado se encuentre en óptimas condiciones para la comercialización, se concluye que las dos opciones son seguras y adecuadas.

11. ¿A través de que medio de publicidad le gustaría conocer acerca de un producto?

Tabla 20  
Medios de publicidad

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	115	30,26%
Radio	144	37,89%
Hojas volantes	65	17,10%
Redes sociales	259	68,16%
Referencias personales	116	30,53%
Publicidad en tiendas y supermercados	294	77,37%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

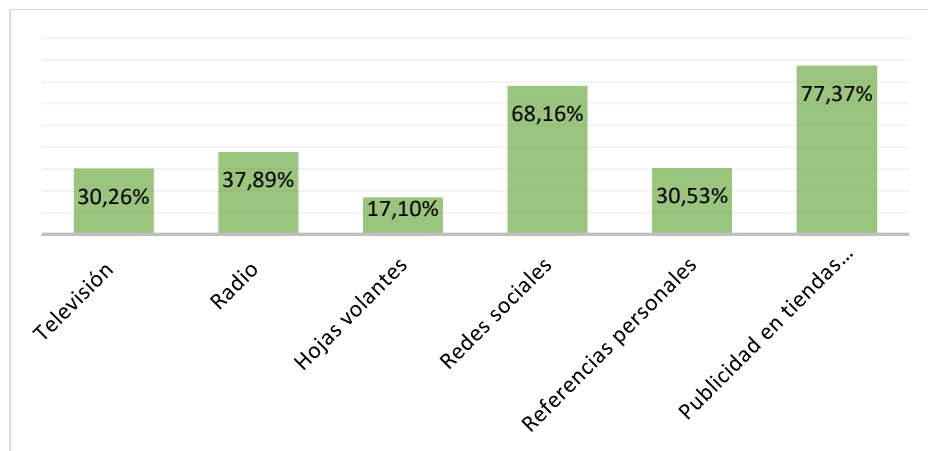


Figura 11 Medios de publicidad

### Análisis

Los resultados obtenidos muestran que la mayor parte de los encuestados prefieren que el medio publicitario para que promocionen los quesos amasados sea mediante propagandas en tiendas y supermercados, como estrategia publicitaria es muy utilizada, porque permite dar a conocer nuevos productos a los consumidores.

12. ¿Si en el cantón Ibarra se implementaría una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados, estaría usted dispuesto adquirir el producto?

Tabla 21  
Aceptación del proyecto

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	372	97,89%
NO	8	2,11%
<b>TOTAL</b>	<b>380</b>	<b>100%</b>

Fuente. Encuesta

Elaborado por: Las autoras

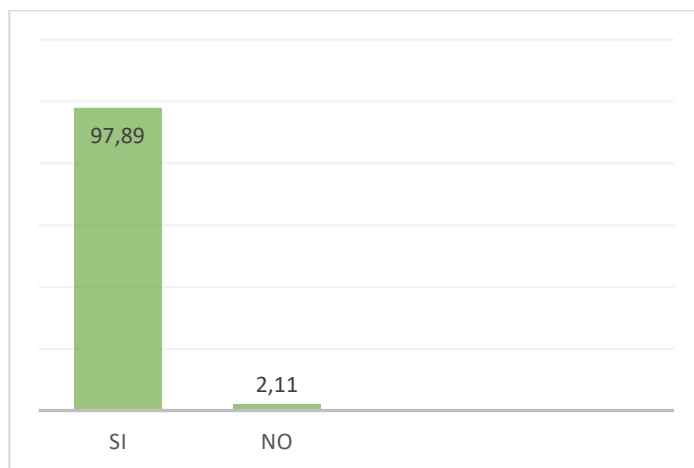


Figura 12 Aceptación del proyecto

### Análisis

De acuerdo con la encuesta realizada se puede visualizar que la creación de una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados tendrá acogida dentro del cantón Ibarra, ofertando un producto saludable y de calidad que brinde seguridad a los clientes al momento de consumir; cumpliendo todas las normas de salud e higiene para la producción.

#### **4.3.8 Conclusión general del instrumento aplicado (encuesta)**

La encuesta aplicada a los habitantes del cantón Ibarra tuvo como objetivo conocer el nivel de aceptación, las preferencias de los tipos de elaboración y presentación del queso amasado, además de los sitios más frecuentes donde el cliente adquiere el producto que son las tiendas y mercados que pueden ser medios estratégicos de publicidad para lograr alcanzar un buen posicionamiento.

El proyecto será desarrollado dentro del cantón ofertando un producto fresco y al día, cumpliendo con los estándares de calidad y notificación sanitaria emitido por el ARSCA. El tamaño de presentación más consumido es de 500 gramos y el precio que están dispuestos a pagar la mayoría de personas encuestadas es dos dólares.

Se obtuvo información de los aspectos más relevantes al momento de adquirir el producto como: la duración, el sabor, empaque, el cual mantiene la frescura y el tiempo, garantizando la salud del consumidor. La frecuencia de consumo de los quesos amasados es de dos unidades a la semana, cantidad que se puede incrementar mediante la publicidad en redes sociales, tiendas y supermercados.

#### **4.3.9 Determinación de la demanda potencial.**

Mediante la demanda se puede conocer los consumidores potenciales que tendrá la microempresa y una cantidad estimada de quesos amasados que se deben producir para cubrir y satisfacer las necesidades de los clientes determinando el éxito o fracaso del proyecto.

Tabla 22  
Demanda potencial

HOGARES CONSUMIDORES	RELACIÓN	PORCENTAJE	Demanda potencial (hogares)
38.721	PREGUNTA N° 12 (encuesta)	97,89%	37.904

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

Luego de haber realizados los cálculos respectivos se determinó la demanda potencial del proyecto de 38.721 hogares, tomando en cuenta la pregunta N° 12 de la encuesta donde el 97,89% de encuestados están dispuestos a adquirir el producto de una nueva marca.

Tabla 23  
Demanda del proyecto

CÁLCULO DE LA DEMANDA	
Porcentaje de frecuencia de consumo	53,68%
Consumo de quesos (37.904 x 53,68%)	20.346
Período anual por semanas	48 semanas
Demanda mensual	81.384
Demanda anual	976.608

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

A través de la encuesta aplicada se identificó que la frecuencia de consumo semanalmente es de 53,68% con relación a la pregunta N° 3, obteniendo una demanda anual de 976.608 quesos amasados.

#### 4.3.10 Identificación y proyección de la demanda del proyecto (demanda objetivo).

Para la proyección de la demanda se toma en cuenta la cantidad de 976.608 que fue calculada anteriormente y la tasa de crecimiento poblacional del cantón que corresponde al 2%, reemplazando en la formula queda lo siguiente:

Tabla 24  
Demanda objetivo proyectada

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA				
AÑO	Demanda Actual		Fórmula de cálculo	Cantidad de quesos (anual)
2020	976.608	*	$(1 + 0,02)^1$	996.140
2021	976.608	*	$(1 + 0,02)^2$	1.016.063
2022	976.608	*	$(1 + 0,02)^3$	1.036.384
2023	976.608	*	$(1 + 0,02)^4$	1.057.112
2024	976.608	*	$(1 + 0,02)^5$	1.078.254

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Las autoras

#### 4.3.11 Identificación de la oferta.

En el cantón Ibarra no existen productores de quesos amasados, por ende, para identificar la oferta se enfocó desde el punto de vista de los comercializadores del producto, con un promedio de 20 comerciantes de todo el cantón por cada marca; a través de la técnica de observación se puede determinar que hay variedad de empresas lácteas que provienen de la provincia del Carchi, a continuación, se detallan:

Tabla 25  
Marcas de queso amasado

MARCA	Lugar de procedencia	Venta Diaria	Venta Mensual	Venta Anual
Queso amasado San José	San Gabriel	500	15.000	180.000
MONTULAC	Montúfar	735	22.050	264.600
LIDERLAC	Montúfar	400	1.600	19.200
Que Señor Queso	Espejo	280	1.120	13.440
Don Queso	San Gabriel	240	7.200	86.400
<b>TOTAL</b>		<b>2.155</b>	<b>46.970</b>	<b>563.640</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

De acuerdo con la investigación realizada se determina que existen cinco tipos de marcas más comercializadas y la que es adquirida con mayor frecuencia es MONTULAC, que llega a cubrir una demanda mensual de alrededor de 47.000 unidades de quesos amasados en el cantón Ibarra.

#### 4.3.12 Proyección de la oferta.

Para la proyección de la oferta se utiliza la tasa de crecimiento económica del país, que corresponde al 3,1%, dato obtenido del Banco Central del Ecuador y se considera la siguiente fórmula para realizar el cálculo:

$$Pp = Po(1 + i)^n$$

Donde:

Pp = Producto proyectado

Po = Producto inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Número de períodos

Tabla 26  
*Proyección de la oferta*

PROYECCIÓN DE LA OFERTA			
Año	Oferta Actual	Fórmula de cálculo	Cantidad de quesos (anual)
2020	563.640	* (1 + 0,031) ^1	581.113
2021	563.640	* (1 + 0,031) ^2	599.127
2022	563.640	* (1 + 0,031) ^3	617.700
2023	563.640	* (1 + 0,031) ^4	636.849
2024	563.640	* (1 + 0,031) ^5	656.591

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.3.13 Balance oferta – demanda (demanda insatisfecha).

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la oferta y demanda anual, que mediante un análisis se determina la cantidad de quesos amasados que el proyecto pretende cubrir considerando la capacidad instalada, con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.



Tabla 27  
*Proyección de la demanda insatisfecha*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2020	996.140	581.113	415.027
2021	1.016.063	599.127	416.936
2022	1.036.384	617.700	418.684
2023	1.057.112	636.849	417.263
2024	1.078.254	656.591	421.663

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

#### **4.3.14 Análisis de precios.**

Para establecer el precio del producto se considera un costo estimado de la competencia y también de los resultados de la encuesta aplicada que varía de acuerdo al tamaño de presentación. Mediante un análisis se logró determinar que el valor de venta dispuesto a pagar el consumidor por el queso amasado de 500 y 250 gramos es de \$2,00 y \$1,50 respectivamente. Por lo que se pretende entregar a los mercados, tiendas, micro mercados y supermercados el queso de 250 gr a \$1,25 y de 500 gr a \$1,95, estos precios permitirán posicionar la marca en el cantón.

Tabla 28  
*Precios del queso amasado*

<b>Presentación</b>	<b>Precio de comercialización</b>	<b>Precio de venta</b>
Queso amasado de 250 gr	\$ 1,25	\$ 1,50
Queso amasado de 500 gr	\$ 1,95	\$ 2,00

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

Para realizar la proyección de precios de los quesos amasados, se ha considerado la tasa de inflación promedio anual de los últimos cinco años, obteniendo como resultado el 0,9% según el Banco Central del Ecuador.

Tabla 29  
*Proyección de precios*

Proyección de precios	AÑOS				
	2020	2021	2022	2023	2024
Precio del queso amasado de 250gr	\$ 1,25	\$ 1,26	\$ 1,27	\$ 1,28	\$ 1,30
Precio del queso amasado de 500gr	\$ 1,95	\$ 1,97	\$ 1,99	\$ 2,00	\$ 2,02

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

#### **4.3.15 Estrategias de comercialización.**

##### **4.3.15.1. Producto.**

El queso amasado es un producto elaborado con leche natural que proviene del centro de acopio de la parroquia la Esperanza del cantón Ibarra, esta debe cumplir con las normas de higiene para el ingreso a la planta de producción de la microempresa, para así asegurar la calidad y sabor del queso amasado; además será comercializado y adquirido por los distintos hogares dentro y fuera de la ciudad.

El producto que se va ofertar en el mercado es el queso amasado en forma redonda en presentaciones de 500 y 250 gramos, para que los clientes tengan diferentes opciones al momento de la compra. A continuación, se presenta un cuadro comparativo de las características más relevantes de la competencia con la finalidad de conocer que hace diferente del resto al queso amasado “Ciudad Blanca”.

Tabla 30  
*Comparación de características con la competencia*

<b>Características</b>	<b>Competencia 1 MONTULAC</b>	<b>Competencia 2 DON QUESO</b>	<b>Quesos amasados “Ciudad blanca”</b>
Marca	✓	✓	✓
Etiqueta	✓	✓	✓
Empaque ecológico	X	X	✓
• Semáforo nutricional	✓	✓	✓
• Tiempo de caducidad	✓	✓	✓
• Notificación sanitaria	✓	✓	✓
• Código QR para atención al cliente (WhatsApp)	X	X	✓
• Instrucciones de uso	✓	✓	✓
• Contacto en redes sociales	X	X	✓

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

- **Marca**

La marca es una forma de reconocimiento del producto en el mercado. La microempresa tiene el nombre de “QUESO AMASADO CIUDAD BLANCA” para distinguirlo de la competencia en el cantón y que el consumidor pueda identificarlo fácilmente.

- **Etiqueta**

La etiqueta vendrá impresa en la funda para describir y conocer las características del producto, la misma que tendrá información relevante sobre la microempresa como número de teléfono, redes sociales, además los ingredientes que se utilizan en la elaboración, semáforo nutricional, notificación sanitaria, fecha de elaboración y vencimiento.



Figura 13 Etiqueta

- Notificación sanitaria

Para la comercialización del queso amasado se requiere de la notificación sanitaria emitida por la agencia de regulación, control y vigilancia sanitaria (ARCSA) para garantizar que el producto sea apto para el consumo humano.

- Excelente sabor, consistencia y textura.

El queso amasado es elaborado con materia prima de calidad y las debidas condiciones sanitarias con el fin de ofrecer un buen producto que mantenga el sabor tradicional, consistencia y textura.

- Empaque.

El 54,7% de las personas encuestadas tienen mayor preferencia por el empaque al vacío para el queso amasado, el cual permite que el tiempo de conservación del producto sea mayor, manteniendo intacto el sabor y la frescura, además evita el desarrollo de microorganismos ante la ausencia de oxígeno; será empaquetado en bolsas ecológicas que ayudan a la reducción de residuos y evitan la contaminación al medio ambiente.

- Semáforo nutricional.

Este semáforo nutricional es un sistema gráfico que permite identificar el grado de azúcar, sal y grasa del producto permitiendo a los consumidores conocer más a detalle los componentes del queso amasado al momento de realizar la compra.

- Tiempo de caducidad.

Es importante informar al consumidor acerca de la fecha de elaboración y vencimiento, para que conozca el tiempo máximo de consumo del producto. Superado el periodo de caducidad se debe evitar la comercialización por lo que ya no es apto para la alimentación.

#### **4.3.15.2. Precio.**

En la encuesta realizada el valor promedio del queso amasado de 500 gramos es de \$2,00 y de 250 gramos es de \$1,50, estos están acorde a la competencia del sector. Adicionalmente para definir el precio de venta se debe tomar en cuenta diferentes factores como: costos, gastos y el margen de utilidad que se espera obtener después de elaborar el producto.

#### **4.3.15.3. Plaza.**

##### **Lugar de venta**

La microempresa está ubicada en la parroquia La Esperanza, cantón Ibarra, en las calles Galo Plaza y S/N, además la comercialización del queso amasado será de forma directa e indirecta que se describe a continuación:

- Distribución directa: la venta del producto será desde la microempresa al consumidor final.



*Figura 14* Distribución directa

- Distribución indirecta: la venta del producto será a través de intermediarios al por mayor y menor, siendo los puntos de comercialización de preferencia de los consumidores las tiendas, mercados y micro mercados.



Figura 15 Distribución indirecta

#### 4.3.16 Publicidad.

El producto será promocionado a través de los siguientes medios de publicidad:

- a) Radio: a través de cuñas publicitarias de radio se pretende dar a conocer el producto a toda la población del cantón Ibarra y demás sectores.

*“Adquiera el mejor queso amasado de Ibarra, elaborado con altos estándares de calidad y sabor tradicional que acompañe a todas las recetas para compartir con toda la familia, con empaques ecológicos amigables con el medio ambiente. Ubicados en la calle Galo Plaza y S/N, parroquia La Esperanza – Ibarra, contactos al 0979446736, será un gusto atenderlos”.*

- b) Redes sociales: es el medio más utilizado en la actualidad como Facebook, Instagram y WhatsApp para lanzar el nuevo producto al mercado y lograr un mayor reconocimiento de los consumidores.

- Facebook:

<https://www.facebook.com/Quesos-Amasados-Ciudad-Blanca-100654445610361/>

- Contacto de WhatsApp: 0979446736



Figura 16 Código QR

- c) Publicidad en tiendas y micro mercados: por medio de afiches se dará a conocer el producto en los diferentes puntos de venta que sean reconocidos y tengan mayor afluencia de personas.



Figura 17 Afiche publicitario

#### 4.3.17 Promoción.

La promoción es una herramienta de marketing que se va a utilizar para dar a conocer el producto e inducir la compra del queso amasado al consumidor, así mismo tiene como finalidad incrementar las ventas y lograr que la marca se distinga de la competencia consiguiendo crear lealtad y fidelidad de nuevos clientes.

- Los negocios o personas que realicen una compra de 30 quesos de 500 gr se obsequiará una unidad adicional.
- En fechas especiales se hará a entrega de un detalle adicional a los clientes por la fidelidad y permanencia en la compra de los quesos amasados.

- Sorteos en redes sociales semestralmente de un kit de productos de alimentos promocionando el queso amasado “Ciudad Blanca”.

#### **4.3.18 Conclusiones del estudio de mercado.**

El presente estudio de mercado fue realizado con el objetivo de conocer cuál será la demanda potencial del proyecto, que a través de encuestas se evidencia que el queso amasado tendrá gran acogida por la población del cantón Ibarra, además se puede determinar los principales productores para conocer la oferta que existe actualmente del producto en el mercado. Mediante las estrategias de comercialización se identifican los aspectos importantes y las características, como: el empaque, la duración, el sabor y la notificación sanitaria para garantizar la salud del consumidor.

Otra estrategia es el precio del producto que de igual forma se lo determina por medio de los resultados de la encuesta y de la competencia; las formas de distribución serán de forma directa e indirecta al consumidor final, también se identificaron los medios de publicidad más frecuentes para dar a conocer el queso amasado que son las redes sociales, radio, tiendas y micro mercados.

Los datos obtenidos generan información de gran utilidad para el desarrollo de los siguientes capítulos del proyecto, como es la demanda insatisfecha del mercado que sirve para establecer el porcentaje que se va a cubrir considerando la capacidad instalada, además se realizó un análisis para determinar el precio que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto.

### **4.4 Estudio técnico**

#### **4.4.1 Introducción.**

En el estudio técnico se va analizar la micro y macro localización estratégica, el tamaño del proyecto que considera la tecnología en cuanto a maquinaria, la capacidad instalada y la disponibilidad de recursos, además las fuentes de financiamiento; finalmente en la ingeniería se identifican los procesos estratégicos, operativos y de apoyo, así como el diseño, la descripción





(cuajada, sal, cloruro de calcio, nitrato de potasio) se comprarán a los distintos proveedores que se encuentren en el cantón Ibarra.

- Personal calificado

Los empleados que se requieren deben tener la capacidad para cumplir las funciones que sean asignadas, además tienen que ser responsables, puntuales, íntegros y tener experiencia en el cargo que van a desempeñar. A través de un proceso de selección de personal se va a analizar los aspectos más importantes y que cumplan con el perfil requerido para el puesto de trabajo al cual están postulando.

Tabla 31  
*Personal de la microempresa*

<b>N.º DE PERSONAS</b>	<b>CARGO</b>
1	GERENTE – CONTADOR
1	JEFE DE PRODUCCIÓN
2	OPERARIOS
1	VENDEDOR
1	CHOFER

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### ***4.4.4.2. Terreno e instalaciones.***

Para el funcionamiento de la microempresa productora y comercializadora de quesos amasados se debe adquirir un terreno con las siguientes especificaciones.

#### ***4.4.4.3. Terreno.***

- Extensión: 625  $m^2$  aproximadamente
- Área de construcción: 138  $m^2$

#### ***4.4.4.4. Instalaciones.***

A continuación, se describen las instalaciones que tendrá la microempresa:

Tabla 32  
*Instalaciones de la microempresa*

<b>Infraestructura</b>	<b>Longitud</b>	<b>Total metros cuadrados</b>
Laboratorio	5m x 4m	20
Cuarto frio	3m x 4m	12
Bodega	4m x 4m	16
Zona de despacho	4m x 4m	16
Área de producción	5m x 5m	25
Oficinas	5m x 5m	25
Recepción de la materia prima	3m x 4m	12
Baños	3m x 4m	12
<b>TOTAL</b>		<b>138</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### **4.4.4.5. Servicios.**

Para el funcionamiento de la microempresa se debe contar con los servicios básicos (agua, energía, teléfono, internet) los cuales se encuentran disponibles en el sector donde se va a construir y desarrollar este proyecto.

#### **4.4.4.6. Abastecimiento.**

El lugar donde se va a ubicar la microempresa, es de fácil acceso para abastecerse de la materia prima, insumos y productos que se necesiten tanto para la producción, como para la comercialización del queso amasado.

#### **4.4.5 Costos de transporte.**

- Flete materias primas e insumos: El transporte será a través de un vehículo propio que permitirá llevar desde los centros de acopio y empresas proveedoras hasta la planta de producción.
- Flete productos terminados: Los quesos amasados serán transportados a través de los distribuidores a los diferentes puntos de venta del cantón Ibarra.

#### ***4.4.5.1. Ubicación de la materia prima e insumos.***

La materia prima que se va adquirir será en los centros de acopio de leche ubicados en la parroquia la Esperanza y los insumos a los diferentes proveedores del cantón Ibarra.

#### **4.4.6 Infraestructura básica.**

Existen dos vías de acceso a la microempresa que conducen a la parroquia La Esperanza: la primera es por Ibarra en la Avenida el Retorno y la segunda ruta es por Olmedo que también conecta con el cantón Cayambe, las cuales se encuentran en óptimas condiciones para la circulación vehicular.

#### **4.4.7 Riesgos de desastres e impactos ambientales.**

La ubicación del proyecto no afecta en ninguna forma a lugares y población cercana a esta, tampoco genera un impacto negativo en el medio ambiente, no se distribuye la flora y fauna, no emana gases contaminantes para el aire y el ruido que emiten las máquinas se puede controlar aplicando normas de seguridad industrial.

En el proceso de elaboración del queso genera como residuo el lactosuero que al momento de mezclarse con las aguas residuales aumenta la carga contaminante. Para evitar este tipo de problemas se implementan mecanismos para mitigar los impactos ambientales negativos y aumentar los positivos.

#### **4.4.8 Micro localización.**

La microempresa productora y comercializadora de quesos amasados va a estar ubicada en el cantón Ibarra también conocida como la Ciudad Blanca.

Tabla 33

*Matriz de evaluación de los factores para la micro localización*

<b>Producción</b>		<b>La Esperanza</b>		<b>Priorato</b>	
<b>Factores</b>	<b>%</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puntaje</b>	<b>Calificación</b>	<b>Puntaje</b>
Materia prima e insumos	0,35	5	1.75	2	0.7
Personal calificado	0,10	3	0.30	3	0.3
Disponibilidad de terreno	0,20	4	0.80	2	0.4
Transporte	0,15	5	0.75	5	0.75
Servicios básicos	0,10	5	0.50	4	0.4
Riesgos y desastres ambientales	0,10	1	0.10	2	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>23</b>	<b>3.90</b>	<b>18</b>	<b>2.75</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### **4.4.9 Accesibilidad.**

La accesibilidad hacia la parroquia la Esperanza lugar donde se va a ubicar la microempresa es favorable donde se presenta afluencia de personas, transporte público y vías de acceso de primer orden, que facilitan a la población movilizarse y por ende queda cerca a los comerciantes y consumidores del cantón Ibarra.

#### **4.4.10 Costo de terreno.**

El costo del terreno para la construcción de la planta en la parroquia la Esperanza es el siguiente:

Tabla 34

*Costo del terreno*

Costo por $m^2$ :	\$ 30,00
Extensión del terreno:	625 $m^2$
<b>VALOR TOTAL DEL TERRENO</b>	<b>\$ 18.750</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### 4.4.11 Costo de servicios básicos.

El costo de servicios básicos es el siguiente:

Tabla 35

*Costos de servicios básicos*

<b>SERVICIO BÁSICO</b>	<b>Consumo mensual</b>	<b>Precio por unidad de medida</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Agua	110 m <sup>3</sup>	\$ 0,32 c/ m <sup>3</sup>	\$ 35,20	\$ 422,40
Energía	400 kWh	\$ 0.093 c/kWh	\$ 37,20	\$ 446,40
Teléfono	5 horas	\$ 2,40 c /hora	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet		4 gigabyte	\$ 20,00	\$ 240, 00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 122,00</b>	<b>\$ 1.252,80</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las Autoras

El costo mensual de los servicios básicos para el funcionamiento de la microempresa es de \$ 122,00.

#### 4.4.12 Ubicación estratégica.

La planta de producción de quesos amasados está ubicada específicamente en la parroquia La Esperanza por el fácil acceso a la materia prima en los diferentes centros de acopio de leche cruda que existe en el sector.

#### 4.4.13 Localización definitiva.

La microempresa va a estar ubicada en el cantón Ibarra, parroquia la Esperanza en la calle Galo Plaza y S/N.



Figura 19 *Vista satelital de la parroquia la Esperanza*

#### **4.4.14 Tamaño del proyecto.**

En el tamaño se va a definir la capacidad de producción durante la vida útil del proyecto utilizando los datos de la demanda insatisfecha que se encuentra determinada en el estudio de mercado, se puede definir el volumen o número de unidades que se va a producir semanal, mensual y anual considerando la tecnología en maquinaria y equipos utilizados en el proceso de elaboración del queso amasado, la disponibilidad de materia prima e insumos, costos de inversión y operación; así como el financiamiento.

#### **4.4.15 El mercado (demanda insatisfecha).**

En el estudio de mercado por medio de encuestas se puede determinar la demanda, mientras que la oferta se obtuvo mediante una investigación a ciertos comerciantes de queso amasado, logrando evidenciar que el producto es muy consumido, por lo que es factible la implementación de la microempresa, porque en Ibarra no hay producción más bien existe la comercialización, siendo este proyecto el primero en implementarse en el cantón el cual pretende cubrir un 39% de la demanda insatisfecha anualmente, considerando la capacidad de la planta que se va a construir.

Tabla 36  
*Capacidad instalada*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PORCENTAJE</b>	<b>TOTAL</b>
2020	245.822	39%	<b>95.870</b>
2021	244.346	39%	<b>95.295</b>
2022	242.642	39%	<b>94.630</b>
2023	240.700	39%	<b>93.873</b>
2024	238.509	39%	<b>93.019</b>

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

El proyecto va a cubrir la demanda insatisfecha del mercado anualmente con 95.870 unidades de queso amasado en las dos presentaciones de 500 y 250 gramos respectivamente.

Tabla 37  
*Cantidad de leche a utilizar*

<b>Tipo de queso amasado</b>	<b>Cantidad de leche que utiliza</b>	<b>Producción diaria (unidades)</b>	<b>Litros de leche diaria a utilizar</b>
Queso amasado de 250 gr		1.5 lts	225
Queso amasado de 500 gr		3 lts	175
<b>TOTAL</b>		<b>400</b>	<b>862.5 lts</b>

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

#### **4.4.16 La tecnología.**

Para el proceso de proceso de producción del queso amasado, la microempresa necesita adquirir la siguiente tecnología en maquinaria y equipo:



Tabla 38  
*Maquinaria y equipos de producción*

<b>Maquinaria</b>	<b>Cantidad</b>
Pasteurizadora	1
Marmitas	2
Empacadora al vacío	1
<b>Equipos</b>	
Agitador de leche	2
Caldero	1
Lactodensímetro y pistola de alcohol	1
Molino	3
Moldes	500
Mesas para moldes (acero inoxidable)	3
Estanterías	3
Liras vertical y horizontal	2
Balanza digital	2
Termómetro	2
Tinas de doble de fondo para 3000 lts (acero inoxidable)	1
Frigorífico	2
Tanque de frío	1
Cuarto frío	1

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

**Pasteurizadora:** Es una máquina cuyo objetivo es eliminar bacterias de distintos alimentos por medio de calentamiento a temperaturas elevadas, haciendo que conserven las propiedades y características tales como el valor nutricional y el sabor original. (Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015).



*Figura 20* Pasteurizadora

Fuente: Comercializadora Arango

**Marmitas:** Son ollas de doble fondo de acero inoxidable utilizadas para el procesamiento de la materia prima y pasteurizar la leche, funciona como cámara de calentamiento una vez llegado a los 70° a esa temperatura se procede en enfriar para que circule agua fría por la marmita en un tiempo de 30 minutos y así llegue transfiriendo de forma directa al caldero y calentando hasta la pasteurización y temperatura para el cuajo.



*Figura 21 Marmita*

Fuente: Comercializadora Arango

**Empacadora al vacío:** El sistema para empaque de quesos amasados es al vacío consiste en extraer oxígeno de esta forma se extiende la vida del producto. Por la gran cantidad de bacterias que precisan oxígeno para poder subsistir, sellan termodinámicamente uno de los extremos son capaces de eliminar el 99% del aire total, contenido en la bolsa (Recio, 2019). La máquina cuenta con inyección de gas inerte que alarga el tiempo de vida del producto y dos barras de sellado.



*Figura 22 Empacadora al vacío*

Fuente: Comercializadora Arango

**Caldero:** Es un recipiente metálico fabricado en acero inoxidable, de acuerdo con las normas e innovaciones de la industria quesera y láctea, cuenta con un sistema eficaz de calefacción con una superficie de calentamiento integrado de fácil limpieza y mantenimiento.



*Figura 23 Caldero*

Fuente: Comercializadora Arango

**Lactodensímetro:** Es un instrumento de medida simple que se emplea en la comprobación de la densidad de la leche; varía considerablemente con el contenido graso y de sólidos presentes en la emulsión y suele oscilar entre un peso específico de 1,028 a 1,034.



*Figura 24 Lactodensímetro*

Fuente: Comercializadora Arango

**Pistola de alcohol:** Determina la estabilidad de la leche al tratamiento térmico e indirectamente la acidez, es una prueba de campo rápida.



*Figura 25 Pistola de alcohol*

Fuente: Comercializadora Arango

**Molino:** Es una herramienta que se utiliza para moler o amasar cuajada es decir queda reducida a la contextura adecuada para un queso y dureza deseada por el productor.



*Figura 26 Molino*

Fuente: Comercializadora Arango

**Moldes:** Son recipientes que se utilizan para moldear el queso amasado, donde se coloca el producto para que tenga forma y textura que se requiere.



*Figura 27 Moldes*

Fuente: Comercializadora Arango

**Mesas para moldes:** Protege la pared de los líquidos utilizados, alta durabilidad, higiene en la preparación de alimentos de fácil limpieza.



*Figura 28 Mesas para moldes*

Fuente: Comercializadora Arango

**Estanterías:** Las estanterías deben ser de acero inoxidable como principal característica para almacenar los quesos amasado y que no afecte el sabor u olor, estas serán utilizadas para tener los productos listos para el empaque.



*Figura 29 Estanterías*

Fuente: Comercializadora Arango

**Liras vertical y horizontal de acero inoxidable:** Estas liras son importantes en la elaboración del queso porque constituyen una herramienta necesaria para cortar uniformemente la cuajada en cubitos de un centímetro, permitiendo el desuerado adecuado y más rápido.



*Figura 30* Liras vertical y horizontal

Fuente: Comercializadora Arango

**Balanza digital:** Es un instrumento de medición, con el objetivo de determinar cuánto pesa uno o varios productos, esta balanza es utilizada generalmente en laboratorios y en la producción de alimentos. Por tal motivo antes del empaque del queso amasado, este pasa por la balanza digital con el fin de contener el peso exacto.



*Figura 31* Balanza digital

Fuente: Comercializadora Arango

**Termómetro:** Es importante en la fabricación y elaboración de alimentos porque es utilizado para medir la temperatura en el cuarto frío donde son almacenados los quesos amasados y también en los cuartos en los que se elabora el producto.



*Figura 32* Termómetro

Fuente: Comercializadora Arango

**Tinas de doble fondo:** Son de acero inoxidable tienen una capacidad para 300 litros, con termómetro incluido, niveles de agua, entrada y drenado. Sirven para la preparación de la cuajada la cual es primordial en la elaboración del queso amasado, además pueden tener temperaturas calientes y frías. Luego de la pasteurización la leche se deposita en estas tinas para la coagulación.



*Figura 33* Tinas de doble fondo

Fuente: Comercializadora Arango

**Frigorífico:** El frigorífico es utilizado como mostrador de los quesos amasados en las dos presentaciones para los distribuidores que adquieran el producto o el cliente final que guste comprar directamente de la fábrica.



*Figura 34* Frigorífico

Fuente: Comercializadora Arango

**Tanque de enfriamiento:** El tanque de frío sirve para almacenar, enfriar y conservar la leche, además mantiene la calidad y mayor tiempo de conservación. La finalidad de esta máquina es evitar que se dañe la materia prima que ya no va hacer utilizada en la producción del día manteniendo una temperatura bajo 4°C.



*Figura 35* Tanque de enfriamiento

Fuente: Comercializadora Arango

**Cuarto frío:** Se requiere un cuarto frío para almacenar los quesos amasados ya empacados, con la finalidad de mantenerlos frescos y garantizar la seguridad alimentaria del consumidor. Tiene que cumplir ciertos requisitos para el funcionamiento como es la temperatura la cual depende del producto que se va almacenar, también debe contar con las dimensiones adecuadas para una mejor maniobra.





Figura 36 Cuarto frío

Fuente: Comercializadora Arango

#### 4.4.17 Disponibilidad de recursos.

Los recursos como la materia prima e insumos que se requieren para la producción del queso amasado, son los siguientes:

Tabla 39  
*Materia prima directa*

Detalle	Unidad de medida	Cantidad diaria	Cantidad semanal	Cantidad mensual
Leche	Litros	975	4.875	19.500

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 40  
*Materia prima indirecta*

Detalle	Unidad de medida	Cantidad diaria	Cantidad semanal	Cantidad mensual
Cuajo	Pastillas	12	59	234
Sal	Gramos	2.925	14.625	58.500
Cloruro de calcio	gramos	78	390	1.560
Nitrato de potasio	Gramos	146	731	2.925
Empaques	Unidades	400	2.000	8.000

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 41  
*Insumos del área de administración*

<b>Suministros de oficina</b>	<b>Cantidad</b>
Grapadora	2
Perforadora	1
Resmas de papel bond	3
Cajas de esferos	3
Calculadora	2
Cuadernos	4
Carpetas	10
Sellos, tinta	2
Marcadores	3
Caja de clips	1
Caja de grapas	1
Tijera, reglas	2

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

Tabla 42  
*Insumos de limpieza*

<b>Concepto</b>	<b>Cantidad</b>
Escobas	4
Detergente	2
Trapeador	2
Cloro	3
Tachos de basura	4
Fundas de basura	2
Papel higiénico	3
Recogedor de basura	2
Guantes (pares)	4

Fuente: Investigación directa  
 Elaborado por: Las autoras

#### **4.4.18 El financiamiento.**

Las fuentes de financiamiento para el desarrollo del presente proyecto será el 60% de capital propio y el 40% a crédito a través de la Corporación Financiera Nacional (CFN), es una institución de apoyo a la micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES).

Se considera la tasa de interés efectiva anual de 8.95% para el segmento crédito productivo como fuente de financiamiento.

#### 4.4.19 Capacidad instalada.

La capacidad instalada permite conocer el volumen máximo de producción de una empresa que puede lograr en un tiempo determinado, se tomó en cuenta el tanque de enfriamiento el cual almacena hasta 1.000 litros de leche. Se realizó el cálculo con la siguiente fórmula:

$$Capacidad = \frac{Unidades\ anuales}{n^{\circ}\ de\ horas * n^{\circ}\ de\ semanas}$$

#### Donde:

Unidades anuales: 95.870

Número de horas de trabajo: 8 horas

Número de días laborables: 5 días

Número de semanas de trabajo: 48 semanas al año

$$Capacidad = \frac{95.870}{8 * 5 * 48}$$

$$Capacidad = 50\ unidades\ por\ hora$$

Tabla 43  
Capacidad de unidades a producir

ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIO
95.870	7989	1997	400

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

La capacidad de producción es de 400 unidades diarias y se realiza dos tamaños de presentación: de 250 y 500 gramos que se van a producir 275 y 125 quesos amasados respectivamente.

## 4.5 Ingeniería del proyecto

En esta etapa se definen los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, determina el funcionamiento y distribución de la planta, el proceso técnico de elaboración del producto, además la inversión fija, gastos de operación y finalmente el financiamiento.

### 4.5.1 Diseño.

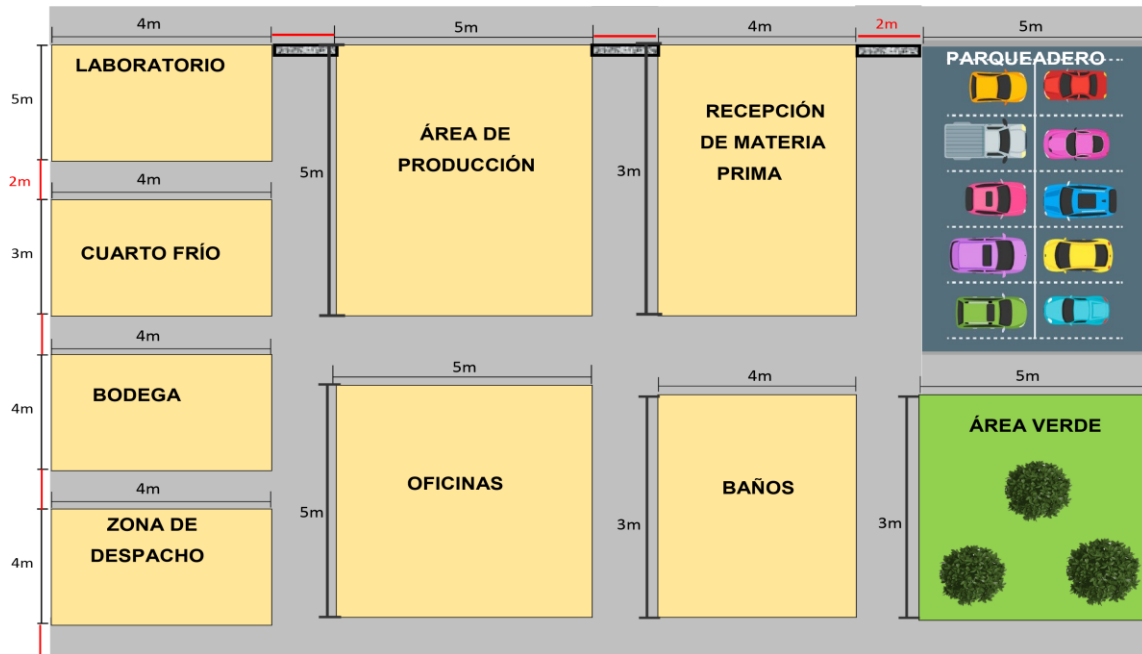


Figura 37 Distribución de las instalaciones de la planta

### 4.5.2 Descripción técnica de las áreas.

#### Área de producción

La planta de producción es importante para la fabricación de los quesos amasados donde se realizan los diferentes procedimientos para llegar al producto final. Empieza con la recepción de la materia prima, pasa al laboratorio para las respectivas pruebas de control de calidad, después se lleva a cabo el proceso de elaboración y finalmente se almacena en el cuarto frío.

### **Zona de despacho**

Es el lugar donde se realiza la entrega de los pedidos a los distribuidores del producto y a los clientes que adquieran directamente a la microempresa.

### **Área administrativa**

Esta área es fundamental para el funcionamiento de la microempresa, aquí se encuentra el gerente quien es responsable de liderar y coordinar las funciones expuestas en la planificación estratégica además el contador va a manejar contable y tributaria.

El área de ventas donde se llevarán a cabo los procesos: comerciales, facturación, cuadro de caja y atención al cliente.

### **Baterías sanitarias**

Se va a instalar dos baterías sanitarias para el personal que labora en la microempresa y clientes.

### **4.5.3 Descripción técnica del producto.**

El queso amasado “nace del queso fresco, se le deja escurrir el suero, se sala con sal refinada y luego se lo muele en molino de granos. Al molerlo se le da una consistencia granulosa que le concede especial estilo y sabor” (Lasso y Jiménez, 2015, p.166).

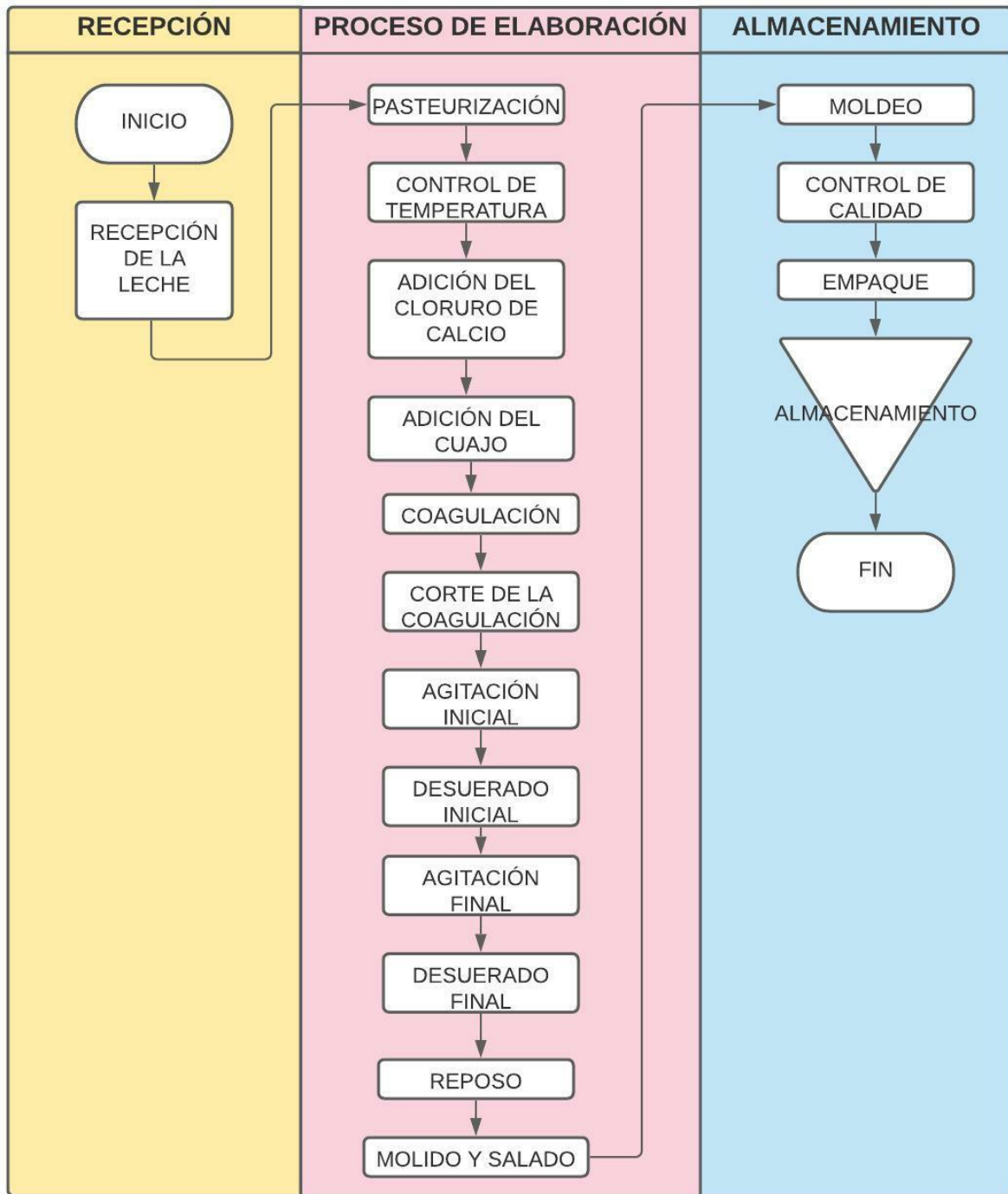


Figura 38 Proceso de elaboración del queso amasado

A continuación, se describe cada paso del proceso de elaboración del queso amasado:

- 1. Recepción de la materia prima:** para la elaboración del queso amasado se receta la leche cruda es indispensable que sea de buena calidad que conserve el sabor y olor normal, adicional los insumos como; sal, cuajo, cloruro de calcio, nitrato de potasio.  
  
Previo a la recepción de la leche se procede a realizar un análisis de acidez mediante la pistola de alcohol con la finalidad de constatar que no se encuentre adulterada y pasar a la recepción en bidones de acero inoxidable.
- 2. Pasteurización:** por medio de la pasteurización se procede a destruir las bacterias y cualquier tipo de microorganismos patógenos además algunas enzimas que puede tener la leche.
- 3. Control de la temperatura:** es importante mantener una temperatura de 65°C por 30 minutos o 75° por 15 minutos que debe estar controlada constantemente para evitar la desnaturalización de proteínas que puede afectar a la acción del cuajo.
- 4. Adición del cloruro de calcio:** se añade a la leche para que la acción del cuajo sea efectiva y tenga buena consistencia. La eficiencia del cloruro de calcio es proporcional a la concentración de la cuajada.
- 5. Adición del cuajo:** permite la coagulación enzimática de la leche y la formación de una cuajada firme para el respectivo corte, se considera la medida exacta del cuajo para obtener el resultado esperado.
- 6. Coagulación:** luego de añadir el cuajo se forma la coagulación la cual debe estar a una temperatura de 32°C constantes por un período de 30 a 40 minutos.
- 7. Corte de la coagulación:** se realiza el corte de la cuajada con el uso de las liras verticales y horizontales con el fin de aumentar la superficie de esta, y acelerar la expulsión del agua. La coagulación debe tener una firmeza adecuada que permitan el corte en granos homogéneos resistentes a la agitación posterior.

- 8. Agitación inicial:** este paso se realiza durante 15 minutos aproximadamente que al finalizar se obtienen granos de cuajada más firmes y no tiendan a aglomerarse. Se debe hacer movimientos moderados para asegurar una agitación.
- 9. Desuerado inicial:** se deja reposar la mezcla durante unos 5 minutos para que se precipiten granos y facilite el desuerado. La extracción del suero evita una excesiva acidificación de la cuajada.
- 10. Agitación final:** el grano de la cuajada tiene que tener consistencia y obtener un cuerpo y humedad apropiada, el tiempo promedio es de 10 a 12 minutos a una temperatura de 32°.
- 11. Desuerado final:** el objetivo es eliminar el suero que queda dentro de los gránulos, el tiempo promedio es de 5 a 10 minutos.
- 12. Reposo:** la masa cuajada tiene que reposar en una tina con el objetivo de poder adquirir las características organolépticas tales como sabor, textura, color y acidez, este proceso se realiza en 30 minutos aproximadamente.
- 13. Molido y salado:** se toma la cuajada y se pone en el molino conjuntamente con la sal, misma que es espolvoreada conforme se va poniendo.
- 14. Control de calidad:** se encarga que el producto contenga el peso adecuado y cumpla con las medidas de sanidad e higiene.
- 15. Moldeo:** la finalidad es darle forma y tamaño respectivamente de 500 y 250 gramos para introducir en los moldes presionando fuertemente hasta lograr que la masa se una, se deja el producto elaborado por 8 horas para que tome consistencia.
- 16. Empaque:** es necesario que la funda esté impresa con el logotipo de la microempresa y especificaciones necesarias del producto, así como la notificación sanitaria, etiqueta, semáforo



nutricional, precio, peso, fecha de elaboración y vencimiento. Después se procede a trabajar con la empacadora al vacío.

**17. Almacenamiento:** el producto que se encuentre debidamente empaquetado va a ser almacenado en refrigeración en el cuarto hasta llegar a la comercialización.

**4.5.4 Procesos: Estratégicos, operativos, apoyo.**

**4.5.4.1. Mapa de procesos.**

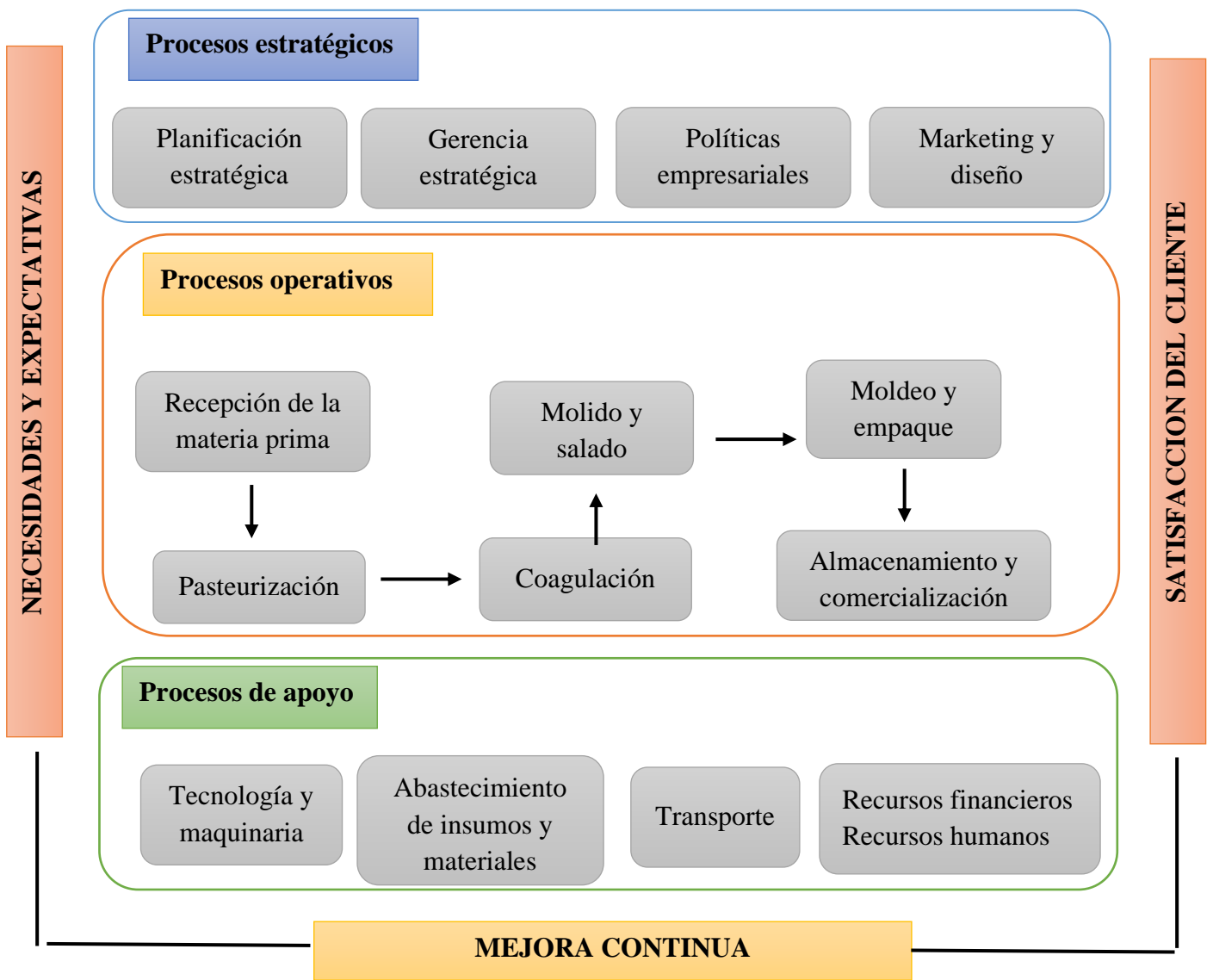


Figura 39 Mapa de procesos

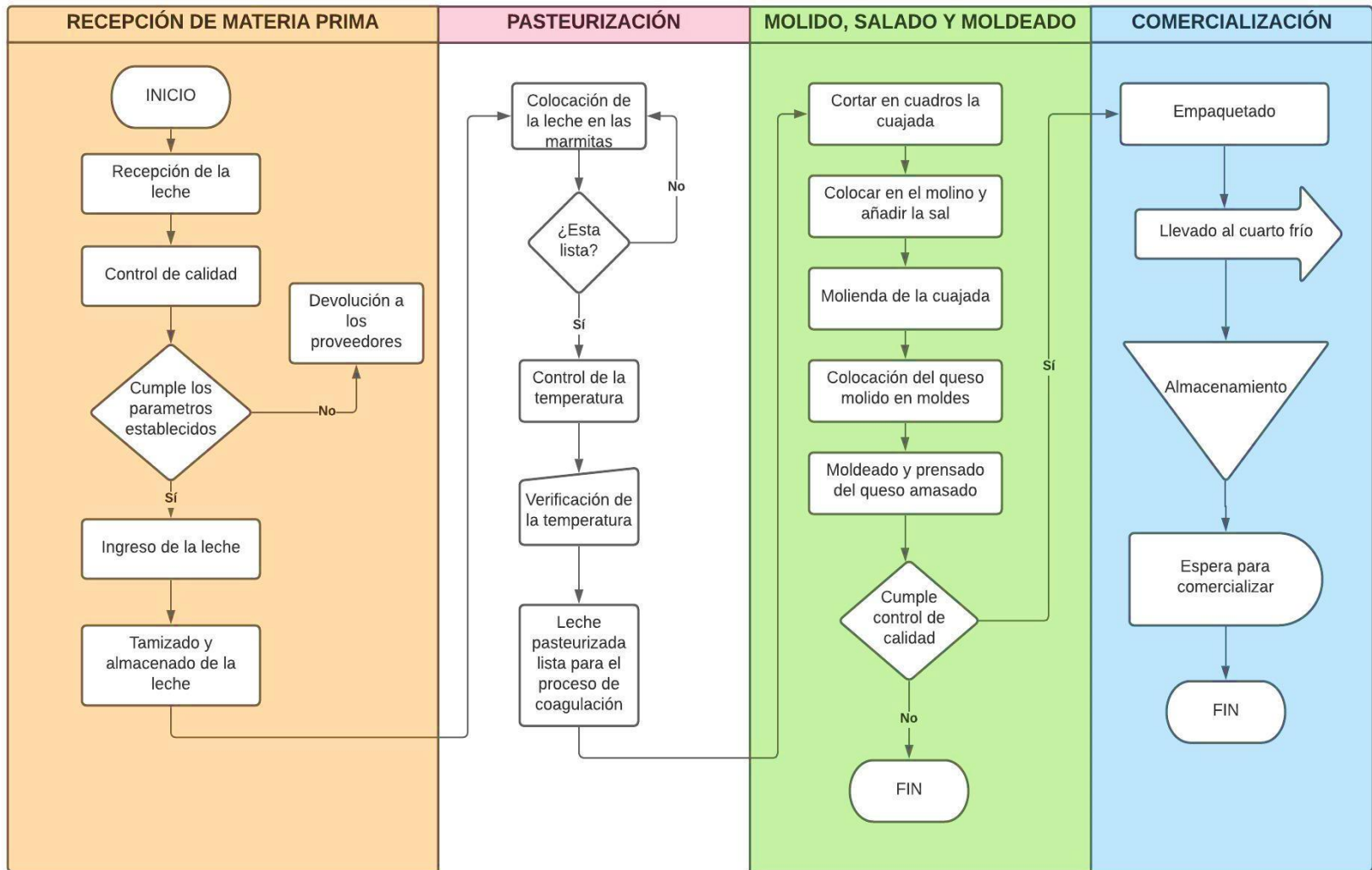


Figura 40 Flujograma de cada proceso del queso amasado

#### 4.5.5 Inversión del proyecto.

##### 4.5.5.1. Inversión tangible.

###### Terreno

Para la implementación de la microempresa productora y comercializadora de quesos amasados se necesita adquirir un terreno de 625 m<sup>2</sup> con las siguientes dimensiones: 25 m de frente por 25 m de fondo.

El costo de cada m<sup>2</sup> es de 30 dólares, valor que corresponde a una cotización realizada directamente en La Esperanza, dando un costo total del terreno de 18.750 dólares.

###### Infraestructura

La infraestructura que requiere la microempresa, es de 240 m<sup>2</sup> adecuada tanto para la planta de producción como para las oficinas administrativas.

Tabla 44  
*Maquinaria*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Marmitas pasteurizadoras de 500 lt	2	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00
Empacadora al vacío	1	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Tanque de frío	1	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.400,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

###### Equipos y herramientas

Para el área de producción se debe contar con el equipo adecuado y las herramientas necesarias para la elaboración del producto.

Tabla 45  
Equipos

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Caldero	1	\$ 1.800,00	\$ 1.800,00
Lactodensímetro	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Pistola de alcohol	1	\$ 285,00	\$ 285,00
Molino para queso	1	\$ 690,00	\$ 690,00
Moldes en acero inoxidable	500	\$ 4,50	\$ 2.250,00
Mesas para moldes (acero inoxidable)	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Estanterías	3	\$ 90,00	\$ 270,00
Liras vertical y horizontal	2	\$ 65,00	\$ 130,00
Balanza digital	2	\$ 44,00	\$ 88,00
Termómetro	2	\$ 12,00	\$ 24,00
Tinas de doble de fondo (acero inoxidable)	1	\$ 460,00	\$ 460,00
Frigorífico	1	\$ 630,00	\$ 630,00
Prensador	2	\$ 225,00	\$ 450,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.572,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 46  
Herramientas

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Baldes	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Cucharas	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Jarros	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Juego de herramientas	1	\$ 60,00	\$ 60,00
Gavetas	10	\$ 8,00	\$ 80,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 157,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

### **Equipos de computación**

Para tener información del área de contabilidad y los datos de producción, es necesario llevar un registro diario de las actividades y transacciones de la microempresa, para ello se deben adquirir equipo de computación.

Tabla 47  
*Equipo de computación*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Laptop	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Computadoras de escritorio	2	\$ 450,00	\$ 900,00
Impresora multifunción	1	\$ 225,00	\$ 225,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.725,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

### **Muebles y enseres**

Tabla 48  
*Muebles y enseres*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Escritorio	3	\$ 130,00	\$ 390,00
Silla giratoria	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Archivador	2	\$ 80,00	\$ 160,00
Teléfono inalámbrico	1	\$ 55,00	\$ 55,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 710,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

### **Vehículo**

Tabla 49  
*Vehículos*

<b>Transporte</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Camioneta	1	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00
Furgón	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 13.700,00</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.6 Inversión intangible.

##### Gastos de constitución e instalación

Tabla 50

*Gastos de constitución e instalación del proyecto*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>
Gastos de constitución legal	\$ 800,00
Patente municipal	\$ 20,00
Notificación sanitaria	\$ 104,53
Registro de marca	\$ 224,00
Ingeniería	\$ 700,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$1.848,53</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.7 Gastos de operación.

##### Costos de producción

Tabla 51

*Costos de la materia prima directa*

<b>Detalle</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad mensual</b>	<b>Cantidad anual</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Leche	Litros	17.250	207.000	\$0,30	\$5.175,00	\$62.100,00
Cuajo	Pastillas	234	2.808	\$0,08	\$18,72	\$224,64
Cloruro de sodio	Gramos	58.500	702.000	\$0,0005	\$29,25	\$351,00
Cloruro de calcio	Gramos	1.560	18.720	\$0,01	\$12,48	\$149,76
<b>TOTAL</b>					<b>\$5.235,45</b>	<b>\$62.825,40</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

Tabla 52

*Remuneración mano de obra directa*

<b>Mano de obra directa</b>	<b>Operador 1</b>	<b>Operador 2</b>
SBU anual	\$ 4.800,00	\$ 4.800,00
Aporte patronal IESS 12,15%	\$ 583,20	\$ 583,20
Décimo cuarto	\$ 400,00	\$ 400,00
Décimo tercero	\$ 400,00	\$ 400,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.183,20</b>	<b>\$ 6.183,20</b>
<b>TOTAL MOD</b>		<b>\$ 12.366,40</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

Tabla 53  
*Costos de la materia prima indirecta*

Detalle	Unidad de medida	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Empaques	Unidades	8000	96.000	\$ 0,03	\$ 240,00	\$ 2.880,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 54  
*Remuneración mano de obra indirecta*

Mano de obra indirecta	Jefe de producción
SBU anual	\$ 6.000,00
Aporte patronal IESS 12,15%	\$ 729,00
Décimo cuarto	\$ 400,00
Décimo tercero	\$ 500,00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 7.629,00</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 635,75</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 55  
*Costo anual de servicios básicos*

SERVICIO BÁSICO	Costo mensual	Costo anual
Agua	\$35,20	\$422,40
Energía eléctrica	\$37,20	\$446,40
<b>TOTAL</b>	<b>\$72,40</b>	<b>\$ 868,80</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 56  
*Equipos de protección del personal*

Detalle	Unidad de medida	Precio unitario	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo mensual	Costo anual
Guantes de látex	Pares	\$0,10	25	360	\$ 2,50	\$ 30,00
Mascarillas	Unidades	\$0,06	25	360	\$ 1,50	\$ 18,00
Protector de cabello	Unidades	\$0,05	15	180	\$ 0,75	\$ 9,00
Botas	Pares	\$15,00		6	\$ 7,50	\$ 90,00
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 12,25</b>	<b>\$ 147,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### **4.5.8 Gastos administrativos.**

##### **4.5.8.1. Servicios básicos.**

Tabla 57

*Gasto anual de servicios básicos administrativos*

<b>SERVICIO BÁSICO</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Teléfono	\$ 12,00	\$ 144,00
Internet	\$ 20,00	\$ 240,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 32,00</b>	<b>\$ 384,00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

##### **4.5.8.2. Remuneraciones del personal administrativo.**

Tabla 58

*Remuneraciones del personal administrativo*

<b>Administración</b>	<b>Gerente-contador</b>
SBU anual	\$ 6.000,00
Aporte patronal IESS 12,15%	\$ 729,00
Décimo cuarto	\$ 400,00
Décimo tercero	\$ 500,00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 7.629,00</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 635,75</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras



#### 4.5.8.3. *Suministros y materiales de oficina.*

Tabla 59

*Gasto anual de suministros y materiales de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Grapadora	2	\$3,50	\$0,58	\$7,00
Perforadora	2	\$5,00	\$0,83	\$10,00
Resmas de papel bond	12	\$2,60	\$2,60	\$31,20
Cajas de esferos	3	\$4,75	\$1,19	\$14,25
Calculadora	2	\$8,00	\$1,33	\$16,00
Cuadernos	12	\$1,50	\$1,50	\$18,00
Carpetas de cartón	15	\$0,40	\$0,50	\$6,00
Carpetas archivadoras	10	\$2,00	\$1,67	\$20,00
Sellos, tinta	2	\$8,00	\$1,33	\$16,00
Marcadores	10	\$0,80	\$0,67	\$8,00
Caja de clips	5	\$0,30	\$0,13	\$1,50
Caja de grapas	5	\$1,00	\$0,42	\$5,00
Reglas	3	\$0,40	\$0,10	\$1,20
Tijera	3	\$0,35	\$0,09	\$1,05
<b>TOTAL</b>			<b>\$12,93</b>	<b>\$155,20</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.8.4. *Materiales de aseo y limpieza.*

Tabla 60

*Gasto anual de materiales de aseo y limpieza*

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Escobas	4	\$1,00	\$0,33	\$4,00
Detergente	12	\$4,00	\$4,00	\$48,00
Trapeador	4	\$2,50	\$0,83	\$10,00
Cloro	12	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Basureros	4	\$9,00	\$3,00	\$36,00
Fundas de basura	15	\$1,25	\$1,56	\$18,75
Papel higiénico	12	\$3,50	\$3,50	\$42,00
Recogedor de basura	3	\$2,50	\$0,63	\$7,50
<b>TOTAL</b>			<b>\$17,35</b>	<b>\$208,25</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.9 Gastos de venta.

Tabla 61  
*Remuneración del personal de ventas*

<b>Ventas</b>		<b>Vendedor</b>		<b>Chofer</b>
SBU anual	\$	4.800,00	\$	4.800,00
Aporte patronal IESS 12,15%	\$	583,20	\$	583,20
Décimo cuarto	\$	400,00	\$	400,00
Décimo tercero	\$	400,00	\$	400,00
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$</b>	<b>6.183,20</b>	<b>\$</b>	<b>6.183,20</b>
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$</b>	<b>515,27</b>	<b>\$</b>	<b>515,27</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 62  
*Gasto de transporte*

<b>Detalle</b>	<b>Consumo diario</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Combustible	\$ 8,00	\$160,00	\$1.920,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.9.1. Gastos de publicidad.

Tabla 63  
*Gasto anual de publicidad*

<b>Detalle</b>	<b>Valor mensual</b>	<b>Valor anual</b>
Anuncios publicitarios en radios locales	\$80,00	\$960,00

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.10 Inversión en capital de trabajo.

En el capital de trabajo se constituyen los activos a corto plazo para iniciar las actividades de operación de la microempresa, en el siguiente resumen se consideraron las cantidades de los costos y gastos que se necesitan para un mes de trabajo.

Tabla 64  
Capital de trabajo de un mes

Descripción	Valor mensual
<b>Costos de producción</b>	<b>\$ 6.590,63</b>
Materia prima directa	\$5.235,45
Materia prima indirecta	\$ 240,00
CIF	\$ 84,65
Remuneración mano de obra directa	\$1.030,53
<b>Gastos administrativos</b>	<b>\$ 1.333,79</b>
Servicio de telefonía e internet	\$ 32,00
Suministros y materiales de oficina	\$12,93
Materiales de aseo y limpieza	\$17,35
Remuneración mano de obra indirecta	\$1.271,50
<b>Gastos de venta</b>	<b>\$ 1.270,53</b>
Remuneración personal de ventas	\$1.030,53
Gastos de publicidad	\$ 80,00
Gastos de transporte	\$ 160,00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO DE UN MES</b>	<b>\$ 9.194,95</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.11 Inversión total del proyecto.

La inversión total es el resumen de todo lo que se necesita para la puesta en marcha de la microempresa; está conformada por la inversión fija, intangible y el capital de trabajo para un mes.

Tabla 65  
Inversión total del proyecto

Inversión total	Valor
Inversión tangible	\$ 94.014,42
Inversión intangible	\$ 1.848,53
Capital de trabajo	\$ 9.194,95
<b>Total</b>	<b>\$105.057,90</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

#### 4.5.12 Financiamiento.

La inversión total del proyecto es de \$105.057,90, que será financiado el 60% por capital propio, valor que corresponde a \$63.034,74 y el 40% a través de un crédito en la Corporación Financiera Nacional por la cantidad de \$42.023,16.

Tabla 66

*Financiamiento de la inversión total*

<b>FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN</b>			
<b>INVERSIÓN</b>	<b>VALOR (\$)</b>	<b>PROPIO</b>	<b>PRESTADO</b>
Inversión tangible	\$ 94.014,42	\$ 56.408,65	\$ 37.605,77
Inversión intangible	\$ 1.848,53	\$ 1.109,12	\$ 739,41
Capital de trabajo	\$ 9.194,95	\$ 5.516,97	\$ 3.677,98
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 105.057,90</b>	<b>\$ 63.034,74</b>	<b>\$ 42.023,16</b>
		<b>60%</b>	<b>40%</b>

Elaborado por: Las autoras

**4.6 Estudio financiero****4.6.1 Introducción.**

El estudio se realiza con la finalidad de evaluar la viabilidad, estabilidad y rentabilidad del proyecto, para lo cual se deben elaborar los estados financieros, proyecciones de ingresos, costos, gastos y el análisis de los indicadores; generando información importante para conocer la situación económica a futuro verificando de esta manera la conveniencia de la ejecución y puesta en marcha de la microempresa.

**4.6.2 Objetivo.**

Determinar la factibilidad del proyecto a través de la elaboración de estados financieros proyectados y el análisis de indicadores de rentabilidad.

**4.6.3 Presupuesto de la inversión.****4.6.3.1. Proyección de ingresos.**

Para realizar la proyección de ingresos de los quesos amasados, se considera la tasa de crecimiento poblacional del PEA, que corresponde al 2% según el PDYOT (2020) del cantón Ibarra para proyectar las unidades a producir y la tasa de inflación promedio de los últimos cinco años para el precio de venta.

Tabla 67  
Tasa de inflación promedio

<b>AÑO</b>	<b>% INFLACIÓN</b>
2015	3,38%
2016	1,12%
2017	-0,20%
2018	0,27%
2019	-0,07%
<b>INFLACIÓN PROMEDIO</b>	<b>0,9%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Las autoras

Tabla 68  
Proyección de ingresos

<b>FASE</b>	<b>OPERACIÓN</b>				
<b>AÑO</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
<b>Queso amasado de 250 gr</b>					
Unidades vendidas	54.000	55.080	56.182	57.305	58.451
Precio de venta	\$ 1,25	\$ 1,26	\$ 1,27	\$ 1,28	\$ 1,30
<b>Total</b>	<b>\$ 67.500,00</b>	<b>\$ 69.469,65</b>	<b>\$ 71.496,77</b>	<b>\$ 73.583,05</b>	<b>\$ 75.730,20</b>
<b>Queso amasado de 500 gr</b>					
Unidades vendidas	42.000	42.840	43.697	44.571	45.462
Precio de venta	\$ 1,95	\$ 1,97	\$ 1,99	\$ 2,00	\$ 2,02
<b>Total</b>	<b>\$ 81.900,00</b>	<b>\$ 84.289,84</b>	<b>\$ 86.749,42</b>	<b>\$ 89.280,77</b>	<b>\$ 91.885,98</b>
<b>INGRESO POR VENTAS</b>	<b>\$ 149.400,00</b>	<b>\$ 153.759,49</b>	<b>\$ 158.246,19</b>	<b>\$ 162.863,82</b>	<b>\$ 167.616,18</b>

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.3.2. Costos y gastos proyectados.**

##### **4.6.3.2.1. Costos de producción.**

Los costos de producción son todas las operaciones realizadas desde la adquisición de la materia prima e insumos hasta la transformación del producto, donde se utilizan la mano de obra y costos indirectos de fabricación.

#### 4.6.3.2.2. Materia prima indirecta.

La materia prima para el proyecto es la leche, que será adquirida en los centros de acopio de la parroquia La Esperanza y los insumos a los distintos proveedores del sector. Para determinar la proyección se ha considerado para las cantidades a producir el 2% del índice de crecimiento del PEA del cantón Ibarra y la tasa de inflación promedio del 0,9% para el precio.

Tabla 69  
*Proyección de la prima directa*

Descripción	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<b>Quesos amasados de 250 gr</b>					
Cantidad a producir	54.000	55.080	56.182	57.305	58.451
Litros de leche a utilizar	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
Total, de litros de leche	81.000	82.620	84.272	85.958	87.677
Precio por litro de leche	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,31	\$ 0,31	\$ 0,31
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$24.300,00</b>	<b>\$25.009,07</b>	<b>\$25.738,84</b>	<b>\$26.489,90</b>	<b>\$27.262,87</b>
<b>Quesos amasados de 500 gr</b>					
Cantidad a producir	42.000	42.840	43.697	44.571	45.462
Litros de leche a utilizar	3	3	3	3	3
Total, de litros de leche	126.000	128.520	131.090	133.712	136.386
Precio por litro de leche	\$ 0,30	\$ 0,30	\$ 0,31	\$ 0,31	\$ 0,31
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$37.800,00</b>	<b>\$38.903,00</b>	<b>\$40.038,19</b>	<b>\$41.206,51</b>	<b>\$42.408,91</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$62.100,00</b>	<b>\$63.912,08</b>	<b>\$65.777,03</b>	<b>\$67.696,41</b>	<b>\$69.671,79</b>

Elaborado por: Las autoras

Tabla 70  
*Proyección de materia prima indirecta*

Descripción	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<b>Cuajo</b>					
Cantidad	2.808	2864,16	2921,4432	2979,8721	3039,4695
Precio	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,08	\$0,08
<b>Subtotal</b>	<b>\$224,64</b>	<b>\$231,19</b>	<b>\$237,94</b>	<b>\$244,88</b>	<b>\$252,03</b>
<b>Cloruro de sodio</b>					
Cantidad	702.000	716040	730360,8	744968,02	759867,38
Precio	\$0,0005	\$0,0005	\$0,0005	\$0,0005	\$0,0005
<b>Subtotal</b>	<b>\$351,00</b>	<b>\$361,24</b>	<b>\$371,78</b>	<b>\$382,63</b>	<b>\$393,80</b>
<b>Cloruro de calcio</b>					
Cantidad	18.720	19094,4	19476,288	19865,814	20263,13
Precio	\$0,01	\$0,0081	\$0,0081	\$0,0082	\$0,0083
<b>Subtotal</b>	<b>\$149,76</b>	<b>\$154,13</b>	<b>\$158,63</b>	<b>\$163,26</b>	<b>\$168,02</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$725,40</b>	<b>\$746,57</b>	<b>\$768,35</b>	<b>\$790,77</b>	<b>\$813,85</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.3.2.3. Mano de obra directa.

Para la producción de los quesos amasados se necesita contratar operarios quienes serán los encargados del proceso de elaboración del producto. Se realiza la proyección de la mano de obra directa considerando la tasa promedio del salario básico unificado (SBU) de los últimos cinco años.

Tabla 71  
*Tasa promedio del SBU*

<b>AÑO</b>	<b>SBU</b>	<b>VARIACIÓN</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>
2015	\$ 354,00		
2016	\$ 366,00	12	3,27%
2017	\$ 375,00	9	2,40%
2018	\$ 386,00	11	2,93%
2019	\$ 394,00	8	2,07%
2020	\$ 400,00	6	1,52%
<b>TASA PROMEDIO</b>			<b>2,44%</b>

Fuente: Investigación directa  
Elaborado por: Las autoras

Tabla 72  
*Mano de obra directa proyectada*

<b>Mano de obra directa</b>	<b>AÑOS</b>				
<b>Detalle</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
SBU anual	\$ 9.600,00	\$ 9.834,24	\$ 10.074,20	\$10.320,01	\$10.571,81
Aporte patronal IESS 12,15%	\$ 1.166,40	\$ 1.194,86	\$ 1.224,01	\$ 1.253,88	\$ 1.284,48
Décimo cuarto	\$ 800,00	\$ 819,52	\$ 839,52	\$ 860,00	\$ 880,98
Décimo tercero	\$ 800,00	\$ 819,52	\$ 839,52	\$ 860,00	\$ 880,98
Fondos de reserva	\$ -	\$ 799,68	\$ 819,19	\$ 839,18	\$ 859,66
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.366,40</b>	<b>\$ 13.467,82</b>	<b>\$ 13.796,43</b>	<b>\$14.133,07</b>	<b>\$14.477,91</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.3.2.4. Costos indirectos de fabricación.

Los costos indirectos de fabricación (CIF) están compuestos por la mano de obra indirecta y otros similares. Para la proyección se utiliza la tasa de inflación promedio.

#### 4.6.3.2.5. Mano de obra indirecta

Para proyectar la mano de obra indirecta se considera la tasa promedio del salario básico unificado (SBU).

Tabla 73

#### Mano de obra indirecta proyectada

Mano de obra indirecta	AÑOS				
	2021	2022	2023	2024	2025
SBU anual	\$ 6.000,00	\$ 6.146,40	\$ 6.296,37	\$ 6.450,00	\$ 6.607,38
Aporte patronal IESS 12,15%	\$ 729,00	\$ 746,79	\$ 765,01	\$ 783,68	\$ 802,80
Décimo cuarto	\$ 400,00	\$ 409,76	\$ 419,76	\$ 430,00	\$ 440,49
Décimo tercero	\$ 500,00	\$ 512,20	\$ 524,70	\$ 537,50	\$ 550,62
Fondos de reserva	\$ -	\$ 499,80	\$ 512,00	\$ 524,49	\$ 537,29
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.629,00</b>	<b>\$ 8.314,95</b>	<b>\$ 8.517,83</b>	<b>\$ 8.725,67</b>	<b>\$ 8.938,57</b>

Elaborado por: Las autoras



#### 4.6.3.3. Otros costos indirectos de fabricación.

Tabla 74

Proyección de otros CIF

<b>Empaques</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Cantidad	96000	97920	99878	101876	103913
Precio	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03	\$ 0,03
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 2.880,00</b>	<b>\$ 2.964,04</b>	<b>\$ 3.050,53</b>	<b>\$ 3.139,54</b>	<b>\$ 3.231,16</b>
<b>Servicios básicos</b>	<b>AÑO 2020</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>
Agua	\$422,40	\$426,20	\$430,04	\$433,91	\$437,81
Energía eléctrica	\$446,40	\$450,42	\$454,47	\$458,56	\$462,69
<b>Subtotal</b>	<b>\$868,80</b>	<b>\$876,62</b>	<b>\$884,51</b>	<b>\$892,47</b>	<b>\$900,50</b>
<b>Equipos de protección</b>	<b>AÑO 2020</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>
Guantes de látex	\$ 30,00	\$ 30,27	\$ 30,54	\$ 30,82	\$ 31,09
Mascarillas	\$ 18,00	\$ 18,16	\$ 18,33	\$ 18,49	\$ 18,66
Protector de cabello	\$ 9,00	\$ 9,08	\$ 9,16	\$ 9,25	\$ 9,33
Botas	\$ 90,00	\$ 90,81	\$ 91,63	\$ 92,45	\$ 93,28
<b>Subtotal</b>	<b>\$ 57,00</b>	<b>\$ 57,51</b>	<b>\$ 58,03</b>	<b>\$ 58,55</b>	<b>\$ 59,08</b>
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>\$3.805,80</b>	<b>\$3.898,17</b>	<b>\$3.993,07</b>	<b>\$4.090,57</b>	<b>\$4.190,74</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.3.4. Costos de adquisición e importación

##### 4.6.3.4.1. Gastos administrativos proyectados.

Los gastos administrativos son lo que se incurren para mantener la dirección y control de la microempresa. Para la proyección de servicios básicos, suministros de oficina, materiales de limpieza, se ha utilizado la tasa de inflación promedio del 0,9%.

Tabla 75

Proyección de servicios básicos

<b>SERVICIO BÁSICO</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Teléfono	\$144,00	\$145,30	\$146,60	\$147,92	\$149,25
Internet	\$240,00	\$242,16	\$244,34	\$246,54	\$248,76
<b>TOTAL</b>	<b>\$384,00</b>	<b>\$387,46</b>	<b>\$390,94</b>	<b>\$394,46</b>	<b>\$398,01</b>

Elaborado por: Las autoras

Tabla 76  
*Proyección de suministros de oficina*

<b>Detalle</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Grapadora	\$7,00	\$ 7,06	\$ 7,13	\$ 7,19	\$ 7,26
Perforadora	\$10,00	\$ 10,09	\$ 10,18	\$ 10,27	\$ 10,36
Resmas de papel bond	\$31,20	\$ 31,48	\$ 31,76	\$ 32,05	\$ 32,34
Cajas de esferos	\$14,25	\$ 14,38	\$ 14,51	\$ 14,64	\$ 14,77
Calculadora	\$16,00	\$ 16,14	\$ 16,29	\$ 16,44	\$ 16,58
Cuadernos	\$18,00	\$ 18,16	\$ 18,33	\$ 18,49	\$ 18,66
Carpetas de cartón	\$6,00	\$ 6,05	\$ 6,11	\$ 6,16	\$ 6,22
Carpetas archivadoras	\$20,00	\$ 20,18	\$ 20,36	\$ 20,54	\$ 20,73
Sellos, tinta	\$16,00	\$ 16,14	\$ 16,29	\$ 16,44	\$ 16,58
Marcadores	\$8,00	\$ 8,07	\$ 8,14	\$ 8,22	\$ 8,29
Caja de clips	\$1,50	\$ 1,51	\$ 1,53	\$ 1,54	\$ 1,55
Caja de grapas	\$5,00	\$ 5,05	\$ 5,09	\$ 5,14	\$ 5,18
Reglas	\$1,20	\$ 1,21	\$ 1,22	\$ 1,23	\$ 1,24
Tijera	\$1,05	\$ 1,06	\$ 1,07	\$ 1,08	\$ 1,09
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 155,20</b>	<b>\$ 156,60</b>	<b>\$ 158,01</b>	<b>\$ 159,43</b>	<b>\$ 160,86</b>

Elaborado por: Las autoras

Tabla 77  
*Proyección de materiales de limpieza*

<b>Detalle</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Escobas	\$ 4,00	\$ 4,04	\$ 4,07	\$ 4,11	\$ 4,15
Detergente	\$ 48,00	\$ 48,43	\$ 48,87	\$ 49,31	\$ 49,75
Trapeador	\$ 10,00	\$ 10,09	\$ 10,18	\$ 10,27	\$ 10,36
Cloro	\$ 42,00	\$ 42,38	\$ 42,76	\$ 43,14	\$ 43,53
Basureros	\$ 36,00	\$ 36,32	\$ 36,65	\$ 36,98	\$ 37,31
Fundas de basura	\$ 18,75	\$ 18,92	\$ 19,09	\$ 19,26	\$ 19,43
Papel higiénico	\$ 42,00	\$ 42,38	\$ 42,76	\$ 43,14	\$ 43,53
Recogedor de basura	\$ 7,50	\$ 7,57	\$ 7,64	\$ 7,70	\$ 7,77
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 208,25</b>	<b>\$ 210,12</b>	<b>\$ 212,02</b>	<b>\$ 213,92</b>	<b>\$ 215,85</b>

Elaborado por: Las autoras

Para proyectar la remuneración del personal se ha considerado la tasa promedio del salario básico unificado (SBU) que corresponde al 2,44%.

Tabla 78

*Proyección de la remuneración del personal de administración*

<b>Administración</b>	<b>AÑOS</b>				
	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
SBU anual	\$ 6.000,00	\$ 6.146,40	\$ 6.296,37	\$ 6.450,00	\$ 6.607,38
Aporte patronal IESS 12,15%	\$ 729,00	\$ 746,79	\$ 765,01	\$ 783,68	\$ 802,80
Décimo cuarto	\$ 400,00	\$ 409,76	\$ 419,76	\$ 430,00	\$ 440,49
Décimo tercero	\$ 500,00	\$ 512,20	\$ 524,70	\$ 537,50	\$ 550,62
Fondos de reserva	\$ -	\$ 499,80	\$ 512,00	\$ 524,49	\$ 537,29
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 7.629,00</b>	<b>\$ 8.314,95</b>	<b>\$ 8.517,83</b>	<b>\$ 8.725,67</b>	<b>\$ 8.938,57</b>

Elaborado por: Las autoras

Tabla 79

*Resumen de gastos administrativos proyectados*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Servicio de telefonía e internet	\$ 384,00	\$ 387,46	\$ 390,94	\$ 394,46	\$ 398,01
Suministros y materiales de oficina	\$ 155,20	\$ 156,60	\$ 158,01	\$ 159,43	\$ 160,86
Materiales de aseo y limpieza	\$ 208,25	\$ 210,12	\$ 212,02	\$ 213,92	\$ 215,85
Remuneración personal administrativo	\$ 7.629,00	\$ 8.314,95	\$ 8.517,83	\$ 8.725,67	\$ 8.938,57
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8.376,45</b>	<b>\$ 9.069,12</b>	<b>\$ 9.278,80</b>	<b>\$ 9.493,48</b>	<b>\$ 9.713,30</b>

Elaborado por: Las autoras

*4.6.3.4.2. Gastos de venta.*

Los gastos de venta están comprendidos entre los de transporte y publicidad que son utilizados para la comercialización del queso amasado. Para la proyección se considera la tasa de inflación promedio y para la remuneración del personal de ventas se toma en cuenta la tasa de crecimiento del SBU que corresponde al 2,44%.

Tabla 80

*Gastos de transporte proyectados*

<b>Detalle</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Combustible	\$1.920,00	\$1.937,28	\$1.954,72	\$1.972,31	\$1.990,06

Elaborado por: Las autoras

Tabla 81  
*Gastos de publicidad proyectados*

<b>Detalle</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Anuncios publicitarios en radios locales	\$960,00	\$968,64	\$977,36	\$986,15	\$995,03

Elaborado por: Las autoras

Tabla 82  
*Proyección de remuneración del personal de ventas*

<b>Ventas</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
SBU anual	\$ 9.600,00	\$ 9.834,24	\$ 10.074,20	\$10.320,01	\$10.571,81
Aporte patronal IESS 12,15%	\$ 1.166,40	\$ 1.194,86	\$ 1.224,01	\$ 1.253,88	\$ 1.284,48
Décimo cuarto	\$ 800,00	\$ 819,52	\$ 839,52	\$ 860,00	\$ 880,98
Décimo tercero	\$ 800,00	\$ 819,52	\$ 839,52	\$ 860,00	\$ 880,98
Fondos de reserva	\$ -	\$ 799,68	\$ 819,19	\$ 839,18	\$ 859,66
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.366,40</b>	<b>\$ 13.467,82</b>	<b>\$ 13.796,43</b>	<b>\$14.133,07</b>	<b>\$14.477,91</b>

Elaborado por: Las autoras

Tabla 83  
*Resumen de gastos de venta proyectados*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Remuneración personal de ventas	\$ 12.366,40	\$ 13.467,82	\$ 13.796,43	\$ 14.133,07	\$ 14.477,91
Gastos de transporte	\$1.920,00	\$1.937,28	\$1.954,72	\$1.972,31	\$1.990,06
Gastos de publicidad	\$ 960,00	\$ 968,64	\$ 977,36	\$ 986,15	\$ 995,03
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.246,40</b>	<b>\$ 16.373,74</b>	<b>\$ 16.728,51</b>	<b>\$ 17.091,53</b>	<b>\$ 17.463,00</b>

Elaborado por: Las autoras

4.6.3.4.3. Depreciaciones de activos fijos.

Tabla 84

Depreciación de activos fijos

DETALLE	VALOR	VIDA ÚTIL	AÑOS					DEPRECIACIÓN ACUMULADA POR ACTIVO	VALOR EN LIBROS
			0	1	2	3	4		
Infraestructura	\$45.000,42	20	\$ 2.250,02	\$ 2.250,02	\$ 2.250,02	\$ 2.250,02	\$ 2.250,02	\$ 11.250,11	\$ 33.750,32
Maquinaria	\$ 6.400,00	10	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 640,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Equipos	\$ 7.572,00	10	\$ 757,20	\$ 757,20	\$ 757,20	\$ 757,20	\$ 757,20	\$ 3.786,00	\$ 3.786,00
Herramientas	\$ 157,00	10	\$ 15,70	\$ 15,70	\$ 15,70	\$ 15,70	\$ 15,70	\$ 78,50	\$ 78,50
Equipos de computación	\$ 1.725,00	3	\$ 575,00	\$ 575,00	\$ 575,00	-	-	\$ 1.725,00	-
Muebles y enseres	\$ 710,00	10	\$ 71,00	\$ 71,00	\$ 71,00	\$ 71,00	\$ 71,00	\$ 355,00	\$ 355,00
Vehículo	\$13.700,00	5	\$2.740,00	\$ 2.740,00	\$ 2.740,00	\$ 2.740,00	\$ 2.740,00	\$ 13.700,00	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$75.264,42</b>		<b>\$ 7.048,92</b>	<b>\$ 7.048,92</b>	<b>\$ 7.048,92</b>	<b>\$ 6.473,92</b>	<b>\$ 6.473,92</b>	<b>\$ 34.094,61</b>	<b>\$41.169,82</b>
<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA ANUAL</b>			<b>\$7.048,92</b>	<b>\$14.097,84</b>	<b>\$21.146,76</b>	<b>\$27.620,68</b>	<b>\$34.094,61</b>		

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.3.5. Gastos financieros.

Tabla 85

*Cálculo del gasto financiero*

<b>Cálculo del gasto financiero</b>	
Capital prestado	42.023,16
Plazo	5 años
Tasa de interés	8,95% tasa efectiva productivo PYMES CFN
Periodo	semestral
<b>Pago (\$)</b>	<b>10.789,83</b>

Elaborado por: Las autoras

##### 4.6.3.5.1. Cuadro de resumen de capital e interés anual.

Tabla 86

*Resumen de capital e interés anual*

<b>Gasto interés:</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
<b>Intereses</b>	\$ 3.761,07	\$ 3.132,00	\$ 2.446,62	\$ 1.699,91	\$ 886,36
<b>Capital</b>	\$ 7.028,75	\$ 7.657,83	\$ 8.343,20	\$ 9.089,92	\$ 9.903,47
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 10.789,83</b>	<b>\$ 10.789,83</b>	<b>\$ 10.789,83</b>	<b>\$ 10.789,83</b>	<b>\$ 10.789,83</b>

Elaborado por: Las autoras

##### 4.6.3.5.2. Amortizaciones.

Para realizar la tabla de amortización del capital financiado se considera la tasa de interés del 8,95% para PYMES de la Corporación Financiera Nacional, aplicando el método francés de cuotas fijas.

Tabla 87

*Tabla de amortización*

<b>N. de pagos</b>	<b>Cuota periódica</b>		<b>Interés</b>		<b>Capital</b>	<b>Capital final</b>
0						\$ 42.023,16
1	\$	10.789,83	\$	3.761,07	\$ 7.028,75	\$ 34.994,41
2	\$	10.789,83	\$	3.132,00	\$ 7.657,83	\$ 27.336,58
3	\$	10.789,83	\$	2.446,62	\$ 8.343,20	\$ 18.993,38
4	\$	10.789,83	\$	1.699,91	\$ 9.089,92	\$ 9.903,47
5	\$	10.789,83	\$	886,36	\$ 9.903,47	\$ -0,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla 88

*Amortización de activos intangibles*

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>AÑO 2021</b>	<b>AÑO 2022</b>	<b>AÑO 2023</b>	<b>AÑO 2024</b>	<b>AÑO 2025</b>
Gastos de constitución	\$1.848,53	\$ 369,71	\$ 369,71	\$ 369,71	\$369,71	\$ 369,71

Elaborado por: Las autoras

**4.6.3.6. Resumen de costos y gastos.**

A continuación, se presenta el resumen de los costos y gastos proyectados que son importantes conocer para poner en marcha la microempresa y también la proyección a cinco años.

Tabla 89

*Resumen de costos y gastos*

<b>RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS</b>					
<b>QUESOS AMASADOS "CIUDAD BLANCA" S.A.S.</b>					
<b>FASE</b>	<b>OPERACIONAL</b>				
<b>AÑO</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
Materiales e insumos	62.825,40	64.658,65	66.545,38	68.487,18	70.485,63
Mano de obra directa	12.366,40	13.467,82	13.796,43	14.133,07	14.477,91
Costos indirectos de fabricación	7.629,00	8.314,95	8.517,83	8.725,67	8.938,57
Otros costos indirectos de fabricación	3.805,80	3.898,17	3.993,07	4.090,57	4.190,74
Depreciación activos de producción	1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>88.023,80</b>	<b>91.736,78</b>	<b>94.249,92</b>	<b>96.833,68</b>	<b>99.490,06</b>
Gastos de administración	8.376,45	9.069,12	9.278,80	9.493,48	9.713,30
Gastos de ventas	15.246,40	16.373,74	16.728,51	17.091,53	17.463,00
Amortización de diferidos	369,71	369,71	369,71	369,71	369,71
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS</b>	<b>23.992,56</b>	<b>25.812,57</b>	<b>26.377,01</b>	<b>26.954,72</b>	<b>27.546,01</b>
<b>TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>112.016,36</b>	<b>117.549,35</b>	<b>120.626,93</b>	<b>123.788,40</b>	<b>127.036,07</b>
Costos de financiamiento del préstamo	3.761,07	3.132,00	2.446,62	1.699,91	886,36
<b>TOTAL COSTOS DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>3.761,07</b>	<b>3.132,00</b>	<b>2.446,62</b>	<b>1.699,91</b>	<b>886,36</b>
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN Y FINANCIAMIENTO</b>	<b>115.777,43</b>	<b>120.681,35</b>	<b>123.073,56</b>	<b>125.488,30</b>	<b>127.922,43</b>

Elaborado por: Las autoras



#### 4.6.4 Estados financieros.

##### 4.6.4.1. Estado de resultados integral.

Tabla 90  
Estado de resultados integral

FASE	OPERACIONAL					
	AÑO	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos de operación		149.400,00	153.759,49	158.246,19	162.863,82	167.616,18
<b>TOTAL INGRESOS</b>		<b>149.400,00</b>	<b>153.759,49</b>	<b>158.246,19</b>	<b>162.863,82</b>	<b>167.616,18</b>
<b>COSTO DE PRODUCCION</b>						
Costo de producción		86.626,60	90.339,58	92.852,72	95.436,48	98.092,86
Depreciación de activos de producción		1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>		<b>88.023,80</b>	<b>91.736,78</b>	<b>94.249,92</b>	<b>96.833,68</b>	<b>99.490,06</b>
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>61.376,20</b>	<b>62.022,71</b>	<b>63.996,27</b>	<b>66.030,14</b>	<b>68.126,12</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN, VENTAS Y FINANCIAMIENTO</b>						
Gastos Administración		8.376,45	9.069,12	9.278,80	9.493,48	9.713,30
Gastos de ventas		15.246,40	16.373,74	16.728,51	17.091,53	17.463,00
Depreciación otros activos		3.401,70	3.401,70	3.401,70	2.826,70	2.826,70
Amortización de intangibles		369,71	369,71	369,71	369,71	369,71
Gastos financieros (intereses)		3.761,07	3.132,00	2.446,62	1.699,91	886,36
<b>TOTAL GASTOS ADM. VENTAS, DISTRIBUCIÓN, FINANCIACIÓN</b>		<b>31.155,33</b>	<b>32.346,27</b>	<b>32.225,34</b>	<b>31.481,32</b>	<b>31.259,07</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES</b>		<b>30.220,87</b>	<b>29.676,44</b>	<b>31.770,94</b>	<b>34.548,81</b>	<b>36.867,06</b>
Participación trabajadores 15%		4.533,13	4.451,47	4.765,64	5.182,32	5.530,06
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>25.687,74</b>	<b>25.224,97</b>	<b>27.005,30</b>	<b>29.366,49</b>	<b>31.337,00</b>
Impuesto a la renta 2%		2.988,00	3.075,19	3.164,92	3.257,28	3.352,32
<b>UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>22.699,74</b>	<b>22.149,78</b>	<b>23.840,37</b>	<b>26.109,22</b>	<b>27.984,68</b>
<b>UTILIDADES ACUMULADAS</b>		<b>22.699,74</b>	<b>44.849,52</b>	<b>68.689,90</b>	<b>94.799,11</b>	<b>122.783,79</b>

Elaborado por: Las autoras

**4.6.4.2. Estado de fuentes y usos proyectado.**

Tabla 91

*Estado de fuentes y usos proyectado*

<b>ESTADO DE FUENTES Y USOS</b>							
<b>QUESOS AMASADOS “CIUDAD BLANCA” S.A.S.</b>							
<b>FASE</b>	<b>AÑO</b>	<b>INVERSIÓN</b>	<b>OPERACIONAL</b>				
		<b>0</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>
<b>ENTRADAS DE EFECTIVO</b>							
1.- Incremento capital de trabajo		\$105.057,90	\$ 9.187,45	\$ 708,09	\$ 263,67	\$ 270,87	\$ 278,27
2.- Ingresos por ventas			\$149.400,00	\$153.759,49	\$158.246,19	\$162.863,82	\$167.616,18
<b>TOTAL ENTRADAS DE EFECTIVO</b>		<b>\$105.057,90</b>	<b>\$158.587,45</b>	<b>\$154.467,58</b>	<b>\$158.509,87</b>	<b>\$163.134,69</b>	<b>\$167.894,46</b>
<b>SALIDAS DE EFECTIVO</b>							
1.- Incremento de activos fijos		\$ 94.014,42	-	-	-	-	-
2.- Incremento de activos intangibles		\$ 1.848,53	-	-	-	-	-
3.- Costos de operación totales (sin depreciación y amortización)			\$110.249,45	\$118.746,49	\$121.910,55	\$125.161,03	\$128.500,32
4.- Costos de financiación			\$ 3.761,07	\$ 3.132,00	\$ 2.446,62	\$ 1.699,91	\$ 886,36
5.- Pago amortización de préstamo			\$ 7.028,75	\$ 7.657,83	\$ 8.343,20	\$ 9.089,92	\$ 9.903,47
6.- Participación trabajadores			\$ 4.420,30	\$ 4.338,63	\$ 4.652,81	\$ 5.069,49	\$ 5.417,23
7.- Impuestos			\$ 2.988,00	\$ 3.075,19	\$ 3.164,92	\$ 3.257,28	\$ 3.352,32
<b>TOTAL SALIDAS DE EFECTIVO</b>		<b>\$ 95.862,95</b>	<b>\$128.447,57</b>	<b>\$136.950,14</b>	<b>\$140.518,11</b>	<b>\$144.277,63</b>	<b>\$148.059,69</b>
<b>TOTAL ENTRADAS MENOS SALIDAS</b>		<b>\$ 9.194,95</b>	<b>\$ 30.139,88</b>	<b>\$ 17.517,44</b>	<b>\$ 17.991,75</b>	<b>\$ 18.857,07</b>	<b>\$ 19.834,77</b>
<b>SALDO ACUMULADO DE EFECTIVO</b>		<b>\$ 9.194,95</b>	<b>\$ 39.334,83</b>	<b>\$ 56.852,28</b>	<b>\$ 74.844,03</b>	<b>\$ 93.701,10</b>	<b>\$113.535,86</b>

Elaborado por: Las autoras

**4.6.4.3. Estado de flujo de efectivo proyectado.**

Tabla 92

*Estado de flujo de efectivo proyectado*

<b>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO</b>							
<b>QUESOS AMASADOS "CIUDAD BLANCA" S.A.S.</b>							
FASE	INVERSIÓN	OPERACIONAL					
AÑO	0	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	
<b>1. FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>							
<b>UTILIDAD NETA DESPUES DE IMPUESTOS</b>		<b>22.699,74</b>	<b>22.149,78</b>	<b>23.840,37</b>	<b>26.109,22</b>	<b>27.984,68</b>	
AJUSTES NO DESEMBOLSABLES							
Depreciación de activos operacionales		1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20	
Gastos de depreciación de activos		3.401,70	3.401,70	3.401,70	2.826,70	2.826,70	
Amortización de intangibles		369,71	369,71	369,71	369,71	369,71	
<b>FLUJO DE CAJA OPERACIONAL</b>		<b>27.868,35</b>	<b>27.318,39</b>	<b>29.008,98</b>	<b>30.702,82</b>	<b>32.578,28</b>	
<b>2. FLUJO DE CAJA DE INVERSIONES</b>							
INVERSIONES							
(-) Inversión fija	-94.014,42						
(-) Inversión intangible	-1.848,53						
(-) Capital de trabajo		-9.187,45	-708,09	-263,67	-270,87	-278,27	
(+) Valor de salvamento de activos fijos						41.169,82	
(+) Recuperación de capital de trabajo						10.708,36	
<b>SALDO FLUJO DE CAJA ECONÓMICO</b>	<b>-95.862,95</b>	<b>18.680,89</b>	<b>26.610,30</b>	<b>28.745,31</b>	<b>30.431,95</b>	<b>84.178,18</b>	
<b>3. FLUJO DE CAJA DE FINANCIAMIENTO</b>							
Préstamo	42.023,16						
Amortización del préstamo		-7.028,75	-7.657,83	-8.343,20	-9.089,92	-9.903,47	
<b>SALDO FLUJO DE CAJA FINANCIERO</b>	<b>-53.839,79</b>	<b>11.652,14</b>	<b>18.952,48</b>	<b>20.402,11</b>	<b>21.342,03</b>	<b>74.274,72</b>	
<b>SALDO ACUMULADO DE CAJA</b>	<b>-53.839,79</b>	<b>-42.187,65</b>	<b>-23.235,17</b>	<b>-2.833,07</b>	<b>18.508,96</b>	<b>92.783,68</b>	

#### 4.6.4.4. Estado de situación financiera.

Tabla 93

Estado de situación financiera

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</b>		
<b>QUESOS AMASADOS "CIUDAD BLANCA" S.A.S.</b>		
<b>AL 01/01/2021</b>		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>Activos corrientes</b>		
Efectivo	\$ 9.194,95	
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>		<b>\$ 9.194,95</b>
<b>Activos fijos</b>		
Terreno	\$ 18.750,00	
Infraestructura	\$ 45.000,42	
Maquinaria	\$ 6.400,00	
Equipos	\$ 7.572,00	
Herramientas	\$ 157,00	
Equipos de computación	\$ 1.725,00	
Muebles y enseres	\$ 710,00	
Vehículo	\$ 13.700,00	
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>		<b>\$ 94.014,42</b>
<b>Activos diferidos</b>		
Constitución	\$ 1.848,53	
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>\$ 1.848,53</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>\$105.057,90</b>
<b>PASIVOS</b>		
<b>Pasivos no corrientes</b>		
Préstamo mediano y largo plazo	\$ 42.023,16	
<b>TOTAL PASIVO</b>		<b>\$ 42.023,16</b>
<b>PATRIMONIO</b>		
Capital social	\$ 63.034,74	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		<b>\$ 63.034,74</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>\$ 105.057,90</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.5 Análisis de sensibilidad.

Es una técnica utilizada por las empresas para tomar decisiones, que determina la rentabilidad de un proyecto cuando se modifican una o varias variables, que se utilizaron para realizar las proyecciones financieras, otra opción también es la alteración en los valores de ventas, costos y gastos para conocer el nivel de sensibilidad del valor actual neto y la tasa interna de retorno.

Tabla 94  
*Análisis de sensibilidad*

<b>INDICADOR</b>	<b>VENTAS -10%</b>	<b>COSTOS Y GASTOS +10%</b>
COSTO DE CAPITAL	6,90%	6,90%
TRM	7,86%	7,86%
VAN	\$3.709,66	\$13.464,11
RELACIÓN COSTO BENEFICIO	\$1,13	\$1,14
PRI	4,6	4,4
TIR	9,48%	13,73%

Elaborado por: Las autoras

Luego de haber realizado el análisis de sensibilidad al alterar las ventas, costos y gastos con la disminución e incremento del 10% se determina que el proyecto sigue siendo factible, el tiempo de recuperación varía, en la primera opción es de 4,6 años, en la siguiente de cuatro años, también se evidencia que la tasa interna de retorno es mayor al costo de capital en los dos casos.

#### 4.6.6 Evaluación financiera.

##### 4.6.6.1. Costo de capital (Ck)

El costo de capital será determinado por la inversión total que es necesario para iniciar con el proyecto, para el capital propio se considera la tasa pasiva del Banco Central del Ecuador y para el financiamiento la tasa de interés de la Corporación Financiera Nacional.

Tabla 95  
Cálculo del costo de capital

FINANCIAMIENTO	VALOR	PORCENTAJE	TASA DE DESCUENTO	PONDERACIÓN
Capital propio	\$63.034,74	60,00%	5,53%	3,32%
Capital financiado	\$42.023,16	40,00%	8,95%	3,58%
<b>TOTAL</b>	<b>\$105.057,90</b>	<b>100%</b>	<b>Costo de capital</b>	<b>6,90%</b>

Elaborado por: Las autoras

#### 4.6.6.2. Tasa de rendimiento medio (TRM).

Para calcular la TRM, se aplicará la siguiente fórmula:

$$TMAR = (1 + Ck)(1 + inflación) - 1$$

Donde.

Ck: costo de capital

Inflación: tasa de inflación promedio

$$TRM = (1 + 6,9\%) (1 + 0,9\%) - 1$$

$$TRM = 7.86\%$$

El proyecto necesita tener una tasa de rendimiento medio del 7.86% para que pueda cubrir todos los costos y gastos e iniciar la actividad económica. Esta tasa debe ser mayor al costo de capital para que el proyecto sea factible.

#### 4.6.6.3. Valor actual neto (VAN).

Es un indicador financiero que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja de una inversión. A continuación, la fórmula para calcular el VAN:

$$VAN = \frac{11.652,14}{(1 + 7.86\%)^1} + \frac{18.952,48}{(1 + 7.86\%)^2} + \frac{20.402,11}{(1 + 7.86\%)^3} + \frac{21.342,03}{(1 + 7.86\%)^4} + \frac{74.274,22}{(1 + 7.86\%)^5} - 53.839,79$$

$$VAN = \$56.160,81$$

#### 4.6.6.4. Tasa interna de retorno (TIR).

La tasa interna de retorno se determina con los flujos netos de caja y permite conocer el porcentaje de beneficio o pérdida del proyecto.

Tabla 96  
VAN con tasa inferior

AÑO	Flujos netos	Flujos descontados (7,86%)
0	\$ -53.839,79	\$ -53.839,79
1	\$ 11.652,14	\$ 10.803,02
2	\$ 18.952,48	\$ 16.290,90
3	\$ 20.402,11	\$ 16.259,00
4	\$ 21.342,03	\$ 15.768,63
5	\$ 74.274,72	\$ 50.879,04
<b>TOTAL VAN</b>		<b>\$ 56.160,81</b>

Elaborado por: Las autoras

Tabla 97  
VAN con tasa superior

AÑO	Flujos netos	Flujos descontados (32,25%)
0	\$ -53.839,79	\$ -53.839,79
1	\$ 11.652,14	\$ 8.810,69
2	\$ 18.952,48	\$ 10.836,14
3	\$ 20.402,11	\$ 8.820,39
4	\$ 21.342,03	\$ 6.976,75
5	\$ 74.274,72	\$ 18.359,57
<b>TOTAL VAN</b>		<b>\$ -36,24</b>

Elaborado por: Las autoras

Tasa inferior= 7,86%

Tasa superior= 32,25%

VAN con tasa inferior= 56.160,81

VAN con tasa superior= -36,24

Para calcular la TIR se aplicará la siguiente fórmula:

$$TIR = Ti + \left[ (Ts - Ti) * \left( \frac{VAN Ti}{VAN Ti - VAN Ts} \right) \right]$$

$$TIR = 7,86\% + \left[ (32,25\% - 7,86\%) * \left( \frac{56.160,81}{56.160,81 - (-36,24)} \right) \right]$$

$$TIR = 7,86\% + [(24,39\%) * (0,9993551263)]$$

$$TIR = 7.86\% + 24,37\%$$

$$TIR = 32,23\%$$

Como resultado se obtuvo que la TIR con el 32,23% es mayor al costo de capital del 6,9%, es decir que resulta factible invertir en este proyecto que ofrece mayor rentabilidad y beneficios antes que utilizar esta inversión para otros fines.

#### **4.6.6.5. Relación costos beneficio.**

Para el cálculo de la relación costo – beneficio, se deben actualizar los ingresos y egresos con la tasa del costo de capital que es el 6,9%.

Tabla 98

#### *Relación costo beneficio*

DESCRIPCIÓN	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025
TOTAL INGRESOS	\$149.400,00	\$153.759,49	\$158.246,19	\$162.863,82	\$167.616,18
<b>TOTAL INGRESOS ACTUALIZADOS</b>	<b>\$139.759,40</b>	<b>\$134.555,91</b>	<b>\$129.546,16</b>	<b>\$124.722,93</b>	<b>\$120.079,27</b>
TOTAL COSTO Y GASTO	\$119.179,13	\$124.083,05	\$126.475,26	\$128.315,00	\$130.749,13
<b>TOTAL COSTO Y GASTO ACTUALIZADO</b>	<b>\$111.488,64</b>	<b>\$108.585,87</b>	<b>\$103.537,30</b>	<b>\$98.265,06</b>	<b>\$93.667,92</b>

Elaborado por: Las autoras

Ingresos actualizados = \$648.663,66

Egresos actualizados = \$515.544,79

Relación beneficio / costo = **1,26**

Este valor significa que por cada dólar invertido se genera una rentabilidad de 0,26 centavos.



#### 4.6.6.6. *Período de recuperación de la inversión (PRI).*

Tabla 99

*Período de recuperación de la inversión*

<b>AÑO</b>	<b>Inversión</b>	<b>Flujos netos</b>	<b>Flujos netos acumulados</b>
0	\$ -53.839,79		
1		\$11.652,14	
2		\$18.952,48	\$30.604,62
3		\$20.402,11	\$51.006,72
4		\$21.342,03	\$72.348,75
5		\$74.274,72	\$146.623,47

Elaborado por: Las autoras

Para calcular el PRI se suman los ingresos netos de cada año hasta llegar al monto invertido del proyecto, en el segundo año se tiene \$30.604,62 y la inversión es de \$53.839,79, es decir que el período de recuperación queda de la siguiente manera:

$$\text{PRI} = 53.839,79 - 30.604,62$$

$$\text{PRI} = 23.235,17 \text{ inversión por cubrir}$$

$$\text{PRI} = 3,8$$

La inversión inicial se recupera en 3,8 años, por lo que se considera aceptable el proyecto.

#### 4.6.6.7. *Punto de equilibrio (PE).*

El punto de equilibrio permite determinar la cantidad de ventas necesarias que debe realizar la microempresa para que pueda cubrir los costos totales. Es importante para conocer la solvencia y rentabilidad que tendrá el proyecto.

Tabla 100  
Punto de equilibrio

AÑO	2021	2022	2023	2024	2025
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	149.400,00	153.759,49	158.246,19	162.863,82	167.616,18
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>149.400,00</b>	<b>153.759,49</b>	<b>158.246,19</b>	<b>162.863,82</b>	<b>167.616,18</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Materia prima	62.825,40	64.658,65	66.545,38	68.487,18	70.485,63
Mano de Obra	12.366,40	13.467,82	13.796,43	14.133,07	14.477,91
Costos Indirectos de Fabricación	8.554,80	12.213,12	12.510,90	12.816,23	13.129,31
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>83.746,60</b>	<b>90.339,58</b>	<b>92.852,72</b>	<b>95.436,48</b>	<b>98.092,86</b>
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>65.653,40</b>	<b>63.419,91</b>	<b>65.393,47</b>	<b>67.427,34</b>	<b>69.523,32</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Depreciación activos de producción	1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20	1.397,20
Gastos Administración	8.376,45	9.069,12	9.278,80	9.493,48	9.713,30
Gastos de ventas	15.246,40	16.373,74	16.728,51	17.091,53	17.463,00
Gasto depreciación	3.401,70	3.401,70	3.401,70	2.826,70	2.826,70
Gasto amortización	369,71	369,71	369,71	369,71	369,71
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>28.791,46</b>	<b>30.611,47</b>	<b>31.175,91</b>	<b>31.178,62</b>	<b>31.769,91</b>
PE = CF/(1-(CV/I)) en dólares	65.517,45	74.216,51	75.442,84	75.308,75	76.595,16
PE = CF/(PU-CVu) en cantidad	12.369	13.273	13.391	13.265	13.389

Elaborado por: Las autoras

La microempresa “Quesos Amasados Ciudad Blanca” tendrá que producir 12.369 unidades con el fin de cubrir los costos variables y fijos para asegurar que el proyecto no presente pérdidas.

#### **4.6.6.8. Resumen de la evaluación financiera.**

A continuación, se presentan los indicadores financieros que se aplicaron para determinar la factibilidad del proyecto.

Tabla 101  
Resumen de la evaluación financiera

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	
<b>INDICADOR</b>	<b>RESULTADO</b>
COSTO DE CAPITAL	6,90%
TRM	7,86%
VAN	\$56.160,81
RELACIÓN COSTO BENEFICIO	\$1,26
PRI	3,8
TIR	32,22%

Elaborado por: Las autoras

#### **4.6.7 Conclusiones de la evaluación financiera.**

La evaluación financiera es importante porque permite evaluar y determinar la viabilidad del proyecto donde se define la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de la operación. Además, ayuda a tomar decisiones de carácter financiero, operativo y económico.

A través de indicadores se realizó el análisis de los resultados obtenidos en los estados financieros que generan información para conocer la rentabilidad que tendrá el proyecto proyectándose a cinco años y la capacidad de endeudamiento.

La tasa de rendimiento medio es mayor al costo de capital siendo aceptable la realización de la microempresa. El VAN es de \$56.160,81 que indica el monto de utilidad luego de descontar la inversión y los flujos netos de efectivo. La relación costo-beneficio indica que por cada dólar invertido se va a obtener una ganancia de \$1,26. El período de recuperación es de 3,8 años considerando un tiempo razonable. Finalmente, la tasa interna de retorno es de 32% que corresponde al porcentaje de rentabilidad del proyecto.

## **4.7 Estudio organizacional**

### **4.7.1 Introducción.**

En el estudio organizacional se va a determinar la planificación estratégica de la microempresa donde se describe la misión, visión, objetivos estratégicos, valores, políticas empresariales y manuales de funciones, además de cómo se encuentra constituida jurídicamente y los requisitos legales y tributarios que se necesitan para el funcionamiento.

### **4.7.2 Objetivo.**

Realizar el estudio organizacional estableciendo la filosofía empresarial, la constitución jurídica, los requisitos legales y tributarios para el funcionamiento de la microempresa.

### **4.7.3 La empresa.**

#### ***4.7.3.1. Nombre de la empresa o razón social.***

La microempresa dedicada a la producción y comercialización de quesos amasados llevará el nombre de “Quesos amasados Ciudad Blanca”, debido a que el cantón Ibarra es el lugar donde se implementará el proyecto y estará ubicado en la parroquia La Esperanza.

#### ***4.7.3.2. Logotipo.***

Para el reconocimiento del producto, se ha realizado un logotipo que identifique a la microempresa.



Figura 41 Logotipo

#### **4.7.3.3. Slogan.**

Es una frase publicitaria corta, fácil de recordar e identificable con el producto y la marca para el consumidor, para la presentación del queso amasado el slogan es el siguiente:

Queso amasado Ciudad Blanca **“El sabor tradicional”**

#### **4.7.3.4. Misión.**

*“Somos una microempresa dedicada a la producción y comercialización de quesos amasados, que busca satisfacer a los consumidores cumpliendo con los estándares de calidad, ofertando un producto saludable de excelente sabor y textura; contribuyendo al desarrollo económico y social del cantón Ibarra”.*

#### **4.7.3.5. Visión.**

*“Ser líderes en la producción y comercialización de quesos amasados en la provincia de Imbabura y en el 2025 lograr posicionarse en el mercado a nivel nacional generando fuentes de empleo y aportando al desarrollo económico del país”.*

#### **4.7.3.6. Objetivos estratégicos.**

- Incrementar mensualmente la producción del queso amasado.
- Llegar a ser líderes en la producción y comercialización del queso amasado.
- Iniciar la producción con el 100% de la capacidad instalada.

- Posicionar el producto en el mercado a nivel provincial y nacional.
- Competir con un producto saludable de calidad, con excelente sabor y textura.

#### ***4.7.3.7. Valores corporativos.***

- Respeto

Dentro de la microempresa va a existir el respeto que se caracteriza por apreciar y valorar a las personas sin importar el cargo que desempeñe.

- Responsabilidad

Cada trabajador tiene una función asignada que debe cumplir en los tiempos establecidos y asumir el cargo responsablemente.

- Puntualidad

Los empleados deben cumplir a tiempo las obligaciones y compromisos para un buen funcionamiento diario de la microempresa.

- Honestidad

Es primordial la honestidad de los trabajadores porque se ve reflejada en el cumplimiento de las normas éticas y lealtad hacia la empresa.

- Confianza

La confianza genera un entorno laboral más favorable para desarrollar el trabajo, cumplir los objetivos e incrementar la productividad de la microempresa.

#### ***4.7.3.8. Políticas empresariales.***

- Manejar precios accesibles del producto para el intermediario y consumidor final.
- Toda documentación interna debe ser socializada y de conocimiento entre los trabajadores de la microempresa.

- El desempeño del personal debe garantizar el buen funcionamiento de la microempresa.
- Realizar inventarios cada seis meses de la materia prima e insumos y otros.
- Distribuir el producto de manera puntual, oportuna y eficiente.
- Cumplir puntualmente las obligaciones financieras y tributarias que mantenga la microempresa.

#### 4.7.3.9. Organigrama estructural.

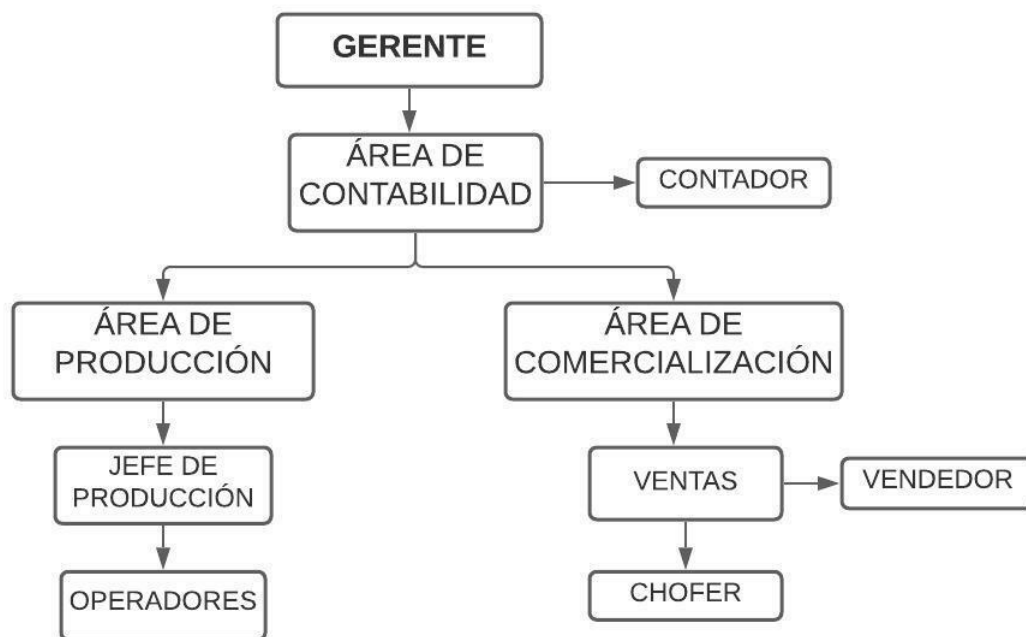


Figura 42 Organigrama estructural de la microempresa

#### 4.7.4 Niveles administrativos.

Existen 3 niveles administrativos: nivel directivo, nivel coordinador y nivel operativo a continuación, se va a detallar cada uno:

#### **4.7.5 Nivel directivo.**

Este nivel se conforma por la gerencia la cual requiere de mayores conocimientos por las decisiones que se deben tomar para el futuro de la empresa. Además, se encarga de controlar y dirigir las diferentes áreas de la microempresa.

##### ***4.7.5.1. Nivel coordinador.***

En este nivel se encuentra el jefe de producción el cual necesita tener ciertas habilidades técnicas con la finalidad de afrontar problemas operativos a futuro.

##### ***4.7.5.2. Nivel operativo.***

Se ejecuta tareas para cumplir las directrices del área administrativa y además requiere de la buena gestión y colaboración de los trabajadores para que realicen correctamente las funciones. Los operarios se encuentran dentro de este nivel.



#### 4.7.6 Manuales de funciones.

Tabla 102

*Manual de funciones del gerente*




### MANUAL DE FUNCIONES MICROEMPRESA “QUESO AMASADO CIUDAD BLANCA” IBARRA – ECUADOR

<b>Nivel:</b>	Directivo
<b>Departamento:</b>	Gerencia
<b>Cargo:</b>	Gerente
<b>Perfil profesional:</b>	Título de tercer nivel en Administración de Empresas, Economía, Contabilidad y Auditoría o títulos afines. Experiencia mínima de 2 años
<b>Competencias:</b>	Tener habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, facilidad de comunicación, resolución de problemas y alto conocimiento del cargo a desempeñar.
<b>Funciones asignadas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigir la microempresa, tomar decisiones, supervisar y ser líder.</li> <li>• Organizar y manejar eficientemente los recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos.</li> <li>• Contratar y seleccionar al personal adecuado para cada cargo.</li> <li>• Planificar objetivos a corto y largo plazo de la microempresa.</li> <li>• Analizar y resolver los problemas en el aspecto financiero, administrativo y personal.</li> <li>• Motivar al equipo de trabajo.</li> <li>• Disponer y autorizar pagos.</li> <li>• Evaluar el desempeño del personal.</li> <li>• Comunicación permanente con el personal.</li> <li>• Delegar correctamente las funciones al equipo de trabajo.</li> </ul>
<b>Dependencia:</b>	Ninguna


Elaborado por: Las autoras

Tabla 103  
Manual de funciones del contador

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>MICROEMPRESA “QUESO AMASADO CIUDAD BLANCA”</b> <b>IBARRA – ECUADOR</b>
<b>Nivel:</b>	Coordinador	
<b>Departamento:</b>	Contabilidad	
<b>Cargo:</b>	Contador	
<b>Perfil profesional:</b>	Título de tercer nivel en Contabilidad y Auditoría CPA. Experiencia mínima de 2 años	
<b>Competencias:</b>	Dar soluciones eficientes ante cualquier problema financiero. Conocimientos técnicos, programas contables y en normativa legal. Analista financiero y generador de ideas.	
<b>Funciones asignadas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y analizar los estados financieros</li> <li>• Cumplir con las obligaciones laborales y tributarias</li> <li>• Realizar conciliaciones, reportes financieros, informes de ingresos y gastos.</li> <li>• Documentar y archivar la actividad diaria de la microempresa.</li> <li>• Proporcionar información confiable y oportuna.</li> <li>• Asesoramiento para la toma de decisiones.</li> <li>• Control de los recursos financieros.</li> <li>• Registrar y verificar las transacciones de las actividades diarias.</li> <li>• Reportar irregularidades.</li> <li>• Pago oportuno de sueldo a los trabajadores.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b>	Gerente	


Elaborado por: Las autoras

Tabla 104  
Manual de funciones del jefe de producción

 <b>MANUAL DE FUNCIONES MICROEMPRESA “QUESO AMASADO CIUDAD BLANCA” IBARRA – ECUADOR</b>	
<b>Nivel:</b>	Directivo
<b>Departamento:</b>	Producción
<b>Cargo:</b>	Jefe de producción
<b>Perfil profesional:</b>	Título de tercer nivel en Ing. Agroindustrial Tecnología en alimentos Experiencia mínima de 5 años en plantas de consumo masivo
<b>Competencias:</b>	Responsable de los procesos productivos Conocimientos en el funcionamiento de la maquinaria y equipo. Capacidad de comunicación, trabajo en equipo y supervisión del personal. Creación y generación de estrategias.
<b>Funciones asignadas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisión en el proceso de producción.</li> <li>• Planificar y gestionar los recursos materiales disponibles.</li> <li>• Supervisar y dirigir el correcto funcionamiento de las líneas de producción y el desempeño de los operarios.</li> <li>• Verificar que se cumpla los estándares de calidad de los quesos amasados.</li> <li>• Realizar el mantenimiento a las máquinas de producción.</li> <li>• Diseñar un plan de producción adecuado.</li> <li>• Cumplir con la producción diaria establecida.</li> <li>• Optimizar el uso y aprovechamiento de los recursos.</li> <li>• Coordinar y controlar los inventarios.</li> <li>• Limpieza y esterilización de equipos antes de la utilización.</li> </ul>
<b>Dependencia:</b>	Gerente


Elaborado por: Las autoras

Tabla 105  
Manual de funciones de los operarios

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>MICROEMPRESA “QUESO AMASADO CIUDAD</b> <b>BLANCA”</b> <b>IBARRA – ECUADOR</b>
<b>Nivel:</b>	Operativo	
<b>Departamento:</b>	Producción	
<b>Cargo:</b>	Operarios	
<b>Perfil profesional:</b>	Título de bachiller Experiencia mínima de 2 años como operario en una pasteurizadora Edad: mayor de 22 años	
<b>Competencias:</b>	Rapidez y eficacia en el trabajo en líneas de producción. Orden y limpieza en el trabajo de producto alimentarios. Manejo de maquinarias y equipos. Capacidad de trabajar bajo presión	
<b>Funciones asignadas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar del producto con las medidas de higiene necesaria.</li> <li>• Analizar y cumplir con las metas de producción establecidas.</li> <li>• Empacar y almacenar el producto terminado.</li> <li>• Mantener en perfecto orden el área de trabajo.</li> <li>• Realizar la recepción de la materia prima e insumos y comprobar que cumpla las especificaciones necesarias para la utilización.</li> <li>• Mostrar un buen desempeño laboral y realizar un excelente trabajo.</li> <li>• Garantizar la calidad del producto elaborado.</li> <li>• Seguir las instrucciones del jefe de producción.</li> <li>• Informar inmediatamente en caso de algún daño o inconveniente.</li> <li>• No permitir la entrada a personas sin autorización.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b>	Jefe de producción	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 106  
Manual de funciones del vendedor

		<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>MICROEMPRESA “QUESO AMASADO CIUDAD BLANCA”</b> <b>IBARRA – ECUADOR</b>
<b>Nivel:</b>	Operativo	
<b>Departamento:</b>	Comercialización	
<b>Cargo:</b>	Vendedor	
<b>Perfil profesional:</b>	Título de bachiller Experiencia de 1 año en ventas Edad: mayor de 20 años	
<b>Competencias:</b>	Demostrar compromiso, determinación y entusiasmo en el trabajo. Conocimiento del producto que va a vender. Habilidad para contactar gente platicar y hacer conexión. Genere confianza y fidelidad. Trabajar bajo presión Poder de convencimiento	
<b>Funciones asignadas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer las características del producto.</li> <li>• Elaborar informes de ventas</li> <li>• Captar nuevos clientes e incrementar las ventas</li> <li>• Recepar el pedido y entrega de los productos</li> <li>• Concretar ventas.</li> <li>• Realizar publicidad.</li> <li>• Cumplir con la venta total del producto.</li> <li>• Conocer el lugar donde será distribuido.</li> <li>• Asegurar que el cliente quede satisfecho con la compra.</li> <li>• Obtener información acerca de la competencia.</li> </ul>	
<b>Dependencia:</b>	Gerente	

Elaborado por: Las autoras

Tabla 107  
Manual de funciones del chofer



**MANUAL DE FUNCIONES  
MICROEMPRESA “QUESO AMASADO CIUDAD BLANCA”  
IBARRA – ECUADOR**

<b>Nivel:</b>	Operativo
<b>Departamento:</b>	Comercialización
<b>Cargo:</b>	Chofer
<b>Perfil profesional:</b>	Título de bachiller Contar con licencia tipo E Experiencia mínima de 1 año en manejo de vehículo
<b>Competencias:</b>	Conocimientos generales en leyes de tránsito y mecánica. Destreza de comunicación. Capacidad para sobrellevar un trabajo rutinario. Ser honesto, responsable y puntual.
<b>Funciones asignadas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comercialización del producto.</li> <li>• Conducir con precaución.</li> <li>• Realizar periódicamente la limpieza del vehículo.</li> <li>• Informar de manera inmediata sobre alguna anomalía del vehículo.</li> <li>• Establecer rutas eficientes para la entrega del producto.</li> <li>• Elaborar informe sobre el estado del vehículo.</li> <li>• Realizar el requerimiento para el combustible y mantenimiento del vehículo.</li> <li>• Inspeccionar que el vehículo este en buenas condiciones antes de salir a la entrega del producto.</li> <li>• Garantizar la entrega del producto de manera segura.</li> <li>• Cumplir con las normas de tránsito para evitar sanciones.</li> </ul>
<b>Dependencia:</b>	Gerente

Elaborado por: Las autoras

#### **4.7.7 Constitución jurídica.**

Es importante realizar la constitución jurídica para obtener el permiso de funcionamiento legal de la microempresa.

#### **4.7.8 Nombre o razón social.**

La microempresa “Quesos amasados Ciudad Blanca” se dedica a la producción y comercialización de quesos amasados en el cantón Ibarra.

#### **4.7.9 Figura jurídica.**

Según el (COPCI, 2018) es una microempresa porque los ingresos percibidos son menores a \$300.000 en el año. Está constituida como sociedad por acciones simplificadas (SAS). Bajo el régimen impositivo de microempresas.

#### **4.7.10 Domicilio.**

Toda empresa constituida en el Ecuador tendrá domicilio en cualquier cantón del territorio nacional, en este caso la microempresa se encuentra ubicada en la parroquia La Esperanza, cantón Ibarra.

#### **4.7.11 Requisitos para la constitución.**

Según la (“Guía constitución de sociedades por acciones simplificadas”, 2020) para constituir una sociedad por acciones simplificadas (SAS) se necesitan los siguientes requisitos:

1. Certificado electrónico del accionista, cuando corresponda.
2. Reserva de la denominación.
3. Contrato privado o escritura.
4. Nombramiento(s).
5. Petición de inscripción con la información necesaria para el registro del usuario en el sistema  
esto es:

- a. Tipo de solicitante
  - b. Nombre completo
  - c. Número de identificación
  - d. Correo electrónico
  - e. Teléfono convencional y/o teléfono celular
  - f. Provincia
  - g. Ciudad
  - h. Dirección
6. Copia(s) de cédula o pasaporte.

#### **4.7.12 Registro patronal.**

Según el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social se deben realizar los siguientes pasos para el registro patronal:

1. Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec)
2. Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador
3. Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
4. Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
5. Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
6. Acercarse a las agencias del IESS a los centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.



#### **4.7.13 Registro único de contribuyentes RUC.**

Según la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros las sociedades por acciones simplificadas (SAS) que se constituyan en línea a través de la página web [www.supercias.gob.ec](http://www.supercias.gob.ec) obtendrán de manera automática la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y la obtención de la clave del Servicio de Rentas Internas (SRI).

#### **Otros requisitos**

#### **4.7.14 Permiso de funcionamiento.**

Es otorgado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Requisitos:

1. Contar con un Número de Registro Único de Contribuyentes (RUC).
2. Llenar el formulario de solicitud de permiso de funcionamiento.

#### **4.7.15 Patente municipal.**

Los requisitos para obtener la patente municipal (“Requisitos de trámites”, 2019):

- RUC.
- Copia del nombramiento del representante legal.
- Cédula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Formulario de registro de actividad carta de pago del impuesto predial, este requisito es usado para identificar el predio donde funciona la actividad económica.
- Comprobante de inspección del Cuerpo de Bomberos.
- Certificado de compatibilidad de uso de suelo.
- Certificado del contador del patrimonio con el que inicia la actividad económica, para el caso de sucursales.

- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cédula y certificado de votación.

#### **4.7.16 Permiso del cuerpo de bomberos.**

Según el Cuerpo de Bomberos de Ibarra los requisitos son los siguientes:

- Copia de cédula y papeleta de votación.
- Copia de RUC o RISE.
- Si es persona jurídica copia del nombramiento.
- Copia de uso de suelo de la actividad económica.
- Correo electrónico para entregar respuesta.

#### **4.7.17 Permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud Pública.**

Según el Ministerio de Salud Pública los requisitos para plantas procesadoras de alimentos, bebidas y aditivos alimentarios:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de inspección.
- Copia del RUC del establecimiento.
- Copias de la cédula y certificado de votación del propietario o representante legal.
- Croquis de ubicación de la planta procesadora.
- Copia título del profesional responsable en caso de industria, mediana y pequeña industria.
- Listado de productos a elaborar y flujograma de proceso, por línea de producción.
- Copia del certificado del curso de Buenas Prácticas de Manufactura.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud.

## **CAPÍTULO V**

### **VALIDACIÓN**

#### **5.1 Introducción**

En el capítulo se va a desarrollar la validación de la propuesta planteada que requiere la intervención de docentes técnicos en el tema, quienes realizan una revisión completa del documento, además se describe el equipo de trabajo, metodología de verificación que está formada por los factores a validar, métodos de calificación y rango de interpretación. Finalmente, con la matriz de resultados conocer si es o no factible el proyecto.

#### **5.2 Descripción del estudio**

##### **5.2.1 Objetivo.**

Describir la validación del estudio donde se identifica la metodología de verificación y los resultados que se han obtenido al finalizar el estudio del proyecto.

##### **5.2.2 Equipo de trabajo.**

El equipo de trabajo está conformado por docentes técnicos y docente tutor, quienes tienen la función de revisar corregir, sugerir cambios, emitir recomendaciones y validar el trabajo final con los resultados correspondientes; además las autoras del presente estudio de factibilidad. A continuación, el detalle del equipo de trabajo.

Tabla 108  
*Equipo de trabajo*

DOCENTES TÉCNICOS	Msc. Alba Cevallos Msc. Roberto Castro
DOCENTE TUTOR	Dr. Benito Scacco
AUTORES	Andrea Marissel Guerrón Farinango Maribel Isamar Molina Méndez

Elaborado por: Las autoras

### 5.3 Metodología de verificación

A través de una matriz se detalla los temas de cada capítulo y los factores a validar más relevantes, mediante estos resultados se refleja el grado de factibilidad del proyecto.

#### 5.3.1 Factores para validar.

Los factores para validar son los subtemas más importantes obtenidos de cada capítulo desarrollado, fueron seleccionados por la incidencia y relevancia que tiene dentro de la investigación.

Tabla 109  
*Factores para validar*

	CAPÍTULO	FACTOR A VALIDAR
I.	Fundamentación teórica	Bases teóricas
II.	Procedimientos metodológicos	Métodos- técnicas e instrumentos Tipo de muestreo Identificación de variables diagnósticas
III.	Diagnóstico	Desarrollo de la oportunidad diagnóstica
IV.	Propuesta	
	Estudio de mercado	Mercado potencial Identificación de la oferta y demanda Estrategias de comercialización

Estudio técnico	Localización del proyecto Tamaño del proyecto Ingeniería del proyecto
Estudio financiero	Ingresos Costos-Gastos Estados financieros Indicadores financieros
Estudio organizacional	Filosofía organizacional

Elaborado por: Las autoras

### 5.3.2 Método de calificación.

Los métodos de calificación ayudan a valorar las respuestas obtenidas en la matriz de validación, a continuación, se detallan tres criterios:

- **Factible:** Se refiere a que el proyecto cuenta con la disponibilidad de recursos necesarios para llevar a cabo la propuesta y evite riesgos.
- **Medio factible:** Trata de que se pueden presentar inconvenientes a lo largo del proyecto, se logran corregir mejorando la investigación.
- **No factible:** Determina que el proyecto no se puede llevar a cabo por qué no cumple con las expectativas de viabilidad financiera, rechazando totalmente la propuesta.

### 5.3.3 Rango de interpretación.

Para tener una mejor interpretación de calificación del equipo de trabajo se asigna un porcentaje de participación para cada capítulo. A continuación, se detalla:

- **Factible** = 100% - 90%
- **Medianamente Factible** = 89% - 70%
- **No Factible** = Menor al 70

Se asigna una valoración porcentual a cada capítulo sujeto a valoración, que refleja el resultado de la calificación y conocer si el proyecto es factible, medianamente factible o no factible.

Tabla 110  
*Rango de interpretación*

<b>FACTORES</b>		<b>PORCENTAJE</b>
<b>I.</b>	Fundamentación teórica	5%
<b>II.</b>	Procedimientos metodológicos	5%
<b>III.</b>	Diagnóstico	5%
<b>IV.</b>	Propuesta	
	Estudio de mercado	25%
	Estudio técnico	25%
	Estudio financiero	25%
	Estudio organizacional	10%
<b>TOTAL</b>		<b>100%</b>

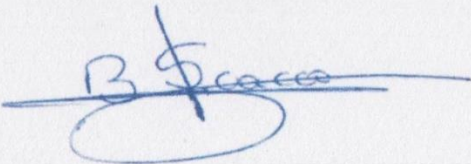
Elaborado por: Las autoras

## **5.4 Resultados**

### 5.4.1 Calificación e interpretación.

Tabla 111

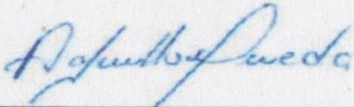
Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN				
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD				
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESOS AMASADOS EN EL CANTÓN IBARRA				
Validado por: Dr. Benito Scacco Franco				
Fecha: 20-8-2021				
FACTORES A VALIDAR	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación teórica	5%	10	0,5	
Procedimientos metodológicos	5%	10	0,5	
Diagnóstico	5%	10	0,5	
Estudio de Mercado	25%	8	2,00	
Estudio técnico	25%	10	2,5	
Estudio financiero	25%	8	2,00	
Estudio organizacional	10%	10	1,00	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>66</b>	<b>9,00</b>	
<b>FIRMA</b>				

Elaborado por: Las autoras



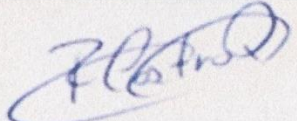
Tabla 112  
Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN				
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD				
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESOS AMASADOS EN EL CANTÓN IBARRA				
Validado por: Msc. Alba Cevallos				
Fecha: 18/08/2021				
FACTORES A VALIDAR	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación teórica	5%	8	0,40	
Procedimientos metodológicos	5%	8	0,40	
Diagnóstico	5%	10	1,00	
Estudio de Mercado	25%	8	2,00	
Estudio técnico	25%	8	1,60	
Estudio financiero	25%	8	2,00	
Estudio organizacional	10%	10	1,00	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>60</b>	<b>8,40</b>	
<b>FIRMA</b>				

Elaborado por: Las autoras



Tabla 113  
Matriz de validación

MATRIZ DE VALIDACIÓN				
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD				
MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE QUESOS AMASADOS EN EL CANTÓN IBARRA				
Validado por: Msc. Roberto Castro				
Fecha: 20/08/2021				
FACTORES A VALIDAR	PORCENTAJE	CALIFICACIÓN	RESULTADOS	OBSERVACIONES
Fundamentación teórica	5%	10	0,5	
Procedimientos metodológicos	5%	10	0,5	
Diagnóstico	5%	10	0,5	
Estudio de Mercado	25%	10	2,5	
Estudio técnico	25%	10	2,5	
Estudio financiero	25%	10	2,5	
Estudio organizacional	10%	10	1,0	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>70</b>	<b>10</b>	
<b>FIRMA</b>				

Elaborado por: Las autoras

## CONCLUSIONES

- En la fundamentación teórica se utilizó información secundaria como: libros, revistas, leyes, reglamentos y sitios web para realizar las definiciones de los términos más importantes que se emplearon para la sustentación del estudio de factibilidad facilitando al lector a tener una mejor comprensión y conocimiento.
- Los procedimientos metodológicos permiten conocer los tipos de investigación como: métodos, técnicas e instrumentos, que se aplicaron para obtener datos e información necesaria que contribuyen a la complementación del estudio, además se establecen las variables diagnósticas del entorno mediante el análisis PEST.
- Mediante el diagnóstico situacional se definen los indicadores de las variables por medio de fuentes de información secundaria para el estudio de cada una de ellas que permiten conocer la situación actual del lugar donde se desarrolla el proyecto; además a través de la matriz AOOR se obtiene un panorama más amplio sobre los problemas o riesgos a los que se enfrenta la microempresa, también las posibles oportunidades y aliados para la puesta en marcha.
- Se determinó la factibilidad del proyecto a través del estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional donde se especifica variables importantes como: la oferta, demanda y estrategias de comercialización; la micro y macro localización adecuada para ubicar la microempresa y la capacidad instalada. Se establecen los recursos económicos necesarios, el costo total de la inversión y el período de recuperación del capital invertido, finalmente se utilizaron indicadores financieros obteniendo resultados positivos y favorables.

## RECOMENDACIONES

- El proyecto de factibilidad investigado acerca de la implementación de una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados en el cantón Ibarra es recomendable llevar a cabo la ejecución, porque se ha evidenciado que existe la aceptación del producto por parte de la población.
- Realizar estudios que permitan la innovación de los procesos de producción, de las máquinas que se utilizan en la elaboración del queso amasado para optimizar recursos con la finalidad de aumentar la capacidad instalada de la microempresa.
- En el proceso de la selección del personal se recomienda contratar personas que tengan conocimientos en la elaboración y comercialización de quesos amasados, además la microempresa debe capacitar y motivar continuamente a los trabajadores para mejorar el desempeño en las funciones que realicen.
- Se deben realizar estrategias de comercialización que permitan posicionar la marca del queso amasado “Ciudad Blanca” dentro y fuera del cantón Ibarra para incrementar las ventas, satisfaciendo la demanda del producto.
- Es recomendable realizar un estudio de mercado cada dos o tres años que permita conocer información actualizada acerca de la demanda, oferta y competencia a la que se enfrenta la microempresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión de la inversión en actividades científicas. *SciELO Analytics*, 11(2) 322-343. Recuperado de <http://scielo.sld.cu/pdf/cofin/v11n2/cofin22217.pdf>
- Alcarria, J. (2016). *Contabilidad financiera I*. España: - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/51612?page=1>.
- Andrés, D. M. (2019). *Cultura científica 4° ESO*. España: Editex. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=\\_86UDwAAQBAJ&printsec=frontcover](https://books.google.com.ec/books?id=_86UDwAAQBAJ&printsec=frontcover)
- Angulo, U. G. (2016). *Contabilidad financiera*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/70282>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación (3a. ed.)*. México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)
- Buendía, M. A. (2016). *Elaboración, producción y comercialización de derivados lácteos*. Lima, Perú: Macro. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=Q74tDwAAQBAJ&dq=Elaboraci%C3%B3n,+producci%C3%B3n+y+comercializaci%C3%B3n+de+derivados+l%C3%A1cteos&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=Q74tDwAAQBAJ&dq=Elaboraci%C3%B3n,+producci%C3%B3n+y+comercializaci%C3%B3n+de+derivados+l%C3%A1cteos&source=gbs_navlinks_s)
- Celma, J. (2018). *MANAGEMENT PARA GESTORES DEL DEPORTE: liderazgo, funciones y técnicas directivas*. Barcelona, España: Bubok Publishing S.L. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=wM9fDwAAQBAJ&pg=PA19&dq=Management+para+gestores+del+deporte:+liderazgo,+funciones+y+t%C3%A9cnicas+directivas+autores&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj62rqT9KfyAhUykWoFHZ5JA-4Q6AEwAHoEAcQAQ>
- Centro de la Industria Láctea del Ecuador. (2015). *LA LECHE DEL ECUADOR-Historia de la lechería ecuatoriana*. Recuperado de [http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/diseno\\_paginas/archivos/La%20Leche%20del%20Ecuador.pdf](http://sitp.pichincha.gob.ec/repositorio/diseno_paginas/archivos/La%20Leche%20del%20Ecuador.pdf)

- El queso amasado, un producto con sabor a historia y tradición. (22 de julio de 2019). *La Hora*. Recuperado de <https://lahora.com.ec/imbabura-carchi/noticia/1102259754/el-queso-amasado-un-producto-con-sabor-a-historia-y-tradicion>
- Fernández, E., Martínez, J., Martínez V., Moreno, J., Collado, L., Hernández, M. y Morán F. (2015). Documento de Consenso: importancia nutricional y metabólica de la leche. *Revista SciELO Analytics*, 31(1), 92-101. doi: 10.3305/nh.2015.31.1.8253
- Flórez, J. A. (2016). *Proyectos de inversión para las PYME (3ª. ed.)*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/70421>
- García, V. M. (2016). *Análisis financiero: un enfoque integral*. México: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/40426>
- González, J. (2020). *Manual práctico de planeación estratégica*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/127094>
- Gutiérrez, H. A. (2016). *Estrategias de muestreo: diseño de encuestas y estimación de parámetros*. México, D.F: Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/70287>
- Huerta, L., Smeke, J., Morales, P. (2018). *Costos Gerenciales*. México, D.F: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/116945>
- López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona, España: Creative Commons. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\\_a2016\\_cap2-3.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf)
- Luna, A. C. (2015). *Administración estratégica*. México D.F: Grupo Editorial Patria. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/39421>
- Martínez, C. (2018). *Estadística y muestreo (13a. ed.)*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/131880>
- Maubert, C. A. y Hernández, C. (2017). *Fundamentos de marketing (2a. ed.)*. México: Pearson Educación. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/38063>
- Menéndez, T. (2018). *Fabricación de quesos en el mundo*. Córdoba, Argentina: Ciudad Educativa. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/36700>
- Monroy, M. y Nava, N. (2018). *Metodología de la investigación*. México, D.F: Grupo Editorial Éxodo. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/172512>

- O'kean, J. (2015). *Economía*. Madrid, España: McGraw-Hill España. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/50271>
- Omecaña, J. (2017). *Plan General de Contabilidad y PGC de PYMES comentados*. Barcelona, España: Deusto. Recuperado de <https://www.marcialpons.es/media/pdf/9788423427888.pdf>
- Organización Internacional de Trabajo. (2016). *Mejore su negocio: comercialización*. Recuperado de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_emp/---emp\\_ent/---ifp\\_seed/documents/instructionalmaterial/wcms\\_553921.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/instructionalmaterial/wcms_553921.pdf)
- Pérez, J. F. (2017). *La evaluación económica de las inversiones*. Madrid: ESIC Editorial. Recuperado de <https://www.worldcat.org/title/la-evaluacion-economica-de-las-inversiones/oclc/1114970681>
- Ramírez, J. A. (2019). *Evaluación financiera de proyectos (2a. ed.)*. Bogotá: Ediciones de la U. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/127094>
- Rodríguez, A. y Pérez. A. O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento*. *Revista EAN*, 82, 179-200. Recuperado de <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=Qs9XDwAAQBAJ&source=gbs_navlinks_s)
- Rodríguez, J. (2015). *Muestreo y preparación de la muestra*. Barcelona, España: Cano Pina. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/utnorte/titulos/43107>
- Román, J. C (2017). *ESTADOS FINANCIEROS BÁSICOS 2017: Proceso de elaboración y re expresión*. México D.F: Ediciones Fiscales ISEF. Recuperado de <https://www.yumpu.com/es/document/read/63809194/estados-financieros-basicos-cp-juan-carlos-roman-fuentes>
- Sánchez, I., Ledesma, Z., Suárez, M., Penichet. M., Barrios, G., Díaz, Y., González, P. (2015). *Manual para la formulación y evaluación de proyectos de inversión con criterio económico*. Santa Clara: Editorial Feijóo. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/124320>

- Sánchez, S. (2017). *Gestión de la calidad (ISO 9001/2015)*. España: Editorial Elearning, S. L.  
Recuperado de [https://books.google.com/books?id=YzZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+de+la+calidad+\(ISO+9001/2015\)&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwir4KvV7qfyAhWLMGoFHTbQAe0Q6AEwAXoECAIQAg](https://books.google.com/books?id=YzZWDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+de+la+calidad+(ISO+9001/2015)&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwir4KvV7qfyAhWLMGoFHTbQAe0Q6AEwAXoECAIQAg)
- Schnarch, A. (2019). *Marketing para emprender*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.  
Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/utnorte/127104>
- Serrano, J. (2020). *Metodología de la investigación*. México. Recuperado de [https://books.google.com.ec/books?id=XnnkDwAAQBAJ&dq=Metodologia+de+la+Investigacion+edicion+Gamma&source=gbs\\_navlinks\\_s](https://books.google.com.ec/books?id=XnnkDwAAQBAJ&dq=Metodologia+de+la+Investigacion+edicion+Gamma&source=gbs_navlinks_s)
- Vergara, W. (2020). *Formulación de proyectos agroempresariales*. Bogotá: Universidad de La Salle. Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=JfD6DwAAQBAJ&printsec=frontcover>

## **BASES LEGALES**

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2018). *Instructivo externo: requisitos para la inscripción y reinscripción de la notificación sanitaria de alimentos procesados (IE-B.3.1.2-ALI-01)*. Recuperado de [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/IE-B.3.1.2-ALI-01\\_REQUISITOS-INSCRIP\\_REINSCRIP-NS.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/02/IE-B.3.1.2-ALI-01_REQUISITOS-INSCRIP_REINSCRIP-NS.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Ecuador: Reporte Mensual de Inflación*. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf202011.pdf>
- Constitución de la República del Ecuador (2018). *Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo y Estabilidad y Equilibrio Fiscal*. Quito: Constitución de la República del Ecuador.
- Constitución de la República del Ecuador. (2018). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversiones (351)*. Recuperado de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/>
- Dirección de Planificación y Desarrollo Territorial (2020). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Ibarra*. Ibarra, Imbabura: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de San Miguel de Ibarra.

- El Congreso Nacional (2014). *Ley Orgánica de Defensa el Consumidor*. Quito: El Congreso Nacional.
- H. Congreso Nacional (2004). *Ley de Gestión Ambiental, Codificación*. Quito: H. Congreso Nacional.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). *Resultados Índice de Precios al Consumidor (IPC)*. Recuperado de [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Mayo-2019/01%20ipc%20Presentacion\\_IPC\\_may2019.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Mayo-2019/01%20ipc%20Presentacion_IPC_may2019.pdf)
- Secretaria Nacional de Planificación (2017). *Nuevos datos de la Encuesta de Ingresos y Hogares que representan un aporte al Plan Nacional para el Buen Vivir 2013- 2017*. Recuperado de <https://www.planificacion.gob.ec/nuevos-datos-de-la-encuesta-de-ingresos-y-hogares-representan-un-aporte-al-plan-nacional-para-el-buen-vivir-2013-2017/>
- Servicio Nacional de Acreditación. (2018). *Buenas Prácticas de Manufactura de alimentos procesados*. Recuperado de <https://www.acreditacion.gob.ec/buenas-practicas-manufactura-alimentos-procesados/>



## ANEXOS



### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DEL CANTON IBARRA

**Objetivo:** Esta encuesta tiene como finalidad recolectar información para conocer el nivel de aceptación que va a tener la implementación de la microempresa productora y comercializadora de quesos amasados en el cantón Ibarra.

1. ¿Qué tipo de elaboración de quesos amasados prefiere?
  - a) Artesanal ( )
  - b) Pasteurizado ( )
2. ¿En qué lugar usted compra el queso amasado?
  - c) Tiendas ( )
  - a) Mercados ( )
  - b) Micro mercados ( )
  - c) Supermercados ( )
3. ¿Cuántas unidades de queso amasado usted consume a la semana?
  - a) 1 unidad ( )
  - b) 2 unidades ( )
  - c) 3 o más unidades ( )
  - d) Ninguna ( )
4. ¿Qué aspectos usted considera importantes al momento de adquirir el queso amasado?

- a) Precio ( )
  - b) Empaque ( )
  - c) Registro sanitario ( )
  - d) Duración del producto ( )
  - d) El sabor ( )
5. ¿En qué tamaño generalmente usted adquiere el producto?
- a) 250 gramos ( )
  - b) 500 gramos ( )
6. ¿Qué precio usted estaría dispuesto a pagar por el queso amasado de 500 gr?
- a) \$ 2,00 ( )
  - b) \$ 2,25 ( )
  - c) \$ 2,50 ( )
7. ¿Tiene marca el producto que usted consume actualmente?
- a) Si ( )
  - b) No ( )
8. ¿Qué desventajas considera en los quesos amasados en el mercado?
- a) Tiempo de duración ( )
  - b) Falta de registro sanitario ( )
  - c) Precio ( )
  - d) Empaque ( )
9. ¿En qué forma de presentación prefiere Ud. el producto?
- a) Cuadrado ( )
  - b) Rectangular ( )

c) Redondo ( )

10. ¿Qué tipo de empaque prefiere para la presentación del queso amasado?

a) Empaque al vacío ( )

b) Empaque normal ( )

c) funda) ( )

11. ¿A través de que medio de publicidad le gustaría conocer acerca de un nuevo producto?

a) Televisión ( )

b) Radio ( )

c) Hojas volantes ( )

d) Redes sociales ( )

e) Referencias personales ( )

f) Publicidad en tiendas y supermercados ( )

12. ¿Si en el cantón Ibarra se implementaría una microempresa productora y comercializadora de quesos amasados, estaría usted dispuesto adquirir el producto?

a) Si ( )

b) No ( )